

ISSN 2687-0126

PROFESSIONAL DISCOURSE & COMMUNICATION

Дискурс профессиональной коммуникации

Special Issue
"Public Discourse and Professional
Media Narratives: Exploring Linguistic
Patterns in Journalism, Political Discourse,
and Internet Communication"

VOLUME 5 ISSUE 3
2023

Editor-in-Chief

Dmitry S. Khramchenko

MGIMO University, Moscow, Russia

Editorial Board

Aleksey N. Aleksakhin

MGIMO University, Moscow, Russia

Aleksandra G. Anisimova

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Igor V. Chekulay

Belgorod State University, Belgorod, Russia

Olga S. Chesnokova

RUDN University, Moscow, Russia

Seda K. Gasparyan

Yerevan State University, Armenia

Svetlana V. Ivanova

Saint Petersburg University, Saint Petersburg, Russia

Antonina A. Kharkovskaya

Korolev Samara National Research University, Samara, Russia

Igor E. Klyukanov

Eastern Washington University, USA

Nelly A. Krasovskaya

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, Tula, Russia

Liu Ruomei

Beijing Foreign Studies University, China

Viktoria L. Malakhova

MGIMO University, Moscow, Russia

Elena N. Malyuga

People's Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Arto Mustajoki

The University of Helsinki, Finland

Evgeniya V. Ponomarenko

MGIMO University, Moscow, Russia

Olga N. Prokhorova

Belgorod State University, Belgorod, Russia

Enrique F. Quero-Gervilla

The University of Granada, Spain

Oleg A. Radchenko

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

Galina V. Sinekopova

Eastern Washington University, USA

The Founder: MGIMO University

Address: 76 Prospekt Vernadskogo, Moscow, Russia, 119454

Professional Discourse & Communication is an international, peer-reviewed quarterly journal dedicated to discussing various theoretical and applied problems of professional communication. Its articles provide researchers and practitioners with the most up-to-date, comprehensive and important research, paying specific attention to modern linguistic approaches to professional discourse as well as practical aspects of teaching methodology as related to the language of particular professional spheres.

PDC specifically addresses readers in any field of professional communication (business, legal, diplomatic, economic, political, academic, medical, art and any other professional sphere) who are interested in qualitative discourse analytical approaches, on the one hand, and scholars who are interested in issues of professional communication (discourse studies, functional linguistics, pragmatics, semiotics, rhetoric, linguosynergetics, sociolinguistics, cognitive linguistics, stylistics, cross-cultural communication, cultural studies, country studies, second language acquisition and teaching methodology, and related fields), on the other hand.

ISSN 2687-0126

Website: <https://pdc-journal.com>

Главный редактор

Храмченко Дмитрий Сергеевич

доктор филологических наук, профессор кафедры
английского языка №4 МГИМО МИД России

Редакционная коллегия

Алексахин Алексей Николаевич

доктор филологических наук, профессор кафедры
китайского, вьетнамского, лаосского и тайского
языков МГИМО МИД России

Анисимова Александра Григорьевна

доктор филологических наук, профессор кафедры
английского языкознания, Московский
университет имени М.В. Ломоносова

Гаспарян Седа Керобовна

доктор филологических наук, заведующий
кафедрой английской филологии, Ереванский
государственный университет, Армения

Иванова Светлана Викторовна

доктор филологических наук, профессор
кафедры «Английский язык в сфере филологии
и искусств», Санкт-Петербургский
государственный университет.

Клюканов Игорь Ангелевич

доктор филологических наук, профессор,
Восточный Вашингтонский университет, США

Красовская Нелли Александровна

доктор филологических наук, профессор
Тульского государственного педагогического
университета им. Л.Н. Толстого

Куеро-Гервилья Энрике Ф.

PhD, декан факультета перевода Университета
Гранады, Испания

Лю Жомэй

доктор филологических наук, иностранный
член Российской академии естественных наук,
профессор Пекинского университета
иностранных языков

Малахова Виктория Леонидовна

доктор филологических наук, доцент
кафедры английского языка №4,
МГИМО МИД России

Малюга Елена Николаевна

доктор филологических наук, заведующий
кафедрой иностранных языков
экономического факультета, Российский
университет дружбы народов

Мустайоки Арто

PhD, декан Гуманитарного факультета,
Хельсинки университет, Финляндия

Пономаренко Евгения Витальевна

доктор филологических наук, профессор
кафедры английского языка №4
МГИМО МИД России

Прохорова Ольга Николаевна

доктор филологических наук, директор
института межкультурной коммуникации
и международных отношений, Белгородский
государственный национальный
исследовательский университет

Радченко Олег Анатольевич

доктор филологических наук, профессор
кафедры общего и сравнительного
языкознания, Московский государственный
лингвистический университет

Синекопова Галина Васильевна	кандидат филологических наук, профессор, Восточный Вашингтонский университет, США
Харьковская Антонина Александровна	кандидат филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева
Чекулай Игорь Владимирович	доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка, Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Чеснокова Ольга Станиславовна	доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков филологического факультета, Российский университет дружбы народов

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»

Адрес: 119454, г. Москва, проспект Вернадского, д. 76

«Дискурс профессиональной коммуникации» - международный рецензируемый электронный научный журнал, издающийся с периодичностью 4 раза в год. Журнал публикует статьи, в которых отражаются результаты актуальных фундаментальных и теоретических исследований в области профессиональной коммуникации. Основное направление журнала - современные подходы к изучению лингвистических аспектов профессионального дискурса и практических вопросов преподавания языка конкретных профессий.

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Российской Федерации. Свидетельство о регистрации средства массовой информации в Роскомнадзоре: Эл № ФС77-76677 от 26 августа 2019 г.

Журнал включен в Перечень рецензируемых научных изданий, рекомендованных ВАК РФ для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по специальностям 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (филологические науки) и 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки).

ISSN 2687-0126

Официальный сайт журнала: <https://pdc-journal.com>

Contents

Global Tapestry of Professional Discourse: Multidisciplinary Explorations in Media, Politics, and Online Discourse.	7
Editor-in-Chief Dmitry S. Khramchenko	

Original article

Journalism's Power of Discourse: Be it Through A Periscope or Kaleidoscope	11
by Zahra Sadat Roozafzai	
Exploring the Functional and Semantic Fields of 'Heaven' and 'Hell' Conceptual Metaphors in Media News Headlines	26
by Yulia A. Filyasova	
The Conceptual Matrix of Media Linguistics in the XXI Century: A Case Study of the Pie News	49
by Antonina A. Kharkovskaya, Anastasiya A. Golubykh	
Metaphor as Invective in the Genre of Internet Commentary: A Focus on German Political Discourse	61
by Daria D. Kuchina	
Strategies of (De)Legitimation of COVID-19 Vaccines in Tanzanian Political Speeches	76
by Judicate J. Selenya	
"Newspeak" in Contemporary German Political Discourse	93
by Elena A. Shesterina	
Corpus Analysis as a Means of Meaning Disambiguation: Collocational Analysis of Near-Synonyms of the Verb 'Destroy'	107
by Svetlana V. Ivanova, Svetlana N. Medvedeva	
Bloggers' Speech Behavior: Analysis and Diagnosis of Personal Traits from the Perspective of Implicit and Functional Pragmalinguistics.	126
by Dmitry A. Zaslavnov, Galina G. Matveeva	

Содержание

Мировые тенденции профессионального дискурса: междисциплинарные исследования в области медиа, политики и интернет-коммуникации.	7
Храмченко Д.С.	
Оригинальные статьи	
Дискурс современной журналистики сквозь призму метафор перископа и калейдоскопа.	11
Рузафай З.С.	
Функционально-семантическое поле английских концептуальных метафор heaven и hell в новостных медиазаголовках.	26
Филясова Ю.А.	
Концептуальная матрица медиалингвистики XXI в. (На материале публикаций в информационном образовательном издании The Pie News).	49
Харьковская А.А., Голубых А.А.	
Роль метафор в реализации инвективы в жанре «интернет-комментарий» (на материале немецкого языка)	61
Кучина Д.Д.	
Стратегии (де)легитимации вакцин против COVID-19 в политическом дискурсе Танзании	76
Селения Дж.Дж.	
«Новояз» в современном немецком политическом дискурсе	93
Шестерина Е.А.	
Корпусный анализ как средство устранения смысловой неоднозначности (на материале квазисинонимов глагола «Destroy»)	107
Иванова С.В., Медведева С.Н.	
Речевое поведение блогера: анализ и диагностирование личностных качеств (в аспекте скрытой и функциональной прагмалингвистики).	126
Заславнов Д.А., Матвеева Г.Г.	

Global Tapestry of Professional Discourse: Multidisciplinary Explorations in Media, Politics, and Online Discourse

*Dmitry S. Khramchenko,
Editor-in-Chief*

Welcome to Volume 5 Issue 3 of *Professional Discourse & Communication*, where we guide you on an enlightening journey through the dynamics of language and speech across assorted professional and institutional milieus. This issue presents high-quality research and inventive methodologies from a plethora of disciplines and viewpoints.

Our journal is committed to cultivating conversation among experts spanning functional linguistics, pragmatics, discourse studies, stylistics, rhetoric, sociolinguistics, cognitive linguistics, cultural studies, and beyond. Additionally, we strive to empower emerging scholars, ensuring a diverse and comprehensive presentation of ideas and insights within the sphere of professional communication.

As we venture into our fifth volume, *PDC* steadfastly maintains its devotion to providing articles characterized by originality, meticulousness, and pertinence. By featuring these works, we aspire to ignite intellectual inquisitiveness and provoke enriching discourse across both well-established and burgeoning fields of interest.

Volume 5 Issue 3 of *Professional Discourse & Communication* comprises a collection of articles from contributors originating in Iran, Tanzania, and Russia. This installment seamlessly connects diverse communicative realms, including modern journalism, mass media, political discourse, online communication, and professional video blogging.

We are thrilled to unveil this special issue, centered around the theme **“Public Discourse and Professional Media Narratives: Examining Linguistic Patterns in Journalism, Political Discourse, and Internet Communication.”** This anthology of research articles and opinion essays reveals fascinating discoveries and trailblazing conceptual observations at the crossroads of linguistics, media studies, and political discourse, grounded in the ever-growing imperative to grasp communication across both conventional and nascent digital media.

The special issue delivers a treasure trove of modern scholarly productions, delving into the multifaceted and evolving essence of professional media narratives, influenced by the myriad contexts of journalism, political discourse, and internet communication. Through the compilation of these investigations, we endeavor to enhance comprehension of public discourse mechanics, proffering important perspectives for academics, practitioners, and the wider public.

We are confident that this special issue will catalyze continued debate, cooperation, and research into the impact of language and communication on shaping public sentiment and informing future analyses of professional media narratives spanning a range of platforms. This issue explores a variety of subjects related to professional discourse, encompassing discussions on journalism’s metaphorical interpretations, media’s use of Heaven and Hell metaphors, the role of language and education in global professional discourse, metaphorical and invective language in online political discourse, Tanzanian presidents’ commu-

nication strategies surrounding COVID-19 vaccines, linguistic manipulation in German political discourse, corpus analysis of near-synonyms, and the distinct linguistic features observed in YouTube blogs for car enthusiasts.

In the opening research paper, titled “Journalism’s Power of Discourse: Be it Through a Periscope or Kaleidoscope,” Zahra Sadat Roozafzai delves into the intricate world of journalism and its profound influence on readers’ perceptions and interpretations. Employing a phenomenological design, the study explores the captivating interplay between fictional and non-fictional journalism, drawing parallels with the metaphorical elements of periscopes and kaleidoscopes. With a deep-rooted focus on Post-Truth and Linguistic Relativism, the paper examines how journalism’s discourse holds the ability to shape and mold the readers’ understanding of reality. Through an engaging and eloquent narrative, the author emphasizes the significance of literary journalism, where imagination, subjectivity, and intuition blend harmoniously to captivate and inform audiences. This research offers a fresh and enlightening perspective on the ever-evolving landscape of journalism, leaving readers with a profound appreciation for the power of journalistic discourse.

Yulia Filyasova’s “Exploring the Functional and Semantic Fields of ‘Heaven’ and ‘Hell’ Conceptual Metaphors in Media News Headlines” offers a comprehensive and insightful analysis of the use of metaphors in media discourse, specifically focusing on the contrasting metaphors “heaven” and “hell.” The study explores the nature of these metaphors, shedding light on their functional and pragmatic roles in communication. By examining a diverse range of headlines from BBC and The Guardian, the paper uncovers the ways in which these metaphors shape the perception of news events and elicit emotional responses from readers. Moreover, the research highlights the critical role of metaphors in framing and conveying complex issues to a broad audience. With its meticulous examination of language usage in the media and its relevance to professional discourse and communication, this paper makes a valuable contribution to our understanding of the interconnectedness of language, metaphor, and public discourse.

In “The Conceptual Matrix of Media Linguistics in the XXI Century: A Case Study of The PIE News,” Antonina A. Kharkovskaya and Anastasiya A. Golubykh explore the interrelation between language, education, and the shifting dynamics of professional discourse on a global scale. With a focus on English-language mass media texts, the authors dissect how linguistic markers within these texts mirror the evolving landscape of professional international education. Their examination unveils the emergence of short-term educational projects designed to enhance workforce mobility, highlighting the adaptability of education to the demands of a rapidly changing job market. Furthermore, the paper shines a spotlight on the geopolitical reorientations of countries, revealing their pursuit of economic opportunities through educational expansion to distant regions. This research offers important insights into the intersections of professional discourse and education, contributing significantly to our understanding of the ever-changing field of professional communication and education.

In “Metaphor as Invective in the Genre of Internet Commentary: A Focus on German Political Discourse,” Daria Kuchina studies the intriguing world of invective language and metaphors in online discourse, particularly within the realm of political communication. Drawing on extensive linguistic analysis, the study sheds light on how individuals employ metaphors related to warfare and opposition to express their opinions and engage in rhetorical battles within digital platforms. What makes this research noteworthy is its insightful

exploration of the interaction between linguistic strategies, social contexts, and the construction of adversarial relationships in online discussions. While the study's primary focus lies in understanding the subtleties of aggressive language use, it also opens the door to broader discussions about the dynamics of professional and political discourse in the digital age. As a valuable addition to the field of discourse analysis and communication, this research paper invites professionals and scholars to rethink the complicated ways language influences contemporary dialogues in both academic and practical spheres.

"Strategies of (De)Legitimation of COVID-19 Vaccines in Tanzanian Political Speeches" by Judicate J. Selenya offers a critical analysis of the communication strategies employed by two Tanzanian presidents, the late President Magufuli and current President Samia Suluhu Hassan, as they navigated the complex landscape of COVID-19 vaccination. The study investigates how these leaders utilized discourse to either legitimize or delegitimize COVID-19 vaccines in the critical year of 2021. By comparing and contrasting their approaches, the research sheds light on the profound influence of political ideologies on public perception and response to vaccines. This timely contribution provides perspectives into the role of political leadership in shaping public health communication during a global crisis and underscores the importance of effective discourse in achieving successful vaccine acceptance and, ultimately, public health outcomes. Don't miss this enlightening exploration into the power of words in shaping our responses to one of the most significant health challenges of our time.

Elena Shesterina's "Newspeak in Contemporary German Political Discourse" presents a comprehensive linguistic analysis of the intricacies and strategies employed within German political discourse, particularly focusing on the phenomenon known as "newspeak". The study digs deep into the sphere of linguistic manipulation, exploring how politicians employ language to obscure, reinterpret, and influence public perception. By carefully examining linguistic devices, rhetorical tactics, and the peculiarities of communication strategies, this research sheds light on the synergy of language and politics. It offers crucial ideas about the ways in which politicians craft their messages and navigate the terrain of professional communication to achieve their goals. Through a critical examination of language use in political contexts, this paper contributes to our understanding of professional discourse, providing essential knowledge for scholars and practitioners in the field.

In "Corpus Analysis as a Means of Meaning Disambiguation: Collocational Analysis of Near-Synonyms of the Verb 'Destroy'," Svetlana Ivanova and Svetlana Medvedeva explore the semantics of near-synonymous verbs related to the concept of "destroy." The study goes beyond surface-level synonymy to uncover the distinct clusters of nouns that these verbs commonly collocate with, revealing their nuanced usage in different contexts. By examining various domains such as politics, society, values, and more, the paper provides insights into how these verbs are employed in professional discourse. This research not only contributes to the field of linguistics but also offers practical applications for understanding and analyzing language in a wide range of professional and societal settings. It exemplifies the power of corpus analysis in unraveling the complexities of language usage, making it a compelling addition to the discourse on language and communication.

Dmitry Zaslavnov and Galina Matveeva's "Bloggers' Speech Behavior: Analysis and Diagnosis of Personal Traits from the Perspective of Implicit and Functional Pragmalinguistics" presents a detailed analysis of communication strategies and linguistic features employed by a specific group of professional content creators within the realm of automo-

tive enthusiasts on Youtube. Focusing on video bloggers who passionately discuss retro cars, particularly the “Moskvich” brand, the study explores the complex world of online discourse. By applying both functional and hidden pragmalinguistic approaches, the author uncovers the ways in which these content creators engage with their audience. The paper not only reveals the communication dynamics within this specialized community but also offers a closer look at the broader field of blogger’s professional discourse. It highlights the role of humor, sarcasm, and self-irony in conveying information, while also showing dedication to presenting content in an engaging and relatable manner. This research contributes significantly to our understanding of linguistic strategies in professional discourse and provides a unique glimpse into the world of retro car enthusiasts’ online communication.

As we conclude this special issue, the editorial team would like to express our appreciation to the authors who have enriched the journal with their original and insightful research, and to the reviewers who have offered their valuable feedback and expertise to uphold PDC’s quality. The editorial team invites all of our readers to join us in advancing the field of professional communication by submitting their work for future issues. We also welcome proposals for special issues, which can highlight the emerging topics and trends that shape and challenge the dynamic landscape of professional communication. By creating a collaborative, diverse, and inclusive space, we can explore the complexities of modern communication and foster a deeper understanding of the world around us.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-11-25>

JOURNALISM'S POWER OF DISCOURSE: BE IT THROUGH A PERISCOPE OR KALEIDOSCOPE

Zahra Sadat Roozafzai

ACECR Institute of Higher Education

(The Islamic Republic of Iran)

Zahra80r@gmail.com

Abstract: The present research paper delves into the power of journalism's discourse through a comparative analysis of literary and non-literary journalism. Drawing on the metaphorical imagery of periscopes and kaleidoscopes, the study aims to explore how journalism's discourse shapes readers' perceptions and interpretations of events, blurring the line between reality and fiction. The paper adopts a qualitative research approach with a phenomenological design. Through in-depth analysis and interpretation, the study examines the power of fictional and non-fictional journalism, drawing upon the concept of metaphor to describe how the discourse of journalism operates. The research questions are explored within the frameworks of Post-Truth, Linguistic Relativism, and Transcendentalism to gain a comprehensive understanding of the power inherent in these two genres of journalism. The empirical material for this research comprises a wide range of literary and non-literary journalistic texts, including articles, news reports, and narrative journalism pieces. Additionally, scholarly works discussing the impact of journalism's discourse on readers' perceptions are included to provide a holistic view of the subject. The study reveals that journalism's discourse, whether in literary or non-literary form, holds a double-edged power over readers' minds. Utilizing the metaphorical comparison of periscopes and kaleidoscopes, the research highlights the relative and manipulative nature of journalistic language. Moreover, the power of literary journalism, bolstered by imaginative and creative writing techniques, exerts a profound influence on shaping readers' worldviews. The research emphasizes the significance of understanding journalism's power in shaping public opinion and perception. While acknowledging the complexity and nuance of this phenomenon, the study underscores the need for continued research to gain further insight into the workings of journalism's discourse in a rapidly evolving media landscape.

Keywords: literary and non-literary journalism; journalism's discourse; post-truth; Post-Modernism; linguistic relativism; transcendentalism.

How to cite this article: Roozafzai Z.S. (2023). Journalism's Power of Discourse: Be it Through A Periscope or Kaleidoscope. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 11–25.
<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-11-25>

1. INTRODUCTION

The post-truth era which is one of the features of Post-Modernism has some realizations in many different aspects of life. Post-truth was even the word of the year in 2016 announced by Oxford Dictionaries, defined as “Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief” [Flood, 2016]. Where objective facts, accurate information, valid accounts, and veracity are fading, where personal belief and individual interpretation and narration gain more weight than they would, it creates a sense of scepticism and even disorder. Collins [2019, p.15] also states as follows:

In the middle of 2016, the presidential campaign of Donald Trump generated some journalistic and political interest in the concept of ‘post truth’, not least due to his unexpected success in obtaining the nomination of the Republican Party to take on Hillary Clinton. The notion of post-truth politics, as we shall see, had been slowly gaining some journalistic traction when it became attached to Trump’s supposedly visceral, simplistic and demagogic style of campaigning. This roughly coincided with the culmination of the EU referendum campaign in the UK, the result of which led UK political commentators to suggest that post-truth politics had been imported from the United States. A related term – ‘fake news’ – has similarly emerged to describe more prosaically the biased and distorted information that is arguably part of the post-truth phenomenon.

Propora and Sekalala [2019, p. 938], also, in their study entitled “Truth, Communication, and Democracy”, after their definition of truth as “an ontologically objective reality” with a “critical realist in nature”, and exploring “presuppositions of epistemic rationality, doxastic voluntarism, and ontological realism” provide a “critical-realist take on the resolution of truth debates and an affirmation of truth as a democratic value” and outlined “the breakdown of the concept and practice of truth and deliberative democracy before and during the age of Trump and the treatment of truth by the profession of journalism as well as the academic discipline of journalism studies”. On the other hand, having accepted relativism as a fact, it may not necessarily be the cause of chaos and confusion. It creates disorder and distrust when it goes to the extreme; otherwise, ‘moderation is the best’, be it even relativism. Flis [2010] also discusses the two sides of Relativism in the two extremes of the postmodern philosophical thoughts in France (Lyotard) and Germany (Habermas). She states: “If Habermas... sees the postmodern as a chaotic, catastrophic era, a retrograde phase of the modern age (of reason), Lyotard, on the other hand, recognizes in it a possibility for the expression of democracy, freedom, and humanism” [Flis, 2010, p.37].

In the meantime, the chaotic world of post-modernism paves the way for some professions and practices to “fish in troubled water”, one of which is journalism. Journalism is a strong hand which can take the possession of power exclusively or also give voice to the more quiet or interest-bearing groups and parties. About the critical stance and power of journalism, Alawad and Kambal [2018, p.17] contend as follows:

The means of communication are the essential elements in organizing the processes of relationships between individuals and groups, and they are, in fact like mirrors that reflect the realities of the societies and the countries, and when the originations, societies, countries, and the cultures, have become the subject to be covered, then, here appears the worry and fear that indicates the danger of these means, and their powerful effect...

A survey called 'The Power of Journalism' implemented in Norway and Sweden, 2018, about the role and power of journalism in the target society revealed that generally both the general public and officials admit the great power and importance of journalism in both countries and a little bit more in Sweden. Robinson et al. [2018] in their book "The Power of Journalists", which is a collection of essays by four journalists about the power and role of the media in a dialogue held in 2016 by Westminster Abbey Institute, discusses the role of a journalist as a truth reflector and fact interpreter. Yet he states that "there is a common view, not only among those in public life, that the media are not part of the company of those seeking to serve the common good; rather, are they its enemy" [Robinson et al., 2018, p. 5]. Leppänen et al. [2015, p. 1] also study the roles of normativity and authenticity in various social media practices and state that "we need to investigate in what particular ways and under what conditions authenticity is made locally meaningful, and how it is oriented to, indexed and communicated to in linguistic and semiotic action and interaction, as well as how local practice draws on and contributes to discourses on and related to authenticity."

Matthew d'Ancona, a highly regarded political commentator, also states "Post-truth is the declining value of truth as society's reserve currency, and the infectious spread of pernicious relativism disguised as legitimate scepticism» [D'Ancona, 2017, p. 2]. Regarding not the quality, but the phenomenon of truth in relativistic postmodernism, Flis [2010] contends that "in postmodern times, not only fiction (and fictionality) but also the fact (and factuality) have been called into question. The nature of truth, any truth whatsoever, has been put on trial" [Flis, 2010, p.179]. Moreover, linguistically, it can be discussed that the integrationist view of language holds that there is a context-dependent link between language as a sign-making and sign-interpreting system and the time-embedded and actual individual's experience [Pablé, 2010]. As Pablé [2019, p. 72] contends "there are no dialogical signs, only personal ones", and Pablé, Haas & Christe [2010], who agree with the contextual nature and usage of language and disapprove of the myth of language as a 'fixed-code', skepticise the degree of the amenability of language to scientific and reliable description; it is thought-provoking to doubt the accuracy and credence of a journalist's or a narrator's release.

Furthermore, Chen [2018], in her interview with Alex Rosenberg the author of the book "How History Gets Things Wrong: The Neuroscience of Our Addiction to Stories", explains the way Rosenberg experiences and explicates how history gets things wrong as follows:

I myself am the victim of narrative. I love narrative. It's the only thing I read, and it's fantastically seductive. When I say "narrative," I don't mean a chronology of events; I mean stories with plots, connected by motivations, by people's beliefs and desires, their plans, intentions, and values. There's a story.

The problem is, that these historical narratives seduce you into thinking you really understand what's going on and why things happened, but most of it is guessing people's motives and their inner thoughts. It allays your curiosity, and you're satisfied psychologically by the narrative, and it connects the dots so you feel you're in the shoes of the person whose narrative is being recorded. It has seduced you into a false account, and now you think you understand. The second part is that it effectively prevents you from going on to try to find the right theory and correct account of events. The third problem, which is the gravest, is that people use narratives because of their tremendous emotional impact to drive human actions, movements, political parties, religions, and ideologies. Many movements, like nationalism and intolerant religions, are driven by narrative and are harmful and dangerous for humanity.

His argument for the fallacy of narratives in the field of neuroscience lies on the side of the theory of mind. Rosenberg contends that «we're hardwired to have the theory of mind — basically trying to read and guess other people's emotions — and that makes narratives enjoyable even if they're wrong or impossible to prove» [Chen, 2018].

Literary journalism by definition is neither traditional journalism nor fiction. It is a form of non-fictional (can be factual though hardly so) narrative with the stylistic techniques of fictional narratives. Whitt [2008] claims that focus as an element of literary journalism is in the hands of those who are influenced by institutions rather than the institutions themselves. Herman & Chomsky [1988] in their essay «Propaganda Model», excerpted from «Manufacturing Consent», state that “in countries where the levers of power are in the hands of a state bureaucracy, the monopolistic control over the media, often supplemented by official censorship, makes it clear that the media serve the ends of a dominant elite” [Herman & Chomsky, 1988]. Chomsky, furthermore, proposed ten strategies employed by the media to manipulate the readers' mind [Le Demeuze in *Medicina Generale*]. However, Sylvain Timsit claims that “the document was first published in French in 2002, with the original title «Stratégies de manipulation» on the website syti.net [Sylvain Timsit, 2002]. The origin of the false attribution to Noam Chomsky” [WikiMANNia (December 14, 2015)].

Documentary Narratives as a form of literary journalism are referred to by Flis [2010] as an expert and professor of literary journalism to “various types of fact-involving stories, ranging from the highly factual or objective accounts to the considerably more fictional and subjective pieces... with extra-textual epistemological implications» [Flis, 2010, p. 11]. She asserts that “reality-based topics and documentary narratives have been greatly popular and demanded among readers. Many contemporary readers seem to prefer realism over romanticizing, for nonfiction writing gives them fairly easy access to the pleasure of facts, as well as to the message of the story” [Flis, 2010, p. 195]. As a result, it is simply imaginable how deep and broad could be the writings of literary journalists, especially documentary narratives, and how huge the power its authors would gain from them. Furthermore, in line with a key tenet of transcendentalism, which emphasizes that institutions corrupt the innocence and purity of individuals, as well as their inherent nature, as discussed in Ralph Waldo Emerson's essay “Self-Reliance” (1841), the American transcendentalist philosopher, poet, lecturer, and essayist who led the transcendentalist movement in the mid-19th century. In alignment with the concept of self-reliance and intuition, which will be further discussed in the section titled “Transcendentalist Journalism,” the influence of institutions, particularly news and narrative journalism agencies, in reflecting or manipulating the truth and reality is a significant and undeniable issue. So the question is how truthful, real and factful the documentary narratives and

literary journalism are. Are they just reflecting the facts and truth to the readers? A saying from Joseph Campbell wittingly answers the question: “Myth is much more important and true than history. History is just journalism and you know how reliable that is” [Quotefancy].

The current study has been designed to answer the above question with the scientific research approach. To form, fit, and figure out the question, a Phronetic Social-Science approach was taken. The ancient Greek noun *phronēsis* is generally translated as “practical wisdom”, “practical judgment”, “common sense”, or “prudence” [Aristotle, 2004]. In Aristotle’s words, *phronesis* is an intellectual virtue, “constructed based on a contextual knowledge”, “action-oriented and capable of action with regard to things that are good or bad for man”, “interactively constructed”, and is based on certain values [Cairns & Śliwa, 2008]. According to Flyvbjerg [2001, p.140], the researches conducted in this approach are means

to clarify and deliberate about the problems and risks we face and to outline how things may be done differently, in the full knowledge that we cannot find the ultimate answers to these questions or even a single version of what the questions are.

So, perhaps this is why it’s referred to as the Phronetic Iterative Analysis approach in qualitative research methodology. This nomenclature may stem from the inherently indefinite nature of this research approach, which involves conducting repetitive yet distinct research tasks and designs. According to Prof. Bent Flyvbjerg (2016), a recognized and distinguished expert in this field, making a phronetic research question needs some guidelines as follows:

The principal task for phronetic research is to clarify values, interests, and power relations as a basis for praxis. The point of departure for such research can be summarized in four value-rational questions, which researchers ask and answer for specific problematics in their fields of interest.... the primary purpose of phronetic social science is not to develop theory (though it may be done), but to contribute to society’s practical rationality in elucidating where we are, where we want to go, and what is desirable according to diverse sets of values and interests. The goal of the phronetic approach is to add to society’s capacity for value-rational deliberation and action.

Tracy [2020, p.37] also accepts and assumes some measures for phronetic research questions like the available study. She postulates that “qualitative methods are especially suited for examining phronetic questions about morality and values. Social action is always changing; therefore, contextual explanations and situated meanings are integral to ongoing sensemaking”.

Therefore, based on the literature review, and experts’ and practitioners’ views, works and theories about the journalism’s power of discourse over readers, and in forming their viewpoint. The present study tries to describe the concept, construct and working mechanism of literary and non-literary journalism using the language of metaphor; and then it has made an attempt to explain how this power and mechanism are accounted for by resorting to Post-Modernism, Post-Truth, Relative Linguistics, and even further explain the journalism’s power of discourse in transcendentalism to outline it in both directions (vertical and horizontal) to give an additional perspective to this phenomenon, i.e. journalism’s power of discourse. So, in short, the research questions of the present study are what the discourse of journalism and the power of journalism’s discourse are, and how they work.

2. METHODOLOGY

The current article is a qualitative research in the phenomenological design which discusses the power of fictional and non-fictional journalism separately, refers to the “one rich and wide-reaching element of language” (Underhill, 2011, p. 17), i.e. metaphor, to describe what and explain how the discourse of journalism, both literary and non-literary journalism, works; delineate its mechanism of action and instrumentation through comparing them to kaleidoscopes and periscopes and to reveal what their working mechanism looks like and how it works. Moreover, this study aims to address research questions within the framework of Post-Truth and Linguistic Relativism while incorporating Transcendentalism to review and argue how the power of these two genres of journalistic discourse can be explained.

The world is made up of phenomena, and phenomenology is literally defined as the description of events, experiences, concepts, and situations. There are times when we are aware of the phenomena which surround us, but not fully conscious of them. So, phenomenological research needs to be conducted in order to discuss and clarify the topic(s) to raise the readers’ consciousness. According to Astalin [2013, p. 2], “phenomenological research will not necessarily provide definitive explanations, but it does raise awareness and increases insight about the phenomena”. Chall [2019, p.19] generally defines journalistic discourse as “a communicative act of particular linguistic phenomenon that requires some special norms and reflects on social, cultural, political, ideological aspects. Thus, it is regarded as a specialized discourse.” As such, the present study is to examine and explain the power of journalism, gained by virtue of practising the manipulative and journalistic discourse, within the framework of Post-Modernism and Transcendentalism.

3. METAPHORS

As Underhill [2011, p.17] maintains “all of our concepts are framed within metaphorical terms”. The current study deploys the figurative device of metaphor to describe literary and non-literary (traditional) journalism from a different lens of transdisciplinary discourse. Astalin (2013) also conforms to Ricoeur’s [1975] view on metaphors and contends that «metaphor acts within context, not (as is usually believed in philosophy and rhetoric) by importing one trait or quality from a literal to a figurative context. ... It harnesses the meaning attributed to a term within a given context” [Astalin, 2013, p. 36]. For instance, an article by Smith-Merry [2013] is entitled “Reciprocal Instrumentalism: Scotland, WHO Europe, and mental health”. The main part of the heading, “Reciprocal Instrumentalism”, gives a sense of interaction and movement (“reciprocal”) to a philosophical approach (“instrumentalism”). Moreover, adding the subheading “Scotland, WHO Europe, and mental health” to the notion of instrumentalism gives a sense of the tool to a country (Scotland), an organization (WHO Europe) and a condition (mental health). So, metaphors, especially conceptual metaphors, juxtapose two contexts, in general, and can be employed for a new, live and sharper presentation and understanding.

Therefore, the figurative device of metaphor was employed in this study to address both descriptive and explanatory questions. This usage aligns with The Oxford Dictionary of English Grammar (p. 77) on comparison:

In comparative clauses introduced by *than* or *as*, whatever is represented by the adjective, adverb etc. that functions as the comparative element is sometimes called the standard of comparison, and the basis of comparison is whoever or whatever is being compared in the comparative clause. Thus in *Pete is happier than Paul*, the standard of comparison is happiness and the basis of comparison is Paul.

In the current study, the subject of comparison is the power of literary and non-literary journalism's discourse, the basis of comparison are periscopes and kaleidoscopes. The standard of comparison is the unreal / less real, subjective / less objective, manipulative / less artless, relative / less independent nature, essence, and appearance of both the power of journalism's discourse and the mechanism of periscopes and kaleidoscopes. Thus, to describe the nature, essence, and appearance of the power of journalism's discourse the aforementioned metaphorical comparison will be employed. Moreover, to explain the nature, essence, and appearance of the power of journalism's discourse, Post-Truth, Post-Modernism, Pluralism, and Relative Linguistic Relativism will be utilized as the framework. Thereafter, to give an additional and further perspective to the afore-discussed nature, essence, and appearance of the power of journalism's discourse; that same nature, essence, and appearance of the power of journalism's discourse will be discussed within the framework of Transcendentalism.

4. PERISCOPE

Periscopes are basically composed of two mirrors parallel to each other at the 45° angle that create an indirect line of sight. A periscope, symbolizing non-literary (traditional) journalism or journalists, consists of two plane mirrors. The first mirror is positioned near the object(s), while the second is situated close to the viewer's eye. The first mirror is the eye, faculty and perception of the journalist and the second is his/her pen, production and hand, and the observable image is his/her writing product. As cited in Flis [2010, p. 188], storytelling is a transformation of reality via «someone's eye and hand» [Wolk, 2007].

Thus, the real object passes through two mirrors and changes into an image of the object so that it could reach the viewer and be visualized by the viewer's brain and perceived by his/her mind. Expectedly, in its multi-stepping journey from a real object to the perceived image of the object, the light reflected from the real object undergoes many fractions and refractions. It is the mechanism of story-telling.

The first image of the real object is inverted, reverted, and rotated sometimes to be perceived by the viewer. Likewise, the truth, the fact, and the reality, each of which has a different meaning, denotation and connotation, are in the hands of journalists. They can either be highly devoted to representing the real source object, event, phenomenon, etc., or they can deviate significantly from them on the continuum of truth fidelity. In both scenarios, the image conveyed to the viewer is crafted by the journalist. In the first scenario, the deviation is considered standard, akin to the standard deviation in mathematics. It is naturally occurring due to the inherent variability of human perspectives and is thus acceptable within the frameworks of Relativism and Postmodernism, as previously discussed. In the second scenario, however, the journalist intentionally exploits their position and influence to manipulate readers' emotions and thoughts in favour of institutional or sociopolitical interests through their writing.

As the frame of journalism is the production of the verbal mode of discourse, in addition to the sociopolitical concerns, areas of Linguistics, more specifically Linguistic Relativism, can be at issue in the present study. A person's worldview is shaped by two primary cognitive processes: perception and thinking, which predominantly occur during the course of language and thought. They are the two potent forces which have mutual influences on each other in different degree values based on different theories and hypotheses of linguistic relativity, developed by such researchers as Boas [1911], Boroditsky [2001], Herder [1977], Humboldt [1841], Levinson [1996], Stokhof [2003]. Linguistic Determinism, the strong version of linguistic relativity, on the one hand, proposes that language and linguistic structures constrain and confine the users' thoughts, and consequently the social reality [Wilson, 2015]. On the other hand, Whorf-Sapir's Linguistic Relativism states that language influences, not determines, the users' view of the world [Beek, 2006].

Moreover, the impact and connotation of words are not absolute but relative depending on the context. For example, the word 'freedom' would differ in America and some communist countries in the 1960s and 1970s. Whereas in America this notion refers to the freedom of speech and expression in sociopolitical debates and economy, in socialist countries it refers to the freedom of having equal rights in life's necessities and social welfare like home, job, and education [Underhill, 2011]. 'The Muslim Veil' can be another example. Salton [2014] discusses the socio-political differences in wearing Muslim Veil clothing between the USA and France as follows:

The USA and France are often perceived as having different if not antipodal, legal and political systems. At first sight, the treatment of the Muslim veil at school confirms this impression, for this piece of clothing is seen in the USA as a private symbol of religious devotion and benefits from the protection of the First Amendment, whereas the same item is regarded in France, after March 2004, as a threat to the idea of French secularism ('laïcité') and is prohibited in all public schools [Salton, 2014, p. 1].

Now, referring to the vigorous effects and causal relationships of language and thought, and their infinite productivity, which is a characteristic of the human language in various contexts, the power of journalism, as a practice of language in literary and non-literary discourse in the pluralistic, post-truth presentation of reality can be more conceivable. Aligned with the 'media logic' defined by Hearn-Branaman [2018] as "the assumptions and processes for constructing messages within a particular medium. ... The rules or "codes" for defining, selecting, organizing, presenting, and recognizing information as one thing rather than another" (cited in [Wilson, 2019]); language and discourse can be a tool at the service of media logic. The way journalists define and touch, for example, the word 'freedom,' must be different in different settings in history to create a worldview. 'Freedom' is not just a property of the real world out there. It is a mental concept and thought product as well. In reporting and narrating a single event, journalism can make even adverse world views of positive or negative hues using linguistic tools and rhetorical devices in diverse orientations relating to its socio-politico-economic inclinations. Deploying figurative or non-figurative, ironic or non-ironic speech, rhetorical or non-rhetorical devices, clear or vague, positive or negative, lexico-grammatical structures, semantic-pragmatic expressions and sociolinguistic variations in their interpretations and productions will influence the readers' thought varyingly and, as a result, create different worldviews.

Larsen and Figenschou [2019, p. 5463] also analyzed meta-journalistic and media critique discourse in the case of extremist voices and boundaries of public debates. Their study indicated how ironically and manipulatively “[the] editorial legacy media invite a broad meta debate, but control and define the debate by positioning themselves as defenders against extremism, evoking normative ideals of the role of journalism in a democracy and foregrounding the preventive, clarifying, and cohesive effects of including extremist voices”.

From myriads of interpretations of an event, the reader receives the one narrated by the journalist. There could be as many narrations and interpretations as the number of people seeing an event, as the ‘dialogism’ of Bakhtin [1999; 1981], cited in Flis [2010], indicates the “infiniteness and the impossibility to determine ultimate ... meanings” [Flis, 2010, p. 48]. Now, it is the journalist who takes one meaning of his/her choice, favour and faculty; and with his/her pen power takes control of the readers’ mind.

In the confederation of literary journalism scholars, gathered from across the globe in Minneapolis, Nicholas Lemann emphasized the important social function and public and political significance of journalism and insisted that when journalists dubiously “harness their fiction to the booster rocket of truth claims” they diminish the credibility of all non-fiction [Roiland, 2015]. He continues:

Journalism is the only profession in the United States to enjoy constitutional protection. Consequently, what counts as journalism has material, legal significance. Beyond historical and linguistic accuracy, it is important to understand what these labels mean because journalistic genre classification played a role in “the only US Supreme Court case that directly addresses the First Amendment dimensions not just of altered quotations but of narrative technique in journalism” [Roiland, 2015, p.74].

All said, it is unfair to believe that journalism and the press are enjoying the freedom they need to have, and are under no pressure or threat. Ponce [2015], in his written testimony on the state of press freedom in the Americas, states that “press freedom in the Americas faces a more severe and diverse set of challenges than at any point in the last five years. Journalists are under threat from both state and non-state actors, whether in the form of laws that restrict press freedom, government censorship, political persecution and harassment, or violent attacks” [Ponce, 2015, p. 9]. There are also plenty of memorable male and female journalists who fought for human rights, justice and humanity and were murdered, such as Regina Martínez, Rubén Espinosa, Pineda Brito, Miroslava Breach [Pastrana, 2017].

5. KALEIDOSCOPE

The basic and simplest system of a kaleidoscope is a two-mirror system kaleidoscope in a triangular arrangement where two sides are mirrors in a mathematical formula for the folds and points of the angles, and the third side is blackened. This mirror setting causes multiple refractions of light which, in turn, makes the viewer not able to see the real object(s).

Thus, a kaleidoscope is a mirror-based instrument functioning with multiple reflections of images from a real object. Mirrors, do not essentially reflect the absolute truth, which is completely accepted and acknowledged in the Relativism of Postmodernism, discussed earlier, because of the

(re)fractions of light and delusions of eyesight. Likewise, Flis [2010] cites a quote from Harold Pinter in his Noble lecture (2005) and states that “when we look into a mirror we think the image that confronts us is accurate. But move a millimetre and the image changes. We are actually looking at a never-ending range of reflections” [Flis, 2010, p. 178].

Like a periscope, a kaleidoscope is composed of two mirrors too. But, unlike a periscope, the mirrors are arranged to function simultaneously rather than sequentially. One mirror is the perception of the writer / literary journalist / narrative journalist of the event. The other is the literary and fictional devices of aesthetics. The created image is the product of literary journalism. A colourful image presented to the reader (viewer) from the multiple refractions of light between two mirrors back and forth, forms the object in the kaleidoscope. So, the narrative journalist has two hands of power: the power of writing and the power of literary and stylistic devices.

One of the strong faculty powers in writing, in general, and in literary journalism in particular, is imagination. As Morton [2018] in her study “The Role of Imagination in Literary Journalism” asserts “the imagination is indeed a key component of literary journalistic practice”, and further – “practitioners and theorists alike can benefit from a deeper understanding of its role in the representation of reality” [Morton, 2018, p.1]. She continues that “in recent times ‘imagination’ has been widely acknowledged by scholars as having a key role in journalism practice.” She also quotes Michael Schudson [1995] and states «No reporter just ‘gets the facts.’ Reporters make stories... It cannot be done without play and imagination,” and that “description is always an act of imagination.”

Flis [2010] also provides an example of a truth-relativism documentary, fiction from Joe Sacco, the author of a comic book series called “Palestine” (1996) and “Footnotes in Gaza” (2009) based on which two albums were published. She asserts that

“It [*Footnotes* Album] consists of a multitude of individual truths/testimonies that are filtered through Sacco’s journalistic and artistic lens. In neither of these two albums (nor in any of his other books) does Sacco claim to be a ‘neutral’ observer. He makes it clear that he is part of the story and that the events affect him... The element of the narrator’s immersion into the subject matter, which is an essential element of literary journalism, is surely present, as are the writer’s/artist’s personal experiences and observations” [Flis, 2010, p. 192].

Regarding Documentary Novels as a form of literary journalism, Flis [2010] opens a chapter from an Iranian author Mas’ud Zavarzadeh and cites “the non-fiction novel is the ‘fiction’ of the metaphysical void” [Flis, 2010, p. 84]. She regards Factual Fiction as the ‘Fourth Genre.’ She depicts the narrative territory of factual fiction as a space between ‘Life Writings’ (facts), including “memoirs, (auto)biographies, travel books, historical narratives, and journalism» and ‘Fiction Narratives’ (fiction), including “realistic, naturalistic, and postmodern (metafictional) novels” [Flis, 2010, p.85]. She refers to facts as ‘news articles, biographies, autobiographies, and various types of historical accounts’ when she writes that “some narratives are reportorial, documentary, and clearly refer to facts” [Flis, 2010, p. 11].

Therefore, the kaleidoscope of the literary journalistic power has even more paint and hue to colour the truth and realities of the world and the events behind the scenes because the beauty and aesthetics make the reader not only believe the news but also take pleasure from it as it is indicated in a saying from Evan Davis, which reads: “We evidently are quite happy to believe untruths.”

Furthermore, Kant, as an example representing the school of transcendentalism, which will be discussed in the next section, believed in understanding the nature of reality through an investigation of the thought processes rather than the objects of sensory experience [Webster's New World College Dictionary, 2014]. The key idea is that to comprehend the nature of reality, one must first scrutinize and analyze the reasoning process that governs the nature of our experiences. In doing so, we can justify the intuitive and self-reliant essence and appearance of journalism's discourse. It's also important to note that political and institutional facets of journalism have historically battled against censorship and fought for freedom of expression. Efforts to promote freedom of the press and journalism have been established. For instance, in 2002, Silvio Berlusconi received the ironic "censorship award" for implementing unprecedented censorship powers and for combining the concerning amalgamation of media, government, and an individual in the role of prime minister [Wells, 2002].

6. TRANSCENDENTALIST JOURNALISM

Transcendentalism was first a philosophical movement in the 19th century, which originated in the United States and served as a reaction to Rationalism and Intellectualism. Departing from the history of transcendentalism, the core of this thought is the credence of and faith in intuition and subjective interpretation and the interest in divinity. With a fine juxtaposition of this view to either literary journalism, which is a river of art, or non-literary (traditional) journalism, which is also a trench of art, referring to the title and content of Weber's [1974] book called "The Reporter As Artist: Readings on the New Journalism Controversy", power of journalism is like the power of divinity from above, which is encompassing and penetrating. In addition, it certifies the exertion of the subjective interpretation and (post-) truth, pluralistic reporting by journalists as inspired by art, the art of manipulation, in varying degrees.

The subjectivity accountability and intuition highlighted in transcendentalism are also in line with a technical term in narrative, especially in narrative journalism, called 'mini-narrative'. Grand narrative is a term proposed by Jean-François Lyotard (1979), referring to the totalitarian, stable, ordered, and universal scheme of narrative in the cultural, historical, social, etc. knowledge account and experience explanation of a nation, state and world which has been widely criticized in the world of unstable, pluralist, provisional, situational, temporary and relative postmodernism [Lyotard, 1979]. So, a mini-narrative, which deals with subjective truth, self-reflexiveness, and contingency, has been introduced and advocated for as the counter practice of grand narrative and journalism. Likewise, as one of the core values of transcendentalism is the intuitive perception of reality, it encourages the subjective, plural and individual interpretation considerably. It is what the essence of journalism is. Morton [2018, p.3] maintains that «modern, passive journalism» is not practised in fact and postulates that "in recent times "imagination" has been widely acknowledged by scholars as having a key role in journalism practice". The artful definition of Journalism by G. Stuart Adam [1993] also reveals the streaks of art, imagination and subjectivity in journalism when he, as an educator of journalism, writes that journalism is "a form of expression that is an invention. . . . a creation—a product of the Imagination..." (cited in [Morton, 2018, p.4]).

Based on the tenets of transcendentalism, humans and human nature are good and innocent. It is different institutions, such as religious and political institutions, that corrupt the human nature. So, they must have a power of corrupting the purity of human nature. Besides, as the nature of the news agencies and journalism's discourse is political, the (horizontally) manipulative power of

journalistic politics, is added to this (vertically) corrupting power of news agencies, and both of them are in the hands of journalism's discourse. Respectively, in other words, (literary and non-literary) journalism, has not only the power to manipulate their readers' minds on a smaller scale and synchronacy but also, has the corrupting power of human nature on a larger scale and diachrony. In addition, it is notable that literary journalism's discourse is more powerful in this matter because it has more instruments, such as literary and figurative devices.

7. CONCLUSION

When one is reading literary and non-literary stories it is like viewing the world through a kaleidoscope and periscope. Thus, the readers must be ready to think the way the writers see the world. In either instrument, in the power game and power relations, it is the journalism's discourse that is above the readers' minds and views. Be it a periscope or a kaleidoscope, journalism has a double-edged power. It can reflect the objects (events) in the spectrum of light reflections between relatively real or reversely unreal and give a trans- and supra-scientific power. The power of journalism is both across and above the readers' mind and nature, both in horizontal and vertical directions. Either case can be, in turn, bitter or favourable.

Fortunately, periscopes and kaleidoscopes use plane mirrors, neither converging nor diverging. These mirrors produce the closest image of the objects in front of them. If it were otherwise, linguistic, rhetorical, journalistic, and stylistic devices would amplify the manipulative power of journalism's discourse, potentially transforming Post-Truth into After-Truth.

Referring to the repetitive nature of the Phronetic Iterative Analysis approach, the fact that «we cannot find ultimate answers to these [phronetic] questions or even a single version of what the questions are» [Flyvbjerg, 2016], and the fact that “phenomenological research will not necessarily provide definitive explanations, but it does raise awareness and increases insight about the phenomena” [Astalin, 2013], the answer to the questions of the present study is not an ultimate statement as a result of the current scrutiny and exploration. The answers to the available research questions will give a more fundamental and developed perspective on the power of journalism's discourse. Certainly, further research and answers will be more developed. Srivastava & Hopwood [2009, p.76] also stated that “the role of iteration in qualitative data analysis, not as a repetitive mechanical task but as a reflexive process, is key to sparking insight and developing meaning”. So, further research will deepen our understanding of this global phenomenon.

Conflict of interest

The author states that there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Adam, G. S. (1993). *Notes towards a definition of journalism: understanding an old craft as an art form*. Poynter Institute for Media Studies, St. Petersburg.
2. Alawad, M.B., & Kambal, Z.E. (2018). The World-View and its Implications in Media Discourse: Building and Analyzing. *Global Media Journal*, 17 (32), 1-9.

3. Aristotle. (2004). *The Nicomachean ethics* (rev. ed.). In J. A. K. Thomson (Ed.), H. Tredennick (transl.), J. Barnes (introd.). London, UK: Penguin Books.
4. Astalin, P. K. (2013). Qualitative Research Design: A Conceptual Framework. *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*, vol.2, no.1, 118-124.
5. Bakhtin, M. M. (1999). The Bildungsroman and its significance in the history of realism (Toward a historical typology of the novel). In M. Holquist (Ed.), *Speech genres and other late essays* (pp. 10-59), University of Texas Press, Austin, TX.
6. Bakhtin, M.M. (1981) *The Dialogic Imagination: Four Essays*. In M. Holquist (Ed.), C. Emerson and M. Holquist (transl.). University of Texas Press, Austin and London.
7. Beek, W. (2006). Linguistic Relativism Variants and Misconceptions. *Semantic Scholar*. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Linguistic-Relativism-Variants-and-Misconceptions-Beek/82d71b38b1faddfee77a81e4b6ba64c0514f6752> (accessed: 17 July, 2023).
8. Boroditsky, L. (2001). Does language shape thought? : Mandarin and English speakers conception of time. *Cognitive psychology*, 43, 1-22.
9. Cairns, G., & Śliwa, M. (2008). The implications of Aristotle's phronēsis for organizational inquiry. In D. Barry & H. Hansen (Eds.), *Handbook of new approaches in management and organization* (pp. 318–328). London, UK: SAGE.
10. Chaal, H. (2019). The Journalistic Discourse Translating Strategies: From English into Arab. *World Journal of the English Language*, 9 (2), 19-27.
11. Chen, A. (2018). A philosopher explains how our addiction to stories keeps us from understanding history. October 5, 2018. Retrieved from <https://www.theverge.com/2018/10/5/17940650/how-history-gets-things-wrong-alexrosenberg-interview-neuroscience-stories> (accessed: 10 July, 2023).
12. Collins, J. (2019). The facts don't work: The EU referendum campaign and the journalistic construction of Post-truth politics. *Discourse, Context & Media*, 27, 15-21.
13. D'Ancona, M. (2017). *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*. Ebury Press.
14. Flis, L. (2010). *Factual Fictions: Narrative Truth and the Contemporary American Documentary Novel*. Cambridge Scholars Publishing, UK.
15. Flood, A. (November 15, 2016). 'Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries. The Guardian. Retrieved from <https://amp.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (accessed: 19 July, 2023).
16. Flyvbjerg, B. (2001). *Making social science matter: Why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge University Press. doi:<https://doi.org/10.1017/CBO9780511810503>
17. Flyvbjerg, B. (May 24, 2016). What is Phronesis and Phronetic Social Science? Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/what-phronesis-phronetic-social-science-bent-flyvbjerg-%E5%82%85%E4%BB%A5%E6%96%8C> (accessed: 10 August, 2023).
18. Forde, K. R. (2008). *Literary Journalism on Trial: Masson v. New Yorker and the First Amendment*. University of Massachusetts Press, Amherst.
19. Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. United States: Pantheon Books.
20. Herder, J. G. (1772). *Abhandlung über den Ursprung der Sprache, welche den von der Königl. Academie der Wissenschaften für das Jahr 1770 gesetzten Preis erhalten hat* [Treatise on the origin of the language, which corresponds to that of the Royal Academy of Sciences for the year 1770]. Project Gutenberg (in German).

21. Humboldt, W.V. (1841-1852). *Gesammelte Werke [Collected Works]*. De Gruyter, Berlin.
22. Leppänen, S., Møller, J. S., Nørreby, Th. R., Stæhr, A., & Kytölä, S. (2015). Authenticity, normativity and social media. *Discourse, Context & Media*, 8, 1-5.
23. Larsen, A. G., & Figenschou, T. U. (2019). Metajournalism and Media Critique: Responses to “Extremist Voices” in the Digitalized News Landscape. *International Journal of Communication*, 13, 5463–5482.
24. Le Demenze in Medicina Generale. (n.d.). *Noam Chomsky – “10 strategies of manipulation” by the media*. Retrieved from <http://www.demenzemedicinagenerale.net> (accessed: 13 July, 2023).
25. Levinson, S. C. (1996). Language and space. *Annual review of Anthropology*, 25, 353-382.
26. Lyotard, J. F. (1979). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Les Éditions de Minuit.
27. Morton, L. (2018). The Role of Imagination in Literary Journalism. *Literary Journalism Studies*, 10 (1), 92-102.
28. Pablé, A. (2010). Language, knowledge and reality: The integrationist on name variation. *Language & Communication*, 30 (2), 109-122.
29. Pablé, A. (2019). Integrating the (dialogical) sign: or who’s an integrationist? *Language Sciences*, 75, 72-84.
30. Pablé, A., Haas, M., & Christe, N. (2010). Language and social identity: An integrationist critique. *Language Sciences*, 32, 671-676.
31. Pastrana, D. (2017). Protection of Journalists Fails in Latin America. *International Press Service (IPS)*. Retrieved from <http://www.ipsnews.net/2017/04/protection-of-journalists-fails-in-latin-america/> (accessed: 10 July, 2023).
32. Ponce, C. E. (2015). *Persecution and Prosecution: Journalists Under Threat in Latin America*. Freedom house, House Foreign Affairs Western Hemisphere Subcommittee.
33. Porpora, D. V., & Porpora, S. (2019). Truth, Communication, and Democracy. *International Journal of Communication*, 13, 938–955.
34. Quotefancy. Joseph Campbell Quotes. Retrieved from <https://quotefancy.com/quote/845485/Joseph-Campbell-Myth-is-much-more-important-and-true-than-history-History-is-just> (accessed: 10 August, 2023).
35. Ricoeur, P. (1975) *La métaphore vive [Vivid metaphor]*. Seuil, Paris (in French).
36. Robinson, N., Gibbon, G., Speed, B., & Beckett, C. (2018). *The Power of Journalists*. House Publishing, London.
37. Roiland, J. (2015). By Any Other Name: The Case for Literary Journalism. *Literary Journalism Studies*, 7 (2), 60-90.
38. Rosenberg, A. (2018). *How History Gets Things Wrong: The Neuroscience of Our Addiction to Stories*, MIT Press. Retrieved from <https://mitpress.mit.edu/books/how-history-gets-things-wrong> (accessed: 19 July, 2023).
39. Salton, H. T. (2014). The Muslim veil in the USA and France: a comparative analysis of law and policy. *International Journal of Public Policy*, 10 (6), 333 – 367.
40. Smith-Merry, J., Freeman, R., & Sturdy, S. (2013). Reciprocal instrumentalism: Scotland, WHO Europe, and mental health. *International Journal of Public Policy*, vol.9, No.4/5/6, 260 – 276.
41. Srivastava, P., & Hopwood, N. (2009). A Practical Iterative Framework for Qualitative Data Analysis. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(1), 76–84. doi:<https://doi.org/10.1177/160940690900800107>

42. Sylvain Timsit. (2002). *Stratégies de manipulation*. Retrieved from <http://www.syti.net/Manipulations.html> (accessed: 13 July, 2023) (in French).
43. Tracy, S. J. (2020). *Qualitative Research Method*. USA: Wiley and Sons Inc. Retrieved from https://uswr.ac.ir/uploads/2_57961.pdf (accessed: 19 July, 2023).
44. The Oxford Dictionary of English Grammar. Retrieved from [http://apssamba.co.in/pdf/the-oxford-dictionary-of-english-grammar-oxford-quick-reference-2nd_edition%20\(%20PDF-Drive%20\).pdf](http://apssamba.co.in/pdf/the-oxford-dictionary-of-english-grammar-oxford-quick-reference-2nd_edition%20(%20PDF-Drive%20).pdf) (accessed: 10 August, 2023).
45. The Power of Journalism Survey. (2018). Retrieved from <https://www.thepowerofjournalism.com/survey/> (accessed: 19 July, 2023).
46. Underhill, J. W. (2011). *Creating World Views, Metaphor, Ideology and Language*. Edinburgh University Press, England.
47. Weber, R. (1974). *The Reporter as Artist: Readings on the New Journalism Controversy* (ed.). Hastings House.
48. Webster's New World College Dictionary. (2014). Houghton Mifflin, Harcourt Publishing Company.
49. Wells, M. (2002). Censorship 'Award' for Berlusconi. *The Guardian*, Friday, March 22. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/2002/mar/22/pressandpublishing.broadcasting> (accessed 19 July, 2023).
50. Whitt, J. (2008). *Women in American Journalism: A New History*. University of Illinois Press.
51. WikiMANNia. (December 14, 2015). 10 strategies of manipulation. Retrieved from https://en.wikimannia.org/10_strategies_of_manipulation#cite_note-1 (accessed: 13 July, 2023).
52. Wilson, C. (2015). *Language Files*. The Ohio State University Press.
53. Wilson, M. R. (2019). Media Government Interactions in the United States. *Global Media Journal*, 17-32.
54. Wolk, D. (2007). *Reading Comics*. Da Capo Press, Cambridge, MA.

About the author:

Dr. **Zahra Sadat Roozafzai** holds a Ph.D. in English Applied Linguistics with a focus on TEFL. She also pursues studies in Humanities within an academic context in Europe. She is currently serving as an Assistant Professor at the ACECR Institute of Higher Education in Isfahan, The Islamic Republic of Iran. Her research interests encompass English Applied Linguistics, Sociolinguistics, Socio-Cognitive Linguistics, Critical Discourse Analysis, and TEFL in various contexts and scopes. ORCID: 0000-0001-8376-6818

Received: June 23, 2023.

Accepted: August 2, 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-26-48>

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ АНГЛИЙСКИХ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ МЕТАФОР *HEAVEN* И *HELL* В НОВОСТНЫХ МЕДИАЗАГОЛОВКАХ

Ю.А. Филясова

РГПУ им. А.И. Герцена
(Санкт-Петербург, Россия)
phill.yield@gmail.com

Аннотация: Цель данного исследования заключается в анализе функционирования антонимической пары концептуальных метафор *heaven* и *hell* в заголовочных комплексах английских новостных статей медиакомпаний *BBC* и *The Guardian* в период с 1999 г. по 2023 г. Актуальность исследования определяется необходимостью изучения лексического значения основополагающих терминов теологического свойства, основанных на ирреальном когнитивном конструкте, в условиях меняющихся социальных парадигм. Исследование проводилось с помощью методов сплошной выборки, классификации, тематического анализа, анализа дефиниций, семантического анализа. В результате исследования было выявлено, что концептуальная метафора *hell* обладает более широкой семантикой по сравнению с *heaven* как на уровне дефиниций, так и на функциональном уровне. Наиболее распространенной функцией антонимической пары *heaven* – *hell* является метафорическое использование, однако встречаются случаи их употребления в составе идиоматических выражений, эмфазы, аллюзий, прямых значений, основанных на теологических конструктах, зевгмы, контаминаций. Семантическое поле метафор охватывает тематические области с полярными коннотативными значениями:

Hell: политика (политическая нестабильность, борьба, смена политических фигур, антикризисные меры); социальная жизнь (реформы, дискриминация, ограничения, вынужденные расходы); правонарушения (действия насильственного характера, угрозы, преследования, действия неправомерного характера, жертвы и пострадавшие); природа (природные катаклизмы, трудные для проживания условия, экологический кризис); спорт (травмы, соперничество, психологические атаки, преодоление); развлечения (низкое качество сервиса, вредные привычки, нарушение баланса и привычного распорядка дня); путешествия (непредвиденные обстоятельства, связанные с транспортным обеспечением); культура (культурный шок).

Heaven: политика (политические решения, победа кандидатов); социальная жизнь (фестивали, праздники, внутрисемейные отношения между поколениями); правонарушения (разрешение правовых споров, поиск решений); природа – биоразнообразие, обновление); спорт (победа, выгодные контракты, достижение целей); развлечения (вечеринки, красочные представления, романтичность); путешествия (наслаждение отдыхом, природой); культура (знакомство с выдающимися культурными объектами, посещение культурных мероприятий).

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что дихотомический образ концептуальных метафор *heaven – hell* характеризуется полифункциональностью, благодаря универсальности оценочного компонента значения, основанного на имплицитированной поляризации концептов «хороший – плохой». Эмоциональная подача информации и отсылка к морально-нравственным ценностям общества способствуют гиперболизации восприятия и эффективной коммуникации в медиадискурсе.

Ключевые слова: когнитивная метафора, профессиональная коммуникация, медиадискурс, социальные ценности, полифункциональность, тематическое поле, коннотативное значение

Для цитирования: Филясова Ю.А. (2023). Функционально-семантическое поле английских концептуальных метафор *heaven* и *hell* в новостных медиазаголовках. *Дискурс профессиональной коммуникации*. 5(3), С. 26–48. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-26-48>

1. ВВЕДЕНИЕ

Концептуальная метафора как способ выражения одного понятия через другое [Lakoff, Johnson, 1980] является способом репрезентации человеческого опыта посредством когнитивного осмысления социальной реальности. Метафора отражает механизм понимания взаимосвязей явлений и процессов, происходящих в экстралингвистических условиях, и их выражение в речевой деятельности с помощью языковых средств. Объект метафоры может быть не только реально существующим, но также вымышленным или гипотетическим, т.е. метафора способна передавать связь не только с фактическими свойствами предметов, а с возможными или предполагаемыми. Следовательно, метафора является средством создания новых смыслов. Различные вымышленные грани возможного передают механизмы работы сознания. В процессе межличностного общения метафора выполняет коммуникативную функцию благодаря таким свойствам, как индивидуальность и универсальность. Свойство индивидуальности метафоры проявляется в способности выражения того или иного кванта смысла посредством уникальной комбинации языковых средств; свойство универсальности характеризуется доступностью для понимания как клишированных, так и индивидуальных способов передачи смысловых связей и видов модальности.

Метафора является когнитивным конструктом, отражающим процесс мышления говорящего. На основе метафорических образов, создаваемых в процессе коммуникации, возможно конструирование социолнгвистического образа коммуникантов, поскольку метафора – это экосистемный конструкт, включающий лингвистические, культурные и семиотические символы, способный выполнять различные когнитивные функции в определенных прагматических условиях [Vovou, 2022]. Зависимость метафоры от экстралингвистических условий и социальной реальности предопределяет тесную связь теории метафоры с социологической теорией. Так, например, теория социальных представлений Э. Дюркгейма, основоположника французской социологической школы, во многом опирается на метафорические взаимоотношения в социальной организации общества [McKinnon, 2014]. Метафорическое мышление предполагает генерирование мысленных образов, интеграцию значений и моделирование картины мира в контексте определенных социально-культурных реалий.

Актуальность исследования концептуальных метафор в медиадискурсе определяется постоянными изменениями социальной реальности, процессами смены парадигм мышления и создания новых ценностей и социальных ориентиров. Медиадискурс как один из продуктов средств массовой информации выполняет важные социальные функции информирования, регулирования, воздействия, проникая во все сферы жизнедеятельности общества. Использование выразительных языковых средств модифицирует стилистику медиадискурса, повышая уровень экспрессивности и аттрактивности [Минаева, 2022]. Закрепившиеся в языке метафорические образы формируют познавательный процесс реципиентов и трансформируют способы воздействия на поведение людей [Нагуманова, 2020; Белоглазова, Генезде, 2022]. Использование метафор в медиадискурсе способствует определённому способу восприятия новостей, например, интенсификации эмоций [de Saint Preux & Blanco, 2021]. В политическом медиадискурсе метафоры выполняют оценочную функцию посредством прагматических средств импликации, например, при репрезентации имиджа политических фигур [Богоявленская, Стремякова, 2022], разных социальных категорий общества, подчеркивании или понижении значимости тех или иных экономических, экологических, социальных проблем [Burnes, 2011]. Употребление концептуальной метафоры способствует стереотипизации идеологических положений и закреплению лингвоконцептов в языковой картине мира [Акимцева, 2020]. Изучение функционирования концептуальных метафор в медиадискурсе позволит выявить новые способы языковой репрезентации социальных фактов в меняющихся условиях.

2. РЕЛИГИОЗНАЯ МЕТАФОРА КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ. КРАТКИЙ ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Религия выполняет важную роль в становлении общества, формировании социальной нравственности и устойчивости. Медиатеология как одна из новых областей научных исследований рассматривает взаимосвязи между религией и СМИ по трем направлениям – влияние религиозных убеждений на выстраивание отношений со СМИ, способы репрезентации теологических положений и способы представления духовного и практического религиозного опыта [Blondheim & Rosenberg, 2017].

Основополагающим элементом религиозного дискурса является религиозная метафора, которая относится к категории когнитивно сложных способов репрезентации абстрактных образов и смысловых квантов. Когнитивная метафора в области религии передает смысл, который по каким-либо причинам невозможно выразить буквально, и выполняет две основные функции – мотивационную и модуляционную, – в целях формирования определённого типа поведения в обществе. Религиозная метафора основана на смысловых и выразительных языковых средствах, выполняющих как когнитивную, так и эмоциональную функции. Согласно концепции С. МакФэг «метафорическая теология», идея метафоры основывается на контрастной оппозиции «наличие – отсутствие», которая представляет религиозные концепты с позиции неопределённости [McFague, 2014]. Метафора обладает безграничным семантическим потенциалом благодаря многообразию смыслов и референциальной относительности, будучи зависимой от коммуникативной ситуации и контекста.

Особенность религиозной метафоры заключается в том, что ее значение может не соответствовать образу описываемого религиозного объекта, поэтому к извлечению смысла религиозной метафоры следует относиться предельно внимательно. Содержание нарратива направлено на внутренний мир человека и помогает блокировать влияние внешних факто-

ров на восприятие смысла. Такие библейские образы, как «царствие небесное» (Kingdom of Heaven), носят метафорический характер и недоступны для непосредственного наблюдения [Raposa, 1984]. Отсутствие прямых параллелей между реальностью и метафорическим образом способствует интроспекции, внутреннему целеполаганию и анализу результатов духовной деятельности. Мотивация религиозного характера направлена на будущее, реализацию желаемого; метафоры позволяют моделировать различные ситуации, формирующие предпочтительные модели поведения.

Религиозная метафора устойчива, воспроизводима, вместе с тем вариативна и полимодальна [Белютин, 2017]. Она опирается на пресуппозитивные знания и служит средством лингвокогнитивного воздействия на целевую аудиторию в целях внушения и убеждения посредством создания религиозной матрицы восприятия социально-политических процессов [Давтян, Крюкова, 2022]. Религиозная метафора представляет собой аллюзию, репрезентантами которой являются библейские тексты. Религиозные аллюзии способствуют созданию эффекта двойного усиления [Никифорова, Чеснокова, 2017] и категоризации знаний о мире [Никашина, Супрун, 2016]. Религиозная метафора способствует экспликации социальных явлений и их признаков в общественно-политической коммуникации [Керимов, Федянина, 2014].

Полифункциональность религиозной метафоры в медиадискурсе можно проследить на следующих примерах. Религиозная метафора в медиадискурсе подчеркивает значимость нравственной основы общественных отношений [Woods et al., 2012]. К религиозным метафорам СМИ прибегают при описании необъяснимых природных катаклизмов, а также событий антропогенного происхождения, не имеющих объяснений с точки зрения общечеловеческой морали [Иванова, 2013]. В политическом дискурсе британских СМИ Брексит предстает в метафорическом свете религиозных метафор, создающих культовую основу данного процесса [Сангадиева, 2020]. Отсылка к религии наблюдается в контексте освещения в СМИ спортивных событий, метафора способствует мгновенному созданию оценочных суждений благодаря узнаваемости религиозных образов [Катермина, Соловьева, 2021].

Исследование функционально-семантического поля концептуальных метафор *heaven* и *hell* является актуальным, поскольку именно репрезентация в речевой деятельности определяет лексическое значение слов. «Набор категориальных семантических признаков характеризует не столько собственное значение слов, его номинативную ценность, сколько предопределяет рамки его лексической сочетаемости, т.е. характеризует синтагматическую ценность словесного знака, его семантическую избирательность» [Уфимцева, 2011, с. 105-106]. Контрастные по семантике *heaven* и *hell* составляют единую концептосферу, будучи бинарными элементами дихотомической оппозиции, основанной на противоположных, однако неразрывно связанных друг с другом понятиях. Изучение языковой репрезентации данной концептосферы позволит определить функционально-когнитивные свойства религиозной метафоры в контексте медиадискурса.

3. СПЕЦИФИКА ЗАГОЛОВКА МЕДИАТЕКСТА

Медiateкст как составная часть и «дискретная единица» медиадискурса обладает такими постоянными свойствами как связность, целостность и монологичность [Добросклонская, 2006, с. 23]. Новостная статья является одним из типичных примеров медiateкста. Медiasреда определяет специфику медiateкста, в котором доминирует коммуникационная составляющая. Заголовок медiateкста выполняет ряд важных функций в медиадискурсе:

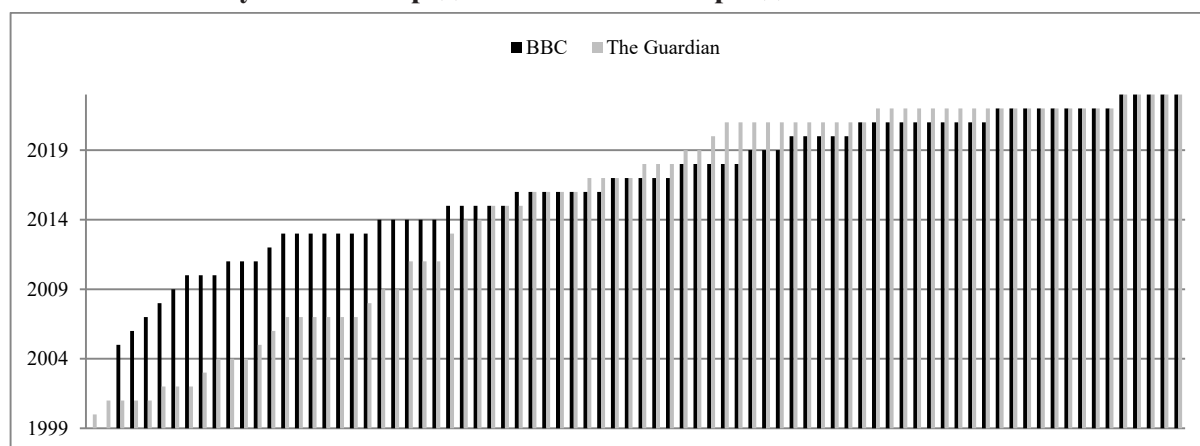
привлечение внимания, информирование, воздействие, субъективация [Стеценко, 2016], формирование определенного отношения к описываемым событиям [Южакова, Полякова, Суворова, 2019], структурирование коммуникативного пространства. Заголовок новостей характеризуется дихотомической природой: с одной стороны, он является самостоятельным элементом, независимым от медиатекста; с другой стороны, неотъемлемым компонентом медиатекста, аккумулирующим основную идею новостного сообщения. Формально, заголовкам медиатекстов свойственны разнообразие синтаксических структур, пунктуационных знаков, имена собственные, цитации, экспрессивно-стилистические языковые средства [Filyasova, 2018]. В данной работе будет рассмотрено функционирование таких выразительных средств, как *heaven* и *hell*, в заголовочных комплексах новостных медиатекстов.

4. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Анализ функционально-семантических полей (ФСП) является эффективным средством познания языковой картины мира. «Функционально-семантическое поле представляет собой минимальный элемент поля функционально-семантической категории, обладающий самостоятельностью в плане содержания и в плане выражения (с учетом фактов полисемии и синкретизма)» [Щур, 1974, с. 69]. Наиболее важным вопросом при изучении ФСП является выбор инварианта, связанного с «проблематикой категориальных единств» [Бондарко, 2015, с. 26]. Целью данного исследования является определение ФСП, категориальной единицей которого выступает антонимическая пара *heaven – hell*. В задачи исследования входят: проведение анализа дефиниций лексем *heaven* и *hell* в англоязычных словарях, определение тематического поля лексем *heaven* и *hell* на основе синтагматических связей и установление особенностей функционирования антонимической пары *heaven – hell* в новостных заголовках.

Исследование проводилось на материале заголовочных комплексов новостных статей британских медиакомпаний *BBC* и *The Guardian*. Статьи отбирались методом сплошной выборки по ключевым словам *heaven* и *hell*. Объем материала составил 160 новостных статей (80 – *BBC*; 80 – *The Guardian*) в период с 1999 г. по 2023 г. (см. рис. 1). Выбор периода обусловлен наличием доступного материала в указанных источниках. Число заголовков, содержащих лексему *hell*, превышало число статей с упоминанием лексики *heaven* на 30%. Некоторые заголовки (11%) содержали оба элемента оппозиции *heaven* и *hell*, семантически противопоставленных друг другу. Исследование заголовочных комплексов проводилось с помощью количественного и семантического анализа с последующей классификацией на основе тематической принадлежности содержания статьи той или иной рубрике. Анализ дефиниций выполнялся с помощью словарей [Cambridge Dictionary], [Longman Dictionary], [MacMillan Dictionary], [Oxford Dictionary], [Webster Dictionary].

Рисунок 1. Распределение статей в период с 1999 г. по 2023 г.



Актуальность исследования заключается в необходимости изучения эффективных языковых средств, способствующих повышению скорости ознакомления читателей с содержанием новостей в век цифровых технологий и увеличения темпов распространения информации. Теоретическая значимость заключается в выявлении специфики языкового функционирования антонимической пары, относящейся к категории религиозных концептов, в современном медийном контексте как языкового средства формирования определенного отношения к новостям у читателей за счет отсылки к репрезентантам текстов религиозной направленности (претекстам). Практическая ценность состоит в возможности использовать полученные результаты в обучении профессиональному английскому языку студентов гуманитарного профиля по таким направлениям подготовки как «Реклама и связи с общественностью», «Журналистика», «Социология», «Политология».

5. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

5.1. Анализ словарных дефиниций

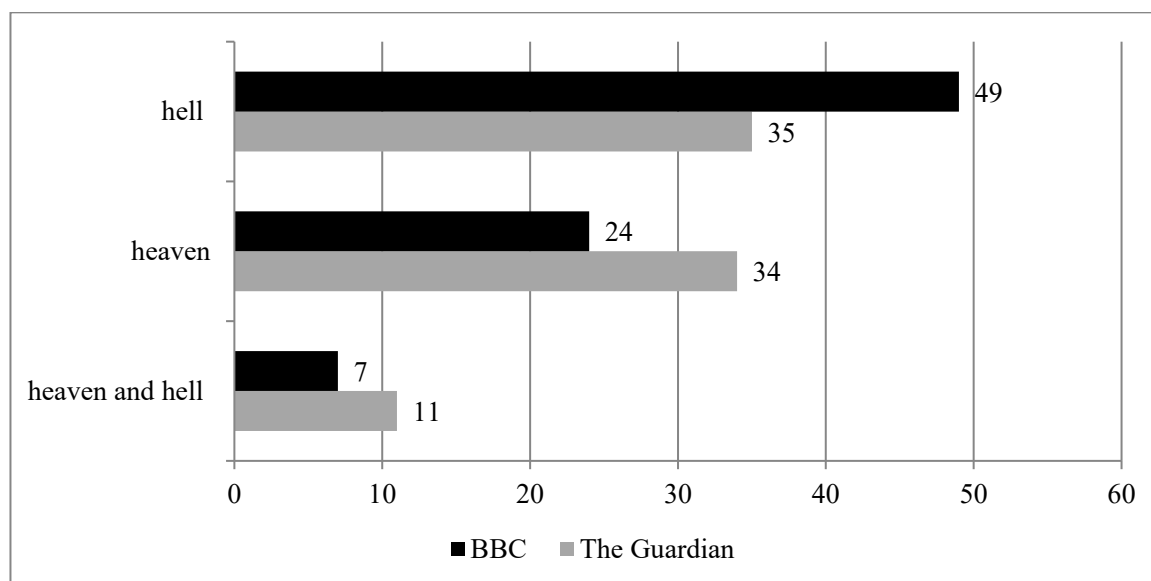
Антонимическая пара *heaven* и *hell* выступает в медиазаголовках в двух ипостасях – как аллюзия с импликацией на основополагающие концепты теологических текстов, описывающих состояния души, и в качестве метафоры, основанной на сравнении религиозных понятий с противоположными по семантике образами конкретных жизненных ситуаций, в которых акторы переживают физическое и душевное блаженство или мучения. Согласно словарным дефинициям, семантика лексем *heaven* и *hell* обладает явно выраженными коннотативными значениями: *heaven* включает в себя сигнификативные компоненты удовольствия (*pleasant, enjoyable*), в то время как *hell* – крайнего неприятия (*extremely unpleasant*), страдания (*misery*), мучения (*torment*), озлобления (*wickedness*), разрушения (*destruction*).

Денотативное значение антонимической пары основывается на ирреальном когнитивном конструкте. С семиологической точки зрения, в знаковой структуре антонимической пары *heaven – hell* отсутствует реальный предмет, или референт, при наличии сигнификата и денотата: «безреферентное употребление отвлеченных имен основывается на понятии недискретного свойства, состояния или установления» [Уфимцева, 2010, с. 131]. Для более точного понимания концептов «ада» и «рая» обратимся к религиозной интерпретации этих понятий: «рай и ад существуют лишь с точки зрения человека, но не с точки зрения Бога. Конечно, и рай, и ад существуют реально, существуют как два различных образа бытия, но не Бог сотворил это различие. Из святоотеческого предания ясно видно, что рай и ад нельзя рассматривать как два разных места, но Сам Бог является раем для святых и адом для грешников» [Митрополит Иерофей (Влахос). Рай и ад]. Данное определение указывает на то, что общим референтом для обоих концептов служит виртуальный образ бытия; различие заключается в состоянии души. Необходимо добавить, что словарь М. Уэбстера [Webster Dictionary] определяет *hell* как низший мир для пребывания *всех* умерших, без указания различий на хороших и плохих людей, т.е. концепт *hell* в данном случае исключает оппозицию *heaven* и характеризуется интегративной семантикой.

Денотативное значение обеих лексем указывает на виртуальный образ места, или положения (*place*), но различается оценочными компонентами – хорошие люди vs. плохие люди (*good people vs. bad people*), небо (*the sky*) vs. низший мир (*a nether world*). Учитывая, что денотат языковых единиц отражает не объекты реального мира, а идеализированные образы, *heaven* и *hell* характеризуются абстракцией второго порядка, т.е. обобщением абстрактных семантических категорий религиозного содержания. С точки зрения коммуникативной семантики, референция имеет три источника: позиция коммуникатора, позиции разных коммуникантов, и коммуникативные позиции объекта. Языковая интерпретация ирреального образа и создание смыслов в процессе коммуникации характеризуются автономностью и гибкостью. Следовательно, коммуникативно-значимая референция антонимической пары *heaven – hell* в метафорическом значении опирается на оппозицию не денотативных, а контрастных коннотативных значений ирреального образа.

Помимо основных значений, образующих семантическое ядро лексических единиц *heaven* и *hell*, выделяют дополнительные значения. *Heaven* включает производное от основного метафорическое значение очень приятного места или ситуации, по умолчанию характеризующее состояние человека уже при жизни на земле, а также безгрешное состояние сознания, находящегося в гармонии с божественным началом. Семантическое поле *hell* обладает более широким диапазоном значений, включая эмоционально нейтральные и положительные коннотации. Так, *hell* как нейтральная единица используется в целях эмпазы для подчеркивания тезиса или положения без указания на его оценочную составляющую. В положительном смысле *hell* обозначает нечто очень хорошее или большое, безудержное веселье и активность.

Анализ дефиниций показывает, что денотаты оппозиционной пары *heaven – hell* основаны не на абстрагировании от объектов действительности, а на образах, описываемых в текстах религиозного содержания, и служат основополагающими понятиями для определения моделей поведения человека. Рисунок 1 показывает, что активное проникновение антонимической пары *heaven – hell* в контекст медиатекста началось в 2014 году и, вероятно, объясняется необходимостью к акцентированию внимания читателей на фундаментальных нормах морали за счет отсылки к религиозным концептам.

Рисунок 2. Соотношение новостей, содержащих лексемы “*hell*” и “*heaven*”

Анализ новостных заголовков показывает, что число названий с лексемой *hell* составило 49 среди статей *BBC* и 35 – для *The Guardian*. Число заголовков с лексемой *heaven* меньше: 24 среди статей *BBC* и 34 – для *The Guardian*. Следовательно, новостей с лексемой *hell* на 30% больше, чем новостей с лексемой *heaven*. Следует отметить, что некоторые заголовки статей содержали обе лексемы – *heaven* и *hell*, их общее число составило 11% (см. рис. 2). Таким образом, употребление *hell* более вариативно, чем *heaven*, вероятно, благодаря более широкому семантическому полю отраженных в словаре компонентов значений.

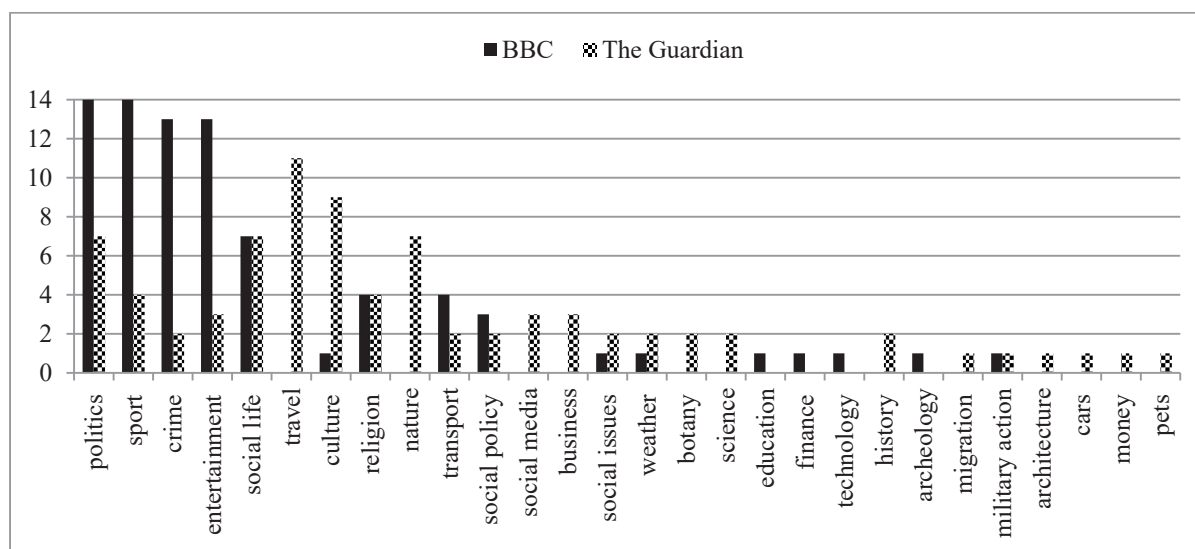
5.2. Семантическое поле концептуальных метафор *heaven* и *hell*

Анализ тематических отношений предполагает изучение контекстных связей лексем с другими лексемами, находящимися друг с другом в определенных синтагматических отношениях. Помимо герменевтических связей, дискурсивный анализ опирается на исследование семиотических ассоциаций. Изучение тематического поля и тематических ролей лексем *heaven* и *hell* позволит понять коммуникативно-семантические закономерности варьирования синонимичной семантики под воздействием различных контекстуальных употреблений в медиатексте. Лексема, функционирующая в том или ином контексте, приобретает различные смыслы в зависимости от коммуникативно-прагматических условий и является носителем гораздо большего объема информации.

Тематика новостных заголовков, содержащих лексемы *heaven* и *hell*, неодинакова для статей *BBC* и *The Guardian* (см. рис. 3). Основные тематические направления среди заголовков *BBC* – политика, спорт, правонарушения и развлечения. Во вторую по частотности категорию вошли социальная жизнь, религия, транспорт и социальная политика. Остальные тематические категории представлены минимально. Среди заголовков *The Guardian* наиболее частотными оказались темы путешествий, культуры, природы, социальной жизни и политики. Ко второй категории по частотности употребления *heaven* и *hell* относятся спорт, религия, развлечения, социальные медиа, бизнес. В целом, *BBC* и *The Guardian* характе-

ризуются только частичным совпадением тематических направлений, в которых используются метафоры *heaven* и *hell*. К областям с фокусированным употреблением лексем – ядру тематического поля – относятся политика, спорт, правонарушения, досуговая деятельность, социальная жизнь и, в меньшей степени, вопросы религии. Тематика менее частотных областей (периферии) характеризуется высокой стохастичностью и гетерогенностью.

Рисунок 3. Количественное соотношение заголовков новостей, содержащих лексемы “heaven” и “hell”, по тематическим направлениям



В табл. 1 и 2 представлены семантические поля, характеризующиеся как синкретические гетерогенные продукты, объединенные семантическими признаками *heaven* и *hell* – антонимической пары, обладающей аллюзивно-метафорическим значением. Тематические поля включают наиболее частотные тематические области – политика, спорт, правонарушения, развлечения и социальная жизнь – в медиазаголовках *BBC* (табл. 1), и путешествия, культура, политика, социальная жизнь и природа – в медиазаголовках *The Guardian* (табл. 2). В таких тематических областях, как политика, социальная жизнь и правонарушения преобладают заголовки с метафорой *hell*, в то время как в таких областях, как спорт, развлечения, путешествия, культура и природа доминирует метафора *heaven*. Можно предположить, что выбор коннотативной поляризации *heaven* – *hell* отчасти определяется тематикой новостного сообщения.

Таблица 1. Семантическое поле *hell* – *heaven* в заголовках *BBC*

Тематические области	Компоненты тематического поля
politics hell, 85% heaven, 15%	<i>hell</i> : Brexit, trade deals, immigration policies, peace agreement, victims, winning power, protest, Ex-Labour health minister, crisis, Chancellor, rumours, war, assault, injuries, exhaustion, battle <i>heaven</i> : MPs, lampooning politicians, comedy, satirists, Prime Minister, funeral
sport hell, 20% heaven, 80%	<i>hell</i> : injury, lockdown <i>heaven</i> : scoring goals, emotional Olympic moments, gold medals, huge audiences, loving and caring manager, talented professionals <i>hell and heaven</i> : game, defeat, pressure, balance, victory, goals, transfer, contract, fright, defender

Тематические области	Компоненты тематического поля
crime hell, 85% heaven, 15%	<i>hell</i> : forced marriage, rape, fraud, censorship, surveillance, attack, assault, shoplifting boom, jail, violence, threatening, most notorious prisons, queues, flirtations, brawling police, witch-hunt, victims <i>heaven</i> : double murder, serial killer, hospital, victims, art theft, murdered sisters, jailing, Met Police constables, sharing crime scene images, the culture of police force
entertainment hell, 33% heaven, 33% heaven and hell, 34%	<i>hell</i> : dramatic journey, travelling downstream, audience entertainment (positive), struggle with alcohol, mental health issues, well-publicised scandals, rehabilitation centre, opera, rock music, controversy, profanity <i>heaven</i> : clothes, music, collaboration, strong reputation, success, trophy, superstar, career break, successful vocalist <i>hell and heaven</i> : series, secret tasks, nudity, love stories, romance, hammy performance, epic scale, grandeur, murals, party, comic drama series, on-demand TV content, a variety of musical styles, The Divine Comedy
social life hell, 60% heaven, 40%	<i>hell</i> : accident and emergency departments, awaiting, carnage, showery, quarantine, self-isolation, vaccines, discrimination, expensive bills, workout, leisure centres, swimming pools, mortality rate, cutting seven-figure salaries, pension credit, coronavirus pandemic, hospice, crematorium <i>heaven</i> : chocolate, festival, feast, gardens, wildflowers, grandparents

Основные компоненты тематической области «политика» включают вопросы миграции, брексита, заключения мирных договоров, торговых сделок, военных действий, карьеры политических деятелей. В области спорта наблюдается четкое разграничение между положительными коннотациями компонентов, ассоциируемых с *heaven*, таких, как победа, награды, талантливые спортсмены, тренеры; и отрицательные коннотации, ассоциируемые с *hell*, – травмы, ограничения, поражения, давление, страх. Область правонарушений, главным образом, состоит из негативно окрашенных компонентов, в контексте которых *heaven* служит в качестве контрастного элемента асимметрии для усиления отрицательных значений. В сфере развлечений, напротив, как *heaven*, так и *hell* имеют положительные эмоциональные значения, связанные с семантикой экстралингвистических явлений – отдыхом и различными видами последствий досуговой активности. В области социальной жизни преобладают отрицательные компоненты, обозначающие такие социальные аспекты, как карантин, самоизоляция, оплата счетов, фитнес, пенсия; менее популярны положительные аспекты – общественные празднества и семейные отношения.

Таблица 2. Семантическое поле *hell – heaven* в заголовках *The Guardian*

Тематические области	Компоненты тематического поля
travel hell, 27% heaven, 46% hell and heaven, 27%	<i>hell</i> : engine failure, turbulence, emergency, individual experience <i>heaven</i> : hiking, pilgrimage, beaches, Greece, Croatia, France, medieval theme park, exquisite embroidery <i>hell and heaven</i> : honeymoons, wedding, wild beauty, delicious isolation
culture heaven, 45% hell and heaven, 55%	<i>heaven</i> : singing, sublime performance, grand opera, Paris, folklore, sculpture <i>hell and heaven</i> : slums, poverty, waste materials, waste dumps, biggest cities, crime, artworks, exhibitions, album, astonishing and delightful designs, sublime art, pop music
politics hell, 71% heaven, 15% hell and heaven, 14%	<i>hell</i> : hard life, tax rises, cuts to public spending, diluting the Human Rights Act, incompetent gang, austerity, moral delinquency, protests, water cannon and pepper spray, clowns, shouts, organised crime, leadership contest <i>heaven</i> : vetting, immigration <i>hell and heaven</i> : war, starvation, grief, disease, Bolivia
social life hell, 57% heaven, 29% hell and heaven, 14%	<i>hell</i> : mental health, drained meaning, too much fun with peers, lockdown, mothers, dating apps, horror stories, betrayal, self-catering, online booking <i>heaven</i> : recipes, pet cemeteries <i>hell and heaven</i> : volunteering, free labour

Тематические области	Компоненты тематического поля
nature hell, 43% heaven, 57%	hell: Karakum desert, vast gas crater fire, global climate fight, rainforest, Trans-Amazonian highway, climate crisis, weather forecast, deadly disasters, storms, land flood, high water, environmental crisis, tundra thaw, climate crisis, drought, man-made dams heaven: plants, flower scent, pleasure, summer fragrance, biodiverse wetlands, planting, fishing and hunting, best perfumes, fine fragrances, oils and chemicals, the smell of rain, biodiversity.

В тематической области «travel» преобладают компоненты с положительной семантикой, соответствующие *heaven*, – разные виды и места отдыха. Сочетание *heaven* и *hell* включают явления с неоднозначной интерпретацией человеческого опыта, например, красота курортов без особых удобств для туристов или туристические дестинации с недостаточным спектром развлечений. Отрицательные впечатления, метафорически характеризующие *hell*, связаны со сбоями при перелетах и другими непредвиденными обстоятельствами, затрудняющими намеченные планы туристов.

Область культуры не содержит отрицательных ассоциаций, которые могли бы быть представлены как *hell*. Положительные эмоции, порождаемые опытом изучения музыкального, художественного и ремесленного искусства различных стран, передаются с помощью метафоры *heaven*. Комбинации *heaven – hell* используются при описании неприглядных сторон жизни в крупных городах, например, свалки, бедность, низкий уровень жизни, высокий уровень преступности, т.е. при контрастном сочетании творчества и таланта, с одной стороны, и нерешенных социальных проблем, с другой стороны.

Тематическая область «politics» содержит преимущественно отрицательные ассоциации (*hell*), которые возникают при описании в медиатексте поведения отдельных политических фигур, политической конкуренции, отсутствия способов регулирования некоторых видов социальных отношений. Контрастное сочетание *heaven – hell* описывает радикальные изменения социально-политических условий в отдельных регионах, особенно при резких переменах и военных вмешательствах.

В области социальной жизни большинство статей также акцентируют внимание на негативных аспектах, например, непривычных условиях пандемии, которые оказались трудным испытанием для многих социальных категорий населения, таких, как дети, подростки и их матери, или вопросах личной жизни, таких, как знакомства и выстраивание межличностных отношений.

Среди новостных статей, посвященных природе, соотношение *heaven – hell* примерно одинаково. Отрицательные коннотации связаны с эмоциональными ассоциациями пагубных для человека последствий таких природных катаклизмов, как засуха, пожары, климатические изменения, штормы, наводнения, строительство дамб и защитных сооружений, таяние льдов. Положительные ассоциации вызваны прекрасными растениями, великолепными ароматами, широким разнообразием биологических видов растительности.

5.3. Функциональный анализ концептуальных метафор *heaven* и *hell*

В контексте рассматриваемых заголовков лексемы *heaven* и *hell* употреблялись в большинстве случаев в функции метафоры. Среди заголовков *BBC* второй по частотности категорией оказались идиоматические выражения, в то время как среди заголовков *The Guardian* – примеры реализации прямого значения лексем, ассоциируемые с религиозными аллюзиями.

К единичным случаям использования лексем относятся метафорический эпитет, контаминация, зевгма, аллюзия, эмфаза, сравнение (рис. 4 А-Б). Функциональное поле лексем *heaven* и *hell* шире среди заголовков *The Guardian*, чем *BBC*.

Рисунок 4 А. Функциональные значения *heaven* и *hell* в заголовках *BBC*

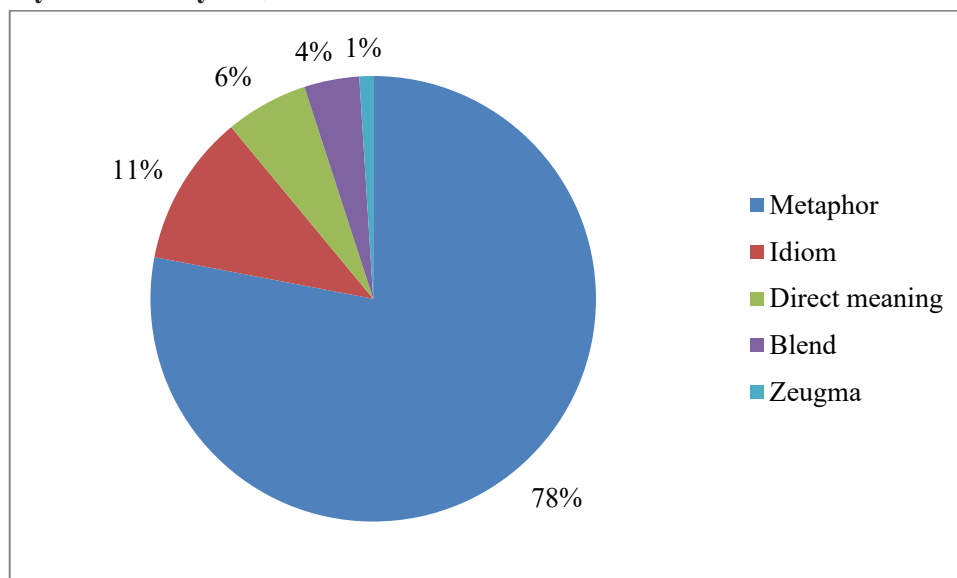
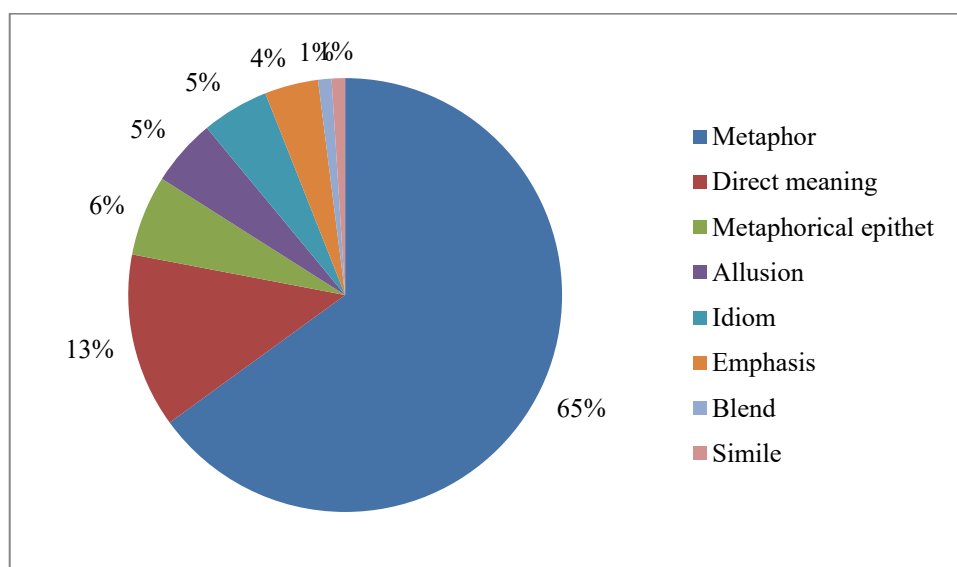


Рисунок 4 Б. Функциональные значения *heaven* и *hell* в заголовках *The Guardian*



Метафорические образы *heaven* и *hell* дополняются аллюзивными образами с импликацией прямых значений лексем, которые способствуют более точному описанию ситуаций, представленных в новостных статьях. Так, в заголовках новостей BBC встречаются такие расширения образов, как *circle of hell*, «*forces of hell*», *a special place in hell*, *vaults of heaven*, *Bread of Heaven*, *a letterbox to heaven*. В заголовках *The Guardian* образы дополняются такими подробностями, как *the gate of heaven*, *stairway to heaven*, *gateway to hell*, *special place in hell*, *descent into hell*, *circle of hell*.

Спецификация значений лексем *heaven* и *hell* наблюдалась также за счет использования препозитивных атрибутивных словосочетаний. «Прилагательные выражают отношения между понятиями не только по своему лексическому значению, но и в зависимости от их роли в суждении и ракурса логических связей, предопределяющих модели семантической совместимости в синтагматическом ряду. В языковом сознании владеющих языком складываются определенные типы смысловых отношений на уровне обобщенных лексических категорий» [Уфимцева, 2010, с. 136]. Семантическая категоризация с адъективными лексемами демонстрирует широкий спектр ситуативных референций. Лексема *hell* характеризуют социальный опыт как невыносимый и страшный, в то время как *heaven* – приятный и доставляющий удовольствие.

- *BBC*: ‘Jingle hell’, ‘hospital hell’, hold-up ‘hell’, Brexit hell, heatwave ‘hell’, Irma ‘hell’, rape hell, Hols hell, ‘jobs hell’, ‘end knife hell’, ‘living hell’, Greek prison hell, daughter’s video hell, rail travel hell, parking hell, hen heaven, ‘Chocolate heaven’, movie heaven.

- *The Guardian*: candy store hell, climate hell, rainstorm hell, reffing hell, living hell, holiday hell, trench hell, parking hell, carb heaven, hog heaven for children, homo heaven, cream leather heaven, retail heaven.

Рассмотрим примеры употребления менее частотных языковых средств выразительности в заголовках *BBC*.

- **Употребление целевых лексем в прямом значении с импликацией на религиозные тексты:**

- Scotland’s papers: ‘Rot in *hell* Tobin’ and ‘monster to the bitter end’
- Emotional Olympic moments: Gemma Gibbons wins judo gold and looks to *heavens*
- Lee Kuan Yew funeral: ‘*Heavens* opened and cried for him’
- Warrington postbox to *heaven* gets 2,000 letters

- **Идиоматические выражения:**

- Tuesday talking point: Priority Salah the one you ‘*move heaven and earth* to keep’
- Robots and religion - *a match made in heaven*?
- Microsoft and Nokia - *a marriage made in hell*
- New Zealand in IRB *seventh heaven*

- **Зевзма:**

- Hay Festival: Rob Lowe on *raising hell* and *finance*

- **Контаминация:**

- Scotland’s papers: Justice for Bennylyn and ‘*hell* quake’ devastation
- Fundraisers and *hellraisers*
- ‘*Hellfire* and damnation put me off’

Рассмотрим примеры употребления менее частотных языковых средств выразительности в заголовках *The Guardian*.

- **Использование лексемы “heaven” в функции метафорического эпитета:**

- *Heaven* Supermarket: the Beijing bar at centre of Covid outbreak
- *Heaven* scent: the best plants for summer fragrance
- Was my husband’s perfume gift *heaven* scent?
- Weatherwatch: science behind the ‘*heaven* scent’ aroma of rain

- **Функционирование лексем в составе идиоматических выражения:**

- Words and music: *a marriage made in heaven*
- In praise of... *pennies from heaven*

- ‘We’ll get it done. *Come hell, high water* or Covid’: Can 2022 be a super year for nature?
- ‘This *stinks to high heaven*. He is in agony’
- **Использование целевых лексем в прямом значении:**
 - Do all dogs go to *heaven*? Pet owners increasingly think so, says study
 - Can a banker enter *heaven*?
 - Postcards from *heaven*: scientists to study near-death experiences
 - *Heaven* has ‘extreme vetting’? When Republicans legislate from the Bible
 - A missile fashioned by man and aimed at *heaven*
 - Is there football in *heaven*?
 - Pastor who said Islam was ‘doctrine spawned in *hell*’ is cleared by court
 - Catholic church says Haiti faces ‘descent into *hell*’ after clergy kidnappings
- **Аллюзии:**
 - Britain is on *a highway to hell* – and the Tories are about to make life even harder
 - The Amazon’s *highway through hell* – Richard Mosse’s best photograph
 - *Hell hath no fury like a man scorned*, revenge tests reveal
 - How we blocked London’s *highway to hell*
- **Эмфаза:**
 - ‘Tired as *hell*’ LeBron James 36 points from breaking all-time NBA scoring record
 - ‘*Hell* scared’: how a terrified homeless boy found himself locked up alone in the ‘hole’
 - The government is *hell*-bent on diluting the Human Rights Act. We must protect it
- **Игра слов / каламбур:**
 - Pope sees the coins as *heaven* cent
- **Сравнение:**
 - ‘It used to be *like heaven*’: the Iraq wetlands decimated by the climate crisis – in pictures
- **Контаминация:**
 - Heaven or *hellscape*: what will Elon Musk’s Twitter look like?

Поскольку теория сематического поля способна объединять широкий спектр ситуаций и образов на основе определенного семантического признака, лексика подчиняется нестрогим классификационным правилам. Антонимическая пара *heaven – hell*, как показывает проведенное исследование, объединяет многие новостные области. Основное функциональное значение *heaven – hell* основано на метафорическом значении лексем. Метафоры создают образы, воздействующие на эмоциональное восприятие информации и формирование образов в сознании, понимание смыслов и отношений, которые не могут быть созданы с помощью лексических единиц, имеющих однозначные соответствия между денотатом и сигнификатом. Целью речевой коммуникации является передача смысла, который находится вне языка, поэтому метафоры и другие языковые средства выразительности способствуют передаче смыслов более эффективным и экономичным способом. Антонимическая пара *heaven – hell*, благодаря оценочному компоненту значения, передает отношение к содержанию человеческого опыта и переживаний на основе переносных значений и образов, опирающихся на аллюзивную отсылку к теологическим текстам, в которых *heaven* и *hell* также являются виртуальными концептами, направленными на развитие внутреннего мира человека. Несмотря на отнесение к тексту, не связанному с конкретным информационным сообщением, аллюзия не заставляет читателя переключаться на совершенно иной образ; напротив, она позволяет формировать представление о предметной ситуации на более высоком уровне, благодаря эманации смысла на основе синтеза метафорических ассоциаций.

6. ВЫВОДЫ

Религиозные тексты являются релятивистскими текстами, которые способствуют созданию нового восприятия реальности за счет отсылки читателей к виртуальному образу. Отсылка на другой, символический мир, меняет восприятие реального мира с помощью иных систем ценностей и насыщает его большим символизмом. Религиозная метафора выступает серьезным инструментом трансформации реального мира: она позволяет увидеть малое в гиперболизированном виде, придать символическое значение обыденным реалиям.

Медиадискурс является примером массового коммуникативного процесса со стихийным читателем. Текст медиадискурса создается не в расчете на конкретное лицо, а на некий идеализированный образ читающего. В результате могут возникать несовпадения между фактическими потребностями конкретного читателя и представлениями о нем авторов новостей. Коммуникативная задача создателей новостей заключается в том, чтобы предугадать информационные интересы читателя с достаточной степенью детализации информационного сообщения. Идеализированный образ читателя приводит к идеализации сообщения. Кроме того, оценочный компонент сообщения также становится более выраженным вплоть до крайней поляризации: положительные новости становятся гиперположительными, отрицательные – гиперотрицательными. Употребление антонимической пары *heaven – hell* с явно выраженным коннотативным значением способствует дополнительной поляризации оценок при восприятии новостных сообщений.

Сочетаемость считается адекватной при совпадении денотативной ситуации с контекстным набором стилистических средств выразительности. В ситуации конфликтующих признаков усиливается необходимость осмысления, которая указывает на преобладание сообщения над содержанием. Роль содержания ограничивается передачей с различной степенью адекватности сообщения. Использование *heaven – hell* в едином заголовочном комплексе создает эффект поляризации по признаку «хороший – плохой», указывая на процесс полярной сочетаемости с определенной денотативной ситуацией. Ситуация, в свою очередь, характеризуется тем или иным оценочным компонентом по отношению к аудитории. Следовательно, в случае употребления семантически полярных концептов в едином заголовочном комплексе наблюдается асимметрия, в контексте которой один из концептов элиминируется. Доминирование оппозиционного компонента *hell* объясняется как более широкой семантикой словарных дефиниций, так и более частотной референцией переносных значений с преобладанием негативных коннотаций.

Однако, с другой стороны, чрезмерная поляризация оценочного компонента, выносимая автором в заголовок за счет языковых средств выразительности, может привести к информационной потере исходного события. Если денотативная ситуация подается с фокусированием внимания на более эмоционально выгодных аспектах, то исходное содержание вытесняется на второй план и может остаться незамеченным. Причиной интенсификации коннотативных значений в медиадискурсе является повышение уровня индивидуализации сообщения. В условиях массовой коммуникации медиасреды новости могут наслаиваться друг на друга и становиться малоразличимыми. Во избежание пресыщения читателей однотипными языковыми формами и речевыми клише становятся более востребованными приемы индивидуализации для привлечения внимания читателей. Антонимическое проти-

вопоставление *heaven – hell* способствует гиператтрактивности заголовков, однако за счет ирреального референта информационной потери не наблюдается; напротив, оценочный компонент позволяет более точно передать смысл сообщения за счет обращения к морально-нравственным ценностям и духовному миру читателей.

Таким образом, выполненное научное исследование является одним из немногих, в рамках которого внимание сфокусировано на конкретном языковом средстве, не вполне типичном для медиатекста – концептуальной религиозной метафорической оппозиции *heaven – hell*, которая выступает единицей категоризации функционально-семантического поля. Широкое семантическое поле антонимической пары *heaven* и *hell* свидетельствует о полифункциональности концептуальных метафор, которые в контексте медиатекста способствуют эффективной передаче новостных сообщений с высокой степенью выразительности. Моделирование картины мира с помощью метафорических образов *heaven* и *hell* демонстрирует универсальность данных концептов для выражения кардинальных эмоциональных значений при ситуативной отнесенности к социальным ситуациям и личному опыту участников событий. К функционально-прагматическим значениям бинарной семантической оппозиции *heaven – hell* относятся привлечение внимания аудитории к общественно значимым проблемам, индивидуализация новостных сообщений и повышение уровня нравственности.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акимцева Ю.В. Концептуальная метафора как способ формирования стереотипных образов в англоязычном медийном дискурсе // Дискурс профессиональной коммуникации. 2020. Т. 2. №3. С. 45-64. doi:10.24833/2687-0126-2020-2-3-45-64
2. Белоглазова Е.В., Генидзе Н.К. Стереотипное и творческое в заголовках Rossica: корпусное исследование // Известия Восточного института. 2022. № 4. С. 104–113. doi:10.24866/2542-1611/2022-4/104- 113
3. Белютин Р.В. Религиозная метафора в системе речевых коллективных практик немецких футбольных фанатов // Ученые записки Орловского государственного университета. 2017. №3 (76). С. 80-83.
4. Богоявленская Ю.В., Стремякова М.С. Метафорическое моделирование образа Эммануэля Макрона во французском предвыборном массмедийном дискурсе // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. 2022. Т. 8 (74). № 4. С. 161-172.
5. Бондарко А.В. Анализ глагольных категорий в системе функциональной грамматики // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. 2015. №1. С. 25-40.

6. Давтян Ю.В., Крюкова Е.В. Религиозная концептосфера современного политического дискурса в Латинской Америке // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 22. № 5. С. 51-59. doi:10.37482/2687-1505-V204
7. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. №2. С. 20-33.
8. Иванова Е.В. Религиозная метафора в текстах СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 14 (305). Филология. Искусствоведение. Вып. 77. С. 21-24.
9. Катермина В.В., Соловьева Н.С. Религиозные метафоры в спортивном газетном дискурсе: функциональный аспект (на материале британских газет) // Филология и человек. 2021. № 3. С. 130-144. doi:10.14258/filichel(2021)3-11
10. Керимов Р.Д., Федянина Л.И. Теономная прецедентность в немецкой социальной коммуникации // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2014. №2 (55). С. 84-92.
11. Минаева О.П. Функционально-лингвистический анализ фразеологических единиц в английском дискурсе масс-медиа // Дискурс профессиональной коммуникации. 2022. Т. 4. №3. С. 39-53. doi:10.24833/2687-0126-2022-4-3-39-53
12. Митрополит Иерофей (Влахос). Рай и ад [Электронный ресурс]. URL: <https://lib.pravmir.ru/library/readbook/1888> (дата обращения: 21.03.2023).
13. Нагуманова В.А. Стереотипообразующий потенциал метафоры в создании образа России в немецком публицистическом дискурсе // Дискурс профессиональной коммуникации. 2020. Т. 2. №1. С. 23-36. doi:10.24833/2687-0126-2020-2-1-23-36
14. Никашина Н.В., Супрун Н.Д. Аллюзия как стилистический прием в англоязычной литературе // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. №1. С. 68-74.
15. Никифорова С.А., Чеснокова О.С. Семиотика религиозных аллюзий в костариканском национальном варианте испанского языка // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8. №2. С. 309-319. doi:10.22363/2313-2299-2017-8-2-309-319
16. Сангадиева А.В. Интерпретирующий потенциал религиозной метафоры в концептуализации знания о Брексите // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2020. Т. 210. №4. С. 16-22. doi:10.23951/1609-624X-2020-4-16-22
17. Стеценко Н.М. Особенности содержательно-фактуальной информации в заголовках новостных медиатекстов: прагматический аспект // Вестник Донецкого национального университета. Серия Б: Гуманитарные науки. 2016. №3. С. 30-35.
18. Уфимцева А.А. Лексическое значение: Принцип семиологического описания лексики. М., Либроком, 2010.
19. Уфимцева А.А. Типы словесных знаков. М.: Едиториал УРСС, 2011.
20. Щур Г.С. Теория поля в лингвистике. М.: Наука, 1974.
21. Южакова Ю.В., Полякова Л.С., Суворова Е.В. Прагматический аспект заголовков англоязычных медиатекстов // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 181-184. doi:10.26140/bgz3-2019-0801-0046
22. Blondheim M., Rosenberg H. Media Theology: New Communication Technologies as religious constructs, metaphors, and experiences // New Media & Society. 2021. Vol. 19 (1). Pp. 43-51. doi:10.1177/1461444816649915

23. Burnes S. Metaphors in press reports of elections: Obama walked on water, but Musharraf was beaten by a knockout // *Journal of Pragmatics*. 2011. Volume 43, Issue 8. Pp. 2160-2175. doi:10.1016/j.pragma.2011.01.010
24. Filyasova Yu.A. News headlines: A contrastive linguistic analysis // *Proceedings of the 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM*. 2018. № 5, 3.1. Pp. 333-344. doi:10.5593/sgemsocial2018H/31/S10.042
25. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. In *Language, Thought and Culture*. Publisher: University of Chicago Press, 1980.
26. McFague S. Metaphorical Theology: Models of God in Religious Language // *Philosophy and Theology*. 2014. Vol. 26 (1). Pp. 221-237.
27. McKinnon A. Elementary forms of the metaphorical life: Tropes at work in Durkheim's theory of the religious // *Journal of Classical Sociology*. 2014. Vol. 14 (2). Pp. 203-221. doi:10.1177/1468795X13494130
28. Raposa M.L. Religious Metaphor [Электронный ресурс] // *Sacred Heart University Review*. 1984. Vol. 4: Iss. 1. Article 1. URL: <https://digitalcommons.sacredheart.edu/shureview/vol4/iss1/1> (дата обращения: 7.03.2023).
29. Saint de Preux A.D., Blanco O.M. The power of conceptual metaphors in the age of pandemic: The influence of the WAR and SPORT domains on emotions and thoughts // *Language & Communication*. 2021. Vol. 81. Pp. 37-47. doi:10.1016/j.langcom.2021.08.003
30. Vovou E. The cultural environment of metaphors: A study of German as a Second/Foreign Language // *Training, Language and Culture*. 2022. Vol. 6. Iss. 2. Pp. 68-75. doi:10.22363/2521-442X-2022-6-2-68-75
31. Woods R., Fernández A., Coen S. The use of religious metaphors by UK newspapers to describe and denigrate climate change // *Public Understanding of Science*. 2012. Vol. 21 (3). Pp. 323-339. doi:10.1177/0963662510385061

СЛОВАРИ

1. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 15.04.2023).
2. Longman Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата обращения: 15.04.2023).
3. MacMillan Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения: 15.04.2023).
4. Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 15.04.2023).
5. Webster Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 15.04.2023).

REFERENCES

1. Akimtseva, Yu.V. (2020). Konceptual'naja metafora kak sposob formirovaniya stereotipnyh obrazov v anglojazychnom medijnom diskurse [Conceptual metaphor as a method of forming stereotypical images in the English media discourse]. *Diskurs professional'noj kommunikacii [Professional Discourse & Communication]*, 2(3), 45-64. doi:10.24833/2687-0126-2020-2-3-45-64 (in Russian).
2. Beloglazova, E.V., & Genidze, N.K. (2022). Stereotipnoe i tvorcheskoe v zagolovkah Rossica: korpusnoe issledovanie [Convention and creativity in the Rossica titles: a corpus-based study]. *Izvestija Vostochnogo instituta [Oriental Institute Journal]*, 4, 104–113. doi:10.24866/2542-1611/2022-4/104-113 (in Russian).
3. Belyutin, R.V. (2017). Religioznaja metafora v sisteme rechevyh kollektivnyh praktik nemeckih futbol'nyh fanatov [Religious metaphor in terms of German football fans' collective speech practices]. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta [Scientific notes of Orel state university]*, 76(3), 80-83 (in Russian).
4. Blondheim, M., & Rosenberg, H. (2021). Media Theology: New Communication Technologies as religious constructs, metaphors, and experiences. *New Media & Society*, 19 (1), 43-51. doi:10.1177/1461444816649915
5. Bogoyavlenskaya, Yu.V., & Stremyakova, M.S. (2022). Metaforicheskoe modelirovanie obraza Jemmanujelja Makrona vo francuzskom predvybornom massmedijnom diskurse [Metaphorical modeling of the image of Emmanuel Macron in the French pre-election mass media discourse]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki [Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences]*, 8(74), 4, 161–172 (in Russian).
6. Bondarko, A.V. (2015). Analiz glagolnyh kategorij v sisteme funkcionalnoj grammatiki [The analysis of the verbal categories in the system of functional grammar]. *Acta Linguistica Petropolitana. Trudy instituta lingvisticheskikh issledovanij [Acta Linguistica Petropolitana. Transactions of the Institute for Linguistic Studies]*, 1, 25-40 (in Russian).
7. Burnes, S. (2011). Metaphors in press reports of elections: Obama walked on water, but Musharraf was beaten by a knockout. *Journal of Pragmatics*, 43(8), 2160-2175. doi:10.1016/j.pragma.2011.01.010
8. Davtyan, Yu.V., & Kryukova, E.V. (2022). Religioznaja konceptosfera sovremennogo politicheskogo diskursa v Latinskoj Amerike [Religious Conceptual Sphere in the Modern Political Discourse of Latin America]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Serija: Gumanitarnye i social'nye nauki [Northern Arctic Federal University Bulletin. Ser.: Humanitarian and Social Sciences]*, 22(5), 51-59. doi:10.37482/2687-1505-V204 (in Russian).
9. Dobrosklonskaja, T.G. (2006). Mediadiskurs kak objekt lingvistiki i mezhkulturnoj kommunikacii [Mediadiscourse as an object of linguistics and intercultural communication]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Serija 10: Zhurnalistika [Moscow State University Bulletin. Ser. 10, Journalism]*, 2, 20-33 (in Russian).
10. Filyasova, Yu.A. (2018). News headlines: A contrastive linguistic analysis. *Proceedings of the 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2018*, 5, 3.1, 333-344. doi:10.5593/sgemsocial2018H/31/S10.042

11. Ivanova, E.V. (2013). Religioznaja metafora v tekstah SMI [Religious metaphor in the mass media texts]. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija. Iskuststvedenie [Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology and Arts]*, 305(14), 77, 21-24 (in Russian).
12. Katermina, V.V., & Solovyova, N.S. (2021). Religioznye metafory v sportivnom gazetnom diskurse: funkcional'nyj aspekt (na materiale britanskih gazet) [Religious metaphors in newspaper sports discourse: functional aspect (based on the material of British newspapers)]. *Filologija i chelovek [Philology and Human]*, 3, 130-144. doi:10.14258/filichel(2021)3-11 (in Russian).
13. Kerimov, R.D., & Fedyanina, L.I. (2014). Teonomnaja precedentnost' v nemeckoj social'noj komunikacii [Theonomic Precedent in German Social Communication]. *Uchenye zapiski Zabajkalskogo gosudarstvennogo universiteta [Scholarly Notes of Transbaikals State University]*, 55(2), 84-92 (in Russian).
14. Lakoff, G., Johnson, M. (1980). Metaphors we live by. In *Language, Thought and Culture*. University of Chicago Press.
15. McFague, S. (2014). Metaphorical Theology: Models of God in Religious Language. *Philosophy and Theology*, 26 (1), 221-237.
16. McKinnon, A. (2014). Elementary forms of the metaphorical life: Tropes at work in Durkheim's theory of the religious. *Journal of Classical Sociology*, 14 (2), 203-221. doi:10.1177/1468795X13494130
17. Minaeva, O.P. (2022). Funkcional'no-lingvisticheskij analiz frazeologicheskikh edinic v anglijskom diskurse mass-media [Phraseological Units in English Discourse of Mass Media: Functional-Linguistic Analysis]. *Diskurs professional'noj komunikacii [Professional Discourse & Communication]*, 4(3), 39–53. doi:10.24833/2687-0126-2022-4-3-39-53 (in Russian).
18. Mitropolit Ierofej (Vlahos). Raj i ad [Heaven and hell]. Retrieved from <https://lib.pravmir.ru/library/readbook/1888> (accessed: 21 March, 2023) (in Russian).
19. Nagumanova, V.A. (2020). Stereotipoobrazujushhij potencial metafory v sozdanii obraza Rossii v nemeckom publicisticheskom diskurse [Stereotype-forming potential of metaphors in creating the image of Russia in German mass media discourse]. *Diskurs professional'noj komunikacii [Professional Discourse & Communication]*, 2(1), 23-36. doi:10.24833/2687-0126-2020-2-1-23-36 (in Russian).
20. Nikashina, N.V., & Suprun, N.D. (2016). Alljuzija kak stilisticheskij priem v anglojazychnoj literature [Allusion as a stylistic device in literature in the English language]. *Vestnik RUDN. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika [RUDN Bulletin. Ser.: Language Studies, Semiotics and Semantics]*, 1, 68-74 (in Russian).
21. Nikiforova, S.A., & Chesnokova, O.S. (2017). Semiotika religioznych alljuzij v kostarikanskom nacional'nom variante ispanskogo jazyka. *Vestnik RUDN. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika [RUDN Bulletin. Ser.: Language Studies, Semiotics and Semantics]*, 8(2), 309-319. doi:10.22363/2313-2299-2017-8-2-309-319 (in Russian).
22. Raposa, M.L. (1984). Religious Metaphor. *Sacred Heart University Review*, 4(1). Article 1. Retrieved from <https://digitalcommons.sacredheart.edu/shureview/vol4/iss1/1> (accessed: 7 March, 2023).
23. Saint de Preux, A.D., & Blanco, O.M. (2021). The power of conceptual metaphors in the age of pandemic: The influence of the WAR and SPORT domains on emotions and thoughts. *Language & Communication*, 81, 37-47. doi:10.1016/j.langcom.2021.08.003

24. Sangadiyeva, A.V. (2020). Interpretirujushhij potencial religioznoj metafory v konceptualizacii znaniya o Breksite [The interpretive potential of religious metaphor in Brexit representation]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [TSPU Bulletin]*, 4(210), 16-22. doi:10.23951/1609-624X-2020-4-16-22 (in Russian).
25. Shhur, G.S. (1974). *Teorija polja v lingvistike [The field theory in linguistics]*. M.: Nauka, 1974 (in Russian).
26. Stetsenko, N.M. (2016). Osobennosti soderzhatel'no-faktual'noj informacii v zagolovkah novostnyh mediatekstov: pragmaticeskij aspekt [Features of the content-factual information in the headlines of the news media texts: pragmatic aspect]. *Vestnik Doneckogo nacionalnogo universiteta. Seriya B: Gumanitarnye nauki [Bulletin of Donetsk National University. Series B: Humanities]*, 3, 30-35 (in Russian).
27. Ufimceva, A.A. (2010). *Leksicheskoe znachenie: Princip semiologicheskogo opisaniya leksiki [Lexical meaning: The principle of semiological description of lexis]*. M., Librokom, 2010 (in Russian).
28. Ufimceva, A.A. (2011). *Tipy slovesnyh znakov [Types of word signs]*. M.: Editorial URSS (in Russian).
29. Vovou, E. (2022). The cultural environment of metaphors: A study of German as a Second/Foreign Language. *Training, Language and Culture*, 6(2), 68-75. doi:10.22363/2521-442X-2022-6-2-68-75
30. Woods, R., Fernández, A., & Coen, S. (2012). The use of religious metaphors by UK newspapers to describe and denigrate climate change. *Public Understanding of Science*, 21 (3), 323-339. doi:10.1177/0963662510385061
31. Yuzhakova, Yu.V., Polyakova, L.S., & Suvorova, E.V. (2019). Pragmaticeskij aspekt zagolovkov anglojazychnyh mediatekstov [Pragmatic aspect of English language media text headlines]. *Baltiyskij gumanitarnyj zhurnal [Baltic Humanitarian Journal]*, 8, 1 (26), 181-184. doi:10.26140/bgz3-2019-0801-0046 (in Russian).

DICTIONARIES

1. Cambridge Dictionary. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed: 15 April, 2023).
2. Longman Dictionary. Retrieved from <https://www.ldoceonline.com/> (accessed: 15 April, 2023).
3. MacMillan Dictionary. Retrieved from <https://www.macmillandictionary.com/> (accessed: 15 April, 2023).
4. Oxford Dictionary. Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (accessed: 15 April, 2023).
5. Webster Dictionary. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/> (accessed: 15 April, 2023).

Информация об авторе:

Филясова Юлия Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка для профессиональной коммуникации РГПУ им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург, Россия). ORCID: 0000-0002-9728-9458

Получено: 11 апреля 2023 г.

Принято к публикации: 20 мая 2023 г.

EXPLORING THE FUNCTIONAL AND SEMANTIC FIELDS OF 'HEAVEN' AND 'HELL' CONCEPTUAL METAPHORS IN MEDIA NEWS HEADLINES

Yulia A. Filyasova

Herzen State Pedagogical University of Russia

(Saint Petersburg, Russia)

phill.yield@gmail.com

Abstract: The research aims to conduct a functional analysis of the opposing conceptual metaphors 'heaven' and 'hell' within English headlines from BBC and The Guardian news between 1999 and 2023. The relevance of this study lies in the need to explore the lexical meaning of fundamental theological terms based on the unreal cognitive constructs in the context of evolving social paradigms. Various research methods were employed, including continuous sampling, classification, thematic analysis, definition analysis, and semantic analysis.

The findings indicate that the conceptual metaphor 'hell' possesses a broader semantic field compared to 'heaven,' both in terms of definition and function. Metaphorical usage is prevalent, but headlines also feature 'heaven' and 'hell' within idiomatic, emphatic, allusive, direct, zeugmatic phrases, and contaminations. These metaphors encompass thematic areas with polar connotational meanings:

Hell: Politics (political instability, struggle, political figure replacement, anti-crisis measures), Social life (reforms, discrimination, limitations, mandatory expenses), Crimes (abuses, threats, harassment, assaults, victims), Nature (natural disasters, difficult conditions, environmental catastrophes), Sport (injuries, competition, psychological attacks, overcoming), Entertainment (poor quality service, bad habits, imbalance, disruptions), Travel (unforeseen circumstances, transport collapses), Culture (culture shock).

Heaven: Politics (political decisions, electoral victories), Social life (festivals, feasts, family relations, relationships between generations), Crimes (controversy resolution, search for solutions), Nature (biodiversity, renewal of nature), Sport (victories, lucrative contracts, goal achievement), Entertainment (parties, bright performances, romanticism), Travel (pleasure, rest, nature), Culture (acquaintance with outstanding cultural objects, visiting cultural events).

This research demonstrates that the dichotomous representation of the conceptual metaphors 'heaven' and 'hell' is marked by polyfunctionality, driven by the universal evaluative component inherent in their meaning, rooted in the implied polarization of the concepts 'good' and 'bad.' The emotional and moral dimensions contribute to heightened news perception and effective communication within media discourse.

Keywords: cognitive metaphor, professional communication, media discourse, social values, polyfunctionality, thematic field, connotative meaning.

How to cite this article: Filyasova Yu.A. (2023). Exploring the Functional and Semantic Fields of 'Heaven' and 'Hell' Conceptual Metaphors in Media News Headlines. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 26–48 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-26-48>

About the author

Yulia A. Filyasova, Cand. Sci. (Philology) is Associate Professor in the Department of the English Language for Professional Communication at Herzen University. ORCID: 0000-0002-9728-9458.

Received: April 11, 2023.

Accepted: May 20, 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-49-60>

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МАТРИЦА МЕДИАЛИНГВИСТИКИ XXI В. (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ИЗДАНИИ *THE PIE NEWS*)

А.А. Харьковская

Самарский университет

(Самара, Россия)

aax2009@mail.ru

А.А. Голубых

Самарский университет

(Самара, Россия)

ana.golubykh@ya.ru

Аннотация: Статья посвящена описанию особенностей концептуальной матрицы современной англоязычной медиалингвистики, исследуемой на материале публикаций информационного образовательного издания *The PIE News*. Данный еженедельник является актуальным средством передачи информации о профессиональной деятельности, которая сегодня, в условиях современной геополитической обстановки, становится исключительно важным компонентом образовательного процесса во всем мире и характеризуется новейшими параметрами в глобальных масштабах. В настоящее время особое внимание концентрируется на тенденции к совершенствованию траекторий образовательных систем и изменению приоритетных позиций профессий в дисциплинарной политике, что влечет за собой внедрение новых технологий в образовательный процесс для успешного освоения компетенций, необходимых при подготовке специалистов востребованных направлений. Целью данного исследования стало изучение вербальной специфики англоязычных массмедийных текстов, объединенных тематикой профессиональной международной образовательной деятельности. Новизна настоящего исследования обусловлена обращением к анализу изучаемых текстов в аспекте функционального потенциала их лингвистических маркеров. В результате проведенной работы было обнаружено, что образовательный дискурс вербализуется не только в текстах публикаций, он находит отражение и в заголовках, что подтверждает аксиологическую направленность современной профессиональной матрицы. Кроме того, анализ вербальных маркеров показал, что метаконцепт *ОБРАЗОВАНИЕ* включает в себя такие концепты, как «обновленные образовательные программы», «пути и способы финансовой поддержки», «увеличение количества образовательных центров в мире», «партнерская деятельность» и «повышение конкурентоспособности». К лингвистическим особенностям исследуемых языковых единиц относятся

сокращения, что является свидетельством универсального характера действия закона экономии языковых средств в современном виртуальном массмедийном дискурсе с одной стороны, а с другой - осложняет восприятие информации. Авторы приходят к выводу о том, что в сфере образования сегодня отчетливо прослеживается тенденция к разработке краткосрочных образовательных проектов (преимущественно дистанционного формата), характеризующихся совмещением видов профессиональной деятельности, и обеспечивающих мобильность в подготовке кадров для современного рынка труда.

Ключевые слова: концептуальная матрица, метаконцепт *ОБРАЗОВАНИЕ*, вербализация образовательного дискурсивного пространства, массмедийный дискурс, профессиональная деятельность.

Для цитирования: Харьковская А.А., Голубых А.А. (2023). Концептуальная матрица медиалингвистики XXI в. (На материале публикаций в информационном образовательном издании *The Pie News*). *Дискурс профессиональной коммуникации*. 5(3), С. 49–60. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-49-60>

1. ВВЕДЕНИЕ

Современная геополитическая обстановка требует особого внимания к проблемам обновления траекторий образовательных систем в силу сокращения бюджетного финансирования, а также серьезных изменений профессий в дисциплинарной политике, когда на приоритетные позиции перемещаются принципиально новые образовательные технологии, ориентированные на эффективное владение компетенциями и навыками в области наиболее востребованных сегодня профессий.

Сегодня на рынке труда самыми востребованными профессиями после введения санкций в России считаются врачи, учителя и специалисты в области информационных технологий. В настоящее время спрос по-прежнему растет на медиков и педагогов, с ИТ-специалистами не всё однозначно, но выглядит оптимистично для соискателей, и наметился новый серьезный и вполне предсказуемый дефицит инженеров. Среди медиков особенно повысился спрос на анестезиологов-реаниматологов, вирусологов и инфекционистов, врачей скорой помощи и онкологов. Не хватает учителей практически по всем предметам, но особенно по информатике и иностранному языку. Преподавателям этих двух предметов проще всего найти работу не в системе образования. Из-за непрекращающихся на фоне геополитики атак на российскую ИТ-структуру госсектору и бизнесу будут очень нужны специалисты по кибербезопасности. Кроме того, онлайн-сервисы ищут не только программистов, но и специалистов по искусственному интеллекту, тестировщиков и аналитиков. В скором времени рынку потребуется большое количество инженеров.

Правительство уже начало реализацию государственной программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030». Ее цель – создать группу вузов, которые возьмут на себя роль лидеров в технологических разработках для экономики и социальной сферы. Укрепляется материально-техническая база университетов, попавших в программу, им выделяется большое количество бюджетных мест на дефицитные для современной экономики специальности. Параллельно намечено создание высокопроизводительных секторов в базовых отраслях экономики, где разработанные вузами ноу-хау будут применять. Развиваться в первую очередь будут направления, официально обозначенные приоритет-

ными для импортозамещения: автомобильная промышленность; машиностроение: сельскохозяйственное, для пищевой и перерабатывающей промышленности, для энергетики. За последние несколько лет на первый план выдвинулись: тяжелое машиностроение; электроника – разработка программного обеспечения и производство «железа»; самолетостроение; текстильная промышленность; фармацевтическое производство; выпуск медоборудования; робототехника. Соответственно, нужны будут инженеры для работы в этих отраслях. К 2030 году рост населения и его общемировое старение создадут кадровый голод в сферах социального обслуживания. К этому времени мировой дефицит работников здравоохранения достигнет 14,5 миллиона специалистов, среди которых сиделки, медсестры, врачи паллиативной медицины, гериатры. В ближайшей перспективе возрастет спрос на хирургов и психиатров. В 2022 году в Европе и США понятия «*востребованная профессия*» и «*высокооплачиваемая профессия*» чаще являются синонимами, и там работа медсестёр и учителей оплачивается достаточно хорошо.

Эти цифровые экскурсы необходимы в связи с обоснованием актуальности темы настоящего исследования, посвященной изучению вербальной специфики англоязычных массмедийных текстов, касающихся вопросов профессионального образования в условиях современной геополитической обстановки во всем мире.

Сфера образования является одним из ключевых компонентов жизни и деятельности социума, имеет особое значение в его становлении и развитии, в то время как профессиональное образование в рамках непрерывного образования играет исключительно важную роль в профессиональной реализации человека. В современном мире образование подчиняется процессу глобализации, в котором мировые (worldwide) события влияют на местную образовательную практику и политику [Ball, 2012; Berkovich & Benoliel, 2021; Dale, 2000; Spring, 2015]. Приоритетность образования также закрепляется на международном уровне, поскольку образование является одной из главных потребностей человечества и рассматривается как основа установления прочного мира и равноправного и устойчивого развития в мировых масштабах [UNESCO]. В связи с этим, в настоящее время образовательный дискурс находится в фокусе внимания многих отечественных и зарубежных исследователей, анализирующих различные аспекты данного дискурсивного пространства [Воронцова, Вишнякова, 2021; Габец, 2021; Леденева, Пономаренко, 2022; Радюк, 2020; Chesnokova et al., 2020; Kharkovskaya et al., 2017; Konobeev et al., 2020; Starostina et al., 2021; Rimmer, 2019 и др.]. Интернетизация и глобализация образования стимулировали появление большого количества научных работ, описывающих особенности дистанционного формата обучения, который сегодня приобретает все большую популярность [Ахренов и др., 2020; Вишнякова, 2021; Танчук, 2022; Dmitrenko, 2021; Malyuga & Petrosyan, 2022; Verma & Singh, 2010 и др.].

Принимая во внимание значительное количество исследований в области образовательной дискурсивной практики, следует отметить, что существует необходимость дополнить информацию о вербализации образовательного дискурса и компонентном составе метаконцепта ОБРАЗОВАНИЕ в рамках реализации международной профессиональной деятельности и ее отражении в современной массмедийной коммуникации.

Объектом данного исследования стали тексты раздела *News*, размещенного в англоязычном информационном образовательном издании *The PIE News*. Предметом исследования являются их вербальные характеристики.

2. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом исследования послужили англоязычные тексты, напечатанные в электронном еженедельнике *The PIE News* в августе, сентябре и октябре 2022 года. В рамках исследования были проанализированы заголовки и тексты новостных статей исследуемого информационного издания, объединенных тематикой профессиональной международной образовательной деятельности.

В изучении фактического материала использовались методы наблюдения и описания, функционально-прагматического анализа, дискурс-анализа, концептуального анализа, лингвистического и семантического анализа.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЯ

В самом названии еженедельника *The Professional International Education News* содержится обозначение исключительно важного сектора образовательной деятельности в мире – профессиональной деятельности, которая характеризуется самыми современными параметрами в международных масштабах, о чем свидетельствуют вербальные маркеры – *international* и *news*.

Вербализация образовательного дискурсивного пространства в материалах, опубликованных в рассматриваемом источнике, наиболее очевидно и активно проявляется также в названиях публикаций, что достоверно отражает аксиологический вектор в рамках современной профессиональной матрицы. Например:

CES expands in Canada with Vancouver school [Panker, 5 October, 2022]. В сопровождающих комментариях поясняется, что открытие 3 октября дополнительной школы при Центре по обучению английскому языку в удаленных районах Ванкувера обеспечивает расширение географических границ образовательного проекта.

Тезис об упрочении диапазона образовательных услуг содержится также в заголовках типа:

US: OIEG signs partnership with Mercy College [Panker, 6 October, 2022], где объявляется о деловом партнерстве Оклахомского Центра, регулирующего присуждение грантов, с Колледжем Нью-Йорка, что является серьезной финансовой поддержкой совместных проектов в области образования.

Еще один пример, демонстрирующий активность в сфере образовательной деятельности, убедительно показывает расширение географических границ этой сферы:

IALC & TIECA partnership seeks opportunities [Stacey, 4 October, 2022]. В данном случае речь идет о подписании соглашения Китая с Тайваньской группой с целью изыскать все возможности для увеличения площадок для школьных и других образовательных учреждений.

Пути и способы материальной поддержки обучающихся заявлены в информационных сообщениях типа:

Aus: int'l grads work extension a "win-win" [Stacey, 6 October, 2022], где акционеры, финансирующие университеты в Австралии, предупреждают о необходимости усилить конкурентную способность рынка труда, сформированного международными студентами, и наилучшим образом отвечать вызовам времени, которые предполагают обеспечение квалифицированными кадрами постоянно увеличивающиеся потоки людей, пополняющих рынки труда. Например:

Universities in Australia, Wales and Sweden are ahead of counterparts in other regions when it comes to handling student enquiries and research [Stacey, 5 October, 2022].

Правительство Соединенного Королевства сегодня возобновляет традиционные программы поддержки иностранных студентов, проживающих за пределами своих стран. Например, международную стипендию *CHEVENING*, которая позволяет студентам с лидерскими качествами из более чем 160 стран и территорий пройти аспирантуру или курсы в университетах объединенного Королевства:

Chevening opens to Afghans living out of the country [Packer, 5 October, 2022].

Как показал наш анализ, метаконцепт *ОБРАЗОВАНИЕ* наряду с концептами «обновленные образовательные программы», «пути и способы финансовой поддержки», «увеличение количества образовательных центров в мире», объединяет такие концепты, как «партнерская деятельность» и «повышение конкурентоспособности». Причем, практически все концептуально значимые маркеры современного образовательного пространства сопровождаются прецедентными единицами, уточняющими географические границы стран и территорий, где образовательная деятельность наиболее активно реагирует на современные перемены социумов, ранее не охваченных такого рода образовательными схемами.

Не обходят вниманием журналисты и российские проекты в сфере образования, хотя и обсуждаются они в значительно меньшем объеме:

1. *Russia and Iran plan student exchange increase* [Packer, 31 August, 2022];
2. *Russians look for new study destinations* [Packer, 5 August, 2022].

Принимая во внимание электронный формат рассматриваемого в настоящей работе журнала, следует сказать, что в лингвистическом отношении вербальные маркеры концептуальных составляющих матрицы заглавий отличаются большим разнообразием сокращений, что подтверждает универсальный характер действия закона экономии языковых средств в современном виртуальном массмедийном дискурсе. С другой стороны, регулярное использование акронимов свидетельствует о тенденции к зашифрованной семантике в номинации концептуальных составляющих, что осложняет восприятие информации, заложенной в журнальных заголовках. Кроме того, такого рода наименования отличаются богатством семантических компонентов, обеспечивающих национально-культурную идентификацию референтов, функционирующих в современной образовательной среде.

4. ВЫВОДЫ

В плане оформления концептуальной матрицы образовательного пространства, которое нашло отражение в публикациях, размещенных в электронном еженедельнике, можно сказать, что фокус внимания в сфере образования сегодня переместился на краткосрочные образовательные проекты, обеспечивающие мобильность в подготовке кадров для современного рынка труда.

Заявленные проекты в сфере образования ориентированы на совмещение профессиональной деятельности, что также позволяет свободнее ориентироваться в потребностях рынка труда и более гибко взаимодействовать в пределах расширенного профессионального диапазона.

И наконец, обращает на себя внимание смена геополитического вектора в странах, расположенных в восточных регионах земного шара. Экономисты видят перспективы в освоении удаленных от образовательных центров мирового уровня территорий (Австралия,

Индия, Китай, Африка), однако реализация имиджевой политики требует от авторов образовательных проектов решений, позволяющих предлагать образовательные услуги в формате дистанта и заочного образовательного комплекса.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахренов В.Н., Ахренова Н.А., Белоус Е.Ю. Дистанционное обучение-2020 и проблемы киберсоциализации участников образовательного процесса // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2020. № 3. С. 6-14. doi: 10.18384/2310-7219-2020-3-6-14
2. Вишнякова Е.А. Возможность онлайн-обучения английскому языку студентов вузов // Университет XXI века: научное измерение: материалы научной конференции научно-педагогических работников, аспирантов и магистрантов ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2021. С. 314-316.
3. Воронцова М.В., Вишнякова О.Д. Российская традиция преподавания иностранных языков и международные стандарты: возможна ли конвергенция? // Современные вызовы и преподавание иностранных языков в России. Издательский дом ООО «Роликс», 2021. С. 9-17.
4. Габеев А.А. Интердискурсивность как ингерентное свойство институционального дискурса (на примере образовательного дискурса) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. Т. 27, № 4. С. 107–113. doi: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2021-27-4-107-113>
5. Дмитренко Т.А. Инновационные тренды в системе языкового образования в XXI веке // Дискурс профессиональной коммуникации. 2021. Т. 3, № 4. С. 73-83. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-4-73-83>
6. Конобеев А.В., Юхимук Я.А., Войцеховская В.Д., Шчекич М. Персонализация как подход к обучению // Дискурс профессиональной коммуникации. 2020. Т. 2, №3. С. 118-138. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2020-2-3-118-138>
7. Леденева С.Н., Пономаренко Е.В. О соотношении репродуктивных и продуктивных форм обучения деловой диалогической коммуникации // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: Сборник материалов X Международной научной конференции. Москва: Российский университет дружбы народов, 2022. С. 8-11.
8. Радюк А.В. Роль функционального анализа в преподавании английского языка студентам-экономистам // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения. Москва: Российский университет дружбы народов, 2020. С. 236-240.
9. Танчук А.С. Вебинар по обучению английскому языку как новый вид виртуального педагогического дискурса и его лингвосинергетический потенциал // Вопросы прикладной лингвистики. 2022. № 47. С. 128-155. doi: <https://doi.org/10.25076/vpl.47.06>

10. Ball S. J. Global Education Inc. London: Routledge, 2012.
11. Berkovich I., Benoliel P. Organisational perspectives on globalisation in education // Globalisation, Societies and Education. 2021. Vol. 19. No 1. P. 2-6.
12. Chesnokova O., Khramchenko D., Kupriyanova M. Professional Discourse: Functional-Linguistic Perspective (based on academic discourse) // Functional Approach to Professional Discourse Exploration in Linguistics. Springer, Singapore, 2020. Pp. 21-57.
13. Dale R. Globalisation and Education: Demonstrating a “Common World Educational Culture” or Locating a “Globally Structured Educational Agenda.” // Education Theory. 2000. Vol. 50 (4). P. 427-448.
14. Kharkovskaya A.A., Ponomarenko E.V., Radyuk A.V. Minitexts in Modern Educational Discourse: Functions and Trends // Training, Language and Culture. 2017. T.1. № 1. P. 62-76. doi: 10.29366/2017tlc.1.1.4
15. Malyuga E.N., Petrosyan G.O. Effective Integration of Distance Courses Through Project-Based Learning // Frontiers in Education. 2022. № 6. 788-829. doi: 10.3389/feduc.2021.788829
16. Rimmer W. Questioning practice in the EFL classroom // Training, Language and Culture. 2019. № 3(1). P. 53-72. doi:10.29366/2019tlc.3.1.4
17. Spring J. Globalization of Education: An Introduction. Routledge, 2015.
18. Starostina Ju.S, Cherkunova M.V., Kharkovskaya A.A. Education and city in the English-language small-format texts: axiological approach // Education and City: Education and Quality of Living in the City: The Third Annual International Symposium. Moscow, 2021. P. 4013. doi: 10.1051/shsconf/20219804013
19. UNESCO official website [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unesco.org/en/vision> (дата обращения: 25.01.2023).
20. Verma A., Singh A. Webinar – Education through Digital Collaboration // Journal of emerging technologies in Web intelligence. 2010. № 2 (2). P. 131-136.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ВЫБОРКИ

1. Hogan S. Ukrainian male students stopped at border [Электронный ресурс] // The PIE News. 12 September, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/ukrainian-male-students-border> (дата обращения: 1.11.2022).
2. Packer H. Chevening opens to Afghans living out of the country [Электронный ресурс] // The PIE News. 5 October, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/chevening-afghans-country> (дата обращения: 1.11.2022).
3. Packer H. Russia and Iran plan student exchange increase [Электронный ресурс] // The PIE News. 31 August, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/russia-iran-student-exchange> (дата обращения: 1.11.2022).
4. Packer H. Russians look for new study destinations [Электронный ресурс] // The PIE News. 5 August, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/russians-new-study-destinations> (дата обращения: 1.11.2022).
5. Panker S. CES expands in Canada with Vancouver school [Электронный ресурс] // The PIE News. 5 October, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/ces-school-expends-in-canada> (дата обращения: 1.11.2022).

6. Panker S. US: OIEG signs partnership with Mercy College [Электронный ресурс] // The PIE News. 6 October, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/oieg-signs-a-pathway-partnership-with-mercy-college-ny> (дата обращения: 1.11.2022).
7. Stacey V. Aus, Wales and Sweden lead on student enquiries [Электронный ресурс] // The PIE News. 5 October, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/australia-wales-and-sweden-lead-on-student-enquiries> (дата обращения: 1.11.2022).
8. Stacey V. Aus: int'l grads work extension a "win-win" [Электронный ресурс] // The PIE News. 6 October, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/australia-intl-graduates-work-extension-a-win-win> (дата обращения: 1.11.2022).
9. Stacey V. IALC & TIECA partnership seeks opportunities [Электронный ресурс] // The PIE News. 4 October, 2022. URL: <https://thepienews.com/news/ialc-tieca-to-foster-opportunities-in-new-partnership> (дата обращения: 1.11.2022).

REFERENCES

1. Akhrenov, V.N., Akhrenova, N.A., & Belous, E. Yu. (2020). Distantionnoe obuchenie-2020 i problemy kibersotsializatsii uchastnikov obrazovatel'nogo protsesssa [Distance learning-2020 and the problems of cyber-socialization of the educational process participants]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Pedagogika [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Pedagogy]*, 3, 6-14. doi: 10.18384/2310-7219-2020-3-6-14 (in Russian).
2. Ball, S. J. (2012). *Global Education Inc.* London: Routledge.
3. Berkovich, I., & Benoliel, P. (2021). Organisational perspectives on globalisation in education. *Globalisation, Societies and Education*, 19, 1, 2-6.
4. Chesnokova O.S., Khranchenko D.S., Kupriyanova M.E. (2020) Professional Discourse: Functional-Linguistic Perspective (Based on Academic Discourse). In: E. Malyuga (ed.) *Functional Approach to Professional Discourse Exploration in Linguistics*. Springer, Singapore.
5. Dale, R. (2000). Globalization and Education: Demonstrating a "Common World Educational Culture" or Locating a "Globally Structured Educational Agenda". *Education Theory*, 50, 4, 427-448. doi: <http://doi.org/10.1111/j.1741-5446.2000.00427.x>
6. Dmitrenko, T.A. (2021). Innovative Trends in the System of Language Education in the XXIst Century. *Professional Discourse & Communication*, 3(4), 73-83. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-4-73-83>
7. Gabets, A.A. (2021). Interdiskursivnost' kak ingerentnoe svoystvo institutsional'nogo diskursa (na primere obrazovatel'nogo diskursa) [Interdiscourse as an inherent characteristic of institutional discourse (on the example of educational discourse)]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriia, pedagogika, filologiya [Bulletin of Samara University. History, pedagogics, philology]*, 27, 4, 107-113. doi: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2021-27-4-107-113> (in Russian).
8. Kharkovskaya, A.A., Ponomarenko, E.V., & Radyuk, A.V. (2017). Minitexts in Modern Educational Discourse: Functions and Trends. *Training, Language and Culture*, V.1, № 1, 62-76. doi: 10.29366/2017tlc.1.1.4
9. Konobeev A.V., Yukhimuk Y.A., Voytsekhovskaya V.D., & Shchekich M. (2020). Personalization as an approach to education. *Professional Discourse & Communication*, 2(3), 118-138. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2020-2-3-118-138>

10. Ledeneva, S.N., & Ponomarenko, E.V. (2022). O sootnoshenii reproduktivnykh i produktivnykh form obucheniya delovoy dialogicheskoy kommunikatsii [Correlation of reproductive and productive ways of teaching business dialogic communication]. In *Aktual'nye problemy lingvistiki i lingvodidaktiki inostrannogo yazyka delovogo i professional'nogo obshcheniya* [Topical issues of linguistics and teaching methods in business and professional communication]: 10th International Scientific Conference, Moscow, RUDN University: proceedings (pp. 8-11) (in Russian).
11. Malyuga, E.N., & Petrosyan, G.O. (2022). Effective Integration of Distance Courses through Project-Based Learning. *Frontiers in Education*, 6, 788-829. doi: 10.3389/educ.2021.788829
12. Radyuk, A.V. (2020). Rol' funktsional'nogo analiza v prepodavanii angliyskogo yazyka studentam-ekonomistam [The role of functional analysis in teaching English to students majoring in Economics]. *Aktual'nye problemy lingvistiki i lingvodidaktiki inostrannogo yazyka delovogo i professional'nogo obshcheniya* [Topical issues of linguistics and teaching methods in business and professional communication], 236-240 (in Russian).
13. Rimmer, W. (2019). Questioning practice in the EFL classroom. *Training, Language and Culture*, 3(1), 53-72. doi: 10.29366/2019tlc.3.1.4
14. Spring, J. (2015). *Globalization of Education: An Introduction*. Routledge.
15. Starostina, Ju.S, Cherkunova, M.V., & Kharkovskaya, A.A. (2021). Education and city in the English-language small-format texts: axiological approach. *Education and City: Education and Quality of Living in the City: The Third Annual International Symposium*, 4013. doi: 10.1051/shsconf/20219804013
16. Tanchuk, A.S. (2022). Vebinar po obucheniyu angliyskomu yazyku kak novyy vid virtual'nogo pedagogicheskogo diskursa i ego lingvosinergeticheskiy potentsial [Webinar on teaching English as a new genre of virtual pedagogical discourse and its linguosynergetic potential]. *Voprosy prikladnoy lingvistiki* [Issues of Applied Linguistics], 47, 128-155. doi: <https://doi.org/10.25076/vpl.47.06> (in Russian).
17. UNESCO official website. Retrieved from <https://www.unesco.org/en/vision> (accessed: 25 January, 2023).
18. Verma, A., & Singh, A. (2010). Webinar – Education through Digital Collaboration. *Journal of emerging technologies in Web intelligence*, 2(2), 131-136.
19. Vishnyakova, E.A. (2021). Vozmozhnost' onlayn-obucheniya angliyskomu yazyku studentov vuzov [The possibility of online teaching English to university students]. In *Universitet XXI veka: nauchnoe izmerenie* [University of the XXI century: scientific dimension]: Scientific conference for scientists, teachers and post-graduate students of Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University: proceedings (pp. 314-316) (in Russian).
20. Vorontsova, M.V., & Vishnyakova, O.D. (2021). Rossiyskaya traditsiya prepodavaniya inostrannykh yazykov i mezhdunarodnye standarty: vozmozhna li konvergentsiya? [Russian tradition of foreign language teaching and international standards: is the convergence possible?]. *Sovremennye vyzovy i prepodavanie inostrannykh yazykov v Rossii* [Modern challenges and teaching of foreign languages in Russia], 9-17 (in Russian).

SAMPLE SOURCES

1. Hogan, S. (12 September, 2022). Ukrainian male students stopped at border. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/ukrainian-male-students-border> (accessed: 1 November 2022).
2. Packer, H. (5 October, 2022). Chevening opens to Afghans living out of the country. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/chevening-afghans-country> (accessed: 1 November 2022).
3. Packer, H. (31 August, 2022). Russia and Iran plan student exchange increase. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/russia-iran-student-exchange> (accessed: 1 November 2022).
4. Packer, H. (5 August, 2022). Russians look for new study destinations. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/russians-new-study-destinations> (accessed: 1 November 2022).
5. Panker, S. (5 October, 2022). CES expands in Canada with Vancouver school. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/ces-school-expends-in-canada> (accessed: 1 November, 2022).
6. Panker, S. (6 October, 2022). US: OIEG signs partnership with Mercy College. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/oieg-signs-a-pathway-partnership-with-mercy-college-ny> (accessed: 1 November 2022).
7. Stacey, V. (5 October, 2022). Aus, Wales and Sweden lead on student enquiries. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/australia-wales-and-sweden-lead-on-student-enquiries> (accessed: 1 November 2022).
8. Stacey, V. (6 October, 2022). Aus: int'l grads work extension a "win-win". *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/australia-intl-graduates-work-extension-a-win-win> (accessed: 1 November 2022).
9. Stacey, V. (4 October, 2022). IALC & TIECA partnership seeks opportunities. *The PIE News*. Retrieved from <https://thepienews.com/news/ialc-tieca-to-foster-opportunities-in-new-partnership> (accessed: 1 November 2022).

Информация об авторах:

Харьковская Антонина Александровна – кандидат филологических наук, профессор кафедры английской филологии Самарского университета (Самара, Россия). ORCID ID: 0000-0002-6532-0828

Голубых Анастасия Александровна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английской филологии Самарского университета (Самара, Россия). ORCID: 0000-0003-1724-6931

Получено: 18 мая 2023 г.

Принято к публикации: 5 июля 2023 г.

THE CONCEPTUAL MATRIX OF MEDIA LINGUISTICS IN THE XXI CENTURY: A CASE STUDY OF *THE PIE NEWS*

Antonina A. Kharkovskaya

Samara University

(Samara, Russia)

aax2009@mail.ru

Anastasiya A. Golubykh

Samara University

(Samara, Russia)

ana.golubykh@ya.ru

Abstract: The present paper is dedicated to describing the conceptual framework of contemporary English-language media linguistics, using materials from the informational educational news website, The PIE News. The PIE News serves as a vital conduit for disseminating information about professional activities, playing an increasingly pivotal role in the global educational landscape. In the current geopolitical context, there is a heightened focus on enhancing educational systems and reshaping the priority positions of professions within disciplinary policies. Consequently, the integration of new technologies into the educational process becomes paramount for the successful development of competencies required to train specialists in popular fields. The aim of this research is to analyze the linguistic characteristics of English-language mass media texts concerning international professional educational activities. The scientific novelty of this study lies in its examination of the functional potential of linguistic markers within the texts. The authors have identified that educational discourse is manifest not only in the body of the publications but also in their headlines, affirming the axiological orientation of the contemporary professional landscape. The analysis of linguistic markers reveals that the metaconcept 'Education' encompasses concepts such as "updated educational programs," "methods of financial support," "expanding the global network of educational centers," "collaborative initiatives," and "enhanced competitiveness." The linguistic features of these markers are characterized by various abbreviations, providing evidence of the universal principle of language economy in modern virtual mass media discourse. However, these abbreviations, while efficient, can occasionally complicate information comprehension. As a result of this study, the authors draw conclusions about an emerging trend in education characterized by the development of short-term educational projects, primarily in a distance format, combined with professional activities, thereby fostering greater workforce training mobility within the modern labor market.

Keywords: conceptual matrix, metaconcept "Education," verbalization of the educational discursive space, mass media discourse, professional activity.

How to cite this article: Kharkovskaya, A.A., Golubykh, A.A. (2023). The Conceptual Matrix of Media Linguistics in the XXI Century: A Case Study of the Pie News. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 49–60 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-49-60>

About the author

Antonina A. Kharkovskaya, Cand. Sci. (Philology) is Professor in the Department of English philology at Samara University (Samara, Russia). ORCID ID: 0000-0002-6532-0828

Anastasiya A. Golubykh, Cand. Sci. (Philology) is Senior Lecturer in the Department of English philology at Samara University (Samara, Russia). ORCID ID: 0000-0003-1724-6931.

Received: May 18, 2023.

Accepted: July 5, 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-61-75>

РОЛЬ МЕТАФОР В РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕКТИВЫ В ЖАНРЕ «ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЙ» (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Д.Д. Кучина

Санкт-Петербургский государственный университет

(Санкт-Петербург, Россия)

dariakutschina@yandex.by

Аннотация: В данной статье представлены результаты лингвостилистического анализа немецкоязычного комментария в общественно-политическом интернет-дискурсе, проведенного с целью установления характерных для этого жанра черт. В качестве эмпирического материала методом сплошной выборки были отобраны более 200 комментариев к постам немецкой партии «Альтернатива для Германии» в сети Интернет. В исследовании применяются как общенаучные методы, так и лингвистические: дискурс-анализ и контекстуальный анализ. Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью исследований в области интернет-лингвистики, занимающейся, в частности, жанровой проблематикой, с целью определения, выявления и описания характерных черт комментария как интернет-текста. Автор подробно рассматривает подходы немецкоязычных лингвистов к определению понятия инвективы: с лексико-семантической точки зрения, с позиций теории речевых актов, а также постструктуралистского анализа дискурса. Изучение материала показывает, что для немецкого политического интернет-дискурса свойственно применение инвективы, которая может реализовываться эксплицитно или имплицитно. В статье рассматриваются импликатуры, материализующиеся посредством иронизации и метафоризации. Автор делает вывод о том, что метафора может использоваться в качестве приема речевого воздействия. При этом под метафорой как персуазивным средством понимается целенаправленное изменение ментального представления о том или ином объекте на основе навязываемого манипулятором метафорического образа, который, как правило, проходит процесс гиперболизации: одни аспекты моделируемого метафорой явления представляются в преувеличенном виде, тогда как другие, напротив, претерпевают процесс преуменьшения.

Ключевые слова: немецкий политический интернет-дискурс, инвектива, пейоративная лексика, метафора, ирония, интернет-комментарий, речевой жанр.

Для цитирования: Кучина Д.Д. (2023). Роль метафор в реализации инвективы в жанре «интернет-комментарий» (на материале немецкого языка). *Дискурс профессиональной коммуникации*. 5(3), С. 61–75. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-61-75>

1. ВВЕДЕНИЕ

Многими исследователями были предприняты попытки в построении единой модели интернет-жанра, которая могла бы отвечать постоянно изменяющейся и развивающейся коммуникативной интернет-среде. Так, для описания интернет-жанра принято ссылаться на уже достаточно устоявшуюся систему в жанроведении, состоящую из семи параметров: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, образ прошлого и будущего, диктуемое содержание и языковое воплощение. Анализ интернет-комментария, как правило, осуществляется на трёх уровнях: стилистическом, семантическом и прагматическом. Таким образом, каждому из уровней соответствует определённый параметр. На стилистическом уровне важное значение имеет языковое воплощение интернет-комментария, на семантическом диктуемое содержание, прагматический уровень включает в себя: цель, образ автора, образ адресата, прошлого и будущего [Щипицина, 2009, с. 238]. В рамках исследования коммуникации микроблога *Twitter* мы остановились на изучении лингвостилистических параметров речевого жанра интернет-комментария. Так, в рамках анализа более двухсот комментариев к постам немецкой партии «Альтернатива для Германии» (далее - «АДГ») была выявлена тенденция к использованию инвектив, служащих целям дискредитации оппонента или самой партии, а также к использованию метафор для передачи информации адресантом адресату в короткой и доступной форме. Задачей настоящего исследования являлось проведение анализа работ учёных языковедов с целью выявления необходимых для реализации инвективы факторов. Гипотезой эмпирической части исследования является предположение о том, что для метафорической реализации инвективы пользователи платформы *Twitter*, читающие официальный аккаунт партии «АДГ», ввиду общественно-политической направленности тем, будут использовать область-источник «война», невзирая на то, что простые обыватели не связаны институционально с политической жизнью.

2. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом для теоретического анализа послужили работы следующих учёных языковедов: Scharloth J., Kallmeyer W., Schütze F., Spiegel C., Krämer S., Kapeller L., Pfeiffer H., Graumann C., Culpeper J., Brown P., Levinson S., Goffman E., Butler J. Для эмпирической части анализа методом сплошной выборки были отобраны тексты-комментарии к постам партии «АДГ». Для достижения цели исследования применялись как общенаучные, так и лингвистические методы, а именно: наблюдение за языковым материалом в собственном ему контексте и его описание, анализ комментариев с точки зрения используемых в них метафор, синтез полученных данных, отбор материала методом сплошной выборки, использование контекстуального анализа (анализ языковых единиц непосредственно в их контексте).

Понятие инвективы выступает в качестве центрального термина, с помощью которого в лингвистике классифицируют такие метакоммуникативные категории, как невежливость, оскорбление, словесная агрессия и разжигание ненависти [Scharloth, 2017, s. 41-60]. Общим свойством этих явлений является *инвектива*: во всех случаях посредством вербальных или невербальных актов общения производится оценка людей и групп, которая может изменить социальное положение тех, кто участвует в коммуникативном событии, дискриминировать негативно оценённые группы или лица, при необходимости, исключать их. Инвективой называется отдельное коммуникативное событие, в котором человеку или группе приписыва-

ется уничижительная характеристика. На прагматическом уровне различные проявления инвективы объединяет общая модальность социального взаимодействия и коммуникации. Эта модальность контекстуализируется, например, с помощью оскорбительных фраз, обценной лексики, нецензурных и пейоративных выражений, гипербол, превосходных степеней, интонации обвинения и т. д. [Kallmeyer, Schütze, 1977, s. 159-274; Kallmeyer, 1979, s. 549-568; Spiegel, 1985, s. 233-270]. Инвективная модальность взаимодействия не только предоставляет обрамление коммуникативных актов или ситуаций средствами «антивежливости», но и позволяет вовлечённым сторонам испытывать широкий спектр эмоций – от ярости до чувства удовлетворения собственной правотой в споре. Выполнение практик воздействия является важным условием для эскалации потенциала инвективной речи [Scharloth, 2017, s. 41-60].

Языковое насилие (*Sprachliche Gewalt*) можно рассматривать как универсальное явление, как обратную сторону упорядочивающей силы языка. Любое приписывание субъектам определённых характеристик (*Zuschreibung*) и любая провокация (*Appellation*) с этой точки зрения являются актом давления, даже в том случае, если это акт, жестокость которого изначально не подлежит моральной оценке. Это один из тезисов, которые Сибилла Кремер [Krämer, 2010, s. 135-153] развивает в своих работах о символическом насилии (*symbolische Gewalt*). Потому что каждое наименование индивидуума, каждое подведение индивидуума под концептуальную категорию, подчёркивает только определённые аспекты, рассматривает его только с одной точки зрения, конструируя и делая социально доступным. Установление порядка в языковой среде и реализация давления идут рука об руку.

Исследование нецензурных слов в первую очередь касается сбора и упорядочивания пейоративной лексики [Kapeller, Voigt, 1964; Pfeiffer, 1997; Nübling, Vogel 2004; Amann, 2005]. Поскольку в изложенной здесь концепции языкового принижения уничижительная сила языковых выражений не связана с тем, что они сами по себе выполняют функцию приписывания адресату черт с негативной коннотацией, функциональные подходы, которые рассматривают ругательства как идиоматические выражения [Feilke, 1996, s. 363], являются более подходящими. Следовательно, инвективный потенциал обценной лексики (*Schimpfwörtern*) обусловлен их использованием в типизированных коммуникативных контекстах и ситуациях с условными прагматическими функциями, без необходимости обязательной реализации этой функции в каждом конкретном случае. Но это также означает и обратное: инвектива не может быть реализована только с помощью ограниченного набора языковых средств. Скорее, инвективный потенциал языковых выражений является продуктом ситуативных и социальных контекстов, а также привычных и ритуализированных взаимодействий.

Инвективное высказывание рассматривается в лингвистических исследованиях немецких языковедов как речевой акт. Таким образом, языковое принижение и дискриминация – это речевой акт приписывания лица или группы лиц к негативно оценённой социальной категории [Wagner, 2001, s. 13]. Многочисленные речевые акты для реализации инвектив, доступные в языковом сообществе, можно частично идентифицировать с помощью немецких коммуникативных глаголов: *beleidigen* (обижать), *beschimpfen* (ругать), *schmähen* (оскорблять), *verunglimpfen* (порочить), *kränken* (обижать), *verletzen* (ранить), *angreifen* (нападать), *demütigen* (унижать), *ärgern* (злить), *reizen* (раздражать), *schikanieren* (придирается), *provizieren* (провоцировать), *erniedrigen* (унижать), *foppen* (поднимать на смех), *hänseln* (дразнить), *necken* (подтрунивать), *lästern* (клеветать), *herabsetzen* (унижать), *herabwürdigen* (умалять), *missachten* (не уважать, игнорировать), *verhöhnern* (издеваться), *verlachen* (высмеивать), *anpöbeln* (досаждать), *schimpfen* (бранить) или *einschüchtern* (запугивать).

Фундаментальная функция инвективных речевых актов заключается в изменении социальной иерархии (унижение) и прекращении общения (сегрегация, дистанцирование). Для того, чтобы инвективы возымели воздействие, они должны следовать социальной схеме, которая включает, помимо прочего, социальные роли и представления об институциональной власти и авторитете. Таким образом, проявления языкового насилия должны реализовывать институционализированные и ритуализированные процедуры, в которых не только говорящий, но также и адресаты, и при необходимости аудитория участвуют в том, чтобы инвектива удалась (или не удалась). «Теория речевых актов, соответственно, требует лингвистического расширения разговора, которое принимало бы во внимание эффективность совместного конструирования всех, кто участвует в инвективных действиях, а также важность совместной ориентации в инвективных практиках» [Graumann 1998, s. 41-61] (здесь и далее перевод наш – Д.К.).

Другие инвективы были концептуализированы лингвистикой как невежливость (*Unhöflichkeit*) [Culpeper, 1996, 2011] или, в соответствии с теорией вежливости [Brown, Levinson, 1987], как акт, угрожающий лицу (*face-threatening act*). Центральным элементом этих теорий является концепция лица (*Face-Begriff*) [Goffman, 1967]: во взаимодействии участники обычно стремятся одобрить и поддержать поведенческие стратегии других участников взаимодействия, обеспечивая им, таким образом, последовательное представление о себе и тем самым придавая положительную социальную ценность. Речевая агрессия с этой точки зрения состоит в том, чтобы перечеркнуть или явно отрицать поведенческие стратегии партнёров по взаимодействию. П. Браун и С. Левинсоном разграничиваются действия, предполагающие некую упаковку в знаки смягчения либо вуалирования неприятных последствий для коммуникантов и не предполагающие такой упаковки. Знаки смягчения таких последствий образуют обширное поле негативной вежливости, приоритетами которой являются сохранение независимости адресата и поддержание доброго, уважительного отношения между коммуникантами.

Теории, изложенные до сих пор, в значительной степени основаны на теории действий: намерения и интерпретации тех, кто участвует во взаимодействии (и третьих сторон), являются решающими параметрами при построении оскорблений, унижения, оскорбления чести и т.д. С другой стороны, подходы, основанные на постструктуралистских рассуждениях, в большей степени подчёркивают дискурсивные условия высказываний и влияние властных отношений. Для них теория речевого акта Остина также является важным ориентиром. В их толковании речевые акты воспроизводят схемы, тем самым обновляя также роли, представления о порядке и нормативные принципы поведения, действующие в них. Однако намерения не предшествуют действиям и не являются первичными для говорящего, скорее, они встроены в социальные условности речевого акта. В просьбе как социальном соглашении заключена деонтическая сила, требующая ее выполнения. Этот взгляд на предмет, с одной стороны, привлекает больше внимания к условиям создания средств языковой манипуляции. С другой стороны, виды инвективной речи, связанные с группами и мотивированные групповыми атрибуциями, также оказываются в центре внимания.

В теории языка вражды (*Hassrede / Hate Speech*) [Butler, 2006], высказывание является центральным средством субъективации. Субъекты действуют в той мере, в какой они сформированы в лингвистическом поле, ограниченном пространствами лингвистических возможностей. Говоря таким образом, они всегда вызывают к структурным отношениям господства, переписывают их и, таким образом, восстанавливают структурное господство.

Инвективное выражение как выражение ненависти в этом смысле представляет собой конституцию (маргинализованного) субъекта посредством дискурсивных средств. Лингвистическое поле с присущими ему практиками исторически развивалось и воспринимается языковым сообществом как нечто само собой разумеющееся. Однако из-за необходимости обновления этих языковых практик в полном объёме всегда существует возможность их изменения.

Таким образом, инвективность актуализируется в условиях сложного переплетения высказываний, социального и ситуативного контекста, а также признания участниками коммуникативного события того или иного высказывания в качестве инвективы.

Нанесение оскорбления также возможно посредством метафоризации. Метафора может использоваться в качестве речевого воздействия. В особенности это присуще политическому дискурсу. Говоря о метафоре как о персуазивном средстве, мы имеем в виду целенаправленное изменение ментального представления о том или ином объекте на основе навязываемого манипулятором метафорического образа, который, как правило, проходит процесс гиперболизации: одни аспекты моделируемого метафорой явления представляются в преувеличенном виде, в то время как другие, напротив, претерпевают процесс преуменьшения.

Часто используемые метафоры со временем становятся стойкими смысловыми структурами, их значение лексикализируется, и они могут более не восприниматься как метафоры. Только когда в процессе использования языка появляются новые смысловые аспекты или актуализируются ранее не выделенные смысловые аспекты, становится очевидной метафоричность. В этой взаимосвязи важную роль играют механизмы метафоризации – дефокусирование (*hiding*) и фокусирование (*highlighting*) [Lakoff, Johnson, 1980, p. 13]. Их называют механизмами или принципами метафоризации, которые некоторые немецкие лингвисты понимают как принципы перспективы (*Perspektivierungsprinzipien*), поскольку они позволяют, с одной стороны, выделить (*highlight*) одни аспекты значения в процессе метафоризации, с другой стороны, отодвинуть на второй план (*hide*) другие аспекты. В этом контексте также говорят о функции фильтрации (*Filterfunktion*) метафоры [Pielenz 1993, s. 100]. Благодаря способности метафор фокусировать или дефокусировать определённые аспекты, они используются для языковых персуазивных или оценочных действий. Персуазивное и оценочное использование языка характерно для сферы общественно-политических коммуникаций.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Агрессия выражается посредством метафор войны, которые можно условно разделить на концепты борьбы (*Kampf*) и противников (*Gegner*).

KAMPF:

В приведённом ниже примере комментария к одному из постов партии «АдГ», опубликованному в предвыборный период в немецкий парламент Бундестаг в 2021 году, один из пользователей сочетает в одном предложении метафору болезни, приравнивая названную выше партию к *Krebsgeschwür* – раковой опухоли, и метафору борьбы, используя немецкие глаголы, обозначающие пагубные действия и, в данном случае, направленные на разрушение как немецкой демократии, так и немецкой социальной системы: *angreifen* (нападать), *krank machen* (заражать), *zerstören* (разрушать):

Tag der deutschen #Sprache: Die #AfD ist der Anwalt unserer #Sprache!

afdkompakt.de/2021/09/11/tag...
#tagderdeutschensprache #btw21

Перевести твит



9:00 AM · 11 сент. 2021 г. · Agorapulse app

[AfD, 2021, 11 September].

(1)FabiGotn

@FabiGotn

В ответ

@AfD

*Die AfD ist maximal ein **Krebsgeschwür**, dass die Wurzeln der deutschen Demokratie und des deutschen Sozialsystems **angreift, krank macht und nachhaltig zerstört*** [FabiGotn, 2021].

Метафоричность используется в данном примере скорее не как средство воздействия на других читателей, но, вероятно, ввиду ограничения длины комментариев в 280 символов, как средство ёмкого и наглядного выражения мнения в отношении темы публикации.

(2) @Jackisback110

11 сент. 2021 г.

В ответ

@AfD и @StBrandner

*Falsch! Die AfD **zerstört** unsere Sprache und Kultur. Oder wollen Sie allen Ernstes behaupten, dass Höckes Formulierungen nicht **sprachpathologisch** sind?* [Jackisback, 2021].

В примере пользователем применяются аналогичные метафоры: борьбы и болезни, — выражающиеся присущими этим концептам лексическими единицами. Так, при помощи глагола *zerstören* (разрушать) указывается на разрушительное влияние партии в отношении как языка, так и культуры, что является оппозицией к заявленному содержанию первичного текста, в котором партия предстаёт поборницей культурных традиций. Используя сложное слово *sprachpathologisch* (речевая патология), образованное путём словосложения корня существительного *sprach* и прилагательного *pathologisch* (патологический, отклоняющийся от нормы), автор вторичного текста описывает речевые действия одного из членов партии. Лексема *Pathologie* (патология) обозначает с одной стороны раздел медицины, изучающий природу и причины болезней, с другой стороны, эта языковая единица имеет самостоятельное значение болезни и используется носителями языка как любое отклонение от нормы.

К публикации о том, что министр экономики партии зелёных получил, согласно актуальному опросу, минимальные оценки удовлетворённостью его политикой за весь свой срок пребывания в должности, партия «АдГ» присовокупляет свою собственную оценку этому факту, выраженную следующим высказыванием — «*berechtigte Quittung*» (оправданная рас-

плата) – за запрет на отопление, разрушение экономики и т.д., вызвав тем самым эмоциональную реакцию у пользователей социальной сети. Так, в третьем примере партийного представителя «АдГ» обвиняют в том, что она *glänzt durch ... Deformierung der Menschen* (блистает посредством деформации окружающих её людей). Её образ дополняется использованной пользователем номинативной метафорой: *Diese Frau ist hoch kriminell* (эта женщина в высшей степени преступна).

Der grüne Wirtschaftsminister [#Habeck](#) erreicht in aktuellen Umfragen die schlechtesten Zufriedenheitswerte seiner gesamten Amtszeit. Es ist die berechtigte Quittung für [#Heizungsverbote](#), Wirtschaftszerstörung und [#Filz](#)-Affären! [#AfD](#)



jungefreiheit.de

Habeck so unbeliebt wie nie – AfD jagt SPD

Laut aktuellem „Deutschlandtrend“ liegt die AfD nur noch ein Prozent hinter der SPD. Und Wirtschaftsminister Habeck stürzt ab.

[AfD, 2023].

(3) Zecke@Hagemeister14

*Die Weidel hat im Gegensatz zu Herrn Habeck keine Umfragewerte. Sie **glänzt durch Korruption und Deformierung der Menschen** in ihrer Umgebung. **Diese Frau ist hoch kriminell*** [Hagemeister 14].

Наблюдается употребление лексем, заимствованных из военной терминологии, – *jagen* (преследовать, травить) и *Hetze* (травля). Концепт борьбы в данном случае выражается в том, что существует некая преследуемая партией жертва, которая подвергается публичному осуждению или клевете (*verleumden*), представляющая репутационные риски или, в соответствии с теорией вежливости американских лингвистов Браун и Левинсона, угрозу лицу (*face-threatening act*).

(4) El Coco loco@ElCocolocoMUC

AfD jagt...

Sagt schon einiges aus [El Coco loco, 2023].

(5) Mario J@MJ221022

*Mit **Jagen** kennt sich die AfD aus. Wir erinnern uns an Walter Lübcke* [Mario J., 2023].

Danny@derrohrdoc

*Danke Ihrer **heftigen Hetze** werden diese fähigen Leute im Netz **verleumdet**.*

Sie sind gut im Fakten verdrängen.

Beispiel:

Eine Wärmepumpe ist nix anderes als ein Kühlschrank.

Japan heizt nur mit Wärmepumpen.

Ihr seit erbärmliche extrem Lügner zum Nachteil unserer Nation [Danny, 2023].

Агрессия выражается партией не столько в действиях, сколько в словах, что находит отражение в следующем высказывании: *Agressive und militante Sprüche könnt ihr* (вы способны на агрессивные и воинственные высказывания). Лексема *militant* так же, как и в других примерах, заимствуется из военной терминологии и обладает двумя значениями: 1. агрессивно отстаивающий доктрину; 2. воинственный, непримиримый. Синонимом будет являться прилагательное *kämpferisch*, образованное от существительного *Kämpfer* (борец).

Идиома *Der Schuss geht nach hinten los* (дело обернулось против тебя самого) используется, как правило, в разговорном языке. Обороты речи, использующие термин *Schuss* (выстрел), естественно, происходят из областей вооружённых сил и стрелкового дела. Таким образом, выстрел считается насильственной и причиняющей вред мерой, предупреждением или опасностью. Особенно опасным регионом является *Schusslinie* (линия огня), но также не рекомендуется находиться *zu weit vom Schuss* (слишком далеко от места выстрела), потому что тогда вы не сможете вмешаться. Наконец, выстрел, который *nach hinten los geht* (имеет неприятные последствия), представлял реальную опасность в то время, когда техническое развитие стволов винтовок и стволов орудий ещё не было доведено до совершенства.

При помощи лексемы *Schutz* (защита) указывается на что-то, что может придать определённое положение дел или кому-то безопасность, защищенность от возможной угрозы. В шестом примере речь идёт о безопасности Германии и возможной угрозе со стороны партии «АдГ»:

(6) Joachim Kast

@KastJoachim

AfD jagt SPD.

Agressive und militante Sprüche könnt ihr.

Heult nicht wenn der Schuß nach hinten los geht!

Zum Schutz für Deutschland wäre es wohl doch das beste, euch bald aus dem Verkehr zu ziehen! [Joachim Kast, 2023].

В посте ниже сообщается о том, что сеть требует отставки представителя партии «АдГ» из-за установки им комендантского часа с целью ограничения распространения коронавирусной инфекции, что посчитали актом, противоречащим конституции ФРГ. Автор текста-комментария к данной публикации видит в этом случае идеальное положение дел для того, чтобы после ухода в отставку занять место канцлера. Лексема *Besetzung* (занятие, захват, оккупация) заимствуется из военной терминологии и используется в значении захвата чужой территории и установления и утверждения там своего господства.

Söders [#Corona-#Ausgangssperre](#) war [#VERFASSUNGSWIDRIG!](#)
[#SoederRuecktritt](#)

Mehr erfahren: afdkompakt.de/2021/10/07/ver...

[Перевести твит](#)



[AfD, 2021, October 7].

(7) Wolfgang Greiner@WolfgangGreiner

*Nach so einem Fehler waere sein Ruecktritt doch sinnvoll, um Kanzlerkandidat der Union zu werden. Ideale **Besetzung** oder...* [Wolfgang Greiner, 2021].

GEGNER:

(8) Arschnase08@arschnase08

NAZIS RAUS! [Archnase08, 2023].

(9) Raka927@Raka927

*Eine **Partei mit Faschisten und Antisemiten** twitter etwas für Verfassungeidrig* [Raka927, 2021].

В данных примерах чётко прослеживается дихотомия «свой-чужой». «Свои» – не относящиеся к идеологии фашизма, «чужие» – якобы придерживающиеся определённых убеждений радикально правого толка. Используя политологические термины «*Faschisten*», «*Nazi*» (*Nazionalsozialisten*), которые являются обобщающими наименованиями крайне правых политических движений, их идеологий и т.д., авторы текстов-комментариев, с одной стороны, пытаются подвести партию под негативно оценённую обществом концептуальную категорию, с другой стороны, исключить их из категории «свои». Помимо этого, наблюдается наделение партии другими, сопутствующими этой категории чертами, например, приравнивание её к сторонникам антисемитизма.

В целом, можно предположить, что для образного выражения недовольства определённым положением дел в немецком политическом дискурсе будут использоваться именно метафоры болезни и борьбы, нацеленные на обличение возможных проблем.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Нами был проведён теоретический анализ работ учёных лингвистов, посвящавших свои исследования инвективной тематике. Для реализации инвективы необходимо несколько решающих факторов:

1. Следование социальным схемам, в которых есть чёткое распределение ролей, поддерживаемых всеми вовлечёнными участниками языкового сообщества.
2. Опираясь лишь на ограниченный набор языковых средств, невозможно говорить о раскрытии потенциала инвективных выражений, так как для них важен как ситуативный, так и социальный контекст.
3. Инвективная модальность конструируется средствами антивежливости и, согласно немецким лингвистам, которые рассматривают инвективное высказывание с точки зрения теории речевых актов, может быть обнаружена посредством определённых лексем, влияющих на представление о социальной иерархии.

В эмпирической части нашего исследования был сделан анализ стилистико-языковых параметров немецкоязычного интернет-комментария на предмет использования инвективных выражений, представленных метафорическими языковыми средствами. После выявления среди пользователей тенденции к применению метафоры войны было принято решение классифицировать её по двум параметрам: *Kampf* (борьба) и *Gegner* (противник). К каждому из концептов были отнесены лексемы в соответствующем им контексте и проанализированы на предмет раскрытия инвективного потенциала.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Щипицина Л.Ю. Жанры компьютерноопосредованной коммуникации. Архангельск: Поморский университет, 2009.
2. Aman R. Bayrisch-österreichisches Schimpfwörterbuch. München: Allitera-Verlag, 2005.
3. Butler J. Hass spricht. Zur Politik des Performativen. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2006.
4. Brown P., Levinson S. Politeness. Some universals in language usage. Cambridge: University Press, 1987.
5. Culpeper J. Towards an anatomy of impoliteness // Journal of Pragmatics. 1996. № 25. S. 349-367.
6. Culpeper J. Impoliteness. Using Language to Cause Offence. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
7. Feilke H. Sprache als soziale Gestalt. Ausdruck, Prägung und die Ordnung der sprachlichen Typik. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1996.
8. Goffman E. Interaction ritual. Essays in face-to-face behavior. Chicago: Aldine, 1967.
9. Graumann C. Verbal Discrimination: A Neglected Chapter in the Social Psychology Of Aggression // Journal for the Theory of Social Behavior. 1998. № 28, 1. S. 41-61.

10. Kapeller L., Voigt H. Das Schimpfbuch. Von Amtsschimmel bis Zimtziege. Herrenalb / Schwarzwald: Erdmann, 1964.
11. Kallmeyer W., Schütze F. Zur Konstitution von Kommunikationsschemata der Sachverhaltsdarstellung. In: Dirk Wegner (Hg.): Gesprächsanalysen. Vorträge, gehalten anlässlich des 5. Kolloquiums des Instituts für Kommunikationsforschung und Phonetik, Bonn, 14-16 Oktober, 1976. Hamburg, 1977. S. 159-274.
12. Krämer S., John L. Austin: Performative und konstatierende Äußerungen: Warum lässt Austin diese Unterscheidung zusammenbrechen? In: Dies (Hg.): Sprache, Sprechakt, Kommunikation. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2001. S. 135-153.
13. Kallmeyer W. (Expressif) Eh ben dis donc, hein «pas bien» - Zur Beschreibung von Exaltation als Interaktionsmodalität. In: Klopfer, Rolf (Hg.): Bildung und Ausbildung in der Romania. Akten des Romanistentages 1977. München: Fink, 1979. S. 549-568.
14. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We live by. Chicago, 1980.
15. Nübling D., Vogel M. Fluchen und Schimpfen kontrastiv. Zur sexuellen, krankheitsbasierten, skatologischen und religiösen Fluch- und Schimpfwortprototypik im Niederländischen, Deutschen und Schwedischen // Germanistische Mitteilungen. Zeitschrift für Deutsche Sprache, Literatur und Kultur, 2004. Heft 59. S. 19-33.
16. Pfeiffer H. Das große Schimpfenwörterbuch. Über 10000 Schimpf-, Spott- und Neckwörter zur Bezeichnung von Personen. Frankfurt am Main: Eichborn, 1997.
17. Pielinz M. Argumentation und Metapher. Tübingen, 1993.
18. Spiegel C. Streit. Eine linguistische Untersuchung verbaler Interaktionen in alltäglichen Zusammenhängen. Tübingen: Narr, 1995.
19. Scharloth J. Hassrede / Hate Speech // Sondernummer der Zeitschrift «Aptum». 2017. Heft 02/2017. Hempen Verlag.
20. Wagner F. Implizite sprachliche Diskriminierung als Sprechakt. Lexikalische Indikatoren impliziter Diskriminierung in Medientexten. Tübingen, 2001.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ВЫБОРКИ

1. AfD [@AfD]. (2021, September 11). *Tag der deutschen #Sprache: Die #AfD ist der Anwalt unserer #Sprache!* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AfD/status/1436570238607319041>
2. AfD [@AfD]. (2023, May 5). *Der grüne Wirtschaftsminister #Habeck erreicht in aktuellen Umfragen die schlechtesten Zufriedenheitswerte seiner gesamten Amtszeit. Es ist die berechnete Quittung für #Heizungsverbote, Wirtschaftszerstörung und #Fitz-Affären! #AfD* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AfD/status/1654500647390134275>
3. AfD. [@AfD]. (2021, October 7). *Söders #Corona-#Ausgangssperre war* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AfD/status/1446087907786334214>
4. Archnase08. [@archnase08]. (2023, May 5). *NAZIS RAUS!* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/arschnase08/status/1654548349314383872>
5. Danny. [@derrohrdoc] (2023, May 5). *Danke Ihrer heftigen Hetze werden diese fähigen Leute im Netz verleumdet. Sie sind gut im Fakten verdrängen. Beispiel: Eine Wärmepumpe ist nix anderes als ein Kühlschranks. Japan heizt nur mit Wärmepumpen. Ihr seid erbärmliche extrem Lügner zum Nachteil unserer Nation.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/derrohrdoc/status/1654533768210792448>

6. El Coco loco [@ElcocolocoMUC]. (2023, May 5). *AfD jagt... Sagt schon einiges aus*
7. FabiGotn [@FabiGotn]. (2021, September 11). *Die AfD ist maximal ein Krebsgeschwür, dass die Wurzeln der deutschen Demokratie und des deutschen Sozialsystems angreift, krank macht und nachhaltig zerstört.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/FabiGotn/status/1436594525221400576>
8. Hagemeister 14 [@Hagemeister14]. *Die Weidel hat im Gegensatz zu Herrn Habeck keine Umfragewerte. Sie glänzt durch Korruption und Deformierung der Menschen in ihrer Umgebung. Diese Frau ist hoch kriminell* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Hagemeister14/status/1654507553529659397>
9. Jackisback [Jackisback110]. (2021, September 11). *Falsch! Die AfD zerstört unsere Sprache und Kultur. Oder wollen Sie allen Ernstes behaupten, dass Höckes Formulierungen nicht sprachpathologisch sind?* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Jackisback110/status/1436585149743915011>, дата обращения: 16.09.2022 11.09.2021
10. Joachim Kast. [@KastJoachim]. (2023, May 5). *AfD jagt SPD. ☹ Agressive und militante Sprüche könnt ihr. Heult nicht wenn der Schuß nach hinten los geht! Zum Schutz für Deutschland wäre es wohl doch das beste, euch bald aus dem Verkehr zu ziehen!* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/KastJoachim/status/1654573221952249858>
11. Mario J. [@MJ221022]. (2023, May 5). *Mit Jagen kennt sich die AfD aus. Wir erinnern uns an Walter Lübcke.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/MJ221022/status/1654513039356436480>
12. Raka927 [@Raka927]. (2021, October 7). *Eine Partei mit Faschisten und Antisemiten twitter etwas für Verfassungeidrig. ☹* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Raka927/status/1446126058944692225>
13. Twitter. [Tweet]. <https://twitter.com/ElCocolocoMUC/status/1654513817487912960>
14. Wolfgang Greiner. [@WolfgangGreiner]. (2021, October 8). *Nach so einem Fehler waere sein Ruecktritt doch sinnvoll, um Kanzlerkandidat der Union zu werden. Ideale Besetzung oder..... ☺ ☺ ☺ ☺* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/WolfgangGreiner/status/1446258417899868164>

REFERENCES

1. Aman, R. (2005). *Bayrisch-österreichisches Schimpfwörterbuch [Bavarian-Austrian swear dictionary]*. München: Allitera-Verlag (in German).
2. Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: University Press.
3. Butler, J. (2006). *Hass spricht. Zur Politik des Performativen [Hate speech]*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (in German).
4. Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25, 349-367.
5. Culpeper, J. (2011). *Impoliteness. Using Language to Cause Offence*. Cambridge: Cambridge University Press.
6. Feilke, H. (1996). *Sprache als soziale Gestalt. Ausdruck, Prägung und die Ordnung der sprachlichen Typik [Language as a social form. Expression and the order of the linguistic typology]*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (in German).
7. Goffman, E. (1967). *Interaction ritual. Essays in face-to-face behavior*. Chicago: Aldine.
8. Graumann, C. (1998). Verbal Discrimination: A Neglected Chapter in the Social Psychology of Aggression. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 28 (1), 41-61.

9. Kallmeyer, W. (1979). (Expressif) Eh ben dis donc, hein «pas bien» - Zur Beschreibung von Exaltation als Interaktionsmodalität [Describing exaltation as interaction modality]. In: Klopfer, Rolf (Hg.): *Bildung und Ausbildung in der Romania. Akten des Romanistentages [Education and training in Romania. Files of the Romanian Day]*. München: Fink (in German).
10. Kallmeyer, W., & Schütze F. (1977). Zur Konstitution von Kommunikationsschemata der Sachverhaltsdarstellung [On the constitution of communication schemes of the presentation of facts]. In: Dirk Wegner (Hg.): *Gesprächsanalysen. Vorträge, gehalten anlässlich des 5. Kolloquiums des Instituts für Kommunikationsforschung und Phonetik [Conversation Analysis. Lectures held on the occasion of the 5th colloquium of the Institute for Communication Research and Phonetics]*, Bonn, October 14-16, 1976 (159-274). Hamburg (in German).
11. Kapeller, L., & Voigt, H. (1964). *Das Schimpfbuch. Von Amtsschimmel bis Zimtziege [The swear book. From official mold to cinnamon goat]*. Herrenalb / Schwarzwald: Erdmann (in German).
12. Krämer, S. (2001). John L. Austin: Performative und konstatierende Äußerungen: Warum lässt Austin diese Unterscheidung zusammenbrechen? [Performative and constative utterances: Why does Austin collapse this distinction?] In: Dies. (Hg.): *Sprache, Sprechakt, Kommunikation [Language, speech act, communication]*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (in German).
13. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago.
14. Nübling, D., & Vogel, M. (2004). Fluchen und Schimpfen kontrastiv. Zur sexuellen, krankheitsbasierten, skatologischen und religiösen Fluch- und Schimpfwortprototypik im Niederländischen, Deutschen und Schwedischen [Swearing. On sexual, disease-based, scatological, and religious prototypical curses and swear words in Dutch, German, and Swedish]. *Germanistische Mitteilungen. Zeitschrift für Deutsche Sprache, Literatur und Kultur*, Heft 59, 19-33 (in German).
15. Pfeiffer, H. (1997). *Das große Schimpfenwörterbuch. Über 10000 Schimpf-, Spott- und Neckwörter zur Bezeichnung von Personen [The big swear dictionary. Over 10,000 swear words and teasing words to describe people]*. Frankfurt am Main: Eichborn (in German).
16. Pielinz, M. (1993). *Argumentation und Metapher [Argumentation and Metaphor]*. Tübingen (in German).
17. Scharloth, J. (2017). Hassrede [Hate Speech]. *Sondernummer der Zeitschrift «Aptum», Heft 02/2017*, 41-60. Hempfen Verlag (in German).
18. Shchipitsina, L.J. (2009). *Janri compjuterноposredovannoi kommunikazii [Genres of computer-mediated communication]*. Arkhangelsk: Pomeranian University (in Russian).
19. Spiegel, C. (1995). *Streit. Eine linguistische Untersuchung verbaler Interaktionen in alltäglichen Zusammenhängen [Dispute. A linguistic study of verbal interactions in everyday contexts]*. Tübingen: Narr (in German).
20. Wagner, F. (2001). *Implizite sprachliche Diskriminierung als Sprechakt. Lexikalische Indikatoren impliziter Diskriminierung in Medientexten [Implicit linguistic discrimination as a speech act. Lexical indicators of implicit discrimination in media texts]*. Tübingen (in German).

LIST OF SAMPLE SOURCES

1. AfD [@AfD]. (2021, September 11). *Tag der deutschen #Sprache: Die #AfD ist der Anwalt unserer #Sprache!* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AfD/status/1436570238607319041>

2. AfD [@AfD]. (2023, May 5). *Der grüne Wirtschaftsminister #Habeck erreicht in aktuellen Umfragen die schlechtesten Zufriedenheitswerte seiner gesamten Amtszeit. Es ist die berechtigte Quittung für #Heizungsverbote, Wirtschaftszerstörung und #Filz-Affären! #AfD* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AfD/status/1654500647390134275>
3. AfD. [@AfD]. (2021, October 7). *Söders #Corona-#Ausgangssperre war* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AfD/status/1446087907786334214>
4. Archnase08. [@archnase08]. (2023, May 5). *NAZIS RAUS!* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/arschnase08/status/1654548349314383872>
5. Danny. [@derrohrdoc] (2023, May 5). *Danke Ihrer heftigen Hetze werden diese fähigen Leute im Netz verleumdet. Sie sind gut im Fakten verdrängen. Beispiel: Eine Wärmepumpe ist nix anderes als ein Kühlschranks. Japan heizt nur mit Wärmepumpen. Ihr seid erbärmliche extrem Lügner zum Nachteil unserer Nation.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/derrohrdoc/status/1654533768210792448>
6. El Coco loco [@ElcocolocoMUC]. (2023, May 5). *AfD jagt... Sagt schon einiges aus*
7. FabiGotn [@FabiGotn]. (2021, September 11). *Die AfD ist maximal ein Krebsgeschwür, dass die Wurzeln der deutschen Demokratie und des deutschen Sozialsystems angreift, krank macht und nachhaltig zerstört.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/FabiGotn/status/1436594525221400576>
8. Hagemeister 14 [@Hagemeister14]. *Die Weidel hat im Gegensatz zu Herrn Habeck keine Umfragewerte. Sie glänzt durch Korruption und Deformierung der Menschen in ihrer Umgebung. Diese Frau ist hoch kriminell* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Hagemeister14/status/1654507553529659397>
9. Jackisback [Jackisback110]. (2021, September 11). *Falsch! Die AfD zerstört unsere Sprache und Kultur. Oder wollen Sie allen Ernstes behaupten, dass Höckes Formulierungen nicht sprachpathologisch sind?* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Jackisback110/status/1436585149743915011>, дата обращения: 16.09.2022 11.09.2021
10. Joachim Kast. [@KastJoachim]. (2023, May 5). *AfD jagt SPD. ☹ Agressive und militante Sprüche könnt ihr. Heult nicht wenn der Schuß nach hinten los geht! Zum Schutz für Deutschland wäre es wohl doch das beste, euch bald aus dem Verkehr zu ziehen!* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/KastJoachim/status/1654573221952249858>
11. Mario J. [@MJ221022]. (2023, May 5). *Mit Jagen kennt sich die AfD aus. Wir erinnern uns an Walter Lübcke.* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/MJ221022/status/1654513039356436480>
12. Raka927 [@Raka927]. (2021, October 7). *Eine Partei mit Faschisten und Antisemiten twitter etwas für Verfassungeidrig. ☹* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Raka927/status/1446126058944692225>
13. Twitter. [Tweet]. <https://twitter.com/ElCocolocoMUC/status/1654513817487912960>
14. Wolfgang Greiner. [@WolfgangGreiner]. (2021, October 8). *Nach so einem Fehler waere sein Ruecktritt doch sinnvoll, um Kanzlerkandidat der Union zu werden. Ideale Besetzung oder..... ☺ ☺ ☺ ☺* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/WolfgangGreiner/status/1446258417899868164>

Информация об авторе:

Кучина Дарья Дмитриевна – аспирантка кафедры немецкой филологии Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Россия).

Получено: 2 апреля 2023 г.

Принято к публикации: 15 мая 2023 г.

METAPHOR AS INVECTIVE IN THE GENRE OF INTERNET COMMENTARY: A FOCUS ON GERMAN POLITICAL DISCOURSE

Daria D. Kuchina

Saint Petersburg University

(Saint Petersburg, Russia)

dariakutschina@yandex.by

Abstract: This article presents the results of a linguo-stylistic analysis of a German-language commentary within the context of public political internet discourse. The analysis aims to identify distinctive features specific to this genre. Empirical material consists of over 200 comments on internet posts made by the German political party “Alternative for Germany,” selected through random sampling. The study applies both general scientific and linguistic methods, such as discourse analysis and contextual analysis. The relevance of this chosen topic is justified by the need for research in the field of internet linguistics, particularly in addressing genre-related issues. The goal is to determine, identify, and describe the characteristic features of commentary as an internet text. The article thoroughly examines the approaches taken by German linguists to define the concept of “invective,” encompassing lexical-semantic perspectives, speech act theory, and post-structural discourse analysis. Additionally, the analysis of the material reveals that invective is a hallmark of German political internet discourse, with manifestations in both explicit and implicit forms. The article discusses implicatures, arising through irony and metaphorization. The author concludes that metaphor can serve as a tool of persuasion. Metaphor, as a persuasive device, involves the intentional alteration of the mental representation of a given object based on the metaphorical image imposed by the manipulator. This typically includes exaggeration in some aspects of the metaphorically represented phenomenon while diminishing others.

Keywords: German political discourse, internet communication, invective, pejorative vocabulary, metaphor, irony, internet commentary, speech genre.

How to cite this article: Kuchina, D.D. (2023). Metaphor as Invective in the Genre of Internet Commentary: A Focus on German Political Discourse. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 61–75 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-61-75>

About the author

Daria D. Kuchina is a PhD student in the Department of German Philology at St Petersburg University (Saint Petersburg, Russia). ORCID: 0009-0007-5764-3241

Received: April 2, 2023.

Accepted: May 15, 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-76-92>

STRATEGIES OF (DE)LEGITIMATION OF COVID-19 VACCINES IN TANZANIAN POLITICAL SPEECHES

Judicate J. Selenya

*Eastern Africa Statistical Training Centre
(Dar es Salaam, Tanzania)
judicate.selenya@eastc.ac.tz*

Abstract: The COVID-19 pandemic sparked worldwide efforts to combat the health crisis, including vaccine development and distribution. However, varying political responses to vaccination policies complicated public discourse and influenced vaccine acceptance. This research paper employs critical discourse analysis (CDA) to compare (de)legitimation strategies used in Tanzanian political speeches by two presidents: late President Magufuli and current President Samia Suluhu Hassan. The study focuses on their approaches to legitimizing or delegitimizing COVID-19 vaccines in 2021. Two speeches were purposefully selected based on their relevance to vaccination decisions. President Magufuli employed strategies such as discrediting experts, discrediting others, denial, conspiracy theories, and making accusations to delegitimize vaccines. In contrast, President Samia justified vaccine acceptance using strategies such as authorization, moral evaluation, emotional appeals, and rationalization. These differences in approach can be attributed to their respective ideologies. President Magufuli, a populist leader, displayed scepticism towards Western medicine and promoted local solutions, while President Samia presented herself as a pragmatic leader who prioritizes scientific solutions and international cooperation in addressing health crises. The findings shed light on the complexities of public health communication and vaccine acceptance in Tanzania.

Keywords: critical discourse analysis (CDA), legitimation strategy, delegitimation strategy, COVID-19 vaccine, political discourse, public health communication.

How to cite this article: Selenya, J.J. (2023). Strategies of (De)Legitimation of COVID-19 Vaccines in Tanzanian Political Speeches. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 76–92. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-76-92>

1. INTRODUCTION

This paper compares the discursive strategies employed in Tanzanian political speeches by two Presidents, the late President Magufuli and the current President Samia Suluhu Hassan, to either legitimize or delegitimize COVID-19 vaccines. The analysis focuses on the year 2021, aiming to examine and contrast the legitimation and delegitimation strategies used by each president to communicate two opposing sides regarding vaccines.

The outbreak of the COVID-19 pandemic in 2019 resulted in a global health crisis. The pandemic prompted significant efforts to overcome the crisis. One of the efforts was the development and distribution of vaccines. However, the response from political leaders varied, with some embracing and endorsing the use of vaccines through their language and rhetoric, while others expressed opposition and scepticism towards vaccines. This divergence in political stances towards vaccines added complexity to the public discourse surrounding vaccination campaigns and had implications for public health communication and vaccine acceptance.

In Tanzania, the government responded to the COVID-19 pandemic in the early months of 2020 by implementing a number of measures recommended by the World Health Organization (WHO). These measures included closing schools and universities, suspending sports events and gatherings, and providing awareness campaigns about handwashing, hand sanitisers, and mask-wearing. The government also issued guidelines on the number of passengers allowed in commuter buses and implemented COVID-19 testing for people travelling abroad or arriving from foreign countries. There were no strict lockdowns or restrictions on movement, and places of worship remained open. People were advised to wear masks and maintain social distancing.

In May 2020, the government stopped reporting COVID-19 data and refused to share information about the number of cases. This occurred after the government closed the national health laboratory following allegations that false positives had been reported on samples of papaya and goat, which had been secretly presented and tested. In June 2020, the president announced that Tanzania was free from COVID-19. Schools were reopened and life returned to normal, with the president suggesting prayer and local herbs as a solution to the pandemic.

The Tanzanian government's response to the COVID-19 pandemic was then very controversial. President John Magufuli was a vocal critic of the COVID-19 vaccine. He made a number of public statements denying the existence of COVID-19 and the effectiveness of the vaccine and discouraging people from getting vaccinated. The president employed several strategies to delegitimize COVID-19 vaccines.

Following the death of President Magufuli in 2021, significant changes were implemented in Tanzania's COVID-19 management approach. Firstly, the government acknowledged the presence of COVID-19 and participated in the COVAX program to obtain vaccines. Secondly, they began publicly reporting case numbers and promoting the use of masks and adherence to social distancing measures. These shifts in the government's COVID-19 response illustrate the influence of a single leader, while also indicating the influence of other factors determined by the state's structure [Patterson, 2022]. Thirdly, the government launched a campaign to raise awareness about the importance of getting vaccinated. President Samia Suluhu Hassan took the lead by publicly receiving the vaccine. However, convincing the public was not easy, as they had been persuaded by the previous regime that vaccines are dangerous.

The study on the delegitimation of COVID-19 vaccines in Tanzania is a matter of concern as it highlights the controversy surrounding the crisis management and communication of the Tanzanian government. This is evident in the contrasting responses to COVID-19 during the Magufuli era and the new government under President Samia Suluhu Hassan.

COVID-19 is a political phenomenon, as Al-mwzaiji [2021] noted keeping COVID-19 away from politics would be problematic since the virus itself is not political but the response to the crisis is political. According to Wilkinson & Leach [2014] diseases and the corresponding responses to them are inherently political and carry significant political consequences. Just as other diseases like Ebola had been politicised, Abbas [2020] observed that COVID-19 were also highly politicized in the media. Recuero & Soares [2022] observed that Brazilian politicians, including

President Jair Bolsonaro, used social media platforms to spread disinformation through rationalization and denunciation against the COVID-19 vaccine. They also observed that the political frame played an important role in spreading disinformation. Studies have shown that the media plays a role in the politicization of the pandemic. For instance, a study conducted by Abbas [2020] revealed that The New York Times from the United States and the Global Times from China politicized the pandemic in order to promote the interests and ideologies of their respective countries.

Legitimation is a concept in critical discourse analysis (CDA) that refers to the ways in which texts and discourses construct and justify social practices [Fairclough, 2001; van Dijk, 2006, 2009]. It is a way of using language to construct and represent reality in a way that serves the interests of certain social actors [van Leeuwen, 2007]. Legitimation involves presenting an act, process, or ideology in a way that gives the impression of legitimacy, thereby making it acceptable and considered normal by individuals [Wang, 2020]. In this sense, legitimation strategies are techniques used in communication to make something seem more believable or trustworthy and normal.

According to van Leeuwen [2007], legitimation can be viewed as beneficial by helping to establish common ground and shared values among different social actors, and thus facilitate cooperation and coordination. Von Billerbeck [2020] also contends that legitimation can help to enhance the credibility and authority of social actors who use it, and thus increase their influence and impact. It can also be used to mobilize support and consent for social practices that are beneficial for society or certain groups within it.

However, it is important to acknowledge that legitimation discourse can have a devastating impact. It can be used to manipulate and mislead the audience by presenting biased or distorted views of reality, and thus serve the interests of powerful or dominant groups [Von Billerbeck, 2020]. It can also suppress or marginalize alternative or dissenting voices that challenge the status quo or propose different solutions [Reyes, 2011]. Furthermore, legitimation discourse may entrench or reproduce inefficient or ineffective practices that are resistant to change or improvement [Reyes, 2011].

Researchers in language and communication examine this concept by analysing the strategies that assist actors in achieving legitimation goals. Several studies have offered insights into how politicians employ legitimation strategies to legitimize specific actions, processes, policies, or ideologies. Rojo & van Dijk [1997] analyzed the speech of the Spanish Secretary of the Interior, Mayor Oreja, during the summer of 1996, in which he used legitimation strategies to justify the forceful expulsion of a group of African “illegal” migrants from Melilla, the Spanish enclave in Morocco. In their research, Pansardi & Battegazzorre [2018] examined the speeches of two Presidents of the European Commission, José Manuel Barroso and Jean-Claude Juncker, to investigate how they employed specific discursive legitimation strategies in an effort to reaffirm and regain legitimacy for EU decisions and the process of integration. Abuelwafa [2021] conducted a study to explore the legitimation strategies that President Donald Trump used in his address to his supporters, in which he denounced the American election and described it as the worst theft in American history.

Recently, several studies have investigated the legitimation strategies employed by governments to justify the implementation of strict measures during the COVID-19 pandemic. For instance, Wodak [2022] examined the strategies used by various European governments to legitimize measures like lockdowns and movement restrictions. Another study by Wang [2022] analyzed the legitimation strategies employed in the speeches of Donald Trump (USA) and Xi Jinping (China)

to justify specific actions taken against the COVID-19 pandemic. Additionally, a recent study by Caliendo [2022] explored the employment of legitimization discursive strategies on Twitter to validate the Brexit project based on Britain's success in COVID-19 vaccine development.

While studies on COVID-19 vaccine discourse have predominantly focused on misinformation and disinformation spread on social media [Puri et al., 2020; Savoia et al., 2022; Monaci & Persico, 2023] limited attention has been given to examining the (de)legitimation strategies employed in political speeches concerning COVID. Therefore, the current study aims to examine the discursive strategies employed in Tanzanian political speeches by two Presidents, the late President Magufuli and the current President Samia Suluhu Hassan, to either legitimize or delegitimize COVID-19 vaccines.

The study was guided by the following research questions:

- i. What discursive strategies were employed in Tanzanian political speeches by two Presidents, the late President Magufuli and the current President Samia Suluhu Hassan, to either legitimize or delegitimize COVID-19 vaccines?
- ii. How do the discursive strategies used by each president differ or resemble in their approach to legitimize or delegitimize COVID-19 vaccines?

This study employed Van Leeuwen's [2007] and Reyes's [2011] frameworks of legitimization strategies as the main theoretical tools for the analysis. The study also employs other categories of delegitimation from other studies which are not covered in the two frameworks.

Van Leeuwen's [2007] framework proposes the following four categories of legitimization strategies. (1) Authorization is referred to as a type of legitimization strategy that social actors use to justify their actions or policy, which involves referring to the authority of tradition, law, or persons who have been granted some kind of authority. (2) Moral evaluation is legitimization through reference to moral values, such as good, bad, right, and wrong. (3) Rationalization is legitimization through reference to cognitive validity, social knowledge, and other rational arguments. (4) Mythopoesis is legitimization through narratives and stories that build upon legitimate and non-legitimate actions.

Based on van Leeuwen's legitimization strategies, Reyes [2011] developed a new set of legitimization strategies, which are: (1) emotions: using fear, anger, pity or other emotions to persuade the audience to accept a course of action or a point of view; (1) hypothetical future: projecting a possible or desirable scenario in the future that depends on the acceptance or rejection of a current practice; (3) rationality: appealing to logic, facts, evidence or common sense to support a claim or an argument; (4) voices of expertise: invoking the authority or credibility of experts, institutions, traditions or laws to legitimize a practice or a position; (5) altruism: presenting a practice or a position as motivated by selfless concern for the welfare of others, especially those who are vulnerable or disadvantaged.

The categories of delegitimizing strategies that did not fit into the two frameworks include accusations, conspiracy theories, negative other-presentation, and problem denial. These strategies were adopted from Wodak [2022] and Chepurnaya [2021].

This study will apply these frameworks to analyze how the political actors used various (de) legitimization strategies in their speeches to either legitimize or delegitimize COVID-19 vaccinations. The study will contribute to the existing literature on political discourse analysis and critical discourse analysis by providing a comprehensive analysis of (de)legitimation strategies in the context of a global health crisis.

2. MATERIAL AND METHODS

This qualitative study used critical discourse analysis (CDA) to investigate the legitimation and delegitimation strategies employed by two Tanzanian presidents, the late President John Pombe Magufuli and the current President Samia Suluhu Hassan, to either justify or discredit COVID-19 vaccines.

The study analyzed two speeches from the two Presidents. The speeches were purposefully selected based on their exclusive focus on the theme of COVID-19 vaccines. President Magufuli's speech was delivered on January 27, 2021, in his hometown of Chato. It was downloaded from the Tanzania Broadcasting Corporation YouTube channel, which is available to the public at [Youtube, 27 January, 2021]. President Samia Suluhu Hassan's speech was delivered during the inauguration of the national COVID-19 vaccination campaign in Dar es Salaam on July 28, 2021. It was downloaded from the Tanzania Broadcasting Corporation YouTube channel, which is available to the public at [Youtube, 28 July, 2021].

The selection of these two speeches as empirical material for the research was based on their thematic relevance to this study, as they exclusively focused on the issue of COVID-19 vaccines, which makes them pertinent and valuable sources of data. Additionally, as these speeches were delivered by two Tanzanian Presidents who played significant roles in public health decision-making during the pandemic, they carry added significance for the research. Also, the selection of these two speeches was deemed satisfactory for the purpose of this study, as they were delivered with the intent to explain important decisions and persuade citizens to accept these decisions made by their respective presidents. Within these speeches, both presidents aimed to justify the reasons behind their decisions regarding COVID-19 vaccines to the Tanzanian population.

The Kiswahili audiovisual speeches were transcribed into text and translated into English, with confirmation of transcription accuracy achieved by listening to the audio-visual speeches. Subsequently, the speech texts underwent a thorough reading to unveil the strategies employed by the two presidents in either delegitimizing or legitimizing COVID-19 vaccines.

After the reading of the transcribed speeches, manual coding was carried out. The findings were then coded according to the categories developed within CDA frameworks of legitimation strategies. The strategies developed by van Leeuwen [2007] and Reyes [2011] served as the basis for the analysis of the speech texts. However, some other categories that were not supported in the two models were also categorized based on the analysis of other CDA studies by Wodak [2022] and Chepurnaya [2021].

3. RESULTS AND DISCUSSION

The study's findings highlight that the two presidents, representing opposing sides, employed distinct strategies to either legitimize or delegitimize the vaccines. President Magufuli utilized strategies such as personal authority, discrediting expert authority, making accusations, promoting conspiracy theories, presenting a negative portrayal of others, and denying the problem to undermine the effectiveness and safety of COVID-19 vaccines. Conversely, the current president of Tanzania, Samia Suluhu Hassan, employed strategies including expert and institutional authority, personal authority, moral evaluation through analogy, evoking emotions, and rationalization to justify her stance of accepting the vaccines and encouraging citizens to get vaccinated. The data are presented below.

3.1 Discursive strategies of delegitimation by the late President John Pombe Magufuli

The late President Magufuli utilized various discursive strategies to undermine the legitimacy of COVID-19 vaccines, minimizing the severity of the pandemic and casting doubt on the efficacy of the vaccines. The subsequent strategies were identified:

3.1.1. Delegitimation through authorization

The late President John Magufuli appealed to the personal and impersonal authority to delegitimize COVID-19 vaccines. In the following examples, the late Magufuli applied personal authority to discredit vaccines:

- (1) *“Niiombe wizara ya afya isiwee inakimbiale mambo ya machanjo chanjo bila yenyewe kujiridhisha”* / “I request the Ministry of Health not to rush into vaccinations without satisfying themselves.”

In (1), Magufuli used the personal pronoun “I” and the verb “request” expressing modality to create a sense of authority. The use of the personal pronoun “I” highlights Magufuli’s position as president, and the use of the verb “request” implies that Magufuli is making a polite request, but one that should be taken seriously or which should be followed by the ministry strictly.

In another example, Magufuli used personal authority to discredit the vaccine as not being important or beneficial:

- (2) *“Kwahiyo, niiombe sana wizara ya afya siyo kila chanjo ni ya maana kwa taifa letu. Siyo kila chanjo inafaida kwetu”* / “I strongly request the Ministry of Health that not every vaccine is important for our nation. Not every vaccine is beneficial to us.”

In (2), Magufuli again used the personal pronoun “I” to create a sense of authority. He also used the word “strongly” to emphasize his point. This suggests that Magufuli is not only making a request but that he is also issuing a warning.

The president also used impersonal authority to persuade his audience by invoking their religious beliefs. He said:

- (3) *“Naomba tuendelee kusimama na kumuomba Mungu wetu, tuendeleo kumtanguliza Mungu wetu...”* / I urge that we continue to stand and pray to our God, continue to put our God first...”

In (3), he implied that prayer was more reliable than vaccines in protecting Tanzania from COVID-19. This is an example of impersonal authority, as Magufuli is appealing to a higher power rather than his own personal experience or knowledge.

The president also pretended to respect expert authority by telling the Ministry of Health to verify the vaccines before accepting them. He said;

- (4) *“Niiombe wizara ya afya isiwee inakimbiale mambo ya machanjo chanjo bila yenyewe kujiridhisha”* / “I request the Ministry of Health not to rush into vaccinations without satisfying themselves”.
- (5) *“...huku tukichukuwa taaadhari za kiafya kaadiri tutakavyokuwa tukiambiwa na wataalamu wetu”* / “...while taking health precautions as we will be told by our experts.”

In (4), the president appeared to invoke expert authority by advising the Ministry of Health to conduct a thorough investigation before accepting vaccines. Furthermore, in (5), he advised the audience to take necessary precautions based on the guidance provided by experts.

However, this was very manipulative, considering his prior declaration that COVID-19 did not exist in Tanzania and his denial of the pandemic itself. Magufuli pretended that he referred to expert authority, but he contradicted the advice of the experts. For example, Mtani & Ngohengo

[2023] documented that he had even dismissed the deputy minister, a medical doctor, who opposed the government's endorsement of local remedies like steam therapy, which Magufuli championed. The deputy minister had cautioned the public that inhaling steam therapy, purported to cure COVID-19, was both ineffective and hazardous to their health.

3.1.2. *Delegitimation through accusations*

The CDA analysis revealed that President Magufuli employed various strategies to delegitimize the vaccine. One of these strategies involved making accusations to undermine the safety and effectiveness of COVID-19 vaccines. According to Chepurnaya [2021], accusation as a delegitimation strategy is a way of undermining the credibility of a person, group or institution by blaming them for wrongdoing, which might be true or false.

Magufuli, specifically accused certain Tanzanians who had travelled abroad and received vaccinations of bringing back a new and unusual variant of the coronavirus. However, he did not explicitly name these individuals:

- (6) *“Wapo baadhi ya watanzania hata wameondoka ndani ya nchi na kukimbilia maeneo mengine na kwenda kuchanjwa na walipochanjwa huko wametuletea korona ambayo ni ya ajabu ajabu”* / “There are some Tanzanians who have even left the country and fled to other places to be vaccinated, and when they were vaccinated there, they brought us the corona which is very strange”.

In datum (6), the late president suggests that the vaccines obtained by Tanzanian citizens abroad have complicated the coronavirus, implying that those who received the vaccines are now infected and have introduced the new variant to Tanzania. Through associating the new variant with the vaccines, Magufuli sought to legitimize his opposition to COVID-19 vaccines. These findings align with a study by Chepurnaya [2021], which found that former US President Donald Trump also employed accusation as a means to delegitimize the severity of the pandemic in the US. Trump accused the media and the Democratic Party of providing negative and misleading reports on the COVID-19 situation in the country.

3.1.3. *Delegitimation through conspiracy theories*

A conspiracy theory is a narrative that explains an event or situation by claiming that it is the result of a secret and often evil plot by powerful groups, and that rejects the official or mainstream account as false or deceptive [Harambam, 2021]. Giry & Gürpınar [2020] contend that conspiracy theories serve the purpose of reinforcing the prevailing and established values within a specific group, simultaneously casting outsiders in a negative light. Conspiracy theories are based on speculation and conjecture, rather than evidence, and thus can be used to manipulate people's opinions and beliefs.

President Magufuli employed conspiracy theory to discredit the COVID-19 vaccines. In his words:

- (7) *“Ipo nchi fulani ilichanjwa watoto wake wa kike wenye umri wa miaka 14 wanaambiwa ni kwa ajili ya kuzuia kansa ya kizazi imekuja kugundulika ile chanjo ni yakuzuia wasizae. Kwahiyo niombe sana wizara ya afya siyo kila chanjo ni ya maana kwa taifa letu”* / “There is a country where 14-year-old girls were vaccinated, they were told it was to prevent cervical cancer, but it was discovered later that the vaccine is to prevent them from having children. So, I strongly request the Ministry of Health that not every vaccine is important for our nation”.

This conspiracy theory challenges the legitimacy of the vaccines and the authorities or organizations that promote them by accusing them of deception, manipulation and hidden agendas. According to the late President, vaccines are purportedly wielded as weapons by imperialist powers, particularly the white people, to colonize or exploit the abundant resources of Tanzania as well as the entire African continent. In (7), he provided an example of a country, which he did not explicitly mention, where 14-year-old girls were inoculated to prevent cervical cancer. However, it was later discovered that the vaccine aimed to hinder the girls from bearing children. According to his theory, the cervical cancer vaccine was a plot to control the African population. Consequently, he argued that Tanzanian citizens, especially the Ministry of Health, should remain vigilant regarding external vaccines.

3.1.4. *Delegitimation through negative other-presentation*

The president also employed negative other-presentation accompanied by the fallacy of hasty generalization to delegitimize and discredit COVID-19 vaccines. This is a rhetorical strategy that involves portraying an out-group or “other” in a negative light in order to make the in-group or “us” look better. He says:

- (8) *“Msije mkafikiria mnependwa sana. Taifa ili ni Tajiri afrika ni Tajiri kila mmoja anaitamani. Tuwe waangalifu”* / “Don’t think you are loved too much. This nation is rich, Africa is rich, everyone desires it. Let’s be careful”.
- (9) *“Simameni imara Chanjo hazifai, kama wazungu waangukuwa na uwezo wa kuleta chanjo hata chanjo ya ukimwi ingekuwa imeshaletwa, hata chanjo ya kifua kikua ingekuwa kifua kingekuwa kimeondoka, hata cha maleria ingekuwa imeshapatina, hata chanjo ya kensa ingekuwa imeshapatikana”* / “Stand firm, vaccines are not effective. If the whites had the ability to introduce vaccines, even the AIDS vaccine would have been brought, even the tuberculosis vaccine would have been in place, even the malaria vaccine would have been available, even the cancer vaccine would have been obtained”.

In datums (8) & (9), the strategy creates two groups (the white “others” vs. African “us”). The late President Magufuli questions the competence and intentions of “white people” and external entities to produce effective vaccines. His speech suggests that if they were truly capable and benevolent, they would have already produced effective vaccines for AIDS, tuberculosis, malaria, and cancer. He fears that they produce vaccines for malicious purposes against Africans. This strategy creates doubt and scepticism by presenting an extreme and unrealistic scenario, implying that the vaccines being introduced may not be trustworthy or beneficial. This is a negative stereotype that is based on the assumption that the whites are only interested in exploiting Africans and Tanzanians. The COVID-19 pandemic was not just a problem for Tanzania or Africa. It was a global issue, and the vaccines were not the sole responsibility of any one country or region. The results of this study are consistent with the findings of [Chepurnaya, 2021], who observed that former US President Trump made accusations against the media by labelling them as “bad reporters”. The study also noted that Trump accused Democrats of being “partisan” and “self-serving”.

The strategy was realized also through the “fallacy of hasty generalization”. President Magufuli assumes that if “the whites” (European countries and the USA) had the ability to produce COVID-19 vaccines, all major diseases would have been eradicated and numerous vaccines would have been available. This generalization is made without considering the complexities and challenges involved in vaccine development, distribution, and eradication of diseases. It oversimplifies the situation and draws a sweeping conclusion without substantial evidence or a comprehensive

understanding of the situation. This reveals a flawed logic. The late President Magufuli's claims presuppose that the imperialists (whites) intentionally created COVID-19 and vaccines as part of a plot to exploit African and Tanzanian resources. President Magufuli's argument also ignores the fact that many diseases have been eradicated or controlled, thanks to the work of scientists and public health officials from all over the world.

While it is not wrong to be sceptical about vaccines, using irrelevant arguments and accusations to support that scepticism can be harmful. This can lead to citizens distrusting the health systems that are working to protect them.

3.1.5. Delegitimation through problem denial

The late President Magufuli also employed problem denial to discredit the COVID-19 vaccines. Wodak [2021, p. 84] contends that "this strategy consists of rejecting or minimizing the existence or severity of a social issue, combined with a counter-attack on the accusers or critics, and accompanied by a negative representation of the out-group".

(10) *"Tumeweza kukaa mwaka mzima na kitu Tanzania tukiwa hatuna korona, hata hapa hakuna aliyevaa barakoa. Mungu wetu yupo mbele ya shetani na shetani atashindwa na atalegea katika magonjwa mbalimbali"* / "We have been able to spend a whole year in Tanzania without a corona, even here no one is wearing a mask. Our God is in front of the devil and the devil will be defeated and he will weaken in various diseases".

In example (10), Magufuli claimed that Tanzania was free of coronavirus thanks to God's intervention, and accused foreign powers of intentionally causing harm to Tanzanians through the pandemic and the vaccines. He also portrayed the vaccine manufacturers as untrustworthy and suggested that Tanzanians should rely on God instead. However, this claim that Tanzania was free from COVID-19 contradicted reports from the World Health Organization [WHO, 2021], which indicated positive cases among Tanzanians travelling abroad, emphasizing the need for proactive measures.

This approach of problem denial employed by Magufuli aimed to undermine the legitimacy and effectiveness of COVID-19 vaccines by dismissing their importance, discrediting the motives of foreign powers, and promoting alternative solutions. The pandemic was a global phenomenon which required the collaboration of all global leaders. However, Magufuli chose not to collaborate with the world in tackling the pandemic but appealed to nationalistic sentiments, urging Tanzanians to be cautious and sceptical of foreign influences.

3.2. Discursive strategies of legitimation by President Samia Suluhu Hassan

Unlike the late Magufuli, President Samia Suluhu Hassan legitimized the vaccine through strategies such as authorization, moral authority, rationalization and authorization through emotion.

3.2.1. Legitimation through authorization

President Samia Suluhu Hassan extensively employed the strategy of authority legitimation to validate the decision of her government regarding COVID-19 vaccination. The findings reveal that she employed multiple means of authorization, such as relying on expert opinions, institutional credibility, conformity, and personal authority, in order to establish the legitimacy of COVID-19 vaccines.

3.2.1.a. Authorization through credibility of experts and institutions

President Samia Suluhu Hassan used institutions, such as the Ministry of Health, a special committee, and the African Centre for Disease Control and Prevention (CDC), to legitimize her decision. This was to strengthen the legitimacy of her decision. Van Leeuwen [2007] referred to this kind of legitimation as institutional positioning. For example, President Hassan said:

- (11) *“Nishukuru sana wizara ya Afya na wizara ya mambo ya nje kwa jitihada zinazofanywa kwa Pamoja / “I am very grateful to the Ministry of Health and the Ministry of Foreign Affairs for their joint efforts”.*
- (12) *“Nishukuru pia kamati ambayo nimeiunda kufatilia” / “I also express my gratitude to the committee that I have established to monitor this. Yesterday, we also placed our order, and we will see how we proceed and how we can receive them”.*
- (13) *“Jana nilikuwa na mazungumzo na mkurugenzi mkuu wa kituo cha udhibiti magonjwa Afrika na akanieleza jinsi umoja wa Afrika tulivyojipanga kukabiliana na jambo hili” / “Yesterday, I had a conversation with the Director-General of the African CDC, and he explained to me how the African Union is prepared to tackle this issue”.*

The President mentioned her consultation with the Director-General, which established a direct link to an expert in the field. This lent credibility to her statements, as it showed that she was speaking from a position of knowledge and authority.

The president also used the voice of the expert or the authority through the voices of experts from the medical field.

- (14) *“Kwahiyo mimi sioni hatari iliyopo na baada ya wanasayansi kujiridhisha, na zimekuja nchini na wanasayansi wetu nchini wamejiridhisha mimi nipo tayari kuchanja sasa hivi” / “So, I don’t see any danger, after the scientists have confirmed it, and they have come to our country, and our own scientists have confirmed it, I am ready to get vaccinated now”.*

In (14), the President mentioned that the vaccines had been approved by international experts and experts from Tanzania; thus, she is ready to be vaccinated. This is an effective strategy because it suggests that the vaccines are safe and effective, as they have been vetted by qualified professionals.

3.2.1.b. Legitimation through the authority of conformity

President Samia also employed the authority of conformity legitimation strategy to persuade citizens to accept the vaccine. Authority of conformity is a kind of legitimation strategy that uses the logic – do this ‘because that’s what everybody else does’, or ‘because that’s what most people do’ [van Leeuwen, 2007, p.97]. This strategy appeals to people’s desire to conform to the norms of their group. President Samia argued that most countries in Africa and around the world are vaccinating their citizens and that Tanzania should do the same. She says:

- (15) *“...tunanua chanjo hizi hizi Jonson and Jonson ambazo zianzalishwa Afrika kusini na ndizo hizo hizo wanazopiga Marekani na kwingine. Uzalishaji unafanyika Afrika kusini wengine duniani wanazitumia” / “...we buy these Jonson and Jonson vaccines that are produced in South Africa and are the same ones they use in the United States and elsewhere. Production takes place in South Africa, others in the world use them”.*

Through appealing to people’s desire to conform, President Samia hoped to increase the number of people who would get vaccinated.

- (16) “*Toka nimeanza kuzungumza jambo hili la chanjo kama alivyosema Waziri kunawengi wanalikataa lakini wengi sana wanalikubali. Na nina meseji nyingi sana zinazouliza mama lini mama lini mama lini tunaanza?*” / “Since I started talking about this vaccination issue, as the Minister said, there are many people who reject it, but there are also very many (a great number of) people who accept it. I have received numerous messages asking; when are we starting, mama? When are we starting, mama?”.

Van Leeuwen [2007] suggested that the conformity legitimation strategy could be achieved through the use of high-frequency modality. This means using words and phrases that suggest that something is common or widespread. It is a persuasive strategy that can be used to make an argument seem more credible by appealing to audiences’ sense of what is common or widespread. President Samia effectively employed this strategy in example (16) by normalizing the acceptance of COVID-19 vaccines. She used the phrase “*wengi wanapinga* (many people are opposing)” but “*wengi sana wanakubali* (very many people are supporting)” to persuade the Tanzanians to accept the vaccines. Her argument here means that people should accept the vaccine since those who are supporting it outnumber those who are opposing the vaccine. She also said that she had received “a lot of messages” from many people who wanted to know when the vaccine would be available. The President used repetition in example (16) to insist that she had received messages from a lot of people enquiring about vaccines. She says, “Mama lini? Mama lini? Mama lini tunaanza? (Mama when? Mama when? Mama, when are we starting?)”. Repetition was used here to create a sense of urgency or importance. The president emphasizes that many people are supporting the vaccine and that many people are asking about when they can get vaccinated, which makes the vaccination seem like the norm. This is a powerful way to persuade people to do something, as they are more likely to conform to the norms of their group.

President Suluhu also employed the credibility of the African Union (AU) by emphasizing its efforts to purchase vaccines and distribute them to African countries. She positioned this as a collective effort that transcends national boundaries. She says:

- (17) “*Kwahiyo umoja wa afrika kwa umoja wetu tumetengeza fungu la fedha tunanua chanjo nchi za kiafrika zinanunua kwa Umoja wa Afrika*” / “The African Union has been working to procure vaccines and sell them to African countries, and yesterday they asked Tanzania to place our order through the AU”.

She did this to demonstrate that the vaccines are not solely for Tanzania but for the benefit of all African nations. This aims to counter the claims made by her predecessor, John Magufuli, that the vaccine is part of an imperialist plan to harm Africans. Magufuli had refused to acquire COVID-19 vaccines for Tanzania, claiming that they were unsafe and ineffective. He also alleged that the vaccines were part of a Western plot to control Africa (see example (8) in 3.1.4.).

Thus, President Samia had a task to take out this notion deeply rooted in the minds of the many Tanzanians who viewed Magufuli as a Pan African patriotic. In the same line, President Suluhu further informs the audience that the vaccine has been produced in South Africa and is being used by other countries worldwide. This serves to reassure Tanzanians indirectly, assuring them that the vaccine is safe as it is produced by fellow Africans. She mentions that through the African Union, Tanzania is purchasing the same Johnson & Johnson vaccines that are produced in South Africa, emphasizing the reliability and safety of these vaccines. The information about the vaccine being produced in South Africa and being used by other countries around the world is likely to reassure Tanzanians that the vaccine is safe and effective.

3.2.1.c. Legitimation through personal authority

The president also employed the personal authority legitimation strategy to persuade the public to accept the vaccine. Personal authority is a way of justifying an action, policy or regime by referring to the authority of a person, such as a leader, a role model, a parent or a teacher [Brunkert & Soest, 2023]. She says:

- (18) “...*ni rais wa jamuhuri ya muungano wa Tanzania na Amiri jeshi mkuu wa majeshi ya nchi hii* / I am the President of the United Republic of Tanzania and the Commander-in-Chief of the country’s armed forces.”
- (19) “...*nisengejitoa mwenyewe nikajipeleka kwenye kifo, nikajipeleka kwenye hatari nikijua kwamba ninamajukumu yote haya yananitegemea* / I would not have given myself to death, I wouldn’t have taken myself to danger knowing that I have all these responsibilities that depend on me.”

President Samia Suluhu Hassan strategically employed personal authority as a means of legitimizing her stance on the vaccine, aiming to convince the citizens to embrace it. By highlighting her various personal roles, including being a mother, grandmother, wife, and president, she emphasizes her credibility. She firmly asserts that, given her roles as a mother, grandmother, and commander-in-chief, she would never jeopardize her own well-being or life by endorsing the vaccine. Consequently, she urges Tanzanians to place their trust in her and actively seek vaccination.

Van Dijk [2006] views appealing to personal authority as problematic because it can make people more vulnerable to manipulation. When someone emphasizes their position, power, authority, or moral superiority, it can make the listener more likely to believe them, even if they are not providing any evidence to support their claims [Hansson & Page, 2022]. This is because people are often more likely to trust those whom they perceive as being in a position of authority. This type of argumentation, which is based on emphasizing one’s own qualities, is known as ‘argumentum ad verecundiam’ [Wodak, 2021]. It is considered to be a fallacy if it is used to avoid rational debate. This is because it does not address the merits of the argument but instead appeals to the listener’s emotions or prejudices.

3.2.2 Moral evaluation through analogy

President Samia Suluhu used analogy to legitimize vaccines. Analogy is a form of moral evaluation that compares one situation or event with another one that has a positive value. The president made an analogy between the COVID vaccine and the vaccinations she had in the 1960s when she was in primary school:

- (20) “*Inanikumbusha miaka ya 60 wakati tuko shule msingi tulichanjwa chanjo na niseme kwenye mwili wangu nadhani ninachanjo kama 6 hivi au 5 ya leo ya 6 ...mimi kwenye mwili wangu zimo na nimekuwa nikiishi nazo na zimenipa uzima wa kutosha mpaka leo nimefika hapa* / It reminds me of the 60s when we were in primary school and we were vaccinated and I think I have about 6 vaccinations or 5 of today’s 6 ... I have them in my body and I have been living with them, and they have provided me with sufficient health to reach where I am today.”
- (21) “*Toka tumezaliwa tunachanjwa BCG sijui chanjo gani ile. Ukizaliwa tu uanchanjwa. Mbali ya nyingine unazo chanjwa njiani njiani, mbali ukisafiri uanachanjwa yellow fever tumechanja, si chanjo zile? Tumechanja* / Since we were born, we have been vaccinated with the BCG vaccine and I don’t know which other vaccines. As soon as we are born, we

are vaccinated. Along the way, there are other vaccines we receive. When we travel, we get vaccinated against yellow fever. We have been vaccinated, right? So, I don't see any danger."

In datum (20) and (21), the analogy implies that taking the COVID-19 vaccine is similar to following previous accepted practices. The President mentioned the long-term benefits that the past vaccinations gave her, one of which is good health, and suggested that the COVID-19 vaccine would have similar benefits and not the negative effects propagated by her predecessor. President Suluhu's argument carries greater credibility and persuasiveness due to her ability to draw from her personal experience as a recipient of vaccines during her childhood. She attests those vaccines are safe and effective from her first-hand experience as a person who has received many vaccines.

3.2.3 Legitimation through emotions

President Samia Suluhu Hassan made use of emotional appeal to legitimize COVID-19 vaccines. She says:

(22) *"Kwa wale ambao koo zao hazijaguswa hawajapata madhara ya maradhi haya wanaweza kusema wanavyotaka lakini nenda leo Moshi, nenda Arusha, nenda Kagera hata Dar es salaam uonane na zile koo ambazo wameshaguswa na haya maradhi wanamaneno ya kukuambia, na kama wangeweza wote wangekuwa hapa kutaka kuchanja kuepukana na ile hasara waliyo ipata / For those whose families have not been affected and have not experienced the consequences of this disease, they can say whatever they want. But go to Moshi today, go to Arusha, go to Kagera, even Dar es Salaam, and meet those families who have been affected by this disease. They have stories to tell you, and if they could, they would all be here wanting to get vaccinated to avoid the losses they have suffered."*

In datum (22), she appeals to the audience's fear of the loss of loved ones by talking about the families who have been affected by the disease. She said if they could, they would all be there wanting to get vaccinated to avoid the losses they have suffered. She also appealed to empathy by saying that these families have stories to tell. This appeal to empathy might be effective because it makes the audience feel connected to the families who have been affected by the disease. The president aimed to make the Tanzanians accept the vaccines.

3.2.4. Legitimation through rationalization

The president employed a rationalization legitimation strategy to justify the decision to accept the vaccines. In her words:

(23) *"Kwahiyo umoja wa afrika kwa umoja wetu tumetengeza fungu la fedha tunanua chanjo nchi za kiafrika zinanunua kwa Umoja wa Afrika. Kwahiyo jana nasi tumeweza kuweka oda yetu tutaona jinsi tunavyo kwenda na jinsi tunavyoweza kuzipokea / So, the African Union has set aside a fund for us to buy vaccines, and African countries are purchasing them through the African Union. Yesterday, we also placed our order, and we will see how the process goes and how we can receive them."*

In (23), the President presented a logical and organized plan for acquiring and distributing vaccines. She explained how the African Union is facilitating the process, which appeals to the audience's sense of reason and logic. The President explained these procedures to justify the safety and efficiency of the vaccines.

3.3. Comparative analysis of the strategies employed by the late President Magufuli and President Samia Suluhu Hassan

The two presidents appear to represent two opposing sides. The late President Magufuli seemed to delegitimize the credibility of the vaccines, while President Samia Suluhu represents the other side by supporting the vaccines and COVID-19 measures. In terms of the strategies employed by the two presidents, President Magufuli relied more on personal authority, whereas President Samia Suluhu Hassan relied more on the credibility of experts and institutions.

The late President Magufuli also relied on conspiracy theories and accusations to discredit the efficiency and safety of the vaccines. He accused foreigners of plotting to exploit African natural resources through depopulation. He emphasized nationalism and advocated for domestic solutions to the problem of COVID-19. For example, he stated: "I strongly request the Ministry of Health that not every vaccine is important for our nation. Not every vaccine is beneficial to us. Tanzanians must be alert; Tanzanians must be careful. We will be subjected to strange experiments that will cause serious consequences."

In this statement, the president emphasizes that vaccines brought from outside the country are not safe and are intended to experiment on Tanzanians, potentially resulting in serious consequences. He offers an internal solution, which is to pray to God. He says: "I ask that we continue to stand and pray to our God, continue to put our God first..."

On the other hand, President Samia Suluhu Hassan employed institutional and expert authority. She also used moral evaluation through analogy to legitimize the vaccines. Additionally, she employed emotions to legitimize the vaccines and emphasized that the vaccine and COVID-19 pandemic can be eradicated by relying on scientific procedures. She also acknowledged international cooperation in the fight against the pandemic. She did not emphasize nationalism in fighting the pandemic.

4. CONCLUSIONS

The analysis of the speeches by the two Tanzanian presidents, the late John Pombe Magufuli and the current Samia Suluhu Hassan, reveals two opposing ideologies. Magufuli used discursive strategies of delegitimation to undermine the credibility of COVID-19 vaccines. He embraced nationalism by suggesting that Tanzania could "beat" the pandemic on its own, without the help of foreign countries. He also promoted unproven treatments such as traditional remedies and prayers to God.

In contrast, President Samia Suluhu Hassan employed strategies of legitimation to justify her endorsement of vaccines. She embraced the guidance provided by medical professionals and emphasized the importance of international cooperation in addressing the pandemic. She has also rolled out a nationwide vaccination campaign and urged Tanzanians to get vaccinated.

The two presidents' different approaches to COVID-19 vaccines reflect their distinct ideologies. Magufuli exhibited the characteristics of a populist leader who often appealed to nationalism and discredited foreigners. President Samia Suluhu Hassan, on the other hand, exemplified a more pragmatic leader who was willing to collaborate with the international community and leverage medical expertise to address the pandemic.

The divergence between the two Tanzanian presidents' speeches is also evident in the way they used language. Magufuli's speeches were often inflammatory and full of conspiracy theories. He used strong language to attack his critics and to promote his own agenda. In contrast, President Samia Suluhu Hassan's speech was more measured and fact-based. She avoided inflammatory language and focused on providing accurate information about the pandemic.

The two presidents' different approaches to COVID-19 vaccines have had a significant impact on the course of the pandemic in Tanzania. Magufuli's denial of the virus and his promotion of unproven treatments led to a high number of deaths and a slow vaccination rate. In contrast, President Samia Suluhu Hassan's embrace of science and her commitment to vaccination have helped to raise the number of COVID-19 vaccine responses in Tanzania. According to the report released on 20 April 2023 by WHO Tanzania has emerged as the best-performing country among African countries where the rate of vaccination stands at 51% of the total population as of April 2023 while in 2022 the rate was less than 2.3% [WHO, 2023]. WHO Tanzania country representative points out that the success is credited to the heightened political commitment at national, regional and district levels [WHO, 2023].

The strategies employed in the two presidents' speeches show the importance of leadership and communication during a crisis. The way in which a leader leverages communication can have a real impact on the outcome of a crisis. The way the COVID-19 vaccine was communicated by the two Tanzanian presidents with different ideologies and approaches has had a profound impact on the course of the pandemic in Tanzania.

The study investigated the (de)legitimation strategies employed in communicating COVID-19 vaccines in Tanzania. However, it was limited to analyzing only two speeches delivered by the Tanzanian presidents. Future research could explore the strategies utilized by other government leaders, such as Ministers of Health and other officials, to compare their approaches under different administrations. Additionally, a comparative analysis could be conducted, comparing the speeches with those of other African and global leaders, to gain further insights into the legitimation and delegitimization of COVID-19 vaccines.

Conflict of interest

The author states that there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Abbas, A. H. (2020). Politicizing the pandemic : A schemata analysis of COVID-19 news in two selected newspapers. *International Journal for the Semiotics of Law*, 35(3), 883–902. <https://doi.org/10.1007/s11196-020-09745-2>
2. Abuelwafa, M. A. (2021). Legitimation and manipulation in political speeches: a corpus based study. *Procedia Computer Science*, 189, 11–18. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.05.066>
3. Al-mwzaiji, K. N. A. (2021). The political spin of conviction : A critical discourse analysis of the origin of COVID-19. *Journal of Language Studies*, 21(1), 239–252. <https://doi.org/http://doi.org/10.17576/gema-2021-2101-14>

4. Brunkert, L., & Soest, C. von. (2023). Praising the leader : personalist legitimation strategies and the deterioration of executive constraints. *Democratization*, 30(3), 419–439. <https://doi.org/10.1080/13510347.2022.2150760>
5. Caliendo, G. (2022). Vaccine Nationalism or ‘Brexit Dividend’? Strategies of Legitimation in the EU-UK Post-Brexit Debate on COVID-19 Vaccination Campaigns. *Societies*, 12(37). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/soc12020037>
6. Chepurnaya, A. (2021). Modeling public perception in times of crisis: discursive strategies in Trump’s COVID-19 discourse. *Critical Discourse Studies*, 1–18.
7. Giry, J., & Gürpınar, D. (2020). Functions and uses of conspiracy theories in authoritarian regimes. In *Routledge Handbook of Conspiracy Theories* (pp. 317–329). https://doi.org/10.4324/9780429452734-3_5
8. Hansson, S., & Page, R. (2022). *Corpus-assisted analysis of legitimation strategies in government social media communication*. <https://doi.org/10.1177/17504813221099202>
9. Harambam, J. (2021). From the unbelievable to the undeniable : Epistemological pluralism, or how conspiracy theorists legitimate their extraordinary truth claims. *European Journal of Cultural Studies*, 24(4), 990–1008. <https://doi.org/10.1177/1367549419886045>
10. Monaci, S., & Persico, S. (2023). Who’s fuelling Twitter disinformation on the COVID-19 vaccination campaign? Evidence from a computational analysis of the green pass debate. *Contemporary Italian Politics*, 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23248823.2023.2182735>
11. Mtani, F. A., & Ngohengo, J. (2023). Africa at the crossroads: An overview of the Covid-19 pandemic and its drama in Tanzania. *African Journal of History and Geography*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.37284/ajhg.2.1.1088>
12. Pansardi, P., & Battegazzorre, F. (2018). The discursive legitimation strategies of the president of the commission: a qualitative content analysis of the State of the Union Addresses (SOTEU). *Journal of European Integration*, 40(7), 853–871. <https://doi.org/10.1080/07036337.2018.1482286>
13. Patterson, A. S. (2022). *The Tanzanian state response to COVID-19: Why low capacity, discursive legitimacy, and twilight authority matter*. WIDER Working Paper Series wp-2022-34. Helsinki, World Institute for Development Economic Research (UNU-WIDER). <https://doi.org/https://doi.org/10.35188/UNU-WIDER/2022/165-5>
14. Puri, N., Coomes, E. A., Haghbayan, H., & Gunaratne, K. (2020). Social media and vaccine hesitancy : new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 16(11), 2586–2593. <https://doi.org/10.1080/21645515.2020.1780846>
15. Recuero, R., & Soares, F. B. (2022). # VACHINA : How politicians help to spread disinformation about COVID-19 vaccines. *Journal of Digital Social Research*, 4(1), 73–97. Retrieved from [https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/19804/1/112-Article Text-774-2-10-20220209.pdf](https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/19804/1/112-Article%20Text-774-2-10-20220209.pdf) (accessed: 15 May, 2023).
16. Reyes, A. (2011). Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions. *Discourse and Society*, 22(6), 781–807. <https://doi.org/10.1177/0957926511419927>
17. Rojo, L. M., & van Dijk, T. A. (1997). “There was a problem, and it was solved!”: legitimating the expulsion of ‘illegal’ migrants in Spanish parliamentary discourse. *Discourse & Society*, 8(4), 523–566.

18. Savoia, E., Harriman, N. W., Piltch-loeb, R., Bonetti, M., Toffolutti, V., & Testa, M. A. (2022). *Exploring the association between misinformation endorsement , opinions on the government response , risk perception , and COVID-19 vaccine hesitancy in the US* , 10(5), 671. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/vaccines10050671>
19. Van Leeuwen, T. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91–112. <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
20. Von Billerbeck, S. (2020). No action without talk? UN peacekeeping, discourse, and institutional self-legitimation. *Review of International Studies*, 46(4), 477–494. <https://doi.org/10.1017/S026021052000011X>
21. Wang, G. (2020). Legitimization strategies in China’s official media : the 2018 vaccine scandal in China. *Social Semiotics*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1766262>
22. Wang, Y. (2022). Legitimation strategies in political rhetoric: examples from presidential speeches on Covid-19. *Theory and Practice in Language Studies*, 12(5), 894–903. <https://doi.org/10.17507/tpls.1205.09>
23. WHO. (2023). From below 10 to 51 percent - Tanzania increases COVID-19 vaccination coverage. World Health Organization News website. Retrieved from <https://www.afro.who.int/countries/united-republic-of-tanzania/news/below-10-51-percent-tanzania-increases-covid-19-vaccination-coverage> (accessed: 15 June, 2023).
24. Wilkinson, A., & Leach, M. (2014). Briefing: Ebola – myths , realities , and structural violence. *African Affairs*, 114(454), 136–148. <https://doi.org/10.1093/afraf/adu080>
25. Wodak, R. (2021). Crisis communication and crisis management during COVID-19. *Global Discourse*, 11(3), 329–353. <https://doi.org/10.1332/204378921X16100431230102>
26. Wodak, R. (2022). Legitimizing crisis management during COVID-19. *Argumentation et Analyse Du Discours*, 28, 0–16. <https://doi.org/10.4000/aad.6483>
27. Youtube. Tanzania Broadcasting Corporation. 27 January, 2021. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=xqnhFoVG48k> (accessed: 10 April, 2023).
28. Youtube. Tanzania Broadcasting Corporation. 28 July, 2021. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=x41khLI_YxU (accessed: 10 April, 2023).

About the author:

Judicate J. Selenya is an Assistant Lecturer in the Department of Official Statistics at the Eastern Africa Statistical Training Centre in Dar es Salaam, Tanzania. He specializes in teaching Communication Studies and Language, with primary research interests in Applied Linguistics, Communication Studies, and Discourse Analysis. His specific areas of focus include English as a Foreign Language teaching and learning, Critical Discourse Analysis of political texts, Crisis Communication, and the social aspects of language. Judicate J. Selenya holds a Master of Arts in Linguistics from the University of Dodoma, a Bachelor’s degree in Education (Languages) from Tumaini University Makumira, and a Diploma in Education in Tanzania. He is currently pursuing a PhD at The Open University of Tanzania. ORCID: 0009-0007-1288-4092

Received: June 4, 2023.

Accepted: August 3, 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-93-106>

«НОВОЯЗ» В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Е.А. Шестерина
МГИМО МИД России
(Москва, Россия)
niky.07@mail.ru

Аннотация: В представленной статье рассматривается понятие «новояз», созданное Дж. Оруэллом в его произведении «1984» и функционирующее как одно из средств манипулирования политическим сознанием людей. Основной акцент в статье делается на языковой манифестации новояза в речевом поведении современных немецких политиков. Выявляются две основные функции новояза в речи современных немецких политиков: запутывание адресата и переосмысление устоявшихся понятий. Устанавливается основной корпус лексических средств немецкого политического новояза, которые реализуются в виде фрейминга, пустых фраз, парадоксальных словарных конструкций, заимствований, неологизмов, канцеляризмов, лексем с неоднозначным значением и многозначных слов. Среди грамматических средств, свойственных новоязу в немецком политическом дискурсе, представлены инклюзивное местоимение *wir*, страдательный залог и конъюнктив ирреалис в сочетании с обстоятельствами образа и способа действия. В качестве прагматических средств реализации новояза в немецком политическом дискурсе выступают навязывание пресуппозиций, слабые усилия по реализации интенций и гиперболизация. Делается вывод о том, что в отличие от тоталитарных обществ, в демократических государствах политики прибегают к новоязу преимущественно для того, чтобы путем языковых манипуляций нивелировать неудачи своей партии, которой не удастся в полной мере реализовать свои заявленные намерения.

Ключевые слова: новояз, политический дискурс, стратегии манипуляций, речевая манипуляция, неологизмы, прагматические интенции.

Для цитирования: Шестерина Е.А. (2023). «Новояз» в современном немецком политическом дискурсе. *Дискурс профессиональной коммуникации*. 5(3), С. 93–106. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-93-106>

1. ВВЕДЕНИЕ

Еще в 40-е годы прошлого века В. Клемперер отмечал, что если кто-то захочет нарочно или неосознанно что-то скрыть, то язык разоблачит его [Klemperer, 1996, s. 312]. Любая попытка скрыть что-то, манипулируя языковыми средствами, потерпит неудачу, если подвергнуть высказывание лингвистическому анализу, в результате которого выяснится, что определенные его единицы не согласуются друг с другом. Это, однако, может оказаться не под силу многим читателям или слушателям, не обладающим необходимыми лингвистическими знаниями. Этим пользуются различные политики, вводя в заблуждение своих избирателей ради получения их благосклонности.

Сегодня является неоспоримым тот факт, что язык можно использовать для манипулирования политическим сознанием людей (ср. напр.: [Агаджанян, 2023]; [Чес, 2020]; [Шабалкина, 2020]; [Medvedeva, 2022]). Манипуляции непосредственно связаны с такими понятиями, как «новояз», «неояз» или «новоречь». В наше время эти термины используют по большей части сетевые активисты, подкастеры и блогеры, которые в уничижительной форме критикуют отдельные слова или даже целые речевые стратегии политиков, лоббистов или представителей бизнеса для легитимизации планов или решений, которые наносят вред населению, или для того, чтобы придать потенциально критическим проектам желаемый вид.

Истоки термина «новояз» лежат в антиутопическом романе Джорджа Оруэлла «1984», который был опубликован в 1949 году. В книге описывается идеальное тоталитарное государство: повсюду слежка, камеры, частная жизнь и политическая свобода не допускаются ни в каком виде. Людей пичкают пропагандой и ложью, любое выступление против государства жестоко пресекается, дети доносят на своих родителей. Но всего этого недостаточно для руководящей партии. Она хочет также контролировать последнее убежище для критики и подрывной деятельности, которое осталось у людей, – их мысли.

Дж. Оруэлл создал в своем произведении «1984» одно из самых зловещих изобретений в истории литературы – новояз (в оригинале *newspeak*). Партия тоталитарного государства планирует заменить нормальный английский язык чрезвычайно упрощенным языком, который не может противоречить господствующей идеологии «Ангсоц» (английский социализм). Многие термины «старого языка» будут либо полностью удалены, либо заменены всего одним. Так, например, свойства «замечательный», «великолепный», «прекрасный» и т. п. рационализируются в «хороший». Для лексем «плохой», «злой», «неприятный», «отвратительный» и т. п. также существует только одно слово – «нехороший». Таких слов, как «честь», «мораль» или «наука» в новоязе больше не существуют. Все они суммируются в понятии «Ангсоц» [Orwell, 2002].

Ранее новояз исследовался только в дискурсе языка тоталитарных обществ (см. напр.: [Фарапонова, 2019]; [Eik, 2010]). Термин «новояз» пока не имеет строгого лингвистического определения и используется в различных значениях. Мы опираемся на дефиницию новояза, приведенную А. Марковски. Под новоязом исследователь понимает язык государственной власти и контролируемых ею средств распространения информации, который служит широкой пропаганде и используется для произвольного манипулирования социальными настроениями и поведением, но также направлен на менталитет, навязываемый государственной властью всему обществу [Markowski, 2012, p. 87].

В последнее десятилетие этот феномен вызывает интерес у лингвистов, изучающих речевые стратегии воздействия на аудиторию в политическом дискурсе демократических государств (ср.: [Беляев, Черниговская, 2017; Евласьев, Бондаренко, 2021; Кейлз, 2009; Морозова, 2022; Biermann, Haase, 2012]). Отмечается, что в отличие от тоталитарных обществ в демократических государствах политики прибегают преимущественно к новоязу для того, чтобы нивелировать неудачи своей партии, которой не удастся в полной мере реализовать свои заявленные намерения [Бартов, 2009, с. 15]. Кроме того, словотворчество и специфическое грамматическое оформление речи политиков связываются с требованием политкорректности [Овчинникова, 2022, с. 114] или следования темам, считающимся прогрессивными или социально значимыми, например, экологичность [Арутюнян, 2022]. Новоязу приписывается также способность идентифицировать себя и других, а также проводить различие между «своими» и «чужими» [Олешкова, 2017, с. 57].

Важную роль в утверждении новояза в политическом дискурсе играют средства массовой информации. С одной стороны, пресса является основным каналом распространения неологизмов, исходящих от политиков, с другой стороны, журналисты охотно подхватывают броские слова из выступлений публичных лиц и распространяют их среди своих читателей и слушателей. При этом журналисты сами решают, какие слова использовать, а какие могут придумать сами.

Цель настоящего исследования – выявить функции и языковые средства манифестации новояза в речевом поведении современных немецких политиков.

2. МЕТОДЫ И МАТЕРИАЛ

В исследовании применяются общенаучные методы, такие как наблюдение за языковым материалом, квалифицируемым как новояз, его анализ, синтез, сравнение и сопоставление. Для решения лингвистических задач мы обращались к частнонаучным методам, таким как дефиниционный и компонентный анализ, для выявления семантической модификации «традиционных» лексических единиц при переводе их в новояз и разграничения сфер их применения в языке для специальных целей. С помощью контекстуального анализа стало возможным определить стилистические и прагматические особенности построения высказываний в рамках новояза.

Материалом для исследования послужили примеры, взятые из словаря «Sprachlügen. Unworte und Neusprech von «Atomruine» bis «Zeitnah»» [Bierman, Haase 2012], а также коллекции неологизмов немецкого новояза, представленных на сайте www.neusprech.org. Кроме того, изучались высказывания политиков в немецкой периодической прессе, представленной в электронном текстовом корпусе Korpora im DWDS (<https://www.dwds.de/r>).

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

3.1. Функции новояза

Анализ исследовательского материала позволил выявить в речи немецких политиков две основные функции новояза: запутывание адресата и переосмысление устоявшихся понятий.

3.1.1. Запутывание адресата

Используя средства новояза, политики пытаются усложнить понимание своих слов реципиентами. Неприятные для граждан итоги своей деятельности публичные лица запутывают неологизмами, канцеляризмами, техническими или иноязычными терминами. Зачастую используемые слова звучат высокопарно, официозно или чрезмерно научно, однако они не несут в себе никакой существенной смысловой нагрузки. Так, например, *Cyber-Außenpolitik* означает нечто, что связано с киберпространством на международном уровне, но остается совершенно непонятным, кто субъекты и объекты этого политического действия. Другой пример *Asylgehalt* (выплата для беженцев) является вводящим в заблуждение термином, который, по сути, обозначает карманные деньги, выплачиваемые беженцам на личные нужды. Слово *Gehalt* имеет значения «зарплата, пособие, денежная выплата», но в высказывании баварского премьер-министра М. Зёдера имелась в виду небольшая сумма карманных денег. У аудитории создавалось впечатление, что М. Зёдер говорит о финансовых средствах, достаточных для нормального проживания беженцев.

3.1.2. Переосмысление устоявшихся понятий

Для того чтобы направлять общественное мнение в нужное русло, в дебатах используются тенденциозные термины. С одной стороны, они могут быть броскими, чтобы нагнетать страх и заранее навешивать ярлыки на определенных лиц или факты. Примерами могут служить *Raubkopien* (пиратские копии) в отношении скачанных в Интернете песен или *Killerspiele* для представления компьютерных игр-«стрелялок» в жанре «Шутер от первого лица». Использование этих терминов значительно осложняет или делает невозможным дискуссию по соответствующей теме, поскольку в таких формулировках предмета обсуждения уже содержат четкое мнение одной из сторон.

Политики также могут предпринять попытки релятивировать политически сомнительные или опасные решения с помощью эвфемизмов или усилить их с помощью положительно звучащих терминов, как, например, в случае со словосочетанием *qualifizierte Baugruppengewinnung* («квалифицированное восстановление сборки»). Этот термин отражает неблагоприятную ситуацию с дефицитом запасных частей в бундесвере. В ВВС Германии «каннибализацию», т.е. разбор на детали одних самолетов для эксплуатации других называется «контролируемым демонтажем». Чтобы это звучало менее уродливо, Министерство обороны называет этот процесс «квалифицированным восстановлением сборки».

3.2. Лексические средства

3.2.1. Фрейминг

В новоязе важную роль играет фрейминг. В лингвистике фрейминг трактуется как когнитивная установка на обозначение границ, в рамках которых происходит фокусирование внимания реципиентов как на всю ситуацию в целом, так и на ее отдельные компоненты. Вне этих границ ситуации не существует. Адресата подталкивают таким образом к принятию определенной точки зрения [Одинцова, 2012, с. 77]. Слова подбираются так, чтобы вызывать определенные ассоциации значения, семантический контекст, благодаря которому концепция, передаваемая словом, кажется более или менее желательной. Первым описал этот феномен Дж. Лакофф и проиллюстрировал его многочисленными примерами. Один из

них: Американская ассоциация судебных юристов (*American Association of Trial Lawyers*) изменила свое название на *American Association of Justice*, потому что *justice* означает не только «правосудие», но и «справедливость» [Lakoff, 2014].

Результат воздействия фрейминга на сознание реципиентов наглядно демонстрирует замена привычных ранее понятий *Unternehmen* «предприятие» и *Angestellte/-r* «работник» словами *Arbeitgeber* «работодатель» и *Arbeitnehmer* «наемный рабочий». На самом деле все должно быть наоборот, потому что именно работник отдает свою рабочую силу, а компания берет ее для создания добавленной стоимости. С другой стороны, в роли «работодателей» руководители могут выглядеть покровительственными распределителями ценных ресурсов, а работники в роли «сотрудников» – пассивными просителями.

Рассмотрим несколько примеров фрейминга в немецком политическом новоязе. Существовавшее много лет название Агентства по сбору платежей общественных вещателей *Gebühreneinzugszentrale (GEZ)* в силу своей непопулярности и плохого имиджа среди населения, так как это, по сути, налог на радио и телевидение, в политических дискуссиях было предложено изменить на *Rundfunkserviszentrale*, т. е. «Центр обслуживания общественных вещателей». Но его услуги, скорее всего, по-прежнему будут заключаться только в рассылке напоминаний неплательщикам.

Другим показательным примером фрейминга в новоязе немецкого политического дискурса является использование слова *Harmonisierung* («гармонизация») вместо вызывающего раздражение *Rationalisierung* («оптимизации»).

3.2.2. Пустые фразы

В политических заявлениях часто встречаются языковые конструкции, которые на первый взгляд представляют собой безобидные пустые фразы и используются лишь для придания высказыванию риторического украшения, как, например, *Es kann doch nicht sein, dass ...* (Не может быть, чтобы...). Это выражение применяется тогда, когда что-то происходит так, как не следовало бы, и часто выражает сожаление или желание, чтобы все было иначе, но без предложения, как можно изменить критикуемую ситуацию. Таким образом, это предложение, прежде всего, выражает беспомощность. Так, в высказывании министра обороны Урсулы фон дер Ляйен:

Es kann nicht sein, dass Europa am Zaun von Idomeni scheitert / Не может быть, чтобы Европа потерпела неудачу у приграничной стены в Идомени. (Перевод предложений здесь и далее наш. – Е. Ш.).

речь идет о прорыве мигрантами в 2016 году греко-македонской границы в Идомени. Вопреки высказываемой обеспокоенности, Европа все же терпит неудачу в Идомени, так как мигранты прорвали кордон и проникли на территорию ЕС.

3.2.3. Парадоксальные лексические конструкции

Часто неологизмы новояза можно распознать с первого взгляда, когда они представляют собой любопытные словесные конструкции, в которых наблюдается семантический конфликт между их частями, например, *Asyltourismus*, *Schutzwaffe*, *Supergrundrecht*. Для иллюстрации рассматриваемого положения проанализируем композит *Asyltourismus*, первое употребление которого приписывается баварскому премьер-министру М. Зёдеру. Композит представляет собой оксюморон, так как содержит в себе взаимоисключающие понятия. Убежище просят нуждающиеся люди, а туризм относится к добровольному путешествию. Тер-

мин *Asyltourismus* подразумевает, что эти люди добровольно (т. е. как туристы) путешествуют по разным странам, чтобы найти убежище. Используя это парадоксальное соединение, политики подводят граждан к мысли о том, что нужно отказывать в помощи «туристам за убежищем». При этом игнорируется тот факт, что ситуация в транзитных странах настолько плоха для этих людей, что они не могут там находиться. Когда беженцев обозначают как туристов, то таким образом приуменьшаются опасные для их жизни условия. В то же время имплицитно, даже если это происходит и неумышленно, высмеивается стремление пострадавших найти защиту от преследований, войны и лишений на родине.

3.2.4. Заимствования и неологизмы

Использование англицизмов, ранее не употреблявшихся или употреблявшихся крайне редко в общественно-политическом дискурсе, является распространенной стратегией в немецком новоязе. В качестве примеров можно привести лексемы и словосочетания *responsible banking* (*verantwortungsbewusstes Bankgeschäft*), *flat tax* (*Pauschalpreis*), *targeted killing* (*gezielte Tötung*). Цель обращения к англицизмам – вызвать у реципиента ощущение глобальной значимости обсуждаемого феномена, релятивировать, а иногда и исказить его смысл, а также ввести в заблуждение или умышленно лишить возможности получить информацию теми людьми, которые плохо или совсем не владеют английским языком.

Схожую функцию реализуют и неологизмы в речи политиков. Как правило, неологизмы призваны обозначить явления, не имевшие ранее лексического оформления. Однако лидеры общественного мнения зачастую используют их, чтобы завуалировать истинный смысл используемых ими понятий, как в случае с *Intensivstadt*. Этот неологизм исходит от федерального правительства и не имеет смысла без более специфического контекста. Первый член сложного существительного означает свойство «интенсивный», «сильный» или «энергичный» и часто используется как средство усиления качеств предметов или явлений, поэтому можно предположить, что в случае с приведенным словом речь идет об особо крупном или оживленном городе. На самом же деле здесь имеется в виду город, который внесен правительством в список из 15 немецких городов, в которых среднегодовое значение вредного диоксида азота составляет более 50 микрограммов на кубический метр воздуха. Под *intensiv* в данном неологизме скрыт другой смысл, который вводит в заблуждение аудиторию – интенсивность загрязнения воздуха.

3.2.5. Канцеляризмы

Канцеляризмы связаны с застывшими словесными фразами, которые часто произносятся механически, чтобы завуалировать конкретные выводы и отвергнуть нестандартные решения. Использование канцеляризмов в немецком новоязе свидетельствует об отсутствии желания у политиков объяснять своим избирателям суть актуальных процессов и фактов. Так, канцеляризмы *Fortschrittsverweigerer* (отрицатель прогресса) и *Technik- oder Modernisierungsverweigerer* (отрицатель технологий или модернизации) представляют собой обозначение противников проектов, которые, по мнению политиков, необходимо продвигать для развития экономики. Использование указанных терминов – это попытка урезонить критику этих планов, апеллируя к убеждению, что новое по своей сути всегда лучше старого. Поэтому любой, кто критикует такие планы, должен быть либо ретроградом, либо несознательным элементом. Этот прием часто используется политиками особенно в отношении рискованных и/или дорогостоящих идей, например, в области ядерной энергетики или транспорта.

3.2.6. Слова с неочевидным значением

Чтобы лишить аудиторию возможности понять рискованность предпринимаемых усилий, политические акторы могут прибегнуть к использованию слов с неоднозначным, непрозрачным смыслом. Так, слово *Brückentechnologie* («переходная технология») используется в немецком политическом новоязе как синоним ядерной энергетике и представляет собой попытку преуменьшить риск и угрозу, исходящие от атомных электростанций. Представляемый переходный характер использования атомной энергии имплицитно подразумевает якобы короткий период эксплуатации электростанций на фоне их высокой технологичности. А это не что иное, как ложь, порождающая надежды немецких граждан на быстрый выход из атомной энергетике и переход на использование «зеленых» технологий.

3.2.7. Многозначные слова

Политики могут выстроить контекст таким образом, чтобы в многозначных словах актуализировалось именно то значение, которое соответствует их интенциям. Так, например, чтобы снизить негативный общественный резонанс от сноса небольшой деревни Лютцерат ради добычи каменного угля, на странице концерна *Energieunternehmen RWE* от 11.01.2023 этот процесс был представлен словом *Rückbau*, которое наряду со значениями «демонтаж» и «снос» может обозначать также «вывод жилья с рынка недвижимости», «возвращение в прежнее (экологическое) состояние» и «щадящая разборка зданий». Вероятность манифестации значений «демонтаж» и «снос» уменьшается в связи с тем, что в сообщении отсутствует всякое упоминание о технических работах, направленных на разрушение зданий в деревне.

3.3. Грамматические средства

Помимо лексических стратегий запутывания реципиентов и переосмысления значения слов, описанных выше, существуют также грамматические механизмы, которые свойственны немецкому политическому новоязу.

3.3.1. Страдательный залог

Грамматическая категория пассива обладает большим потенциалом запутывания аудитории, поскольку одной из его функций является сокрытие агенса. Такое положение дел может подкрепляться использованием прошедшего времени, благодаря которому действующее лицо не только отсутствует, но и лишается возможности контролировать уже свершившееся действием, как в случае с бывшим министром Германии К.-Х. цу Гуттенбергом, который отвечает на обвинения в плагиате в его докторской диссертации:

Es wurde allerdings zu keinem Zeitpunkt bewusst getäuscht oder bewusst die Urheberschaft nicht kenntlich gemacht. К.-Х. zu Guttenberg / Однако ни разу не было зафиксировано преднамеренного обмана или умышленного искажения авторской принадлежности. К.-Х. zu Guttenberg.

3.3.2. Инклюзивное «мы»

В речевом поведении политика, направленном на введение в заблуждение читателей или слушателей относительно успешности деятельности, проводимой его партией, часто встречается местоимение *wir*. Используя личное местоимение первого лица множественного числа, политик включает таким образом в группу «своих» других адресатов: наряду с федеральным правительством или коалицией, своей партией также всех немцев. При этом

местоимение *wir* может менять свою направленность в пределах одного абзаца. В следующем примере первые три случая употребления *wir/uns* относятся к политическому окружению А. Меркель. В последнем случае местоимение *wir* в комбинации с притяжательным местоимением реализует чисто инклюзивную функцию, включая немцев как европейскую нацию в круг «своих», то есть тех политиков, кто способствовал претворению в жизнь так называемой «европейской мечты», нивелируя при этом те неудачи и нерешенные проблемы, связанные с усилением интеграции внутри ЕС:

Ende März haben wir hier in Berlin den 50. Jahrestag der Römischen Verträge gefeiert. Dabei ist uns allen noch einmal deutlich geworden, wie lange ein geeintes, in 5 Frieden und Freiheit verbundenes Europa ein bloßer Traum war; ein Traum, der aus schmerzlicher Erfahrung später auf wunderbare Weise Wirklichkeit geworden ist. Heute – so haben wir es dann in der Berliner Erklärung geschrieben – sind wir Europäer zu unserem Glück vereint. Angela Merkel / В конце марта мы отмечали здесь в Берлине 50-ю годовщину Римских договоров. Всем нам вновь стало ясно, как долго единая Европа, объединенная миром и свободой, была всего лишь мечтой, мечтой, которая позже, через болезненный опыт, чудесным образом стала реальностью. Сегодня, к счастью, как мы написали в Берлинской декларации, мы, европейцы, объединились. Ангела Меркель.

Таким образом, местоимение *wir* становится словом-паспарту, т.е., словом с неопределенным значением и вписывающимся во многие ситуации. При этом адресат без его воли причисляется к кругу тех, кого также призывают к ответу за реализацию обсуждаемых мер.

3.3.3. Конъюнктив

Помимо частого применения местоимения первого лица множественного числа, политики используют еще одну грамматическую категорию для запутывания аудитории, а именно сослагательное наклонение – конъюнктив II. Конъюнктив ирреалис в сочетании с обстоятельствами образа и способа действия *sonst, andernfalls, im anderen Fall, anderweitig* и т. п. придает высказыванию оттенок гарантированной неудачи предпринимаемых усилий в случае, если бы действие совершалось не так, как это делало политическое окружения адресанта:

Die KEF hatte auf einen Vertrag bis spätestens 15. Dezember gedrängt - andernfalls hätte sie die Finanzmittel für den Start der Programme vom Deutschlandradio nicht frei gegeben / Комиссия по расследованию финансовых нужд (КРН) настаивала на заключении контракта не позднее 15 декабря. В противном случае она не смогла бы выделить радио Deutschlandradio финансирование для начала вещания национальных программ.

3.4. Прагматические средства

3.4.1. Навязывание пресуппозиций

Одним из эффективных прагматических средств новояза в немецком политическом дискурсе является навязывание пресуппозиций. Благодаря этому политики надеются представить аудитории аспекты своей деятельности как логически обоснованные, объективные и имеющие под собой неоспоримые обоснования, например:

Und dennoch: Es war und es ist kein leeres Wort, wenn ich sage: Wir können nicht einfach zur Tagesordnung übergehen und die bisherige unbestrittene Sicherheit unserer kerntechnischen Anlagen zum Maßstab auch des künftigen Handelns machen, ohne dass wir infolge der jüngsten Ereignisse einmal innehalten. A. Merkel / И все же, это была и есть не пустая фраза, когда

я говорю, что мы не можем просто вернуться к привычному ведению дел и сделать **бесспорную безопасность** наших ядерных объектов **мерилом** для будущих действий, не сделав паузу в связи с последними событиями. А. Меркель.

В представленном примере навязывание пресуппозиций совершается с помощью вводного сочетания *und dennoch*, которое представляет собой формулу убеждения реципиентов в правоте своих слов, а также благодаря атрибутивной конструкции с отрицанием *kein leeres Wort*, имплицитующей смысловую наполненность высказывания. Завершается высказывание отсылкой к трагическим событиям на АЭС в Фукусиме, чтобы вызвать у аудитории определенные страхи и внушить ей тезис о якобы непреложной (*Maßstab*) безопасности немецких атомных станций (*unbestrittene Sicherheit*).

3.4.2. Ослабление усилий по реализации интенций

Судя по высказываниям некоторых политиков, может показаться, что им нечего сообщить своим слушателям. Их речь наполнена элементами, отражающими в содержательном плане ритуальные параметры деятельности партий, под которыми следует понимать намерение политиков сконцентрировать внимание аудитории на процедуре взаимодействия внутри своей политической партии, а не на решении конкретных задач, являющихся актуальными для избирателей, например:

Damit wird zugleich deutlich gemacht, dass wir die Bildung dieses Regierungsteams nicht nur als ein Signal dafür verstehen, dass die SPD geschlossen und einig den Regierungswechsel anstrebt, sondern dass das Angebot an alle Bürgerinnen und Bürger auch die Integration verschiedener Erfahrungen, verschiedener Kenntnisse ermöglicht / Этим мы даем понять, что формирование этой правительственной команды мы воспринимаем не только как сигнал того, что СДПГ едино и сплоченно движется к смене правительства, но и как то, что это предложение всем гражданам позволит нам интегрировать различный опыт, различные знания.

3.4.3. Гиперболизация

Гиперболизация является одной из характерных черт новояза в немецком политическом дискурсе. Обещания совершить действия в преувеличенной степени направлены на то, чтобы убедить и успокоить аудиторию в том, что власть имущие сделают от них все зависящее для защиты своих граждан. При этом политики могут не конкретизировать, какие именно меры будут применены, например:

Wer eine solch schreckliche Tat begeht, den muss die volle Härte des Rechtsstaats treffen. M. Hauer / Любог, кто совершит такой ужасный поступок, узнает полную силу верховенства закона. М. Хауэр.

Эта жесткая позиция теряет свою состоятельность при лингвистическом анализе. Используемые в словосочетании *die volle Härte des Rechtsstaats* прилагательное *voll* и квантификатор *Härte* представляют собой гиперболы и являются излишними, поскольку правовое государство не может реализовывать свою силу, к примеру, на половину или на треть, так как это уже считалось бы его слабостью.

4. ВЫВОДЫ

Проведенное исследование показало, что новояз в современном немецком политическом дискурсе характеризуется «туманностью речи»: избегаются четкие и содержательные заявления, указания на ответственных лиц, которые могут быть привлечены к ответственно-

сти. Корпус основных языковых средств немецкого новояза составляют фрейминг, пустые фразы, парадоксальные словарные конструкции, заимствования, неологизмы, канцеляризмы, лексемы с неоднозначным значением, многозначные слова, инклюзивное местоимение *wir*, страдательный залог, конъюнктив ирреалис в сочетании с обстоятельствами образа и способа действия, языковые стратегии навязывания пресуппозиций, слабые усилия по реализации интенций и гиперболизация. Все перечисленные языковые средства помогают реализовать основные функции новояза в немецком политическом дискурсе: запутывание адресата и переосмысление устоявшихся понятий. В данном случае речь идет о языковых манипуляциях, к которым прибегают политики, чтобы в общении с избирателями нивелировать неудачи своей партии, которой не удастся в полной мере реализовать свои заявленные намерения.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агаджанян Р.В. Языковое манипулятивное воздействие: теоретический обзор // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. № 3. С. 765–772. doi: 10.30853/phil20230151
2. Арутюнян Н.Л. Гендеробесие, экобесие и климатомания как отражение новой апокалиптической картины мира // Филология в системе современного гуманитарного знания: Сборник научных трудов. К 85-летию факультета романо-германской филологии Кубанского государственного университета / под ред. Н.Ю. Фанян. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. С. 6–15.
3. Бартов А.А. «Новояз» в литературе и в жизни // Нева. 2009. № 3. С. 11–17.
4. Беляев Д.А. «Новояз» Дж. Оруэлла: от языковой регрессии к лингвистическим политехнологиям манипуляции общественным сознанием // Наука Красноярья. 2017. Т. 6. № 2 (2). С. 32–36. doi:10.12731/2070-7568-2017-2-2-32-36
5. Евласьев А.П., Бондаренко Е.В. Особенности современного политического новояза (на материале английского языка) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2021. № 1. С. 148–150. doi:10.37882/2223-2982.2021.01.08
6. Кейлз Р.М. Язык Пентагона – это разновидность новояза // Политическая лингвистика. 2009. № 4 (30). С. 177–180.
7. Морозова М.Е. «Социальный новояз» в современном немецком языке (практика лингвосемантических отношений в языке). М.: Проспект, 2022.
8. Овчинникова А.С. Основные принципы словопроизводства и словообразования «новояза» во французском языке XXI века // Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 4 (31). С. 142–150. doi:10.20323/2499_9679_2022_4_31_142_150
9. Одинцова И.В. Фрейм, фрейминг и рефрейминг в лингводидактике // Мир русского слова. 2012. №1. С. 73–80.

10. Олешкова А.М. «Критические дискурсные исследования»: российский «новояз» в современной социокультурной ситуации // *Коммуникология*. 2017. Т. 5, № 1. С. 50–59.
11. Фарапонова С.В. Особенности советского новояза на примере эпоса и лирики 20-х годов // *Художественная литература: опыт современного прочтения*. Екатеринбург: УРФУ, 2019. С. 149–152.
12. Шабалкина А.А. Приёмы манипуляции в политическом дискурсе (на материале немецкого языка) // *Студенческая наука в XXI веке*. 2020. Т. 17, № 1-2 (19). С. 225–226.
13. Чес Н.А. Манипулятивный потенциал сложных метафорических концептов в политическом медиадискурсе // *Когнитивные исследования языка*. 2020. № 3 (42). С. 510-514.
14. Biermann K., Haase M. *Sprachlügen: Unworte und Neusprech von «Atomruine» bis «zeitnah»*. Frankfurt a. M.: Fischer, 2012.
15. Eik J. *DDR-Deutsch. Eine entschwundene Sprache*. Berlin: Jaron, 2010.
16. Klemperer V. *LTI – Lingua Tertii Imperii. Notizbuch eines Philologen*. Leipzig: ReclamVerlag, 1996.
17. Lakoff G. *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction, Vermont: Chelsea Green Publishing, 2014.
18. Medvedeva N.E. Linguopragmatic Analysis of Euphemisms in Political Discourse // *Political Linguistics*. 2022. No. 6 (96). Pp. 59–68. doi:10.26170/1999-2629_2022_06_07
19. Orwell G. 1984. München: Wilhelm Heyne Verlag, 2002.

REFERENCES

1. Agadzhanian, R.V. (2023). Yazykovoe manipulyativnoe vozdejstvie: teoreticheskij obzor [Linguistic Manipulative Influence: A Theoretical Overview]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Issues of Theory and Practice], 16 (3), 765–772. doi:10.30853/phil20230151 (in Russian).
2. Arutyunyan, N.L. (2022). Genderobesie, ekobesie i klimatomaniya kak otrazhenie novoj apokalipticheskoy kartiny mira [Gender-blindness, ecobesity, and climatomania as a reflection of the new apocalyptic picture of the world]. In N.Yu. Fanyan (Ed.), *Filologiya v sisteme sovremennogo gumanitarnogo znaniya: Sbornik nauchnyh trudov. K 85-letiyu fakul'teta romano-germanskoj filologii Kubanskogo gosudarstvennogo universiteta* [Philology in the System of Modern Humanitarian Knowledge: Collection of Scientific Works. To the 85th anniversary of the Faculty of Romance and Germanic Philology of the Kuban State University] (pp. 6–15). Krasnodar: Kuban State University (in Russian).
3. Bartov, A.A. (2009). „Novoyaz” v literature i v zhizni [«Newspeak» in literature and in life]. *Neva*, 3, 11–17 (in Russian).
4. Belyaev, D.A. (2017). “Novoyaz” Dzh. Oruella: ot yazykovoj regressii k lingvisticheskim polittehnologiyam manipulyacii obshestvennym soznaniem [J. Orwell’s Newspeak: From Linguistic Regression to Linguistic Political Technologies of Manipulation of Public Consciousness]. *Nauka Krasnoyar’ya* [Krasnoyarsk Science], 6 (2-2), 32–36. doi:10.12731/2070-7568-2017-2-2-32-36 (in Russian).
5. Biermann, K., & Haase, M. (2012). *Sprachlügen: Unworte und Neusprech von „Atomruine“ bis „zeitnah“* [Language lies: nonsense and newspeak from “nuclear ruins” to modern days]. Frankfurt a. M.: Fischer (in German).

6. Ches, N.A. (2020). Manipulyativnyj potencial slozhnyh metaforicheskikh konceptov v politicheskom mediadiskurse [The Manipulative Potential of Complex Metaphorical Concepts in Political Media Discourse]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka [Cognitive Studies of Language]*, 3 (42), 510-514 (in Russian).
7. Eik, J. DDR-Deutsch. (2010). *Eine entschwundene Sprache [GDR German. A lost language]*. Berlin: Jaron (in German).
8. Evlasyev, A.P., & Bondarenko, E.V. (2021). Osobennosti sovremennogo politicheskogo novoyaza (na materiale anglijskogo yazyka) [Features of Modern Political Newspeak (in English)]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki [Modern Science: Current Issues of Theory and Practice. Series: Humanities]*, 1, 148–150. doi:10.37882/2223-2982.2021.01.08 (in Russian).
9. Faraponova, S.V. (2019). Osobennosti sovetskogo novoyaza na primere eposa i liriki 20-h godov [Peculiarities of Soviet newspeak in the epic and lyric poems of the 1920s]. *Hudozhestvennaya literatura: opyt sovremennogo prochteniya [Fiction: Modern Reading Experience]*, 149–152. Ekaterinburg: URFU, 2019 (in Russian).
10. Keils, R.M. (2009). Yazyk Pentagona – eto raznovidnost' novoyaza [Pentagon English is a sort of newspeak]. *Politicheskaya lingvistika [Political Linguistics]*, 4 (30), 177–180 (in Russian).
11. Klemperer, V. (1996). *LTI – Lingua Tertii Imperii. Notizbuch eines Philologen [LTI – Lingua Tertii Imperii. A philologist's notebook]*. Leipzig: Reclam Verlag (in German).
12. Lakoff, G. (2014). *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction, Vermont: Chelsea Green Publishing.
13. Medvedeva, N.E. (2022). Linguopragmatic Analysis of Euphemisms in Political Discourse. *Political Linguistics*, 6 (96), 59–68. doi:10.26170/1999-2629_2022_06_07
14. Morozova, M.E. (2022). “Socialnyj novoyaz” v sovremennom nemeckom yazyke (praktika lingvosemanticheskikh otnoshenij v yazyke) [«Social Newspeak» in Modern German (Practice of Linguosemantic Relationships in Language)]. Moscow: Prospekt (in Russian).
15. Odincova, I.V. (2012). Frejm, frejming i refrejming v lingvodidaktike [Frame, Framing, and Reframing in Linguodidactics]. *Mir russkogo slova [The World of the Russian Word]*, 1, 73–80 (in Russian).
16. Oleshkova, A.M. (2017). “Kriticheskie diskursnye issledovaniya”: rossijskij “novoyaz” v sovremennoj sociokulturnoj situacii [“Critical Discourse Studies”: Russian “Newspeak” in the Contemporary Socio-Cultural Situation]. *Kommunikologiya [Communicology]*, 5 (1), 50–59 (in Russian).
17. Orwell G. (2002). 1984. München: Wilhelm Heyne Verlag (in German).
18. Ovchinnikova, A.S. (2022). Osnovnye principy slovoproizvodstva i slovoobrazovaniya “novoyaza” vo francuzskom yazyke XXI veka [The Basic Principles of Word Production and Word Formation of “Newspeak” in the French Language of the XXI Century]. *Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik [Verkhnevolzhsk Philological Bulletin]*, 4 (31), 142–150. doi:10.20323/2499_9679_2022_4_31_142_150 (in Russian).
19. Shabalkina, A.A. (2020). Priyomy manipuljaccii v politicheskom diskurse (na materiale nemeckogo yazyka) [Manipulation Techniques in Political Discourse (in German)]. *Studencheskaya nauka v XXI veke [Student Science in the 21st Century]*, vol.17, 1-2 (19), 225–226 (in Russian).

Информация об авторе:

Шестерина Елена Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка МГИМО МИД России (Москва, Россия). ORCID: 0000-0001-8670-6394.

Получено: 20 апреля 2023 г.

Принято к публикации: 2 июня 2023 г.

“NEWSPEAK” IN CONTEMPORARY GERMAN POLITICAL DISCOURSE

Elena A. Shesterina

MGIMO University

(Moscow, Russia)

niky.07@mail.ru

Abstract: This article examines the concept of “newspeak,” created by J. Orwell in his novel “1984,” which functions as one of the means of manipulating the political consciousness of people. The article focuses on the linguistic manifestation of newspeak in the speech behavior of modern German politicians. It reveals two main functions of newspeak in the speech of modern German politicians: confusion and reinterpretation of established concepts. The article explores the corpus of lexical means of German political newspeak, which are realized in the form of framing, empty phrases, paradoxical word constructions, borrowings, neologisms, clericalisms, lexemes with ambiguous meaning, and words with multiple meanings. Among the grammatical means peculiar to newspeak in German political discourse, the article describes the inclusive pronoun “wir,” passive voice, and the conjunctive irrealis in combination with the adverbial modifier of manner. The pragmatic means of realizing newspeak in German political discourse include the imposition of presuppositions, weak efforts to fulfill the intentions, and hyperbolization. The conclusion is drawn that, unlike in totalitarian societies, politicians in democratic countries use newspeak to compensate for the failures of their party, which turns out to be unable to fully implement its declared intentions, mainly through linguistic manipulations.

Keywords: newspeak, political discourse, manipulation strategies, speech manipulation, neologisms, pragmatic intentions.

How to cite this article: Shesterina, E.A. (2023). “Newspeak” in Contemporary German Political Discourse. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 93–106 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-93-106>

About the author

Elena A. Shesterina, Cand. Sci. (Philology) is Associate professor in the Department of the German language at MGIMO University. ORCID: 0000-0001-8670-6394.

Received: April 20, 2023.

Accepted: June 2, 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-107-125>

CORPUS ANALYSIS AS A MEANS OF MEANING DISAMBIGUATION: COLLOCATIONAL ANALYSIS OF NEAR-SYNONYMS OF THE VERB ‘DESTROY’

Svetlana V. Ivanova

*Saint Petersburg University
(Saint Petersburg, Russia)
svet_victoria@mail.ru*

Svetlana N. Medvedeva

*Saint Petersburg State University of Economics
(Saint Petersburg, Russia)
medvedeva.s@unecon.ru*

Abstract: The current paper is aimed at corpus-based differentiation of near-synonymous lexemes with the meaning ‘to destroy’. The research implies a series of consecutive steps: to discuss synonymy-related problems in modern linguistics; to compile a list of near-synonymous lexemes with the meaning ‘to destroy’ by means of Corpus of Contemporary American English (COCA); to analyze and compare definitions of the chosen verbs in Merriam-Webster Dictionary (MWD); to generate lists of right-context collocates for each of the verbs in COCA; to put the collocates into semantic clusters and compare the obtained clusters. The list of lexemes under study contains such verbs as ‘destroy’, ‘ruin’, ‘break’, ‘obliterate’, ‘raze’, ‘annihilate’, ‘crush’, ‘devastate’, ‘wreck’, and ‘demolish’. As a result, semantic clusterisation of the right-context collocates helped establish that all verbs of the group collocate with the lexemes representing values and threats where destroying values evokes negative feelings and associations while destroying threats is perceived as a positive action. The verb ‘ruin’ is typically used with the clusters ‘meals and food’, ‘holidays’, ‘leisure activities’, ‘entertainment’ and ‘human relations’, meaning deprivation of enjoyment and happiness. The verb ‘break’ has a wide array of collocates resulting in a variety of conventionalized expressions. The results of the corpus-based research of lexical semantics may be helpful to those professionally engaged in second language teaching as well as in translation and lexicographic practice.

Keywords: near-synonyms, construction grammar, semantic clusterisation, corpus linguistics, collocational semantics, collocation, the verb ‘destroy’.

How to cite this article: Ivanova, S.V., Medvedeva, S.N. (2023). Corpus Analysis as a Means of Meaning Disambiguation: Collocational Analysis of Near-Synonyms of the Verb ‘Destroy’. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 107–125. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-107-125>

1. INTRODUCTION

Traditionally, synonymy is defined as a semantic equivalence between two or more lexemes that results in their substitutability in various contexts. P. Edmonds and G. Hirst point out that until recently, this language phenomenon was seen as a “clear-cut” case: identical lexemes were labelled as synonyms and the rest were overlooked and not given proper attention [Edmonds & Hirst, 2002, p. 106]. D. Pettersson-Traba states that even to this day, synonymy is believed to be so common, straightforward and unproblematic that dictionaries still define synonyms in terms of their similarities and create certain misconceptions by providing reductive descriptions [Pettersson-Traba, 2016, p. 1]. C.-Y. Lee and J. Liu underline that “dictionaries and thesauri often overlook the evaluative distinctions among synonyms and end up showing certain circularity” [Lee & Liu, 2009, p. 206]. However, as mentioned by M.P. Kamiński, “complete synonymy presupposes a rather unlikely situation in language” leading to the fact that it becomes necessary to extend the definition of synonymy to cover words that have comparable collocational patterns disregarding differences in language variety, register, connotation, emotive content and degree of specificity [Kamiński, 2017, p. 239]. As a result, in modern linguistics, synonymy encompasses all semantically related lexemes.

So far, two tiers of lexical synonymy have been identified: namely, strict, complete, or absolute synonymy and loose, or near-synonymy. At present, the major distinction between the tiers lies in the degree of semantic, contextual, stylistic and connotational equivalence between the lexemes under study. S. Uba and Ju. Irudayasamy suppose that by having a complex nature and exhibiting varied collocational and semantic prosody behavior, near-synonyms express similar linguistic concepts but from different perspectives and contexts [Uba & Irudayasamy, 2023, p. 2]. T. Kruawong and S. Phoocharoensil posit that despite having very similar meanings, some near-synonyms may differ in their collocational behavior [Kruawong & Phoocharoensil, 2022, p. 76]. Comparing the near-synonyms of ‘persist’ and ‘persevere’, S. Phoocharoensil concludes that “analysis of not only the noun collocates but also other surrounding lexical items signifying the semantic prosody, reveals the genuine meaning or connotation to which the synonyms are attached” [Phoocharoensil, 2021, p. 256]. Additionally, C.-Y. Lee and J. Liu specify that while some lexemes may denote favorable conditions, their near-synonyms may as well refer to unfavorable situations and where some lexemes indicate approval, their near-synonyms may imply disapproval [Lee & Liu, 2009, pp. 206–207]. Regarding the matter, E.E. Golubkova suggests representing groups of near-synonyms as a gradation scale that reflects their degree of similarity. Close examination of their semantics will enable us to move along the scale identifying differences and similarities in their semantics including denotative level and connotations [Golubkova, 2015, p. 22].

The problematic nature of synonymy is further emphasized by the fact that the existence of lexemes with almost similar meanings violates the principle of expressive efficiency of the language as a semiotic system as they convey roughly the same information. However, as is seen from numerous studies [Gao, 2001; Edmonds & Hirst, 2002; Divjak & Arppe, 2013; Golubkova, 2015; Basinskaja, 2019; Rusakova, 2019; Yang, 2020; Mendesheva, 2021; Phoocharoensil, 2021; Al-Otaibi, 2022; Kruawong & Phoocharoensil, 2022; Uba & Irudayasamy, 2023; Ivanova & Dovgopiat, 2023], near-synonyms permeate natural languages and remain an inherent part of them. Researchers working within Construction Grammar tenets tried to explain this paradox by developing “the principle of no synonymy”, the term being coined by A. Goldberg in 1995. According to the principle, the differences in structure or lexical content of constructions should result in their

semantic or pragmatic peculiarities hence making absolute synonymy non-existent. B. Leclercq and C. Morin, however, suggest renaming the principle into “the principle of no equivalence” thus making it more precise and explanatory. And while competition and distributional niche of near-synonyms remain essential to the principle, the researchers offer to take into account the “social” aspect of meaning along with denotative and pragmatic components [Leclercq & Morin, 2023]. Consequently, studying near-synonyms helps uncover linguocultural implications of the lexemes under study and as is specified by N.N. Boldyrev, taking into account wider cultural context proves to be a logical step that makes it possible to better understand and solve linguistic problems [Boldyrev, 2021, 57–58].

It can be assumed that the extended notion of synonymy has revived interest in this problem and, as H.H. Gao puts it, has led researchers to raise an exploratory enquiry: ‘In which aspect and to what extent are near-synonyms not identical?’ [Gao, 2001, p. 1]. As if in response to the enquiry D. Divjak and A. Arppe notice that “a whole battery of statistical techniques, ranging from exploratory techniques to full-blown multivariate predictive models, has been called into service to explore the similarity of near-synonymous items and study their contextual similarities and differences” [Divjak & Arppe, 2013, pp. 230–231]. D. Pettersson-Traba supposes that this spark of interest serves as evidence of a significant gap in this area of research that needs to be filled in order to gain a better understanding of how specific synonyms differ [Pettersson-Traba, 2016, p. 2]. As a result, the rediscovered problem of synonymy has offered new prospects for unveiling the semantic complexity of lexis. To support the idea originally formulated by E.S. Kubrjakova, it is worth mentioning that although being valuable as it is, resolving various problems of linguistic theory such as synonymy, polysemy or antonymy consequently makes a significant contribution to lexicography [Kubrjakova, 2008, p. 11].

To summarize, corpus-based studies of lexical semantics make a significant contribution to three major areas of modern linguistics. The first one is second language teaching and learning practice. Today corpora serve as one of the most efficient and versatile tools in linguistics, specifically, for disambiguation and clarification of lexical meaning. They combine both massive authentic language data and an easy-to-use toolbox to search for whatever curious minds want to find out. It is with the help of corpora that researchers, translators, teachers and learners can track down formulaic expressions and contextual behavior of various constructions, and make useful observations concerning minor shifts in their structure and content over time and across genres. In other words, corpora provide food for thought and encourage agency and freedom. They neither give ready-to-follow advice nor establish any strict rules but instead help users apply their analytical skills to make generalizations and draw their own conclusions. Moreover, corpora have already become an essential part of modern translation studies – they provide insights into idiomaticity as well as the social meaning of certain expressions through their context.

The second area that can greatly benefit from corpus-based studies is lexicography as corpora facilitate the process of collecting and working with massive language data. What is more, some corpora offer built-in statistical tools that provide quantifiable results thus supplying lexicographers with objective and reliable information.

Finally, corpus-based studies have revived research in the field of lexical semantics, particularly, synonymy. Before that, the problem of synonymy was solved by means of definitional analysis, which was limited and limiting in its nature. Basically, researchers made conclusions atop the ones drawn by lexicographers in various dictionaries. It is also worth mentioning that the majority of dictionaries target teachers and learners and not language scholars. Nevertheless, it was – and still technically is – impossible to encompass all contexts and meanings of a lexeme in just a defi-

nition because it is supposed to be concise and comprehensive enough. In other words, when they appeared, corpora provided researchers with a vast array of contexts to examine and made them reconsider the seemingly simple problem of synonymy and consequently rediscover synonyms.

All these factors contribute to the topicality of the present research that is aimed at enhancing our knowledge of the developed and well-represented group of near-synonyms of the verb 'destroy' that could be helpful in all those spheres of professional discourse and communication mentioned above.

2. MATERIAL AND METHODS

According to M.P. Kamiński, until recently differentiation of synonyms was a time-consuming and laborious task for lexicographers as it entailed careful and manual selection of sources and sometimes involved intuition and introspection [Kamiński, 2018, p. 238]. Today, however, linguistic corpora enable us to identify trends and intricate details in the semantics of near-synonyms as well as track down reallocation of meaning among the lexemes under study [Golubkova, 2015, p. 21]. The role of corpora cannot be overestimated as the abundance of empiric data helps solve the traditional problem of studies in the field of lexical semantics and cognitive linguistics, namely, their introspective nature resulting in subjectivity and lack of evidence [Golubkova, 2017, p. 395]. Additionally, G.M. Al-Otaibi specifies that "precedence of use and frequency over meaning of individual words" in corpus linguistics has led to a significant change in the way synonymy was approached and encouraged research in this area [Al-Otaibi, 2022, p. 48].

Thus, the objective of the present study lies in the field of collocational semantics and is aimed at investigating collocational preferences and semantic peculiarities of near-synonymous verbs with the initial meaning 'to destroy'. The investigation entails the following procedures: to create a list of verbs with the meaning 'to destroy' in the Corpus of Contemporary American English (COCA); to analyze and compare the definitions of each verb in the group provided in Merriam-Webster Dictionary (MWD); to generate a frequency list of right-context collocates in COCA for each of the verbs; to put the right-context collocates into distinct semantic clusters and consequently, to compare the clusters belonging to each of the verbs. The methodology of the study involves analysis and comparison, as well as linguistic methods of corpus analysis, definitional analysis, and semantic clusterisation.

The research starts with creating the list of synonymous verbs with 'destroy' as their shared meaning. The query =DESTROY in the List section of COCA helps obtain the synonyms of the verb in question. These verbs can be subdivided into the following semantic categories: (1) to end ('end', 'finish', 'extinguish'); (2) to cancel ('rescind', 'terminate', 'abolish'); (3) to win over ('defeat', 'subdue', 'overthrow'); (4) to damage ('spoil') and (5) 'to destroy' which includes the verbs whose meaning implies incurring extreme damage to an object resulting in the cessation of its existence – 'destroy', 'ruin', 'annihilate', 'break', 'crush', 'devastate', 'wreck', 'demolish', 'obliterate', 'raze'. In this paper, the last category of verbs has been chosen for the analysis.

According to MWD, the verbs under study have the following definitions:

Destroy – to ruin the structure, organic existence, or condition of; to ruin as if by tearing to shreds; to put out of existence;

Ruin – to damage irreparably; to subject to frustration, failure, or disaster;

Break – to separate into parts with suddenness or violence;

Crush – to squeeze or force by pressure so as to alter or destroy structure; to reduce to particles by pounding or grinding;

Wreck – to reduce to a ruinous state by or as if by violence; to ruin, damage, or imperil by a wreck;

Demolish – tear down, raze; to break to pieces;

Obliterate – destroy utterly all trace, indication, or significance of;

Annihilate – to cause to cease to exist: to do away with entirely so that nothing remains; to destroy a considerable part of;

Raze – to destroy to the ground;

Devastate – to bring to ruin or desolation by violent action [Merriam-Webster Dictionary].

The given definitions show that some of the verbs, for example, ‘crush’, ‘destroy’, ‘demolish’ and ‘break’, imply disintegration of the object in a certain manner such as tearing, pounding, pressing, shredding, grinding or squeezing. Meanwhile, the verbs ‘devastate’, ‘wreck’ and ‘break’ share the seme ‘violence’. The semantics of the verbs ‘annihilate’, ‘obliterate’, ‘devastate’, ‘crush’, ‘ruin’, ‘raze’ and ‘destroy’ includes both the intensity and result of destruction (‘so as nothing remains’, ‘to do irreparable damage’, ‘to destroy utterly all trace’, ‘to destroy a considerable part of’, ‘to bring to desolation’, ‘to alter structure’, etc.). The verb ‘break’ has the seme of speed – ‘suddenly’ – while ‘ruin’ causes negative emotions such as frustration. Moreover, the semes of manner, result and intensity can hint at the type of object to be destroyed. For example, grinding, tearing and shredding are applicable to solid material objects, and to-the-ground intensity refers to buildings and other large structures. However, the given definitions do not account for the metaphorical use of the verbs. Additionally, each of the verbs is defined by using its synonyms, which creates the so-called “vicious circle of lexicography”. Thus, the objective of the current research is to disambiguate the meanings of the given lexemes and get insight into their semantic peculiarities by analyzing their lexico-semantic preferences.

The necessity of studying right-context collocates can be justified by the fact that the verbs belonging to the group ‘destroy’ are transitive. Basically, they mean ‘to cause or to be the cause of destruction’, where ‘to cause destruction’ implies an animate, active and volitive agent while in ‘to be the cause of destruction’ the agent is either inanimate and not intending or willing to cause destruction. Still, despite the more or less obvious nature of the agent, the properties of an object remain unclear.

To obtain information about the object, it is necessary to generate frequency lists by using the queries DESTROY_v NOUN, RUIN_v NOUN, BREAK_v NOUN, ANNIHILATE_v NOUN, CRUSH_v NOUN, DEVASTATE_v NOUN, WRECK_v NOUN, DEMOLISH_v NOUN, OBLITERATE_v NOUN, RAZE_v NOUN in COCA, where the verbs written in capitals are lemmas encompassing all of their grammatical forms, tag _v states the part of speech as verb (to avoid such results as ‘devastated face’, ‘break dance’, ‘annihilating look’, ‘wrecking ball’) and NOUN denotes all nouns in the right context of the verbs under study – in single and plural forms, range +1. The lists are sorted by frequency.

Further on, the collocates of each lexeme are put into semantic clusters. In this paper, the notion of ‘semantic cluster’ is used to denote a group of lexemes that are semantically close (‘buildings and infrastructure’, ‘natural environments and biomes’, ‘parts of the body’, ‘society-related concepts’, etc.). Additionally, some lexemes possess hypo-hyperemic relations within the cluster they belong to, for example, ‘ruin games’, ‘ruin sports’ and ‘ruin baseball’. Moreover, metonymy and the speaker’s perspective cause semantic clusters to intersect and juxtapose. For example, the collocations ‘devastate cities’ is metonymically connected to ‘devastate societies’, ‘devastate communities’, and ‘devastate areas’ while ‘devastate crops’ is connected to ‘devastate fields’ and

‘devastate farmers’. As for the speaker’s perspective, ‘crops’ can be seen as property, area, tangible object or food. Analysis of the right-context collocates helps to obtain, systemize, compare and identify shared and unique clusters of the verbs under study.

3. STUDY AND RESULTS

3.1. The verb ‘Destroy’

The collocates of the verb ‘destroy’ fall into the next clusters:

1. Locations and buildings – cities, buildings, houses, homes.
2. Nature and biomes – nature, habitat, wetlands, forests.
3. Information – data, evidence, documents, records.
4. Medical and health-related entities – subcluster ‘organs and parts of the body’: brain, embryos; subcluster ‘ailments and health hazards’: pathogens, bacteria, cancer cells.
5. Chemical elements and substances – ozone, oil.
6. Society-related concepts – collocates with positive denotative connotation, subcluster ‘values’: Christmas, jobs, democracy, competition, civilization, careers, freedom, lives, mankind, humanity, society; collocates with neutral or context-dependent connotation: capitalism, government, Islam, nations, religion; collocates with negative denotative connotation, subcluster ‘threats’: weapons, slavery, ISIL.
7. Property – property, things, crops.
8. Humans – people – where the verb ‘destroy’ gets the meaning ‘to kill’.
9. Opponent – Trump.

All clusters considered, it can be assumed that the verb ‘destroy’ is used both literally – with concrete nouns – and metaphorically – with abstract nouns. Destruction is evil, but if the collocate has a negative denotative connotation, e.g. ‘slavery’, ‘ISIL’ and even ‘Trump’, the verb ‘destroy’ has the meaning ‘to defeat, to win over’ which reflects the popularized image of not tolerating the evil but fighting against it by using its own methods, i.e. destruction, and most importantly – winning. The use of lexemes with denotative connotations helps evaluate situations, actions and people and make judgements based on societal norms and moral values [Ivanova, 2019, p. 527]. In other words, if destruction is aimed at the enemy and leads to victory, it is a positive form of destruction. Similarly, destruction aimed at values is a negative form of destruction.

Moreover, as mentioned by M.M. Mendesheva, synonyms are both value-based and ambiguous in their nature [Mendesheva, 2021, p. 256]. This combination constitutes the social aspect of lexical meaning. The statement is supported by the fact that the right-context collocates of ‘destroy’-verbs are partially represented by lexemes from the subclusters of ‘values’ and ‘threats’ and while destruction as it is evokes negative feelings and associations, destroying threats and winning are regarded as something positive.

Regarding the matter, V.E. Chernyavskaya states that social meaning is a marker that refers to a specific context and established social practice of using a lexeme or phrase. Consequently, this component of meaning represents those communicative augmentations to meaning that reflect social ideology. Social meaning occurs in connection with a situation or social event, and its interpretation involves further references to it. The connection between the social meaning of the lexeme and its typical, expected context creates a frame of reference and established frames of interpretation [Chernyavskaya, 2021, pp. 384–386]. As such, linguistic forms become “socially meaningful” [Nefedov & Chernyavskaya, 2021, p. 1558]. Additionally, N.N. Boldyrev points out that language is both social and individualistic in its nature. The social component of language

reflects collective beliefs, norms, values and assumptions incorporated into how the individual conceptualizes and interprets the world. Yet the individualistic component entails personal mental models. The combination of the two enables the speaker to interpret the world and the knowledge of the world from a sociocultural perspective [Boldyrev & Dubrovskaya, 2019, p. 1785]. To summarize, “social meaning pinpoints what linguistic forms convey about the social identity of the users, about their personality, social features and ideologically, value-based orientations” [Chernyavskaya & Nefedov, 2021, p. 1557]. The ideological augmentations accumulate and get modified throughout the whole lifecycle of the lexeme or phrase. With this in mind, linguistic items can be considered as precious artefacts.

3.2 The verb ‘ruin’

Meanwhile, the verb ‘ruin’ has collocates belonging to the following clusters:

1. Sports and leisure activities – games, sports, baseball, domino, fishing.
2. Holidays – Halloween, Birthday, Thanksgiving, Easter, Christmas.
3. Meals and food – food, crops, dinner, breakfast, brunch, salmon, cheese, apple pie.
4. Society-related concepts – subcluster ‘economics’: careers, sales, credit; subcluster ‘human relations’: reputation, neighborhood, marriage, friendship, relationships; subcluster ‘science’ – science; subcluster ‘religion’: sin.
5. Material or resource – water, leather.
6. People – women, kids, people, men, niggas, guys, mankind, groups.
7. Media as entertainment – site, movies, music, saga.
8. Infrastructure – roads, neighborhood.
9. Things, plans, theory
10. Opponent – Obama.

Judging from the clusters obtained, it can be assumed that the seme ‘frustration’ inherent to the meaning of the verb ‘ruin’ empowers the perspective of pleasure – whether from human relations, food, sports, holidays or entertainment.

3.3 The verb ‘break’

Being one of the most frequent verbs in COCA, the verb ‘break’ has collocates belonging to the following clusters:

1. Tangible objects – subcluster ‘property’: windows, glass, things, stuff – to do damage; subcluster ‘natural objects’: rocks, ice, waves – to harness nature, to eliminate threats from elements, to make place for objects of infrastructure; subcluster ‘food’: eggs – to use in cooking. Although, it is worth mentioning that the expression ‘break rocks’ is strongly associated with any form of hard labor as a form of punishment for prisoners, for example: *The prisoners, when they weren’t breaking rocks, passed their sentences by founding their own highly organized sports league, with divisions and referees. / I was sentenced to 24 years in prison on a little island at the bottom of Africa, Robben Island. There were almost 1000 of us. Mostly men like me, found guilty of treason. Men who spent their days breaking rocks.* The expression is also used when describing extremely tiring and difficult activities – *It was like breaking rocks writing those historical novels.* In religious contexts though, the expression ‘break rocks’ is a trope to describe the power of someone or something – *Now there was a great wind, so strong that it was splitting mountains and breaking rocks in pieces before the Lord.* To summarize, ‘break rocks’ can be seen as a collocation based on

metaphonymy – ‘breaking rocks’ does not always mean actually breaking rocks but serves as a euphemism for getting into prison whereas hard labor has a stereotyped representation of breaking rocks – the type of activity strongly associated with imprisonment.

The expression ‘break ice’ used without the definite article is used literally: *A Canadian C-130 aircraft, a Coast Guard helicopter from Detroit, a 110-foot Coast Guard cutter that had been breaking ice in the Cleveland area and 25-foot and 41-foot boats from the Lorain Coast Guard station participated in the search*, – while ‘break the ice’ has a metaphorical meaning – ‘to get acquainted and start a friendly conversation’ – *I wish I could just break the ice and show them how fun I am, you know. / It’s frightening because we may be unfamiliar with how to break the ice around new people, or we are dreadfully afraid of public speaking*. Thus, the definite article becomes an inherent element of the metaphorical collocation.

2. Human relations, hierarchy, subordination, connections – ranks, ties, faith. Used with the collocates from this cluster, the verb ‘break’ gets a different meaning – ‘to betray, to lose loyalty and solidarity’ specifically in such competitive fields as the military, business, sports, and politics where hierarchy and subordination are vital for winning, for example: *“I will not turn my back. We have made an investment in you and you have made an investment in the Coast Guard and I will not break faith,” Zukunft said. / You cannot break faith with those who depend upon you. / It’s their business model to collect this data, they’re not going to use that data in ways that will break faith with their customers. / Chaos ensued as the soldiers broke ranks and surged towards Ney, rending the air with shouts of joy. / Then, Missouri senator Roy Blunt broke ranks with his party, saying in an interview that the “dependent coverage” provision “should continue to be the case”*.

3. Rules, standards and regulations – laws, rules, promise, confidentiality, protocol, curfew. Collocations with the lexemes from this cluster cause the verb ‘break’ to change its meaning – to act contrary to rules, conventions and standards. For example: *Yes, the agent broke protocol by ushering the hooded figures onto the plane without identification, but he wasn’t one to play by the rules anyway*.

4. Parts of the body – bones – to injure.

5. People – with the meaning ‘to get information/ force confession through psychological pressure or torture’.

6. Information – news, stories (with the meaning ‘to tell’).

7. Borders – barriers, orbit (‘to overcome’). In COCA, the collocation ‘break orbit’ is mostly used in sci-fi books in its literal meaning where ‘orbit’ is the gravity field that the spacecraft needs to overcome in order to get into open space. Meanwhile, the collocation ‘break barriers’ is generally used metaphorically and the verb ‘break’ helps to convey the idea of forcing one’s way through resistance. The resistance is typically represented by prejudice as well as restricting and harmful societal norms and expectations, for example: *Bill Cosby wasn’t just an entertainer, he was a role model, at one time a hero in the black community who broke barriers in real life and on screen, portraying a dignity and affluence that had previously been denied to black characters. / Critics say their gender identity amounts to an unfair advantage, expressing a familiar argument in a complex debate for transgender athletes as they break barriers across sports around the world from high school to the pros. / It really was too bad that she died at age 61, a woman who was really someone who broke barriers. Every step of her life was something new and something inspirational for those around her*. As is seen from the context, breaking such barriers helps overcome stereotypes and biases, and makes people communicate openly, share their thoughts as well as exhibit their personality and identity. These collocations substantiate the idea formulated by S.T. Nefedov and V.E. Chernyavskaya, according to whom “culture reflects forms of human’s

material and spiritual life and ways of their regulating; it means a set of rules which prescribe and at the same time limit ideas about what is considered as a norm and as accepted behaviour in a society; culture manifests itself in a social context; culture takes some shape relying on semiotic tools for its expression" [Chernyavskaya & Nefedov, 2021, p. 1558].

Further on, the list of the clusters contains unique collocates that form idiomatic expressions with the verb 'break':

8. Camp – to set/ to make a camp.

9. Hearts – to disappoint.

10. Bread – to have a friendly talk. The expression originates from the Bible and represents the sense of fellowship and trust among those who break bread, for example: *My past mentors sit down with me and sort of break bread. / He assumes the shape of man to visit his most devout disciples and break bread with them. / I would love to break bread with them and find out some really cool stories about what happened to that studio.*

11. Records – to set a new record in sports.

12. Ground – to take up doing something. Initially, the collocation 'break ground' was used in the construction industry and literally meant 'to start excavation for construction works' but later on it was given the metaphorical meaning 'to undertake to do something', for example: *We aren't really going to push it hard. We think once we start breaking ground it is going to start fundraising itself when people start seeing progress,*” Kolfage observed. Such generalization of meaning can be accounted for the structural metaphor 'activity is a building' where the participants are construction workers, the activity itself is a building that can be constructed, damaged, repaired, modernized and completed.

13. Motion and interaction – stride, (eye) contact – to stop moving or looking into the eyes correspondingly.

14. Character (in movies) – to fail to act on stage or screen in a compelling manner, for example: *His over-the-top portrayal caused castmembers Mikey Day, Kenan Thompson and Leslie Jones to break character several times during the sketch.*

15. Wind – a euphemism for the verb 'fart'.

16. Cover – to leave shelter, to stop hiding.

The idiomatic expressions with the verb 'break' have different origins, such as religion, construction works, theatre, sports, etc. and can be seen as occasional collocations. The right-context collocates in the idioms are typically unique and do not form any systemic connections with other collocates.

3.4. The verb 'crush'

The verb 'crush' has collocates belonging to the following clusters:

1. Food and ingredients – berries, cereal, cardamon, chestnut, cinnamon, coriander, garlic, grain, ice, flowers and leaves, mint, potato, saffron, tomatoes, walnuts, cookies – to grind and mash in order to use in cooking. The COCA provides the following examples: *Don't you remember? I used to crush flowers and roots, boil them? And stick material in the brew. / With a wooden spoon, crush leaves with the sugar until thoroughly bruised.*

2. Societal groups, people – subcluster 'politics' with dependent hypoclusters 'society' (resistance, protest, dissent, opposition, insurgents, protesters) and hypocluster 'political parties and politicians' (Republicans, Trump, president); subcluster 'economy' with hypocluster 'workers' (unions, labor, middle class, workers) and hypocluster 'businesses' (competition, competitors, rivals) – to fight against, to oppress, to subdue, to defeat. The most general and unspecified collocate

in the cluster is ‘people’: *Why don't we focus on the groups with huge influence who have repeatedly tried to crush people for disagreements?* Moreover, the cluster includes several abstract nouns (‘labor’, ‘resistance’, ‘middle class’, etc.) that metonymically denote the corresponding societal groups. The use of the verb ‘crush’, which also means ‘to suppress or overwhelm as if by pressure or weight; to subdue completely’, denotes the cruel and ruthless nature of the fight for power and influence. The agents in the collocations are typically represented by state leaders, political parties in subcluster ‘politics’ and corporations in subcluster ‘economy’, although political agents can be mentioned with regards to the economy as well. For example: *When necessary, Mobutu used the army and secret services to crush opposition. / If our answer is yes, then we should support current state legislative proposals to reduce child labor protections; back federal legislation to eliminate all environmental, wage and workplace safety laws; and applaud corporations that crush unions and further reduce wages in America. / Regulators worried that Microsoft was using its dominant position in the software industry to crush competitors and would-be competitors, and so they sued. / Time to put more blame on the GOP (Grand Old Party – the Republicans) for purposely trying to continue to sabotage the economy and crush labor and the middle class. / King Hamad of Bahrain has repeatedly shown he is willing to use brutal force to crush protesters, including live fire just yesterday on unarmed, peaceful protesters who were given no warning. / South Korea's U.S.-backed dictator, Park Chung Hee, was using the police to crush dissent.* When compared to the counteraction between equal forces in the subcluster ‘political parties and politician’, the attack on societal groups is strongly criticized in the media and perceived as anti-democratic and disruptive. As is seen from the list of right-context collocates, the conflict in politics is based on disagreement (‘opposition’, ‘resistance’, ‘protest’, ‘dissent’) while the core of the conflict in the economy is represented by relations between the actors and their interests (‘corporation’ – ‘competitors’, ‘corporation – workers’).

Society-related concepts – subcluster ‘values’: dreams, freedom, jobs, creativity, democracy, welfare, individuality; subcluster ‘threat’: inflation, crime. The agent in the collocations, as is the case with the cluster ‘societal groups’, is represented by the major groups of power – political parties and state officials as well as corporations, for example: *They want to own you and crush freedom and free enterprise. / They're going to find less freedom. Because this is a period in which enough political clout has been activated to really try to crush creativity in this country. / Restoring pride to this community by focusing on the positive history, increasing jobs and activities, and uniting the community to work closer with the police to crush crime will inevitably enhance the quality of life in our neighborhoods. / Paul Volcker was using the shock therapy of high interest rates and lower money supply growth to crush inflation in the early 1980s. / It will only mean Americans realized that Liberal policies, when put in place, crush jobs today... and budgets for decades.* So far, the examples from COCA have shown that subclusters ‘values’ and ‘threats’ combine economic (‘jobs’, ‘budgets’, ‘welfare’, ‘inflation’, ‘unemployment’) and societal notions (‘creativity’, ‘freedom’, ‘liberty’, ‘equality’, ‘crime’). Thus, it can be assumed that from the linguistic standpoint, the lexemes of the subcluster ‘values’ constitute “core values” for American mentality [Ivanova, 2018, p. 56]. Again, in these cases, we can see that the destruction of values is perceived as a threat and evokes negative emotions and associations while the destruction of threats is viewed as positive. The collocations under study prove the thesis of corpus linguistics that to convey negative or positive meanings, certain words are used with specific collocates [Al-Otaibi, 2022, p. 48].

3. Tangible objects – subcluster ‘property’: cars, vehicles, lamps, machinery, flowers; subcluster ‘natural objects’: leaves, ice, rock, planet – to break or destroy. The subcluster ‘property’ implies doing intentional damage in the form of destructive testing of safety (crash tests) (‘cars’

and ‘vehicles’) or expressing aggression and violence. At the same time, the subcluster ‘natural objects’ means breaking with a loud noise. COCA provides the following examples: *He wanted to set buildings on fire, beat something with a hammer, crush flowers. / Heavy footsteps break twigs and crush leaves. / Students could calculate the forces needed to crush vehicles of varying resisting strengths.*

4. Parts of the body – bones, skulls – to injure badly by breaking into small pieces.

5. Living beings – people, insects – to kill violently and in huge amounts.

6. Stereotyped expressions – beer cans (on one’s (fore)head) – to fool around, to sit around idly, to spend time in a meaningless way that causes mental deterioration. The expression refers to a popular TV trope called “Can-Crushing Cranium”. On the website tvtropes.org, the phenomenon is described as follows: “Can-Crushing Cranium often starts by a drunken person wanting to show how tough they are, and hey, they just HAPPEN to have an empty beer can in their hand... Sometimes it’s a macho thing, and sometimes it’s played for laughs. The most frequent variation involves the can being full, with resulting cranial trauma” [TVTropes.org]. Crushing beer cans on one’s forehead is either done to have a laugh or to prove one’s worth in the only way available to the person. The fun aspect of crushing beer cans on one’s forehead is connected to a college drinking game called Detonator, or Shake Shake Bang Bang, where the players smash an unopened beer can on their heads in turn until it ruptures. The meaning of the trope becomes apparent from the contexts in COCA: *While you were learning to crush beer cans on your head, we future engineers were developing our minds. / Look, Auntie Jane! I want to be just like that when I grow up, and get drunk and crush cans on my forehead.* In the first example from COCA those people who crash beer cans on their heads are contrasted with future engineers who are developing their minds. The second example represents the behavior that attracts the child’s attention. Thus, it can be assumed that the tropes like ‘breaking rocks’ or ‘crushing beer cans on one’s head’ used in popular culture, specifically in movies and series, get the verbal form and denote personal characteristics, behaviors or situations through semantic stereotyping.

3.5. The verb ‘wreck’

The verb ‘wreck’ has collocates belonging to the following clusters:

1. Property – things, cars, TV, stuff, homes, furniture – to break.

2. People, nerves, lives – to put psychological pressure and make people lose control and go mad.

3. Parts of the body – knees – to injure.

4. Society-related concepts – subcluster ‘human relations’: marriage, family; subcluster ‘events’: chances, moments, Christmas; subcluster ‘economy’: price controls, livelihoods – to ruin.

5. Idiomatic colloquial expressions – wreck shop, wreck house – to do something successfully and thus enthusiastically and actively. The idioms are widely used in sports, for example: *Also, as a sidenote I think a lot of people aren’t having fun in PvP because one high-skilled player will completely wreck house in a match and can literally go 20/0. / Come on, South Side, we don’t need the league, man! We don’t need the Players Association. Let them battle that sh** out over network rights and splits for the next few months while you, me and a few others, we wreck shop! Paid event by event, like... boxing. But without the brain damage.*

6. To cause chaos – wreck havoc – to damage things, people, part of the body, economy, relations, etc., for example: *Dogs which aren’t disciplined can wreck havoc on a home. / Well, although, that fellow has gone, he has left many others to wreck havoc on the people of this country.*

/ Even if it's from someone else's cigarette, smoke can wreck havoc on your skin. / Unfortunately I fear we will have to endure a catastrophic ordeal first, for there is no doubt that the policies of Obama and the progressive socialist liberals will wreck havoc on the economy as well as the social and cultural aspects of America. Although in COCA both collocations are represented, in MWD the query 'wreak havoc' yields results while 'wreck havoc' does not. In the corpus 'wreak havoc' has a frequency of 1638 while 'wreck havoc' provides only 50 entries, which leads to the conclusion that the phrase 'wreck havoc' is still considered non-standard. It can be assumed that in both idioms the verbs 'to wreak' and 'to wreck' are used interchangeably. We believe that the cause of it lies in semantics and phonetics. First of all, the verbs 'to wreak' meaning 'to cause something to happen in a violent and often uncontrolled way' and 'to wreck' meaning 'to destroy or badly damage something' denote causation and share the senses of 'violence' and 'damage'. Moreover, according to MWD, in American English, the verb 'to wreak' can be pronounced both as [ri:k] and [rek] thus making 'to wreck' and 'to wreak' homophones. The combination of semantic and phonetic factors creates a competitive environment for the verbs and can lead to some changes in their meanings.

3.6. The verb 'demolish'

The verb 'demolish' may collocate with the following clusters:

1. Buildings and infrastructure – cluster 'locations': places; cluster 'engineered structures': structures, buildings including such subclusters as 'industrial buildings': factories, plants; 'housing': properties, dwellings, houses, homes, tents, slums, shelters; 'tourist attractions': monuments, sphinx, strongholds; 'infrastructure': stations, bridges; as well as hypocluster 'parts of buildings': walls – to bring to the ground, to deconstruct.

2. Property – produce, cars, saplings – to do damage to.

3. Discussion and argument – subcluster 'opinions and images': arguments, obstacles, myth, ideas, theories, stereotypes; subcluster 'parties of discussion': teams, opponents, government – to counteract, to defeat, to criticize, to overcome, to prove wrong. The following examples from COCA provide a wider context: *He's got the best chance of winning and is a proven businessman who can get people together to find solutions rather than demolish government when people need it most. / The scientific process, after all, consists of gathering data from observations and experiments and using the knowledge gained to construct or demolish theories about how the world works. / It was said that, without a doubt, the Brandos had come to this world to demolish stereotypes. / To explain how a supposed monopolist could lose its grip without government intervention, we must demolish Myth No. 3 – that today's software industry is governed by the same dynamics as the railroad, steel and oil industries that spurred the Sherman Antitrust Act of 1890.* The expression 'to construct or demolish theories' shows that both verbs are used metaphorically as their literal meaning is connected to construction of buildings. Thus, the metaphor 'opinion is a building' can be identified. To expand further on this metaphorical representation, it can be assumed that if a certain opinion, theory or myth can be constructed, they can be demolished as well.

4. People – neighborhoods, Palestinians – to kill or destroy in warfare, for example: *Israel punch Palestinians in the nose, Palestinians finally have enough and fight back, Israel express outrage and demolish Palestinians. / But whatever the risks, the Kabul of today is almost unrecognizable as the austere city ruled not long ago by the Taliban – or as the place where warring Islamic militias demolished neighborhood after neighborhood, or where Soviets presided over a rebellious socialist state.*

5. Society-related concepts: subcluster ‘values’: markets, liberty, societies; subcluster ‘threat’: privileges. Privilege is defined in MWD as ‘a right or immunity granted as a peculiar benefit, advantage, or favour; especially such a right or immunity attached specifically to a position or an office’ and is seen as a threat as privileges cause inequality and are attributed to people in power, i. e. the party elite, for example: *He fought to demolish privileges of the party elite*. The seemingly neutral collocate ‘market’ is perceived as a value because it is contextually connected to jobs: *The instant global marketplace that the Internet produced hasn’t just created a few mega-egos, of course. It has demolished markets, too. It has left thousands upon thousands out of work*.

6. Distance and time – to shorten, to overcome: *Jet airplanes, telephones, and broadcasting demolished distance and made the world a global village. / Reading has the power not only to demolish time and span the ages, but also the capacity to make one feel more human*. Both nouns ‘distance’ and ‘time’ are abstract, which is reflected in the meaning of the phrases, as neither time, nor distance can be destroyed, the only thing possible is to shorten them.

7. Set a record – in the idiom the verb ‘demolish’ is used instead of ‘break’ to emphasize the feeling of surprise at the football player’s performance and encourage the viewer’s emotional involvement: *Messi’s impeccable form has seen him demolish record after record this year, with Pel’s 75 goals in a calendar year his most recent smash*.

3.7. The verb ‘obliterate’

The verb ‘obliterate’ collocates with the following clusters:

1. Discussion and argument – views, arguments.
2. Society-related concepts – subcluster ‘values’: identity, individuality, institutions, humanity, jobs, tradition, genders, legacy, culture, business, creativity, billions of wealth; subcluster ‘threats’: class, Roe v. Wade (abortion rights), search warrants, drugs, marijuana, student loan debt; subcluster ‘people’: nations, employees, children.
3. Information – words, texts, evidence, records, cassette tapes, bloatware (unwanted software) – to delete.
4. Watermelons, tents, cars, objects, matter, spacecraft – to damage and destroy – *They thought space junk could obliterate spacecraft*.
5. Living beings – life, existence – to bring to extinction.
6. Time – to escape, to become invulnerable to or oblivious of – *That is why, periodically, we attempt to obliterate time, creatively through meditation, prayer, and aesthetic experiences, and destructively, through drugs, escapist entertainment, and other methods of oblivion. / He wants to think of time the way a tree does, a decade as nothing more than some slight addition to his girth... Most of all, like all addicts, he wants to obliterate time. He wants to die, or, at the very least, to not live*.
7. Locations and buildings – subcluster ‘settlements’: cities, fishing towns; subcluster ‘locations’: cemeteries, docks, farms; subcluster ‘parts of structures’: portions of the murals, fence lines.
8. Nature and biomes – coastlines, trees, streams and valleys, parts of intracoastal waterway, part of the Ballona Wetlands.
9. Warfare – invaders, challengers, fields (sport), column after column of Iraqi tanks, enemy, targets.
10. Politicians – Trump, Obama – to defeat.
11. Emotions – rage – to calm down – *With it, we anesthetize grief, annihilate jealousy, obliterate rage*.

12. Medical and health-related entities – subcluster ‘organs and parts of the body’: insulin receptors; subcluster ‘ailments and health hazards’: lumbar lordosis, virus, pneumococcus, spider veins, pain.

13. Cognition and senses – sight, perception, sound, memory, consciousness – to hinder and distort – *Turbulence in Earth’s atmosphere inevitably obliterated surface details during the long time exposures required by 19th-century emulsions, whereas the eye stood ready for those fleeting moments when the planetary surface snapped into vivid focus.* In some cases, not senses but the objects perceived get distorted, for example surface details, shades of gray, scenes: *We had learned to work that way with Doug because of his use of the smoke room and how much that obliterated detail, obliterated shades of gray distinctions, distinctiveness. / Out and out they went; thing followed thing, scene obliterated scene.*

14. Flight schedules – to disrupt.

15. Access – to hinder, to deny access.

16. Obstacles – to overcome.

3.8. The verb ‘annihilate’

The verb ‘annihilate’ implies the following clusters:

1. To kill – life, mankind, humanity, humans, mortals, people, villagers, non-wizards; to commit genocide – blacks, Asians, Jews, non-Muhammadans, Muslims.

2. To defeat, to oppress – armies, insurgents.

3. Society-related concepts – subcluster ‘values’: democracy, morality, spirit, imagination, memories, distinctions, emotions, truth, growth, feminism, Buddhism, Islam; subcluster ‘threats’: oppression, evil, threat, poverty, jealousy.

4. Locations – suburbia, metropolis, cities – to demolish.

5. Natural objects and animals – Earth, asteroids, trees, reindeer, dinosaurs – to kill or destroy.

6. Space and time – to shorten – *When Alexander Graham Bell died at age 75, Thomas Edison, who would die nine years later at age 84, had this to say, ‘My late friend, Alexander Graham Bell, whose world-famed invention annihilated space and time, brought the human family in closer touch.’*

3.9. The verb ‘raze’

The verb ‘raze’ appears in the following clusters:

1. Locations and buildings – subcluster ‘settlements’: villages, cities, towns; subcluster ‘housing’: houses, blocks, huts, homes; subcluster ‘religious and cult buildings’: monasteries, churches, synagogues, pyramids, mosques; ‘historical buildings’: strongholds – to demolish. It is worth mentioning that all collocates in the cluster are used in plural form to show how massive the destruction is.

2. Biomes and natural objects – forests, trees, mountains, habitat.

3. Society-related concepts – history, banks (as financial institutions).

3.10. The verb ‘devastate’

The verb ‘devastate’ may occur in the following clusters:

1. Regions, locations and buildings – subcluster ‘regions’: Africa, country, countries, areas; subcluster ‘settlements’: city, cities, towns, villages, neighborhoods, districts; subcluster ‘housing’: homes, block, property; subcluster ‘infrastructure’: port, streets.

2. Nature – planet, environment, ecosystem, landscape, archipelago, coastline, ocean, sea, forests.
3. Agriculture – crops, swaths, harvests, crop, corn and soy production, coconut industry, rice fields.
4. Animals – bee colonies, bat populations, insect and fish populations.
5. Humans – humanity, civilization, populations, nation, societies, society, people, families, children – to kill or to cause financial or mental problems.
6. To cause extreme disappointment – fans – *Harry Styles recently devastated fans worldwide when he cut off his signature Big Hair in favor of scraggly bowl cut.*
7. To defeat – opponents – *Mr. Foreman once devastated opponents with brutal, staccato punches short on artistry and long on force.*
8. Society-related concepts – economy, economies, science, research and development, banks, airlines, non-profits, communities, farmers, retirees, retailers.

4. RESULTS AND DISCUSSION

In conclusion, the present research provided insights into the semantics of near-synonymous lexemes of the verb ‘destroy’, which could be valuable for understanding their functioning. First of all, the majority of the verbs can be used with tangible objects, pieces of property as well as materials and thus literally mean incurring various types of damage. Additionally, the verbs ‘destroy’, ‘ruin’, ‘crush’, ‘wreck’, ‘demolish’, ‘annihilate’ and ‘devastate’ collocate with the semantic cluster ‘human beings’ where ‘crush’ and ‘demolish’ denote physical extermination while the verb ‘annihilate’ has a specific subcluster of collocates – ‘race, ethnicity and religion’ – to denote genocide. Meanwhile, the verbs ‘break’ and ‘wreck’ are used to denote putting immense pressure as a way of torture in order to get information, ‘devastate’ – for causing financial and mental problems and ‘ruin’ – for causing reputational and financial losses or bringing relations to an end. The verbs ‘wreck’, ‘obliterate’ and ‘annihilate’ collocate with the cluster ‘morale and emotions’ meaning either discouragement or suppression of negative feelings. Moreover, the cluster ‘locations and buildings’ typically attracts such verbs as ‘destroy’, ‘ruin’, ‘wreck’, ‘demolish’, ‘obliterate’, ‘annihilate’, ‘raze’, and ‘devastate’. However, ‘raze’ tends to collocate with nouns in their plural form thus denoting massive destruction. The verb ‘ruin’ combines with the lexemes from the semantic clusters ‘media as entertainment’, ‘holidays and leisure activities’ and ‘food and meals’ meaning ‘to cause frustration or to deprive of enjoyment’. At the same time, the verb ‘crush’ is used with the cluster ‘ingredients’ to denote the process of grinding and mashing solid foods in cooking. Such verbs as ‘destroy’, ‘obliterate’, ‘raze’ and ‘devastate’ form collocations with the clusters ‘nature and biomes’ while the verbs ‘crush’, ‘demolish’, ‘raze’ and ‘devastate’ attract the cluster ‘plants and animals’. It is worth mentioning that the verb ‘devastate’ with the lexemes from this cluster denotes the near-extinction of the species or animal population due to some uncontrolled force – usually a plague or an environmental disaster. The cluster ‘opponents’ can be broken down into the subclusters ‘political parties and politicians’, ‘societal groups’ and ‘warfare’, and used with such verbs as ‘destroy’, ‘crush’, ‘demolish’, ‘obliterate’, ‘annihilate’ and ‘devastate’ where the verbs combined with the subcluster ‘political parties and politicians’ mean ‘to defeat in debates, to prove right’, the verbs and the cluster ‘societal groups’ mean ‘to oppress’ and the verbs plus ‘warfare’ mean ‘to defeat in a battle, to make the opponent retreat’.

Thus, it can be assumed that the defining senses of the collocates help specify the literal or metaphorical use of the verb and make it match the listeners' or readers' expectations based on common knowledge and experience. For example, politicians do not participate in battles, wield weapons or command armies but promote and advocate for certain decisions, and to destroy a politician means making this politician lose the support of their voters. Political discourse can be aggressive and the communicating parties use a variety of linguistic means to express their negative attitude towards situations [Khlopotunov & Khramchenko, 2020, p. 67]. One of the most efficient tools is metaphor. As a result, the verbs from 'destroy'-group are actively used with lexemes belonging to the cluster 'values'. Politicians appeal to their voters by pointing out that their competitors' actions lead to the destruction of national core values, thus evoking fear, anxiety and unfairness.

Furthermore, the verbs 'destroy' and 'obliterate' are used with the cluster 'information' and mean 'to delete information or get rid of the evidence' while the meaning of the verb 'break' transforms into 'to tell, to share information'. When used with the nouns denoting parts of the body, the verbs 'break', 'crush', 'wreck' mean 'to injure' while the use of the verbs 'destroy', 'break' and 'obliterate' with smaller entities, ailments and health hazards, such as 'bacteria', 'brain cells', 'cancer cells', 'pathogens', 'pain', 'virus', etc. means 'to cause to disintegrate either leading to the alleviation or aggravation of the health condition'. Therefore the verb 'break' has an additional cluster related to chemicals.

Moreover, the majority of the verbs collocate with the nouns related to society – economics, politics, religion, culture, civil rights, organizations and movements, interpersonal relations and crime. The nouns can be broken down into two major clusters – 'values' and 'threats'. The subcluster 'values' typically includes nouns with positive denotative connotations such as the abstract nouns 'wellfare', 'creativity', 'freedom', 'civilization', 'democracy', 'individuality', 'liberty', 'identity', 'humanity', 'competition' and the concrete nouns 'non-profits', 'unions', 'jobs', 'businesses', 'careers'. The subcluster 'threats' includes such nouns as 'oppression', 'inflation', 'evil', 'poverty', 'slavery', 'ISIL', 'privileges', 'student loan debt', 'crime', 'drugs'. As is seen from the nouns in the subclusters, economy-related lexemes constitute a great proportion in the 'values' and 'threats' subclusters.

It is also worth noticing that the verb 'break' in collocations with the nouns of hierarchy, subordination, connections such as 'ranks', 'ties' and 'faith' gets the meaning 'to betray, to lose loyalty'. Furthermore, if the verbs 'ruin', 'demolish', 'obliterate' are used with the lexemes of discussion, opinions and argument, they change their meaning into 'to counteract, to prove wrong'. The verbs 'demolish' and 'obliterate' used with the lexemes 'time' and 'space' mean 'to shorten, to erase, to make negligible' usually with regards to new means of transportation and communication or spiritual practices and escapist activities. The verb 'break' can be used with a unique cluster 'rules, standards and regulations' and thus means 'to deceive, to act contrary to agreements'. The verb 'obliterate' used with the cluster 'cognition and senses' means 'to distort, to hinder the view, to blur'.

Finally, it has been established that the verb 'break' has the most versatile array of collocates and thus can dramatically change its meaning. For example, the idiom 'break bread' originates from the Bible and means 'to have a friendly talk'. The expression 'to break ground' came from the construction industry and nowadays can be used metaphorically as a synonym to the verb 'to start doing something' usually with regards to a project or research. At the same time, the collocation 'break a camp' serves as a variation to 'set a camp'. The expression 'break character' means the actor's failure to act on stage or screen in a compelling manner. 'Break the ice' is a metaphorical expression for alleviating tension through establishing contact with a person or a group of people, although, without the definite article, the expression gets a literal interpretation. Furthermore, the collocation 'break rocks' has several interpretations: in religious contexts, it is used as a trope to

describe the power and strength of someone or something, in other contexts though, ‘break rocks’ can denote doing hard labor as a form of punishment thus serving as a euphemism for imprisonment based on semantic stereotyping (‘breaking rocks’ means ‘hard labor’ means ‘imprisonment’). The same mechanism of semantic stereotyping is applied to the expression ‘crush beer cans on one’s (fore) head’ where it means ‘to show one’s strength’ or ‘to fool around’.

5. CONCLUSIONS

To summarize, the near-synonymous verbs of ‘destroy’ form a complex network of shared and unique clusters, which creates great opportunities for thorough investigation. As D. Biber, S. Conrad and R. Reppen put it, “studying language use enables us to investigate how speakers and writers exploit the resources of their language” [Biber et al., 1998, p. 4]. What is more, exploring seemingly culture-neutral verb+noun constructions in linguistic corpora inevitably brings the necessity of diving deep into underlying linguocultural phenomena. We believe that further research in this area can be extended by applying statistical methods as well as discourse and linguocultural analysis to the study of the verbs in question. On the other hand, this study testifies to the fact that corpus analysis can be quite helpful in alleviating ambiguity caused by lexical synonymy.

Conflict of interest

The authors state that there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Al-Otaibi, G.M. (2022). Semantic Prosody of Research Verbs: A Corpus-Informed Study. *Journal of Language and Education*, 8, 2 (30), 48–65. doi: 10.17323/jle.2022.12985
2. Basinskaya, M.V. (2019). Korpusnyj analiz semantiki sinonimov (na materiale anglijskih prilagatel’nyh) [Corpus-based analysis of synonyms (a case study of English adjectives)]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Bulletin of Moscow State Linguistic University. Humanitarian Sciences], 6 (822), 66–78 (in Russian).
3. Biber, D., Conrad, S., & Reppen, R. (1998). *Corpus Linguistics: investigating language structure and use*. New York: Cambridge University Press.
4. Boldyrev, N.N., & Dubrovskaya, O.G. (2019). Verbal Interpretation Variables and Socio-cultural Aspect of Language Variation: A New Perspective. *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 12 (10), 1784–1795. doi: 10.17516/1997-1370-0488
5. Boldyrev, N.N. (2021). Fenomen proizvodnosti v kul’ture i jazyke [The phenomenon of secondary creations in culture and language]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 19: Lingvistika i mezhkul’turnaja kommunikacija* [Moscow University Bulletin. Ser. 19. Linguistics and Intercultural communication], 2, 57–69 (in Russian).
6. Chernyavskaya, V.E. (2021). Social’noe znachenie v zerkale politicheskoy korrektnosti [Social meaning in the mirror of political correctness]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Jazyk i literature* [St. Petersburg University Bulletin. Language in Literature], 18 (2), 383–399. doi: 10.21638/spbu09.2021.208 (in Russian).

7. Divjak, D., & Arppe, A. (2013). Extracting prototypes from exemplars: What can corpus data tell us about concept representation? *Cognitive Linguistics*, 24 (2), 221–274. doi: 10.1515/cog-2013-0008
8. Edmonds, P., & Hirst, G. (2002). *Near-Synonymy and Lexical Choice*. Toronto: University of Toronto.
9. Gao, H.H. (2001). A Specification System for Measuring Relationship among Near-synonyms of Physical Action Verbs. *The Second Workshop on Chinese Lexical Semantics*. Peking: Peking University, 1–23.
10. Golubkova, E.E. (2015). Dinamika sinonimicheskikh otnoshenij (korpusnyj analiz prilagatel'nyh) [Dynamics of synonyms (corpus-based analysis of adjectives)]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta [Bulletin of Moscow State University of Linguistics]*, 22 (733), 21–28 (in Russian).
11. Golubkova, E.E. (2017). Vozmozhnosti ispol'zovaniya korpusov v celjah lingvisticheskogo issledovaniya [Corpora in linguistic research]. In D.N. Novikov, *Magija INNO: novye izmereniya v lingvistike i lingvodidaktike [The magic of INNO: New dimensions in linguistics and didactics]* (Vol.1, pp.394-400). Moscow: MGIMO University Press (in Russian).
12. Khlopotunov, Ya. Yu., & Khranchenko D.S. (2020). Aksiologicheskij aspekt realizacii konfrontacionnyh kommunikativnyh strategij v amerikanskom politicheskom diskurse [Axiological aspect of confrontational communicative strategies in American political discourse]. *Filologicheskie nauki v MGIMO [Philological sciences in MGIMO]*, 6, 4 (24), 65–74. doi: 10.24833/2410-2423-2020-4-24-65-74 (in Russian).
13. Ivanova, S., & Dovgopiat, P. (2023). Synonymy of art history terms: synonyms, variants or competitors for a place in the system. *Professional Discourse & Communication*, 5 (1), 95–114. doi: 10.24833/2687-0126-2023-5-1-95-114 (in Russian).
14. Ivanova, S.V. (2019). Aksiosfera novostnogo diskursa (na materiale mediadiskursov SShA i Velikobritanii) [News discourse axiosphere (based on American and British media discourses)]. In R.Z. Nazarova, O.A. Shendakova, & M.V. Zolotarev (Eds.), *Aktual'nye problemy social'no-gumanitarnykh nauk i obrazovaniya: sushhnost', koncepcii, perspektivy [Relevant issues of social and humanitarian sciences and education: essence, concepts and prospects]* (526-531). Saratov: Izdatel'stvo "Saratovskij istochnik" (in Russian).
15. Kamiński, M.P. (2017). Visualisation of Collocational Preferences for Near-Synonym Discrimination. *Lexikos*, 27, 237–251. doi: 10.5788/27-1-1401
16. Kruawong, T., & Phoocharoensil, S. (2022). A genre and collocational analysis of the near-synonyms teach, educate and instruct: a corpus-based approach. *TEFLIN Journal: A publication on the teaching and learning of English*, 33 (1), 75–97. doi: 10.15639/teflinjournal.v33i1/75-97
17. Kubryakova, E.S. (2008). Problemy mnogoznachnosti i puti ih resheniya [Problems of polysemy and their solutions]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta [Bulletin of Moscow State Linguistic University]*, 544. 5–13 (in Russian).
18. Leclercq, B., & Morin, C. (2023). No equivalence: A new principle of no synonymy. *Constructions and Frames*, 14 (2), 226–261. doi: 10.24338/cons-535
19. Lee, C.-Y., & Liu, J. (2009). Effects of Collocation Information on Learning Lexical Semantics for Near Synonym Distinction. *Computational Linguistics and Chinese Language Processing*, 14 (2), 205–220.
20. Mendesheva, M.M. (2021). Leksiko-semanticheskij analiz prilagatel'nogo poor v anglijskom jazyke: definicii, sinonimy i antonimy [Lexical-Semantic Analysis of the Adjective Poor in English: Definitions, Synonyms, and Antonyms]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo uni-*

versiteta [*Bulletin of Kemerovo State University*], 23, 1 (85), 256–264. doi: 10.21603/2078-8975-2021-23-1-256-264 (in Russian).

21. Nefedov, S.T., & Chernyavskaya V.E. (2021). Analyzing Social Meaning: How Words Matter in Social Contexts (Based on German Communicative Practice). *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 14 (10), 1556–1566. doi: 10.17516/1997-1370-0839

22. Pettersson-Traba, D. (2016). Analyzing the Behavioral Profiles of Sets of Near-synonyms in American English from a Diachronic Perspective. *Proceedings of “II Jornadas Doctorales de la Universidad de Murcia”*, Spain, 1–5.

23. Phoocharoensil, S. (2021). Semantic prosody and collocation: A corpus study of the near-synonyms persist and persevere. *Eurasian Journal of Applied Linguistics*, 7, 240–258. doi: 10.32601/ejal.911269

24. Rusakova, I.B. (2019). Upotreblenie glagolov so znacheniem podderzhki v anglijskom mediatekste [Verbs with the meaning of support in the English media text]. *New world. New language. New thinking*. Moskva: Diplomaticeskaja akademija Ministerstva inostrannyh del Rossijskoj Federacii [Moscow: Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation], 472–481 (in Russian).

25. Uba, S., & Irudayasamy, Ju. (2023). Is it ‘Increase’ or ‘Rise?’ A Corpus-based Behavioural Profile Study of English Near-Synonym Verbs. *MEXTESOL Journal*, 47 (1), 1–8.

26. Yang, B. (2020). A Corpus-based Study of Synonymous Epistemic Adverbs Perhaps, Probably, Maybe and Possibly. *Research Journal of Education*, 158–168. doi: 10.32861/rje.68.158.168

DICTIONARIES AND OTHER SOURCES

27. Corpus of Contemporary American English. Retrieved from <https://www.english-corpora.org/coca/> (accessed: 5 July, 2023).

28. Merriam-Webster Dictionary. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/> (accessed: 15 June, 2023).

29. TVTropes.org. Retrieved from <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/CanCrushingCranium> (accessed: 8 July, 2023).

About the authors:

Svetlana V. Ivanova is Dr Habil. in Philology, Professor in the Department of the English Language in Philology and Arts at Saint Petersburg University (Saint Petersburg, Russia). ORCID: 0000-0002-0127-9934.

Svetlana N. Medvedeva is Assistant Professor at Saint-Petersburg State University of Economics (Saint Petersburg, Russia). ORCID 0000-0002-6694-8385.

Received: June 12, 2023.

Accepted: August 4, 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-126-142>

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ БЛОГЕРА: АНАЛИЗ И ДИАГНОСТИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ (В АСПЕКТЕ СКРЫТОЙ И ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ПРАГМАЛИНГВИСТИКИ)

Д.А. Заславнов

*Донской Государственный Технический Университет
(Ростов-на-Дону, Россия)
Zaslavnov@gmail.com*

Г.Г. Матвеева

*Донской Государственный Технический Университет
(Ростов-на-Дону, Россия)
gegemat2337633@rambler.ru*

Аннотация: Целью данной статьи является описание методологии традиционного и модифицированного контент-анализа на материале фрагментов устной речи видеоблогеров. Тематика отобранных для исследования видео – обзор ретроавтотранспортных средств. В статье рассматриваются два основных направления прагмалингвистики (скрытое и функциональное), а также методы, которые используются при анализе в рамках данных направлений. На примере речевых произведений блогера Александра Чикунова авторы наглядно показывают процедуру диагностирования индивидуальных черт личности. Сначала осуществляется анализ материала в аспекте скрытой прагмалингвистики – производится подсчет частоты встречаемости речевых планов в контексте отобранных речевых стратегий и статистическая обработка полученных данных. Результаты по одному автору затем сравниваются с данными авторов того же жанра с целью выявления общих, стереотипных и индивидуальных личностных качеств блогера. Далее выделяются индивидуальные черты автора, которые удалось установить методом традиционного контент-анализа. На завершающем этапе производится интерпретация полученных данных и составляется частичный портрет речевого поведения Александра Чикунова. Научная новизна проведенного авторами исследования заключается в попытке выделения и систематизации лингвистических признаков, встречающихся исключительно в видеоблогах, с привлечением устной неподготовленной речи блогеров в качестве эмпирического материала.

Ключевые слова: речевые знаки, выбор речевых сигналов, фрагменты речевых портретов, скрытая прагмалингвистика, функциональная прагмалингвистика, стратегии речевого воздействия, речевой план, видеоблогеры.

Для цитирования: Заславнов Д.А., Матвеева Г.Г. (2023). Речевое поведение блогера: анализ и диагностирование личностных качеств (в аспекте скрытой и функциональной прагмалингвистики). *Дискурс профессиональной коммуникации*. 5(3), С. 126–142. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-126-142>

1. ВВЕДЕНИЕ

Цель данной статьи – продемонстрировать, как можно использовать речевой знак для диагностирования личностных характеристик общающихся. Как известно, в семиотике знак рассматривается как материальное явление. Оно позволяет человеку чувственно воспринимать другое, как материальное, так и идеальное, явление в силу условной связи между ними [Матвеева, 2022, с. 16]. Это центральное положение семиотики, которое касается знаковой системы. Язык – это знаковая система. Речь – это язык в действии. Язык в действии тесно связан с его носителем – человеком. Взаимосвязь речи и языка изучается в таком аспекте семиотики, как прагмалингвистика. Предметом прагмалингвистики принято считать выбор отправителем текста в речевом акте тех речевых знаков из их языковых наборов, с помощью которых достигается успешное воздействие на получателя текста. Руководствуясь этой задачей, отправитель текста учитывает при своем выборе речевого знака целый ряд обстоятельств – свое оценивание личности слушающего, обстановку, эффект, ход действия, канал и форму речи и др. [Хаймс, 1975, с. 47], а также основывается на собственном уровне знаний, умений и навыков владения речью. Этот уровень владения речью сложился у адресанта любого текста в результате его длительного опыта в течение жизни. Нам представляется безусловным, что при выборе речевых знаковых единиц отправитель текста двояким способом выбирает речевые знаки – осознанно и на неосознаваемом уровне, т. е. намеренно и интуитивно. Оба способа будут рассмотрены в данной статье. Гипотеза данного исследования заключается в том, что если, выбирая речевые знаки для достижения успешного воздействия, отправитель текста реализует свой речевой опыт и свои речевые привычки, то на основании количественного и качественного изучения этих выборов можно диагностировать некоторые личностные качества авторов данных текстов.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящее время существует ряд работ, которые посвящены исследованию лексических особенностей блогов. Приведем некоторые из них:

– В статье Н.Н. Кислицыной и О.Н. Чернявской под названием «Композиционные, стилистические и лексические особенности интернет-коммуникации (на материале англоязычных блогов профессиональной направленности)» [Кислицына, Чернявская, 2019] рассматриваются дискурсивные характеристики, структура предоставления информации и прагматическая направленность профессионального блога. Авторами проводится лингвокогнитивный анализ профессиональной коммуникации в блогосфере и приводятся выявленные особенности англоязычных профессиональных блогов. В статье были выявлены следующие лексические особенности: использование просторечий, профессиональных терминов и жаргона, аббревиатур, а также замечено сходство функционального стиля блогов с разговорным стилем общения [Кислицына & Чернявская, 2019, с. 372].

– В статье В.А. Лущикова и М.В. Терских «Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов» [Лущиков & Терских, 2018] изучаются лингвистические особенности русскоговорящих блогеров. Рассматривается типология видеоблогов и дается их жанрово-тематическая классификация. Определяются и приводятся лингвистические особенности видеоблогов разной жанровой направленности. В качестве общих лингвистических черт, которые можно выделить среди данных авторами жанров можно выделить следующие: близость речи к разговорному стилю общения, наличие сленгизмов, жаргонизмов, просторечья и т. д. [Лущиков & Терских, 2018, с. 61]

Однако следует заметить, что почти все источники посвящены изучению осознанного и намеренного выбора блогерами лексических единиц. Работ, которые были бы посвящены изучению неосознаваемого, автоматического выбора речевых средств блогерами, в настоящее время практически нет, как среди зарубежных, так и отечественных авторов. Более того, практически нет работ, которые бы занимались диагностированием личностных качеств блогеров. В качестве единственного примера можно привести диссертацию Г.И. Мясищева «Перлокутивный эффект речевого воздействия блогеров (прагмалингвистический аспект)» [Мясищев, 2021]. В своем исследовании автор использует текстовые сообщения из блогов известных российских общественных или медийных деятелей и политиков, таких как Д.А. Медведев, С.М. Миронов, Д.Ю. Пучков и др. [Мясищев, 2021, с. 10]. Автор формирует фрагменты речевых портретов блогеров, а затем изучает перлокутивное воздействие на адресата. В качестве материала для оценки этого эффекта автор использует комментарии многих пользователей Интернета, которые читают и следят за блогами исследуемых людей.

3. МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

С точки зрения прагмалингвистики, на основе анализа и исследования текстов на предмет особенностей выбора автором речевых знаков можно составить фрагменты речевого портрета авторов. Осознанным выбором автором речевых знаков занимается раздел функциональной прагмалингвистики, а неосознаваемым, подсознательным – раздел скрытой прагмалингвистики. Метод же анализа исследуемых текстов в прагмалингвистике выбирается в зависимости от материала исследования. А именно:

- если необходимо исследовать осознанный выбор речевых знаков автора, то используется метод контент-анализа, который хорошо известен и широко распространен в современной лингвистике;
- если же производится анализ скрытой прагмалингвистики текста, то применяется метод «Модифицированного контент-анализа», опыту использования которого и посвящена данная статья.

Контент-анализ – это строгий метод оценки текстов [Матвеева, 2004, с. 125]. В работе В.И. Шалака встречается следующее определение данного термина: «Контент-анализ – это методика выявления частоты появления в тексте определенных особенностей, которая позволяет исследователю сделать некоторые выводы относительно намерений автора этого текста или возможных реакций получателя [Шалак, 2004, с. 13]. В трактовке контент-анализа выделяется его количественная и качественная стороны [Елов, 2011, с. 132]. В количественном контент-анализе происходит подсчет частоты появления в тексте определенных переменных содержания. В качественном контент-анализе происходит содержательная интерпретация полученных данных.

Модифицированный контент-анализ позволяет проанализировать текст и речь автора с точки зрения неосознаваемого, привычного выбора речевых знаков. В данном методе материал исследуется с точки зрения речевых стратегий скрытого воздействия автора текста на адресата. В каждой речевой стратегии скрытого воздействия реализуются речевые планы [Матвеева, 2018, с. 27]. Каждый речевой план в рамках исследуемой стратегии позволяет выявить одно соответствующее личностное качество автора текста, что еще будет рассмотрено в данной статье.

В зависимости от того, на кого ориентирована речевая стратегия скрытого воздействия выделяют: эмотивно-ориентированные на отправителя и конативно-направленные на получателя информации стратегии.

Выделяют следующие эмотивно-ориентированные речевые стратегии и планы (выбор грамматической формы грамматической категории):

- участие/неучастие коммуниканта в речевом акте (личный, социальный и предметный планы) [Zyubina, 2019, pp. 93-94];
- уверенное/неуверенное поведение отправителя текста в речевом событии (план категорического утверждения и план некатегорического утверждения) [Zyubina, 2020, p. 86];
- стратегия вероятностного оценивания отправителя текста речевого события как реального/нереального (план действительного события, нереализованного события, ирреального события).

В свою очередь, выделяются следующие конативно-направленные стратегии и планы (выбор текстуальной формы текстуальной категории):

- формирование у получателя отношения к речевому событию путем его оценивания (план положительного, нейтрального, отрицательного оценивания) [Zyubina, 2020, p. 87];
- стратегия акцентирования элементов высказывания (план акцентирования и план неакцентирования);
- стратегия удовлетворения/неудовлетворения прагматических ожиданий получателя текста (план избыточной, достаточной и неполной информации).

В скрытой прагмалингвистике единицей измерения и подсчета актуализации речевых планов в рамках выделенных речевых стратегий скрытого воздействия в отобранном для исследования материале является *малая синтаксическая группа* (МСГ) [Матвеева, 1993, с. 115]. В малой синтаксической группе отражается речевой поступок – элементарный шаг речевого поведения.

Приведем следующее определение данного понятия, которое встречается в работах Г.Г. Матвеевой: «МСГ – минимальная актуализированная предикативно-модальная синтаксическая единица. Актуализирована она тем, что употреблена в тексте, а предикативна, потому что отражает одно из основных свойств глагола – его способность выступать в тексте в виде сказуемого; модальная, так как выражает отношение автора к теме сообщения, к объективной действительности и к получателю текста; синтаксическая единица, поскольку соответствует минимальной синтаксической конструкции» [Матвеева, 2022, с. 109]. В работе М.И. Черемисиной МСГ соотносятся с элементарными высказываниями. Элементарное высказывание – это синтаксическая структура, которая имеет вершиной предикат (сказуемое) и в которой каждый компонент подчинен одному своему «хозяину». Такая структура может присутствовать в тексте как эксплицитно, так и имплицитно» [Черемисина, 1978, с. 66-67]. В качестве МСГ выступают: простое предложение, часть сложного, т.е. тот актуализиро-

ванный элемент синтаксиса, в центре которого стоит сказуемое. Оно выражено глаголом и обладает глагольными грамматическими категориями предикативности, модальности, темпоральности, личностности.

Методика модифицированного контент-анализа используется для обработки данных, полученных при проведении объективного прагмалингвистического эксперимента по следующему плану:

- 1) разработка программы исследования (постановка проблемы, определение объекта и предмета изучения, уточнение основных понятий);
- 2) определение эмпирических объектов исследования;
- 3) разработка методики конкретного исследования единиц анализа, единиц счета, условия проведения эксперимента;
- 4) пилотажное апробирование методики, ее доработка, проверка надежности;
- 5) сбор первичной информации;
- 6) обработка собранных данных;
- 7) интерпретация результатов, выводы, отчет [Матвеева, 2022, с. 117].

В нашей статье применение данного метода будет рассмотрено на практическом примере, где объектом исследования является устная речь видеоблогеров, чьи видео посвящены обзору ретро транспортных средств.

В качестве эмпирического материала было взято видео «Как выбрать Москвич? Пара советов от Москвич Шоу» [Чикунев, 2019] автообозревателя Александра Чикунева. Блогер Александр Чикунев проживает в городе Москва. Является владельцем двух каналов на платформе *YouTube*: «Москвич Шоу» и «Москвич Шоу [Архив]». Видео Александра посвящены особенностям владения и ремонта автомобилей марки «Москвич» производства Московского и Ижевского автозаводов. Каналы в среднем имеют 29,2 тысячи подписчиков и 50 тысяч просмотров за видео.

Устная речь данного автора была преобразована в текст и разбита на малые синтаксические группы. Всего малых синтаксических групп в тексте – 602. Для анализа был взят фрагмент устной речи из видео общим объемом в 500 МСГ. Данный материал был проанализирован по следующим речевым стратегиям скрытого воздействия:

- участие/неучастие коммуниканта в речевом акте;
- уверенное/неуверенное поведение отправителя текста в речевом событии;
- формирование у получателя отношения к речевому событию путем его оценивания;
- стратегия акцентирования элементов высказывания.

На первом этапе исследуются индивидуальные особенности речевого поведения данного автора. Полученные статистические данные затем интерпретируются. Особенность интерпретации заключается в том, что в рамках одной речевой стратегии преобладающим является какой-либо один речевой план. И один речевой план соотносится с одним личностным качеством исследуемого человека. Также следует отметить, что тот или иной речевой план в рамках исследуемой стратегии скрытого воздействия актуализируется в МСГ с помощью речевых сигналов. Так, например, речевыми сигналами актуализации личного плана в рамках стратегии «Участие/неучастие коммуниканта в речевом акте» выступают: личные местоимения и соответствующие финитные формы глагола 1 и 2 л. ед. ч; эксклюзивные формы «мы», «вы» и их косвенные формы; глагольные лексемы, соотносимые с одним из участников речевого события, типа «кажется», «представляется», «приходится» и т. д. [Матвеева 2022, с. 77].

На данном этапе можно диагностировать те или иные качества автора, но если задача состоит в том, чтобы интерпретация получилась надежной и точной, а также более полной, то необходимо сравнить речевое поведение отправителя текста с речевым поведением других авторов данного речевого жанра, направления, социальной группы. Следует отметить, что все авторы для исследования должны выбираться по каким-либо общим признакам.

Ведущими критериями отбора авторов для сравнения в данном случае были:

- жанровая направленность – видеоблог, посвященный обзору и особенностям владения ретроавтотранспортными средствами [Заславнов, 2022];
- возраст исследуемых блогеров – все отобранные авторы входят в возрастную группу от 18 до 35 лет;
- уровень образования – высшее;
- происхождение – большинство блогеров были рождены в России (преимущественно европейская часть), а также в странах бывшего СССР (Украина и Беларусь);
- родной язык – русский.

В соответствии с критериями, для сравнения были отобраны следующие блогеры: Том Хэнсон (Афанасьев Иван Андреевич), Асафьев Стас, Денис Михеев, Артем Павлов, Константин Заруцкий (Academeg), Андрей Глазунов, Вадим Серов, Артур Амиров, Ахмед Алиасхабов.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ

После отбора и разбиения на МСГ, текст необходимо изучить на предмет частоты актуализации речевых планов в рамках исследуемых речевых стратегий.

Начнем с рассмотрения стратегии «Участие/неучастие коммуниканта в речевом событии».

Наиболее часто встречаемыми речевыми сигналами, которые актуализируют личный план в речи Александра Чикунова, являются: личные и притяжательные местоимения 1л. и 2л. ед. ч., эксклюзивное «Вы» и соответствующие косвенные формы: «<...> **Я** даже не буду спрашивать, **что тебя** на это сподвигло, почему **ты** решил ступить на этот тернистый путь самурая – выбрать себе Москвич и ездить на нем» <...>; побудительная форма глагола: «<...> **И** прежде всего сразу два правила: первое – **никого не слушай** (ну естественно кроме меня); а второе правило – **ничего не бойся**. Если решил залезть в это дело, то **залезай**. <...>»; а также вводные слова и междометия: «<...> **Кхм-Кхм**. Вот как здесь, говорю, да <...>».

Социальный план наиболее часто актуализируется следующими речевыми сигналами: предикативами типа «можно», «нужно», «важно»: «<...> мм... **не важно**, о чем это я <...>»; деперсонализированным местоимением «ты»: «<...> **И** скорее всего **ты** обростешь 2-3 ведрами, а ведь, как известно, скупой платит дважды, а то и трижды, и в один прекрасный момент **ты** окажешься в ситуации в которой **ты** вникнешь.. влезешь в какую-то реставрацию на несколько лет, заведешь себе канал на ютубе об этом <...>»; инклюзивным «мы» и соответствующей формой глагола: «<...> **Перейдем** к универсалам <...>».

Предметный план включает в себя разговор и рассуждения автора о предмете видео – автомобиле марки «Москвич» и его особенностях, на которые следует обращать внимание при покупке данного автомобиля: «<...> **Вообще**, полы у Москвича **гниют** далеко не в первую очередь и они **вообще практически не гниют** <...>».

В анализируемом фрагменте текста личный план актуализируется в 216 МСГ из 500, социальный план реализуется в 64 МСГ, а предметный план реализуется в 220 МСГ.

Для того чтобы можно было приступить к интерпретации полученных данных, их необходимо перевести в процентные величины. Так, во фрагменте речи исследуемого автора объемом 500 МСГ личный план составил 44,3%, социальный – 12,8%, предметный – 44%. Полученные процентные величины затем статистически обрабатываются и сравниваются со средними значениями по группе авторов в рамках исследуемого жанра (см. Табл. 1).

Таблица 1. Частота актуализации речевых планов посредством скрытых стратегий речевого воздействия (МСГ в процентных величинах)

Планы	Скрытые стратегии речевого воздействия									
Авторы	Стратегия участия/неучастия коммуникантов в речевом событии			Стратегия уверенности/неуверенности автора		Стратегия формирования у получателя отношения к речевому событию путем его оценивания			Стратегия акцентирования отправителем текста элементов высказывания	
	Личный план	Социальный план	Предметный план	План категорического утверждения	План некатегорического утверждения	Положительный	Нейтральный	Негативный	План акцентирования	План неакцентирования
Александр Чикунов	43,2	12,8	44	54,6	45,4	46,4	18,4	35,4	81,6	18,4
Том Хэнсон (Афанасьев Иван Андреевич)	34,4	20,2	45,4	52,8	47,2	57,6	16,8	25,6	86,8	13,2
Асафьев Стас	25,2	16,4	58,4	47,2	52,8	58	22,8	19,2	88	12
Денис Михеев	52,8	13,8	33,4	52,6	47,4	51,6	25,4	23	92,2	7,8
Артем Павлов	60,8	9,2	30	53,4	46,6	54,4	25,8	19,8	93,6	6,4
Константин Заруцкий (Academeg)	35,4	18,2	46,2	59,2	40,8	62,6	16	21,4	86,2	13,8
Андрей Глазунов	23,6	15,4	61	69,6	30,4	53,8	24,8	21,4	90,2	9,8
Вадим Серов	31	14,2	54,8	56,8	43,2	53	18,2	28,8	91	9

Продолжение табл. 1.

Планы	Скрытые стратегии речевого воздействия									
Авторы	Стратегия участия/неучастия коммуникантов в речевом событии			Стратегия уверенности/неуверенности автора		Стратегия формирования у получателя отношения к речевому событию путем его оценивания			Стратегия акцентирования отправителем текста элементов высказывания	
	Личный план	Социальный план	Предметный план	План категорического утверждения	План некатегорического утверждения	Положительный	Нейтральный	Негативный	План акцентирования	План неакцентирования
Артур Амиров	31	15,6	53,4	54,8	45,2	57	16,4	26,4	91,6	8,4

Планы	Скрытые стратегии речевого воздействия									
Авторы	Стратегия участия/неучастия коммуникантов в речевом событии			Стратегия уверенности/неуверенности автора		Стратегия формирования у получателя отношения к речевому событию путем его оценивания			Стратегия акцентирования отправителем текста элементов высказывания	
	Личный план	Социальный план	Предметный план	План категорического утверждения	План некатегорического утверждения	Положительный	Нейтральный	Негативный	План акцентирования	План неакцентирования
Ахмед Алиасхабов	46,4	13,4	40,2	60,2	39,8	55	19,2	25,8	90,8	9,2
Средняя речевая величина, %	37,5	15,1	47,4	55,7	44,3	54,9	20,5	24,6	89	11
Доверительный интервал, %	28,6 - 46,4	12,8 - 17,4	39,8 - 55	51,3 - 60,1	39,9 - 48,7	51,6 - 58,2	17,6 - 23,4	20,9 - 28,3	86,3 - 91,7	8,3 - 13,7

Как видно из таблицы, в стратегии участия/неучастия коммуникантов в речевом событии у Александра показатель предметного плана всего на 0,8% процента больше, чем показатель личного плана (43,2%). Однако он на 3,4% меньше, чем средняя речевая величина и, тем не менее, входит в пределы доверительного интервала (39,8% - 55%).

Полученные данные дают возможность вывести такую черту характера, как «объективность». Александр отказывается навязывать свою позицию зрителю, и рационально рассматривает как положительные, так и отрицательные моменты, на которые следует обращать внимание при покупке раритетного автомобиля.

По сравнению с другими авторами можно заметить, что у Александра показатель личного плана достаточно высок – он находится на 4 месте по частоте актуализации. Это говорит о том, что, возможно, Александр является скрытым лидером и не боится брать на себя ответственность. Если бы показатель личного плана Александра превышал верхнюю границу доверительного интервала (как, например, показатель личного плана у Дениса Михеева), то это говорило бы уже о наличии у него ярко выраженных лидерских качеств, автократичности.

Рассмотрим фрагмент устной речи Александра Чикунова с точки зрения скрытой стратегии речевого воздействия «Уверенное/неуверенное речевое поведение автора в тексте».

Среди актуализаторов уверенного речевого поведения у Александра чаще всего встречаются следующие речевые сигналы: сочетание глаголов настоящего времени, действительного залога, несовершенного вида: «<...>Вообще, полы у Москвича **гниют** далеко не в первую очередь и они вообще практически **не гниют**<...>».

План некатегорического утверждения (неуверенного поведения) актуализируется следующими речевыми сигналами: сочетаниями в глаголе категорий прошедшего времени действительного залога совершенного вида: «<...>о чем я **говорил**...<...>», сочетаниями с детерминантами «сомнения»: «<...>**Может быть**, ты пересмотрел Москвич Шоу, **может быть**, тебе просто... скучно жить. <...>»; ссылками, разъяснениями, цитатами; вопросительными предложениями: «<...>**Видите?**<...>».

План категорического утверждения составил 54,6% (273 МСГ), а некатегорического – 45,4% (227 МСГ). Доминирующий план находится в пределах доверительного интервала и близок по значению к средней речевжанровой величине (см. Табл. 1). Это указывает на то, что автор обладает стереотипным, общим для большинства блогеров данного жанра личностным качеством.

Полученные данные позволяют вывести такую черту характера, как «уверенность» автора в себе, своем опыте владения автомобилем и знаниях.

Рассмотрим фрагмент устной речи данного видеоблогера с точки зрения скрытой стратегии речевого воздействия «Формирование автором отношения получателя текста к речевому событию путем оценивания».

План положительного оценивания актуализируется у автора с помощью прилагательных, наречий, глаголов и существительных с положительной семантикой, усилительных союзов: «<...> *Они **очень легко** снимаются и эта ситуация может быть **исправлена** каким-нибудь способом. Кстати, здесь **хорошо видно** поддомкратник, эта машина у нас **даже сохранила** следы краски на внутренних полостях <...>».*

План негативного оценивания актуализируется автором с помощью выбора прилагательных, наречий, глаголов и существительных с негативной семантикой, усилительных союзов: «<...> *Так как универсалы это у нас считается грузовой автомобиль, то естественно его **грузили так, твою налево, и чем только можно: шпалами, говном, бетоном, навозом, землей, стройматериалами, плиткой, э... там 20 голых баб, еще чего-нить такое. Короче, туда засовывали по-любому, и поэтому, да, телок в колхозе я имел в виду, наверное, короче, там будут, скорее всего, трещины** <...>».*

План нейтрального оценивания актуализируется в МСГ в том случае, когда отсутствуют речевые сигналы планов положительного и отрицательного оценивания речевого события. Присутствие в текстах нулевых речевых сигналов объясняется тем, что автор не может быть всегда активным, и тем, что информация воспринимается получателем текста порциями, через определенные отрезки времени [Матвеева, 1993, с. 212]: «<...> ***Двигатель, коробка, мост, тормоза.** <...>. **Сцепление на Москвиче гидравлическое, тормоза – тоже.** <...>».*

План положительного оценивания преобладает и составляет 46,4% (232 МСГ), план нейтрального – 18,4% (92 МСГ), и план негативного оценивания – 35,4 % (177 МСГ).

Полученные данные позволяют вывести такую черту характера, как «оптимизм» и настрой автора на позитив, а также свидетельствует и о любви автора к юмору, склонности к иронии и самоиронии. Однако план негативного оценивания актуализирован у Александра чаще, чем у других исследуемых блогеров (См. Табл. 1). Это говорит о том, что Александр старается быть объективным, рассматривает ситуацию с диаметрально противоположных точек зрения. Позитив и негатив у Александра могут вступать в конфликт, но оптимизм имеет тенденцию преобладать в итоге.

Рассмотрим фрагмент устной речи данного видеоблогера с точки зрения скрытой стратегии речевого воздействия «Акцентирование отправителем текста элементов высказывания».

Речевыми сигналами актуализации плана акцентирования являются: нарушения прямого, привычного порядка слов в предложениях: «<...> *Это Москвич Шоу и **сегодня** я отвечаю на один **очень важный** вопрос: как **выбрать Москвич?** <...>»; интонация: «<...> *но мой тебе совет, сразу покупай **нормально** <...>»* (в данном случае в своем видео автор выде-*

ляет данное наречие с помощью восклицательной интонации); повторения: «<...> *в общем, здесь начинаются истории с самого-самого начала* <...>»; вопросительные предложения: «<...> *Видите?* <...>»

План неакцентирования актуализируется в обычном, привычном порядке слов: «<...> *Может быть, ты пересмотрел Москвич Шоу* <...>».

План акцентирования составляет 81,6% (408 МСГ), план неакцентирования – 18,4% (92 МСГ).

Полученные данные позволяют вывести такую черту характера, как активность. Александр демонстрирует вовлеченность и заинтересованность в предмете своего видео, любовь к автомобилям марки «Москвич» в целом и к своим «Москвичам» в частности, а также в своем стремлении донести до зрителя необходимую информацию. Частота актуализации плана акцентирования у Александра немного уступает показателям других блогеров (См. Табл. 1). В данном случае, это указывает на то, что Александр старается акцентировать внимание зрителя на более значимой, по его мнению, информации. Он старается разграничить подаваемую информацию на главную и второстепенную.

При взгляде на речевое поведение Александра с точки зрения функциональной прагматической лингвистики можно выделить следующие индивидуальные особенности блогера:

1) Склонность к сарказму: «<...> *Сливные отверстия, которые там когда-то были с завода, уже давно забиты дидами. Туда залив солидол, говно мамонта, моча носорога, специальная предохранительная смесь для ржавения и поэтому, в общем, здесь начинаются истории с самого-самого начала* <...>».

В данном фрагменте речи автор использует специализированный сленг и метафоры для выражения сарказма, с помощью которого автор выражает свою негативную оценку и формирует соответствующую оценку у зрителя.

«...*солидол, говно мамонта, моча носорога, специальная предохранительная смесь для ржавения*» – саркастические метафоры относительно манеры заливать и забивать сливные отверстия, где расположены низы колесных арок автомобиля. Это способствует не их сохранности, а скорейшему гниению.

Негативная оценка направлена на тот факт, что большинство представителей старшего поколения, которые владеют «Москвичом» (то есть деды), плохо вдаются в особенности владения и ухода за автомобилем данной марки и, в большинстве случаев, сами являются виновниками плохой сохранности редкого и ценного автомобиля.

2) Использование сленга: «<...> *Там... На детали и так далее... на митол, щеглы и все такое прочее...* <...>».

Данные слова относятся к сленгу круга «Москвичеводов», а точнее к сообществу «Пазний ИЖ». Данное сообщество посвящено автомобилю ИЖ «Москвич» 412-028 и породило целую субкультуру вокруг данного автомобиля. Субкультура – это культурное образование, которое объединяется произвольно выбранным признаком, увлечением, предметом и т. д. Субкультура осознанно творит себя, очерчивает свои границы, создает визуальные символические коды, которые маркируют принадлежность к ней [Аминова, 2013, с. 114].

Предмет данной субкультуры – автомобиль ИЖ «Москвич» 412-028. Данный автомобиль обладает следующими чертами – крайне низкое качество сборки среди всех автомобилей модельного ряда «Москвич 2140/412», а также очень быстрое гниение кузова. Это связано с тем, что данный автомобиль собирался на заводе «ИЖМаш» в тяжелые и нестабильные времена развала СССР и дальнейшей перестройки, т. е. в 90-е годы.

Особенностями же сленга данной субкультуры является намеренное искажение слов, а также связь данного сленга с конкретными историями и явлениями среди автомобилистов и любителей отечественного автопрома.

Ниже приведем значения использованных блогером сленгизмов в соответствии с их значениями, которые приведены на сайте сообщества Пазний Иж:

«Щегол (щигол)» - 1) новичок, который только влился в субкультуру или стал владельцем автомобиля «Москвич» (который только что стал владельцем автомобиля и поэтому влился в субкультуру); 2) школьник (здесь имеется в виду необразованность, глупость, незнание и неадекватность типичных стереотипных школьников, негативная коннотация); 3) крайне неумелый и неопытный мастер, который не разбирается в данном автомобиле [Пазний Иж, официальный сайт];

«Дидами», «дид» - данный термин имеет два значения – позитивное и негативное. Позитивное - «опытный человек, мастер в плане ремонта автомобиля. Может дать дельный совет». Негативное: «старикан, владеющий Москвичом. При этом старикан этот злой, не любит щеглов. Как Кощей чахнет над своей машиной. При этом, у диды могут быть любопытные способности: 1. Вместо аккуратного использования машины, дид возит в ней всякую «хрень» на дачу. 2. Может ни в какую не продавать автомобиль, или наоборот - сбавить за бутылку водки. 3. Может хреново знать «потроха» своего автомобиля». Слово «дидами» автор использует в данном негативном значении. [Пазний Иж, официальный сайт]

«На митол», встречается также «вмитол (уйти вмитол)» – сдать машины в металлолом. Также это синоним к слову «умереть», применяемый в разговоре про автомобиль [Пазний Иж, официальный сайт].

Кроме того, в речи автора встречается слово «маслять». См. пример: «<...> И тут сразу за... чтоб сюда приехать, нам пришлось **помазать**<...>». Данный термин означает «пытаться завести или чинить автомобиль».

3) Склонность к самоиронии: «<...> и в один прекрасный момент ты окажешься в ситуации в которой ты вникнешь... влезешь в какую-то реставрацию на несколько лет, заведешь себе канал на ютубе об этом, а, мм... не важно, о чем это я...<...>».

В данном примере блогер иронизирует над собственным опытом владения автомобилем марки «Москвич».

Проведенный в статье анализ речевого поведения Александра Чикунова показывает, что автор позитивен и жизнерадостен, а также очень любит юмор и стремится донести информацию в интересной форме. Также автор достаточно уверен в своих знаниях. Автор искренне любит и ценит автомобили «Москвич» и то дело, которым он занимается, несмотря на некоторые сложности, которые могут возникнуть при владении ретроавтомобилем. Однако Александр демонстрирует сомнения в пожилых владельцах «Москвичей», в людях, которые несерьезно относятся к своим автомобилям и делу, к которому они приступают, а также в некоторых автомобилях модельного ряда «Москвич». Это выражается автором при помощи иронии и сарказма, «колкостей». Также автор использует и самоиронию по отношению к самому себе, что может показать, что автор точно такой же человек, как и зритель, и вызвать у зрителя чувство единения с автором. Если обратить внимание на то, как автор ведет себя при этом на видео, то можно выделить следующее. Автор сопровождает свою речь движениями руками. С помощью жестикуляции автор указывает на проблемные места автомобиля, о которых идет речь в видео. Интонация автора мягкая, непринужденная, а также обладает вопросительными и усиливающими нотками для выделения риторических

вопросов и сарказма. Само видео представляет собой рассуждение и может быть отнесено к жанру диалога и дружеской беседе. Автор обращается к зрителю на «ты», что показывает дружелюбность автора по отношению к зрителю, неформальный стиль общения.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье представлено детализированное описание речесигнальных процессов, обнаруживаемых методикой объективного прагмалингвистического эксперимента по изучению речевого поведения видеоблогеров в социальных сетях на примере ранее не изучавшегося тематического сектора ретроавтотранспорта. Рассмотрены основные стратегии отправителей текстов-дискурсов с позиции актуального современного прагмалингвистического раздела – аспекта семиотики. Проанализированы устные спонтанные тексты-дискурсы с учётом классификации прагмалингвистики на два направления – на функциональную прагмалингвистику (по критерию осознанности выбора автором лексем и синтаксисом) и на скрытую прагмалингвистику (по критерию неосознаваемого выбора грамматических и текстуальных речевых сигналов).

С позиции функциональной прагмалингвистики методикой традиционного контент-анализа, контекстуального и дискурсивного, а также семантико-прагматического анализа раскрыта семиотическая имиджеобразующая картина речевой деятельности отправителей видеоблогов. Ведущими признаками функциональной прагмалингвистики является целенаправленность, намеренность, мотивированность, продуманность выбора лексем и синтаксисом, которые также являются речевыми, а часто и кодовыми сигналами группы, которые вызывают у слушателя нужные автору позитивные, нейтральные или негативные ассоциации.

С позиции скрытой прагмалингвистики, методикой модифицированного контент-анализа представлены речевые сигналы как массово актуализируемые цифровые процентные показатели в виде фрагментов речевых портретов участников речевого общения. Данные количественные показатели далее были переведены путём их интерпретации в качественные личностные описательные характеристики авторов. Ведущими признаками речевого поведения авторов в рамках скрытой прагмалингвистики является привычность и интуитивность выбора речевых сигналов. Особенность фрагментов речевых портретов состоит в том, что в них наглядно показаны как индивидуальные характеристики авторов видеоблогов, так и среднеречежанровая картина речевого поведения всей группы авторов, обладающих схожими социальными свойствами (возраст, интересы, профессионализм, уровень образования) и различающимися только по критерию речевого поведения.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аминова В.А. К вопросу о термине «субкультура» // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. №2. С. 113–118.

2. Елов И.В. Метод контент-анализа применительно к интернет-статьям о музыкальных стилях // Научная мысль Кавказа. 2011. №1. С. 131-135.
3. Заславнов Д.А. Отличия правдивой информации от лживой в современных СМИ // Russian Linguistic Bulletin. 2022. №4(32). doi:10.18454/RULB.2022.32.1
4. Кислицына Н.Н., Чернявская О.Г. Композиционные, стилистические и лексические особенности интернет-коммуникации (на материале англоязычных блогов профессиональной направленности) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2019. Т. 12. Вып. 6. С. 368-373.
5. Лущиков В.А., Терских М.В. Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. Т. 4. № 14. С. 57–75.
6. Матвеева Г.Г. Особенности контент-анализа при обработке данных объективного прагмалингвистического эксперимента в рамках скрытой прагмалингвистики // Научная школа скрытой прагмалингвистики. Язык. Дискурс. Текст. В 2 ч., ч. 2. Ростов-на-Дону: Изд. РГПУ, 2004. С. 125–129.
7. Матвеева Г.Г. Основы прагмалингвистики. Москва: ИНФРА-М, 2022.
8. Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего (Автореф. дис. ... д-ра филол. наук). Санкт-Петербург, 1993.
9. Матвеева Г.Г., Зюбина И.А. Письменный текст: подходы к выявлению скрытой прагматики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2018. Т. 17. № 2. С. 26-32.
10. Мясичев Г.И. Перлокутивный эффект речевого воздействия блогеров (прагмалингвистический аспект): дис. ... канд. филол. наук. Адыгейский государственный университет. Майкоп, 2021.
11. Пазний ИЖ [Электронный ресурс]. URL: <https://izhegrad.mozello.site.com/terminy/> (дата обращения: 20.03.2022).
12. Тамерьян Т.Ю., Шаипова А.М. Межпрецедентное семиотическое пространство, или Когда гремят пушки, музы не молчат // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2022. № 4. С. 145–166. doi:10.29025/2079-6021-2022-4-145-166
13. Хаймс Д.Х. Этнография речи // Новое в лингвистике. 1975. Вып. 7. Социалингвистика. Москва: Прогресс. С. 42-95.
14. Черемисина М.И. Элементарное высказывание как единица анализа текста (общие принципы и правила выделения) // Методологические и методические проблемы контент-анализа. Тезисы. Москва; Ленинград: АН СССР. Ин-т социол. исслед., 1973.
15. Чикунов А. Александр Чикунов. Москвич Шоу 24.11.2019. «Как выбрать МОСКВИЧ? Пара советов от Москвич Шоу» [Электронный ресурс]. URL: https://youtu.be/Mo3AQe0y_qI (дата обращения: 20.03.2022).
16. Шалак В.И. Контент-анализ. Приложения в области: политологии, психологии, социологии, культурологи, экономики, рекламы. Российская акад. наук; Ин-т философии. Москва: Омега-Л, 2004.
17. Zyubina I.A., Dzyubenko A.I., Borisenko V.A., Popova O.V., Prokopyev A.I. Implicit linguopragmatic strategies of speech behavior of English speaking prosecutors // XLinguae. 2019. Volume 12, Issue 4. Pp. 92-102. doi: 10.18355/XL.2019.12.04.08
18. Zyubina I.A., Filippova M.Yu., Minakova N.A., Krivoshlykova L.V., Anikejeva I.G. Synchronous personal method of language studying speech behavior in implicit pragmalinguistics // XLinguae. 2020. Vol. 13, Issue 4. Pp. 81-90.

REFERENCES

1. Aminova, V.A. (2013). K voprosu o termine «subkul'tura» [On the issue of the term “subculture”]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya* [Moscow University Bulletin. Ser. 19. Linguistics and Intercultural communication], 2, 113–118 (in Russian).
2. Cheremisina, M.I. (1973). E'lementarnoye vy'skazyvaniye kak edinita analiza teksta (obshchie principy i pravila vy'deleniya) [Elementary statement as a unit of text analysis (general principles and rules of selection)]. In A.N. Alekseev (Ed.), *Metodologicheskie i metodicheskie problemy kontent-analiza. Tezisy* [Methodological Issues of Content-analysis]. Moscow; Leningrad: USSR Academy of Sciences. Institute of Social Studies (in Russian);
3. Chikunov, A. (2019, November 24). *Aleksander Chikunov. Kak vy'brat' MOSKVICH? Para sovetov ot Moskvich Shou* [Aleksander Chikunov. How to choose MOSKVICH? A few tips from Moskvich show]. Retrieved from https://youtu.be/Mo3AQe0y_qI (accessed: 19 March, 2023).
4. Hymes, D.H. (1975). E'tnografiya rechi [Ethnography of speech]. *Novoye v lingvistike, Vyp. 7. Sotsiolingvistika* [New Topics in Linguistics, Issue 7. Sociolinguistics], 42-95 (in Russian).
5. Kislicyna, N.N., & Chernyavskaya, O.G. (2019). Kompozicionny'e, stilisticheskie i leksicheskie osobennosti internet-kommunikatsii (na materiale angloyazy'chny'h blogov professional'noj napravlenosti) [Compositional, stylistic and lexical peculiarities of internet communication (by the material of the English professionally oriented blogs)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory and practice], 12(6), 368-373 (in Russian).
6. Lushnikov, V.A., & Terskih, M.V. (2018). Zhanrovo-tematicheskie i yazy'kovy'e osobennosti videoblogov [Video blogging genre, thematical and linguistic properties]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Obshchestvennye nauki* [Tambov University Bulletin. Social sciences], 4(14), 57–75 (in Russian).
7. Matveeva, G.G., & Zyubina, I.A. (2018). Pis'mennyj tekst: podkhody k vy'yavleniyu skry'toj pragmatiki [Written text: approaches to identifying implicit pragmatics]. *Science Journal of VolSU. Linguistics*, 17(2), 26-32 (in Russian).
8. Matveeva, G.G. (1993). *Skry'ty'e grammaticheskie znacheniya i identifikatsiya social'nogo licza («portreta») govoryashchego* [Hidden grammatical meanings and identification of the social face («portrait») of the speaker] (Doctoral dissertation). St. Petersburg State University, St. Petersburg (in Russian).
9. Matveeva, G.G. (2004). Osobennosti kontent-analiza pri obrabotke dannykh ob`ektivnogo pragmalingvisticheskogo e'ksperimenta v ramkakh skry'toj pragmalingvistiki [Peculiarities of Content Analysis in Processing Data of Objective Pragmalinguistic Experiment within Implicit Pragmalinguistics]. *Nauchnaya shkola skrytoi pragmalingvistiki. Yazyk. Diskurs. Tekst. izd. RGPU* [Scientific School of Implicit Pragmalinguistics. Language. Discourse. Russian State Pedagogical University], 125–129 (in Russian).
10. Matveeva, G.G. (2022). *Osnovy pragmalingvistiki* [Fundamentals of Pragmalinguistics]. INFRA-M (in Russian);
11. Myasishchev, G.I. (2021). *Perlokutivnyj e'ffekt rechevogo vozdeystviya blogerov (pragmalingvisticheskij aspekt)* [Perlocutionary Effect of Bloggers' Speech Impact (Pragmalinguistic Aspect)] (Doctoral dissertation). Adyghe State University, Maykop (in Russian).
12. Paznij IZh, official website. (2022). Retrieved from <https://izhegrad.mozellosite.com/terminy/> (accessed: 20 March, 2023) (in Russian).

13. Shalak, V.I. (2004) *Kontent-analiz. Prilozheniya v oblasti: politologii, psikhologii, sociologii, kul'turologii, e'konomiki, reklamy* [Content analysis. Applications in the field of: political science, psychology, sociology, cultural studies, economics, advertising]. Moscow: Omega-L (in Russian).

14. Tameryan, T.Yu., & Shaipova, A.M. (2022). Mezhpriecedentnoe semioticheskoe prostranstvo, ili kogda gremyat pushki, muzy' ne molchat. [Interprecedent semiotic space, or "when the cannons roar, the muses are not silent"]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki [Topical Issues in Philology and Pedagogical Linguistics]*, 4, 145–166. doi:10.29025/2079-6021-2022-4-145-166 (in Russian).

15. Yelov, I.V. (2011). Metod kontent-analiza primenitel'no k internet-stat'yam o muzy'kal'ny'h stilyah [Content analysis method for internet articles about musical styles]. *Nauchnaya mysl' Kavkaza [Caucasus scientific thought]*, 1, 131-135 (in Russian).

16. Zaslavnov, D.A. (2022). Otlichiya pravdivoj informacii ot lzhivoj v sovremenny'h smi [Distinguishing between the true and false information in modern media]. *Russian Linguistic Bulletin*, 4 (32) (in Russian). doi:10.18454/RULB.2022.32.1

17. Zyubina, I.A., Dzyubenko, A.I., Borisenko, V.A., Popova, O.V., & Prokopyev, A.I. (2019). Implicit linguopragmatic strategies of speech behavior of English speaking prosecutors. *XLinguae*, 12(4), 92-102. doi: 10.18355/XL.2019.12.04.08.

18. Zyubina, I.A., Filippova, M.Yu., Minakova, N.A., Krivoslykova, L.V., & Anikejeva, I.G. (2020). Synchronous personal method of language studying speech behavior in implicit pragmalinguistics. *XLinguae*, 13(4), 81-90.

Информация об авторах:

Заславнов Дмитрий Александрович - аспирант 3-го курса специальности 5.9.8. «Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика», Донской государственной технической университет (Ростов-на-Дону, Россия). ORCID: 0000-0002-7671-7919

Матвеева Галина Григорьевна - доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры «Интегративная и цифровая лингвистика» Донского государственного технического университета (Ростов-на-Дону, Россия). ORCID: 0000-0002-6407-4274

Получено: 10 мая 2023 г.

Принято к публикации: 17 июня 2023 г.

BLOGGERS' SPEECH BEHAVIOR: ANALYSIS AND DIAGNOSIS OF PERSONAL TRAITS FROM THE PERSPECTIVE OF IMPLICIT AND FUNCTIONAL PRAGMALINGUISTICS

Dmitry A. Zaslavnov

Don State Technical University

(Rostov-on-Don, Russia)

Zaslavnov@gmail.com

Galina G. Matveeva

Don State Technical University

(Rostov-on-Don, Russia)

gegemat2337633@rambler.ru

Abstract: The aim of this paper is to present a comprehensive methodology for conducting both traditional and modified content analysis using transcripts of spoken language from video bloggers as source material. The specific focus of this research centers around video content dedicated to reviewing retro automotive vehicles. The authors delve into two fundamental branches of pragmalinguistics, namely the implicit and functional aspects, while also detailing the analytical techniques employed within these paradigms. The practical application of these methods is illustrated using the oral speeches of the blogger Alexander Chikunov as a case study, providing a clear and tangible demonstration of the process for diagnosing individual personality traits. The initial phase involves an analysis of the material through the lens of implicit pragmalinguistics, encompassing the frequency analysis of speech patterns within the context of selected linguistic strategies, coupled with rigorous statistical data processing. The outcomes pertaining to a specific blogger are subsequently juxtaposed against data from other bloggers within the same genre, thereby facilitating the identification of shared, stereotypical, and unique personality characteristics attributed to the blogger. Moving forward, this article highlights individual traits of the blogger, which were discerned through traditional content analysis techniques. Finally, the study involves an insightful interpretation of the acquired data, culminating in the development of a nuanced portrait of Alexander Chikunov's speech behavior. A notable aspect of this research lies in its pioneering effort to discern and systematize linguistic features exclusively found within the domain of video blogs. This is achieved by utilizing unscripted spoken language from bloggers as empirical evidence, adding a distinctive dimension to the study's scientific novelty.

Keywords: speech signs, choice of speech signals, fragments of speech portraits, implicit pragmalinguistics, functional pragmalinguistics, speech impact strategies, speech plan, video bloggers.

How to cite this article: Zaslavnov, D.A., Matveeva, G.G. (2023). Bloggers' Speech Behavior: Analysis and Diagnosis of Personal Traits from the Perspective of Implicit and Functional Pragmalinguistics. *Professional Discourse & Communication*, 5(3), pp. 126–142 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-3-126-142>

About the author

Dmitry A. Zaslavnov is a third-year Ph.D. student specializing in theoretical, applied, and comparative linguistics at Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russia). ORCID: 0000-0002-7671-7919

Galina G. Matveeva is Dr. Sci. (Philology), Professor in the Department of Integrative and Digital Linguistics at Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russia). ORCID: 0000-0002-6407-4274.

Received: May 10, 2023.

Accepted: June 17, 2023.