

ISSN 2687-0126

PROFESSIONAL DISCOURSE & COMMUNICATION

**Дискурс
профессиональной
коммуникации**

VOLUME 7 ISSUE 1
2025

Editor-in-Chief

Dmitry S. Khramchenko

MGIMO University, Moscow, Russia

Editorial Board

Biljana Marić

University of Belgrade, Serbia

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

Dragana Popovic

University of Novi Sad, Serbia

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

Galina V. Sinekopova

Eastern Washington University, USA

Ali Dabbagh

Gonbad Kavous University, Iran

Geoffrey M. Maroko

Machakos University, Kenya

Anna Wing Bo Tso

The Hang Seng University of Hong Kong

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

Биляна Мариц

доктор филологических наук, профессор кафедры
славистики, филологический факультет,
Белградский университет, Сербия

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

Синекопова Галина Васильевна

кандидат филологических наук, профессор,
Восточный Вашингтонский университет, США

Драгана Попович	доктор филологических наук, доцент кафедры славистики, философский факультет, Новисадский университет, Сербия
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
Али Даббаг	PhD, доцент кафедры иностранных языков, Университет Гомбеде-Кавус, Иран
Джеффри Мароко	PhD, профессор прикладной лингвистики, Университет Мачакоса, Кения
Анна Тцо	PhD, профессор, заведующий кафедрой английского языка, Хэнг Сэн университет Гонконга

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

Introduction to Volume 7 Issue 1	7
Editor-in-Chief Dmitry S. Khramchenko	

Original article

Contextually Determined Coherence as a Backbone to Discourse Typology	9
by Elena S. Solntseva	

Functions of Enumerations in Promotional Academic Discourse: Inquiry into Graduate Program Announcements	34
by Irina P. Khoutyz	

The Variational Potential of the German Proverb 'Geld allein macht nicht glücklich' in Economic Media Discourse	50
by Elvira L. Shubina, Tatyana A. Pugacheva	

Potential of Artificial Intelligence Tools for Text Evaluation and Feedback Provision	70
by Svetlana V. Bogolepova	

Principles of Developing a Chinese-Russian Polysemantic Dictionary as a Means of Improving Interpretability of Neural Machine Translators	89
by Elena V. Chistova	

Modification of Online Communication in the Context of Culturally Determined Features of Communicative Behavior	108
by Svetlana V. Ivanova, Oxana E. Nosova	

Содержание

Слово главного редактора	7
Храмченко Д.С.	
Оригинальные статьи	
Контекстуально обусловленная когерентность как основа типологии дискурсов	9
Солнцева Е.С.	
Функции перечислений в рекламном академическом дискурсе: анализ объявлений о магистерских программах	34
Хутыз И.П.	
Вариативный потенциал немецкой пословицы «Geld allein macht nicht glücklich» в экономическом медиадискурсе Германии	50
Шубина Э.Л., Пугачева Т.А.	
Возможности инструментов искусственного интеллекта для проверки письменных работ и формулировки обратной связи	70
Боголепова С.В.	
Принципы разработки китайско-русского словаря многозначной лексики в качестве обучающего корпуса для нейросетевого машинного перевода	89
Чистова Е.В.	
Модификация культурно-обусловленных особенностей профессиональной коммуникации в контексте онлайн-общения	108
Иванова С.В., Носова О.Е.	

INTRODUCTION TO VOLUME 7 ISSUE 1

Dmitry S. Khramchenko, Editor-in-Chief

As we begin the year 2025, *Professional Discourse & Communication* presents its first issue of Volume Seven, continuing the journal's dedicated focus on the linguistic and pedagogical aspects of professional and institutional communication. Volume 7 Issue 1 brings together a collection of substantial research papers and empirical studies, each rigorously exploring the sphere at the intersection of language, technology, and professional practices. These articles offer both theoretical advancements and applied findings, directly relevant to researchers and practitioners in the numerous fields of professional discourse and language pedagogy.

The issue covers such topics as rhetorical persuasion, discourse typology, the impact of digitalization on professional interactions, re-evaluation of traditional professional communicative norms in response to technological advancements and changing societal expectations, as well as cross-cultural and cross-linguistic communication challenges, particularly in machine translation and international academic outreach. The articles collectively encompass academic promotional discourse, language teaching and educational discourse, economic media discourse, and online business communication.

Elena Solntseva's opening article, "*Contextually Determined Coherence as a Backbone to Discourse Typology*," tackles a fundamental theoretical problem of establishing a robust typology for all the different forms of discourse encountered in professional situations. The author proposes a novel and systematic approach, centering on contextually predetermined coherence as the foundational principle for a comprehensive typology. Her work meticulously differentiates cognitive-semantic, -pragmatic, and -structural coherence, offering a powerful analytical tool for scholars of functional linguistics, pragmatics, semantics, and semiotics, seeking to classify and understand the varied nature of professional communication. This article provides a crucial theoretical grounding for further applied research in this journal's scope.

Building upon this theoretical base, Irina Khoutyz's study, "*Functions of Enumerations in Promotional Academic Discourse: Inquiry into Graduate Program Announcements*," offers a detailed analysis of a very specific professional genre: academic program announcements. Focusing on graduate program promotions from leading Russian universities, the author uses a mixed methodology to reveal the linguistic functions of enumeration from a strategic perspective. The presented findings demonstrate how enumeration acts as a crucial rhetorical device in this genre to describe program features, clarify benefits, and positively impress international applicants. Irina Khoutyz's research directly addresses the communicative strategies of creating a pragmatic effect of persuasion in academic promotional discourse, a vital, yet often overlooked, area in professional communication studies.

Moving into the ever-complex area of media and professional language use, Elvira Shubina and Tatyana Pugacheva contribute "*The Variable Potential of the German Proverb 'Geld allein macht nicht glücklich' in the German Economic Media Discourse*." Their article examines the linguistic adaptability of a well-known proverb in German economic

journalism. Through corpus analysis, they identify and categorize various modifications of the proverb, demonstrating its communicative flexibility and persuasive pragmatic load in conveying economic commentary to a broad public. This study highlights the skillful deployment of figurative language in professional media discourse and its connection to cultural perceptions.

Turning to the transformative influence of technology, Svetlana Bogolepova's article, *"Potential of Artificial Intelligence Tools for Text Evaluation and Feedback Provision,"* investigates the practical implications of generative AI in the educational sphere. Through a systematic review of current research, the author comes up with a balanced evaluation of AI's capacity to assess student writing and deliver feedback in foreign language instruction. Her analysis clarifies both the potential benefits and inherent limitations of AI tools in professional educational practices, emphasizing the undeniable importance of human expertise in guiding and refining technology's role in verbal interactions. This article speaks directly to the constantly enlarging toolkit of modern professional educators.

Continuing with the theme of technological influence on professional language, Elena Chistova's study, *"Principles of Developing a Chinese-Russian Polysemantic Dictionary as a Means of Improving Interpretability of Neural Machine Translators,"* addresses a critical problem of cross-language professional communication: machine translation of polysemous words. Focusing on the demanding Chinese-Russian language pair, the author proposes innovative principles for creating specialized dictionaries designed to enhance the accuracy and interpretive power of neural machine translation systems. The article directly deals with the linguistic complexities of automated translation and provides concrete strategies for improving human-machine communication.

Finally, Svetlana Ivanova and Oxana Nosova's article, *"Modification of Culturally Determined Features of Professional Communication in the Context of Online Communication,"* examines the transforming cultural norms in online professional verbal interactions. Analyzing financial teleconference transcripts from a major American corporation, they explore how online platforms are modifying culturally ingrained aspects of anglophone business communication, specifically focusing on the concept of 'distancing.' The authors' research reveals a noticeable trend toward less formal and more immediately engaged communication styles in digital professional discourse, which reflects the functional-pragmatic evolution in professional communicative conduct.

We extend our sincere appreciation to all the authors for their significant contributions to this volume. We are confident that the research presented here will offer valuable reading for academics, practitioners, and anyone interested in the field of professional discourse and communication.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-9-33>

КОНТЕКСТУАЛЬНО ОБУСЛОВЛЕННАЯ КОГЕРЕНТНОСТЬ КАК ОСНОВА ТИПОЛОГИИ ДИСКУРСОВ

Е.С. Солнцева

*Санкт-Петербургский государственный университет
shelestelena@yandex.ru*

Аннотация: В ходе лингвистического изучения дискурса обнаруживается чрезвычайно большое многообразие его типов, затрудняющее их классификацию на единой и универсальной основе. Возникает необходимость изменения подхода к принципам типологизации дискурсов, и этим обусловлена актуальность настоящего исследования. Целью статьи стала разработка комплексной типологии на основе когерентных связей, которые можно обнаружить в дискурсах с учетом специфики таких контекстов их существования и развития, как тема, автор, коммуникативная интенция, форма реализации и масштаб распространения. Материалом послужили различные типы дискурсов, функционирующих в русскоязычной среде, в частности, профессиональные: научный, медицинский, экономический, медиадискурс и другие. Методология исследования включает комплексный подход, сочетающий методы наблюдения за дискурсивными практиками, интерпретации когерентных связей, систематизации выявленных типов дискурсов и их классификации на основе предложенных критериев. Общее основание типологии дискурсов в данной работе определяется при учете специфики когерентности дискурса по сравнению с когерентностью текста. Когерентность дискурса понимается как динамическая система смысловых, коммуникативных и структурных связей, детерминированных контекстом и выходящих за рамки статичных текстовых единиц. В статье определены и концептуально обоснованы следующие виды когерентности дискурса: когнитивно-семантический, когнитивно-прагматический и когнитивно-структурный, каждый из которых детерминирован релевантным контекстом существования и развития дискурса. Контекстуально обусловленная когерентность рассматривается как категория, утверждающая взаимную согласованность, наличие взаимосвязей между компонентами дискурсивной системы, текстом и контекстом, и это легло в основу представленной классификации различных типов дискурсов. Семантическая когерентность определяется контекстом «тема», задающим содержательное единство; прагматическая – контекстами «автор» и «интенция», определяющими коммуникативную направленность; структурная – контекстами «форма» и «масштаб», формирующими организацию дискурсивного пространства. Основным результатом исследования стала разработанная автором классификация дискурсов, визуализированная в виде иерархической схемы, демонстрирующей взаимосвязи контекстов и соответствующие им типы дискурсов, а также ключевые зависимости и противопоставления. Предложенная типология обладает широким потенциалом практического применения с целью анализа и классификации

широкого спектра дискурсов, включая профессиональное речевое взаимодействие, а также для разработки методологических основ дискурсивного анализа и совершенствования преподавания теории дискурса в лингвистическом образовании.

Ключевые слова: дискурс, типология, классификация, когерентность, контекст, русский язык.

Для цитирования: Солнцева, Е.С. (2025). Контекстуально обусловленная когерентность как основа типологии дискурсов. *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(1), 9–33. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-9-33>

1. ВВЕДЕНИЕ

Необходимость в типологии дискурсов возникла с момента обращения к самому понятию «дискурс». В попытках решить проблему общего основания типологии и составления полной и всеохватной классификации видов дискурса ученые обращались к самым разным подходам.

Первоначально одним из основополагающих критериев типологии дискурсов стало принципиальное для лингвистики противопоставление устной и письменной форм речи (Чейф, 1975), далее в дополнение к этой оппозиции в русле идей психолингвистики было обосновано понятие мысленного дискурса (Выготский, 2019), и наконец, с точки зрения современной коммуникации говорят и о виртуальной форме существования дискурса. Другой подход к типологии дискурсов отталкивается от жанровой природы общения и предполагает некоторую аналогию между жанровой спецификой текстов и дискурсов (Biber et al., 2007). Тем не менее, говоря о жанрах, необходимо так или иначе разграничивать жанры текста и жанры дискурса, так как установление равенства между этими понятиями означало бы отрицание специфики дискурса как таковой.

Большое внимание уже уделялось обзору комплексных классификаций дискурсов и входящих в них текстов. В работе «Типологический аспект дискурса» А.А. Карамова приводит перечень различных оснований классификации, предложенных в разные периоды времени отечественными и зарубежными исследователями. В качестве оснований для классификации упоминаются, например, «канал передачи информации», «тип носителя информации», «жанровые характеристики», «семантическое содержание», «сфера общения» и др. Однако по замечанию автора, «многие основания пересекаются, часто однотипным дискурсам присваиваются разные формулировки» (Карамова, 2017, с. 364). Автор предлагает считать самым главным основанием в типологии дискурсов сферу коммуникативной деятельности, которая определяет тему (содержание) дискурса. При таком подходе можно выделить религиозный, экологический, публицистический, научный и другие типы дискурсов. Кроме того, дискурсы могут подразделяться по жанровому критерию, по характеру субъекта, по временному плану и по национально-культурному параметру (Карамова, 2017, с. 362–366). Тем не менее, предложенная концепция не учитывает специфики дискурса по сравнению с текстом. Классификации по жанровому критерию, по тематическому принципу или по временному плану в равной степени относятся и к классификации текстов, к их семантико-стилистическому анализу.

Далее был предпринят еще ряд попыток систематизировать процесс типологизации дискурсов (Воркачев, Воркачева, 2019; Клементьева, 2020; Косова, Волкова, 2021). Однако общее основание для подобной классификации так и не было найдено. Более поздние исследования обращаются к типологиям внутри отдельного вида дискурса: типологии политического дискурса (Соболев, 2019), PR-дискурса (Казиева, 2020), художественного дискурса (Трубникова, 2020), типологии экологического дискурса (Авгиненко, 2021), медиадискурса (Горбакава, 2022), юридического дискурса (Гунина, 2021), семейного дискурса (Понкратенкова, 2022) и др. Кроме того, в последние годы ряд исследователей обращается к систематизации различных средств построения дискурса (Степанова, 2021; Трухин, 2021; Лю, Ши, 2022).

Тем не менее, общее основание типологии дискурсов есть и может быть обнаружено при учете специфики дискурса по сравнению с текстом. Дискурс определяется как «коммуникативное событие; текст(ы) в их неразрывной связи с ситуативным контекстом» (Чернявская, 2007, с. 147). Кроме того, дискурс интерпретируется как инструмент в сфере социальных практик и изучается «в теснейшей связи с конкретными субъектами, с особенностями ситуаций и социальных институтов в контексте мотивов, целей, установок, условий и средств взаимодействия людей» (Екшембеева и др., 2015, с. 89). Важным для данного исследования стало понимание дискурса не столько как процесса, сколько как результата. С этой точки зрения, дискурс мыслится как несколько высказываний, текстов, а также нетекстовых элементов, объединенных контекстом. Не отрицая разнообразие подходов к определению понятия дискурс (Темнова, 2004), настоящее исследование скорее обращается к тем факторам, которые эти определения объединяют, а именно к специфике дискурса, состоящей в обязательном учете контекста при любом исследовании дискурсов, в том числе и при составлении их типологии.

С учетом разновидностей контекста, дискурсы подразделялись на социолингвистические и прагматическо-лингвистические (Карасик, 2004). С позиции социолингвистики, то есть в зависимости от того, кто ведет дискурс, выделялись два основных типа: персональный (личностно-ориентированный) и институциональный. Личностно-ориентированный дискурс представлен двумя основными разновидностями: бытовой и бытийный. Институциональный дискурс включает в себя различные типы дискурса в опоре на то, какой институт ведёт данный тип дискурса. Выделялись педагогический, медицинский, научный, политический, религиозный дискурсы. С точки зрения назначения дискурса, то есть с позиций прагматики, дискурсы подразделялись на юмористические и ритуальные (Карасик, 2004). Однако подобная классификация, хоть и учитывает контекст, не охватывает всех его проявлений в дискурсе и не может считаться полной.

При обращении к понятию контекст можно выделить два определения в рамках исследования дискурсов. **Контекст** это 1) условия осуществления дискурса (макроконтекст, глобальный контекст), и 2) когнитивный конструкт (Елькина и др., 2019, с. 144). Выделяются следующие виды контекстов: текстуальный контекст; надтекстуальный / интертекстуальный контекст; интердискурсивный контекст; межличностный контекст; ситуационный контекст; коммуникативный контекст; этнокультурный контекст; контекст локальных интеракций; когнитивный контекст и др. Контекстом в широком смысле слова называется «синхронизированное знание» участников коммуникации, а пересечение этих знаний в процессе коммуникации является условием актуализации дискурса. С когнитивной точки зрения, все эти разновидности контекста подразумевают у участников коммуникации наличие знаний

о разных условиях протекания дискурса: кем он ведется, на какую тему, зачем и как. О важности учета именно когнитивного контекста говорится в работе Е.Р. Корниенко (Корниенко, 2019, с. 379-380). Контекст – это то, что обуславливает связи между различными составляющими коммуникации. Контекстуальные связи являются неотъемлемой функцией языка постольку, поскольку сам язык отражает связи описываемой им реальности (Колшанский, 2009, с. 15-16).

Коммуникация в целом или же отдельные её составляющие, как тексты, нетекстовые компоненты (изображения, видео, аудио), только тогда будут связаны и только тогда станут единым дискурсом, когда будут иметь общий контекст – общие условия существования данного дискурса (событие, время, место, участники коммуникации, канал связи и пр.). Таким образом, можно установить взаимозависимость между контекстом и когерентностью, разнообразными связями в дискурсе, так как одно не может существовать без другого: именно контекст обуславливает те когерентные отношения, которые формируют данный дискурс, или компоненты дискурсивной системы становятся связанными тогда и только тогда, когда попадают в один контекст.

Обратим внимание на два события, которые на первый взгляд никак друг с другом не связаны: жизнь президента Шри-Ланки Готабайи Раджапаксы и дом в Томской области. Каким общим контекстом они могут быть связаны? За счет чего реализуется их когерентность? Связующим звеном здесь стал контекст «тема», а именно «пожар». Новости издания «Аргументы и Факты» за июль 2022 г. освещали два схожих события – пожар, произошедший как в доме в Томской области, так и в резиденции президента Шри-Ланки (При пожаре в частном доме в Томской области погибли семь человек, 2022; В соцсетях появились кадры из сгоревшего дома премьер-министра Шри-Ланки, 2022).

Таким образом, целью исследования стала выработка комплексной типологии дискурсов на основе когерентных связей, которые можно обнаружить в дискурсах с учетом специфики различных контекстов их существования и развития. Актуальность обусловлена сформировавшимся многообразием дискурсов и, как следствие, необходимостью изменения подхода к принципам их классификации. Научная новизна состоит в комплексном подходе к проблеме типологии дискурса и установлении принципа контекстуально обусловленной когерентности как единой и общей основы для распределения дискурсов по их типам. Контекстуально обусловленная когерентность как основополагающая категория, утверждающая взаимную согласованность, наличие взаимосвязей между частями дискурсивной системы – текстом, нетекстовыми (экстралингвистическими) компонентами и контекстом, – обнаруживает дискурсивную специфику в сравнении с текстовой и позволяет объединить разные подходы к анализу дискурсов.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Первоначально термин **когерентность** вошел в лингвистику текста как синоним **цельности** для описания глобальных (тематических) связей текста, основанных на соотношении текста с ситуацией. С другой стороны, термин **когезия** употреблялся как синоним **связности** и подразумевал локальные (формально-грамматические и лексические) связи текста, основанные на цепочках номинаций, лексических повторах, вводных словах и др. Хронология изучения связей в тексте в целом началась с изучения именно *связности (когезии)*, то есть в большей степени формальных, структурных характеристик, делающих текст текстом. Рассмотрение понятий «связности» и «цельности» текста берут свое начало в работе

советского и российского лингвиста А.А. Леонтьева 1974 г. «Признаки связности и цельности текста». На тот момент по указанию автора «аппарат современной лингвистики текста пригоден лишь для анализа связности» (Леонтьев, 1974, с. 168-172).

В 1976 г. к проблеме когезии текста обратились М.А.К. Халлидей и Р. Хасан (Halliday, Hasan, 1976). Они рассмотрели ее как основную категорию, обуславливающую связь между частями текста, и выделили разновидности этой связи: анафорическая или катафорическая референция и лексическая кореференция.

Далее в 1977 г. Т.А. ван Дейк обращается к контексту как одному из основных факторов, определяющих формирование текста, и рассматривает локальную и глобальную связность (Van Dijk, 1977), то есть обращается уже в большей степени не к формальным показателям связей в тексте, а к смысловым. Т.А. ван Дейк вводит свою модель когерентности, включающую семантический и прагматический аспекты.

В работах американского лингвиста текста и аналитика дискурса Р.-А. де Богранда и его австрийского коллеги В. Дресслера описаны семь критериев текстуальности – свойства, без которых текст не мыслится как текст (de Beaugrande, Dressler, 1981), среди которых важнейшее место отводится именно двум смежным критериям – когезии и когерентности. В тот же период над проблемой взаимоотношений цельности и связности работали отечественные лингвисты О.И. Москальская (Москальская, 1981) и И.Р. Гальперин (Гальперин, 2005). За рубежом этими вопросами занималась Р. Хасан (Hasan, 1984, р. 181-219). Позже понятия «связности» и «цельности» были рассмотрены в труде отечественных лингвистов текста Л.Н. Мурзина и А.С. Штерн (Мурзин, Штерн, 1991) и немецкого исследователя Г. Рикхайта (Rickheit, 2000). Результатом комплексных исследований стало распространение подхода к анализу связей в тексте на дискурс и формирование понятий локальной и глобальной связности текста и дискурса как синонимов понятий «когезии» и «когерентности» соответственно (Жучкова, 2014). Первенство в установлении объединяющего фактора для текстов и дискурсов осталось за когерентностью (=глобальной тематической связностью, цельностью).

Кроме того, важной частью формирования когерентности (цельности) текста стали когнитивные процессы автора и реципиента. В конце XX в. в работе Т. Трабассо и др. было сделано важное дополнение: в конечном счете связи определяются тем, возможно ли установление причинно-следственных отношений между двумя событиями на основе знания об этих событиях, то есть указывается на когнитивную природу связности (Trabasso et al., 1982). Далее это было отмечено в работе В.Е. Чернявской: «Признавая, что когерентность (или цельность, в другой терминологии) – это то качество, которое конструируется (должно реконструироваться!) реципиентом, текст возможно и необходимо рассматривать как механизм, «запускающий» когнитивные процессы его восприятия. Когерентность не статичное, раз и навсегда данное качество текста, но когнитивный процесс, в котором интерпретирующему субъекту, реципиенту принадлежит активная роль в раскрытии текстового (коммуникативного) назначения... Целостность текста может и должна быть объяснена только при учете его контекстуальных связей и зависимостей, социокультурного, психологического, исторического и прочих факторов, сплетенных с собственно лингвистическими» (Чернявская, 2007, с. 310). Эти предпосылки верны не только для текста, но и для дискурса.

Описывая когерентность дискурса, современные исследования во многом продолжают опираться на традицию рассмотрения когерентности текста. Это неудивительно, так как дискурс состоит в своей основе именно из текстов. О связности именно на уровне текста также говорится в работе о связности дискурса: «Различные способы связности в дискурсе (интонационно-ритмический, логический, семантический, формально-грамматический)

взаимодействуют друг с другом и потому изучаются и в лингвистике текста, и в теории дискурса комплексно: способы прономинализации, различные виды повторов, связующая роль служебных слов и предложений и др. К грамматическим средствам межфразовой связи относят соотношенность видовременных форм сказуемых, порядок слов в предложении, синтаксический параллелизм конструкций и синтаксическую неполноту предложений» (Дудникова, 2015, с. 294-299).

Новейшие исследования когерентности проводились в медиадискурсе на материале спортивного комментирования, то есть устного дискурса. Как отмечается в работе М.О. Калиниченко, «спортивный комментатор несет повышенную когнитивную нагрузку, пытаясь выстроить устный и спонтанный связный текст», то есть построение связного текста требует усилий. Также важным для установления связей в спортивном дискурсе становится интердискурсивность в форме его пересечения с медийным дискурсом (Калиниченко, 2023, с. 3). В работе проводится классическое разграничение понятий когезии и когерентности применительно к дискурсу: «Когезию дискурса можно маркировать и воспринимать с помощью языковых единиц – например, дискурсивных маркеров. Когерентность дискурса можно проследить через пресуппозиции и логические следствия, т.е. иллокутивные силы сообщения, а не просто локуцию. Иными словами, когезия обусловлена единицами внутри текста; когерентность – всем текстом» (Калиниченко, 2023, с. 85). Как видится из исследования, когерентность медиадискурса так или иначе рассматривается на основе когерентности медиатекста.

Кроме того, одно из недавних исследований когезии и когерентности в профессиональной коммуникации осуществлено в сфере академического дискурса. Изучаются трудности, с которыми сталкиваются студенты-носители китайского языка при построении когерентной речи в процессе написания эссе на английском языке (Тсо, 2024). В другой работе последних лет изучается кинодискурс так же в опоре на кинотекст (Цинь, 2023), то есть в большинстве случаев существенных различий между текстом и дискурсом не проводится, текст считается простой составляющей дискурса. Подобная аналогия стала возможной при утверждении когнитивной природы дискурса и связей, существующих внутри него. Однако когерентность дискурса в сравнении с когерентностью текста обнаружила ряд особенностей.

Когерентность дискурса по определению Е.А. Кожемякина мыслится как комплекс связности и целостности, как «системное и нелинейно функционирующее единство речемыслительных действий, направленных на (вос)производство смыслов» (Кожемякин, 2013, с. 123). Разного рода связи возникают в дискурсе по мере проблематизации действительности и поиска ответов на поставленные вопросы между такими параметрами, как «предметная область, цели, языковые средства и речевые акты, когнитивные механизмы, специфика текстов, специфичные контексты реализации, характеристики коммуникативных ситуаций». Связи в дискурсе неоднородны и зависят как от ментальных усилий говорящего как субъекта коммуникации, так и от реципиента (Там же).

Специфика когерентности дискурса состоит в наличии разного рода связей (смысловых, коммуникативных, структурных), которые предопределены контекстом (Солнцева, 2021). Если взять за основу когерентности в целом (как общей категории, задающей наличие любых связей в дискурсе) когнитивный аспект, то различные виды связей в дискурсе будут подчинены этой когнитивной природе, то есть установление связей разного рода в дискурсе зависит от наличия соответствующих знаний у участников коммуникации в данном дискурсе. В этом случае можно говорить о таких видах когерентности дискурса, как когнитивно-семантическая, когнитивно-прагматическая и когнитивно-структурная.

В целом, по результатам предыдущих исследований для настоящего исследования стали релевантными следующие основные положения:

- 1) Единое основание для создания типологии дискурсов на данный момент отсутствует.
- 2) Дискурс как комплекс связанных между собой текстовых и нетекстовых (экстралингвистических) составляющих специфичен по сравнению с текстом в том числе тем, что обязательным условием его существования и развития становится контекст.
- 3) Дискурс конструируется за счет наличия в нем связей разного рода, определяемых общим термином когерентность.
- 4) Когерентность – когнитивное свойство дискурса, основанное на установлении автором и реципиентом семантических, прагматических и структурных связей между текстом и нетекстовыми составляющими дискурса.

Из этих положений следуют выводы о том, что контекст становится связующим звеном в дискурсе и отличает дискурс от текста. Дискурс – это своеобразная когнитивная система, включающая в себя тексты и нетекстовые, экстралингвистические компоненты (изображения, видео, аудио), объединенные за счет существования в определенном едином для них контексте. Именно контекст как условие осуществления дискурса дает основу его когерентности. Контекстуально обусловленная когерентность – тот единый принцип, на котором может строиться единая и общая типология дискурсов.

3. МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Цель работы – определение единого основания классификации дискурсов и составление обобщенной типологии дискурсов – обусловила выбор материалов и методов исследования. Прежде всего в теоретической части стало необходимо изучение существующих теоретических положений по анализу различных типов дискурсов и системное представление результатов. В ходе теоретических изысканий была предпринята попытка ответить на вопрос о том, какой же параметр или свойство дискурса в целом определяет его специфику по сравнению с другими языковыми единицами. Контекстуально обусловленная когерентность была определена как основополагающий принцип для классификации различных видов дискурсов.

После изучения исходных предпосылок были сформулированы основные положения, релевантные для проведения дальнейшего практического исследования. Материалом анализа в практической части послужили примеры различных типов дискурсов: личностные и институциональные (научный, медицинский, экономический, медиадискурс и др.), интенциональные (аргументативный, персуазивный, полемический, рекламный, образовательный и др.), дискурсы на разные темы (дискурс о пандемии, дискурс о Петре I, об А.С. Пушкине), дискурсы по определенным проблемам (экологический или социально-экономический дискурс), а также дискурсы разных форм (устный, письменный, виртуальный) и масштабов (локальные и глобальные). В рамках данной работы рассматриваются дискурсы на русском языке.

Общий объем анализируемых дискурсов составил около 1000 единиц современных сетевых ресурсов разных стилей и жанров за период с 2018 по 2024 гг.: новостные ресурсы (РИА Новости, Российская газета, ТАСС, Первый канал, ВКонтакте), ресурсы компаний (Яндекс, Сбербанк), агрегаторы результатов научных исследований (eLibrary, ResearchGate), сайты образовательных учреждений России (МГИМО, РУДН, СПбГУ), сайты городских администраций. В качестве примеров устного дискурса использовались материалы личных бесед.

В ходе практической части в качестве основных методов исследования были использованы метод наблюдения, интерпретации, систематизации и классификации различных типов дискурса. В указанных разнообразных видах дискурсов подробнее изучались средства выражения когерентности, которые были обусловлены именно контекстом. Были изучены различные контексты, влияющие на формирование когерентности в дискурсе. Основным итогом стало наглядное представление результатов систематизации и анализа теоретических предпосылок и практических исследований в виде общей схемы, на которой сгруппированы основные контексты, влияющие на когерентность дискурса, и разные виды дискурсов, входящие в каждую группу. Получившаяся схема подробнее рассмотрена и описана в следующем разделе.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Различные виды контекста обуславливают различные виды когерентности в дискурсе. Среди всех возможных контекстов, связывающих части дискурсивной системы, наиболее общими и очевидными являются такие контексты существования и развития дискурса, как тема, интенция, автор, форма и масштаб. Эти виды контекста определены знаниями участников дискурса о содержании и форме данного дискурса, благодаря этим знаниям участники дискурса устанавливают когнитивно-семантические (тема), когнитивно-прагматические (интенция, автор) и когнитивно-структурные (форма, масштаб) связи между составляющими дискурса.

Чтобы однозначно определить место данного типа дискурса в системе, необходимо ответить на пять основных вопросов о том, за счет чего данный контекст обеспечивает когерентность данного дискурса. На основании ответов на эти вопросы можно судить о специфике когерентности того или иного дискурса и, в конечном счете, составить типологию дискурсов. Типология дискурсов, составленная на основе контекстуально обусловленной когерентности, представлена наглядно на следующей схеме (рис.1):

4.1. Контекст 1: Тема

Семантически когерентность дискурса обеспечивается наличием определенной центральной проблематики дискурса. Под такой проблематикой понимается тема, то есть некая проблема, событие или личность, о которых идет речь и материалы с упоминанием которых тематически связывают все части дискурса (тексты, фото, видео и др.) в единый дискурс. В этом контексте задается вопрос «Что стоит в центре дискурса?». Это вопрос о том, что связывает данный дискурс тематически, о чем или о ком идет речь в данном дискурсе. Тематическая связанность всех компонентов дискурса прослеживается в характере номинаций участников и описываемых явлений.

С одной стороны, тема дискурса может мыслиться как **событие**: дискурс чемпионата мира по футболу 2018 в России был представлен, в том числе, данными итоговой турнирной таблицы группового этапа на сайте «Чемпионат» (Турнирная таблица – ЧМ-2018 – финальный раунд 2018, n.d.) и ее активным обсуждением в официальной группе ЧМ-2018 ВКонтакте, а дискурс пандемии был представлен многочисленными фейковыми новостями: псевдомедицинскими советами; народными или религиозными рецептами; алармистскими предупреждениями; паническими «свидетельствами» о происходящем от первого лица и др. (N+1: Энциклопедия коронавируса слухов и фейков, n.d.).

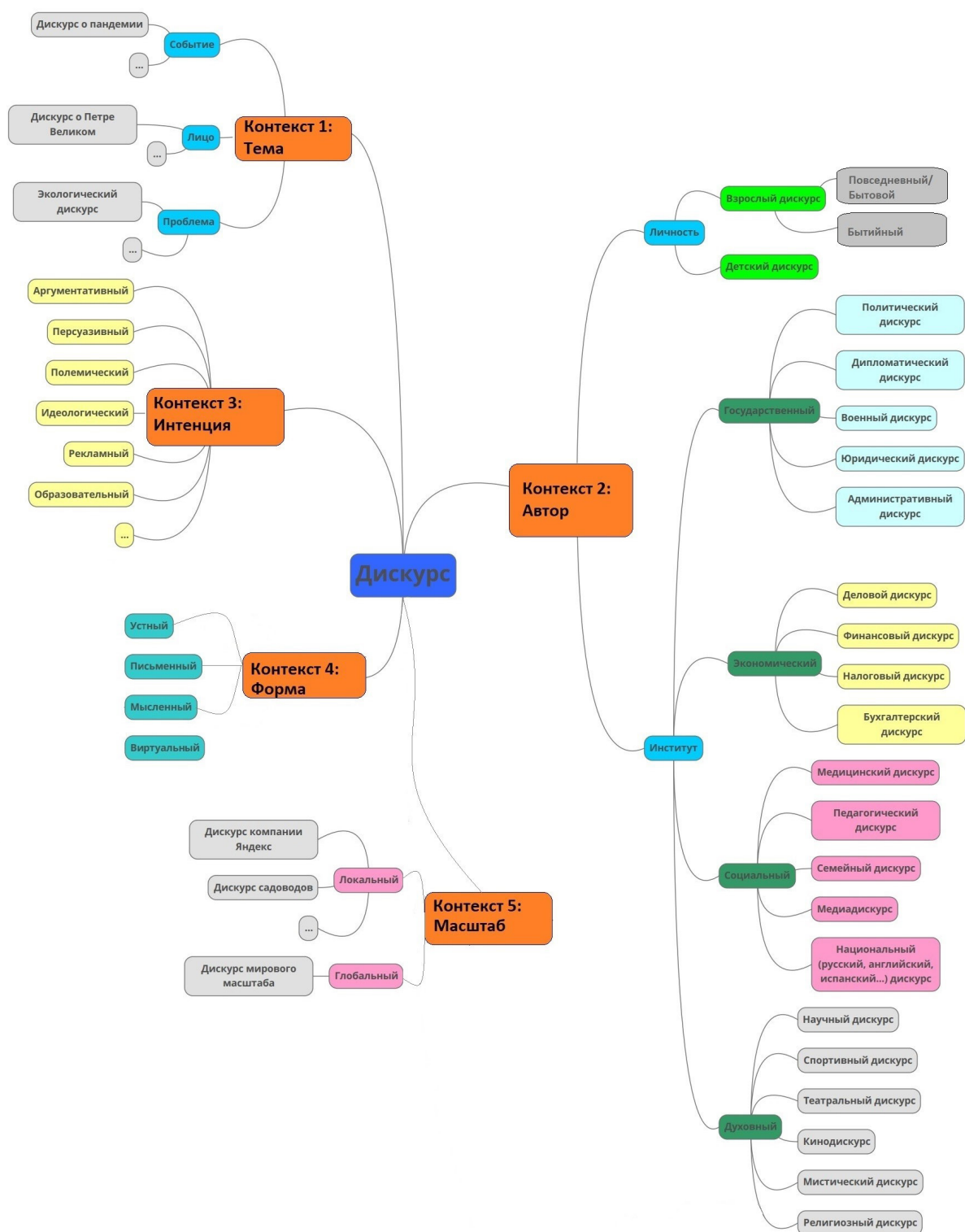


Рис. 1. Типология дискурсов на основе контекстуально обусловленной когерентности.

Когерентность событийного дискурса будет выражаться использованием кореферентных цепочек номинаций, которые отсылают к событию. Например, в статьях о футболе упоминаются «команда», «сборная», «матч», «чемпионат», «тренер» и пр. (Турнирная таблица – ЧМ-2018 – финальный раунд 2018, n.d.; Путин выразил соболезнования королю Карлу III в связи со смертью Елизаветы II, 2022; В РФС назвали цель сборной России на 2019 год, 2018; Невинная, 2024; Санкт-Петербургский Международный Форум Труда,

n.d.; Сиразиев, 2018). В статьях о пандемии часть номинаций связана с медициной: «*патоген*», «*инфекция*», «*штамм*», «*вирус*», «*инфекция*», «*здравоохранение*», «*профилактика*» (Невинная, 2024; Путин выразил соболезнования королю Карлу III в связи со смертью Елизаветы II, 2022; Пушкин может быть мостом между людьми, заявил американский поэт, 2024; Пандемия COVID-19 приблизила человечество к следующему этапу технологической революции, 2022; Пандемия, n.d.). Тексты о пандемии становятся частью медиадискурса, а также профессиональных дискурсов, например, медицинского или научного в области микробиологии.

Также в центре дискурса может стать **проблема**. В работе 2024 г. рассматривается проблема «дистанционного мошенничества»: «Согласно официальным статистическим данным за последние 5 лет в России наблюдается рост количества преступлений, совершенных с использованием информационно-телекоммуникационных технологий (далее – ИТТ). Так, в 2018 г. их удельный вес составлял 8,77%; в 2019 – 14,5%, в 2020 – 24,9%, в 2021 – 25,8%, в 2022 – 26,5%.» (Гурова, 2024, с. 47). В этом случае когерентность дискурса прослеживается в таких номинациях, как «*схемы мошенничества*», «*метод*», «*киберпреступность*», «*потерпевший*», «*денежные средства*», упоминающихся во всех материалах, принадлежащих такому дискурсу (Внимание: дистанционное мошенничество!, 2023).

Наконец, в центре дискурса может быть **личность**, вокруг которой формируется обсуждение. Это может быть дискурс о Петре Великом или об А.С. Пушкине. Номинации лиц, становящихся центром этих дискурсов, включают «*последний русский царь*», «*первый Император Всероссийский*», «*Петр Великий*» (Петр I, n.d.; Жизнь петровского рекрута, n.d.; Культура.РФ, n.d.; Основание Санкт-Петербургского университета, n.d.) или «*Александр Пушкин*», «*великий русский поэт*», «*прозаик*», «*драматург*» (Быть Александром Пушкиным, n.d.; Культура.РФ, n.d.; Студенты РУДН – в «Диалоге с Пушкиным» в Государственной Думе РФ, 2022; Открытие памятника А.С. Пушкину в МГИМО, 2022). Примеры текстов об этих личностях можно найти как на образовательных и научных порталах, так и в медиа: «*Творчество великого русского поэта Александра Пушкина может служить мостом между людьми, поскольку оно гениально, а красота есть красота...*» (Пушкин может быть мостом между людьми, заявил американский поэт, 2024).

Исходя из этого, семантически когерентность дискурса определяется таким когнитивным контекстом, как тема, и в зависимости от того, что или кто находится в центре тематического развертывания дискурса, все дискурсы можно подразделить на событийные, личностные и проблемные.

4.2. Контекст 2: Автор

С точки зрения прагматических параметров дискурса, одним из самых важных когнитивных контекстов для установления когерентности в дискурсе становится автор. Вопрос «Кто ведет данный дискурс?» во многом определяет тематику дискурса, а также те средства, лингвистические (ключевые слова, лексические повторы, цепочки номинаций, синтаксические структуры и пр.) и экстралингвистические (ссылки на фото, видео и др. материалы по теме), которые будут использованы для связи частей данного дискурса. От того, кто осуществляет данный дискурс и зачем, насколько искусны эти авторы в использовании различных приемов, насколько их приемы оправданы для достижения заданных целей коммуникации,

будет далее зависеть форма и масштаб данного дискурса, а также его успех как соответствие результата ожиданиям. «Автор» как контекст существования и развития дискурса во многом определяет тему, интенцию, структуру и масштаб дискурса.

Реализовать дискурс может определенная **личность**, например, ребенок. Тогда дискурс будет охватывать тематику игр, игрушек, школьной жизни и т.п.: *«Мама, можно мне пойти погулять с друзьями? – Да, только будь осторожнее!»* (из личных бесед). Во взрослом дискурсе круг тем расширится и включит, например, обсуждение семейной жизни или работы: *«У нас вышла неожиданно живая дискуссия о том, как случился дефицит кадров и как из него будем выходить с конкретными примерами и уже почти готовыми планами»* (Санкт-Петербургский Международный Форум Труда, n.d.). С другой стороны, автором дискурса может выступать целый **институт**, как государство, общество, экономический институт или духовный (см. подробнее выше на схеме рис. 1). Здесь чрезвычайным интересом исследователей пользуются различные профессиональные дискурсы: юридический, академический, экономический и другие (Открытие памятника А.С. Пушкину в МГИМО, 2022). Например, бухгалтерский дискурс как разновидность экономического, выделим на основании наличия когерентных связей между всеми материалами о ведении бухгалтерии, например, путем корелативных цепочек номинаций объектов бухгалтерского учета: *«финансовый результат», «отчетность», «период», «стандарт», «организация»* (Бухгалтерский учет и отчетность, n.d.; Сокращенные результаты МСФО 2023 года, 2024; 1С:Предприятие, n.d.) и между всеми вовлеченными сторонами (работниками расчетных отделов). В электронных письмах в рамках одного такого дискурса будут присутствовать указания на события, объединенные индивидуальным контекстом, знакомым исключительно участникам этой коммуникации. Распознать подобный контекст могут только собственно вовлеченные стороны, а для третьих лиц понадобится дополнительное изучение контекста. Это, в частности, такие сочетания: *“как мы обсуждали во вторник”* или *“в отношении счета-фактуры №5578”*, *“по поводу заказа №179”* (Там же) и т.п., содержание которых в полной мере будет понятно только вовлеченным сторонам.

Деление дискурсов внутри каждого института становится довольно дробным и включает в себя дискурсы, объединенные по кругу обсуждаемых вопросов, т.е. по тематическому принципу, по семантике, а также по кругу участников, по тому, какие люди и организации вовлечены в производство данного дискурса.

4.3. Контекст 3: Интенция

С прагматической точки зрения, дискурсы могут также связываться и становиться когерентными на основании интенции, имплицитно подразумеваемой или эксплицитно обозначенной автором/авторами данного дискурса. Этим дается ответ на вопрос «Какова цель данного дискурса?». По когнитивно-прагматическим интенциональным установкам дискурсы могут подразделяться на аргументативные, персуазивные, рекламные, образовательные и др. (Романов, 1996; Анисимова, 2000; Григорьева, 2007) (см. подробнее выше на схеме рис. 1).

Так, **аргументативный** дискурс направлен на выстраивание доказательной базы в юридическом споре или логической последовательности в рассуждениях, когерентность такого дискурса будет проявляться в выборе лексических и грамматических средств установления логической связи: *«...если знание и разумная мысль будут иметь какой-нибудь предмет, то*

должны существовать другие реальности, [устойчиво] пребывающие за пределами чувственных: о вещах текущих знания не бывает» (Аристотель, Мет., XIII, 4, 1078 в 9-17, цит. по Асмус, 1975). **Рекламный** дискурс стремится представить товар в наиболее выгодном свете, для этого используются разнообразные стилистические средства (эпитеты, сравнения, метафоры и пр.): «Отпуск – это **до слез приятно**. А Яндекс.Путешествия это еще и **выгодно!**» (Яндекс.Путешествия, n.d.). **Образовательный** дискурс содержит материал – текстовый, аудиальный, визуальный и т.п. – имеющий намерение обучить, объяснить самые разнообразные феномены разной целевой аудитории. В частности, вопросам истории, теории и методики медиаобразования и медиапедагогики посвящена книга А.В. Федорова «Медиаобразование и медиаграмотность» (Федоров, 2004). Безусловно, одни и те же типы дискурсов могут отвечать нескольким авторским задачам и проявлять несколько видов интенции одновременно. Например, и рекламному, и образовательному дискурсам будут присущи свойства персуазивности и аргументативности, однако не подлежит сомнению тот факт, что интенция рекламировать товар или обучить целевую аудиторию будут в соответствующих дискурсах более приоритетными. Интенции могут далее подвергаться собственной классификации, и это может стать перспективой настоящего и других исследований.

В целом, интенция автора данного дискурса определяет когнитивно-прагматическую когерентность данного дискурса тем, что выстраивает все используемые средства (лингвистические: выбор временных или залоговых форм, а также экстралингвистические: графическая акцентуация шрифтом, цветом, прописными буквами, восклицательными знаками и пр.), подчиняясь определенной прагматической установке. Чтобы привлечь внимание читателя к проблеме в электронной переписке иногда можем увидеть использование сразу нескольких таких средств, например: «**ВНИМАНИЕ!!! ВАЖНО!!!**».

4.4. Контекст 4: Форма

Форма ведения дискурса определяет, каким образом тот или иной материал будет связан в единое целое, в какой форме он будет существовать. Форма задает характер синтаксической когерентности, то, за счет чего он будет связан структурно, а также придает дискурсу стабильность и удерживает его в определенных границах. Так, **письменный** дискурс охватывает лишь материал, зафиксированный на некоем письменном материале с помощью письменных принадлежностей, в частности, дискурс Древнего Египта. **Устный** дискурс подразумевает устную форму существования составляющих дискурса, дискурс как беседа, разговор. Наконец, **мысленный** дискурс (термин Л.С. Выготского) включает в себя мыслительные операции, происходящие в процессе порождения высказываний и в большей степени ориентируется на когнитивную природу дискурса, например, мысленный дискурс как внутренний монолог или поток сознания (Выготский, 2019). Однако в современной коммуникации первенство, вероятно, принадлежит **виртуальному** дискурсу, охватывающему весь объем данных в виртуальной среде, в большей степени в Интернете, и объединяющему письменную и устную формы существования дискурса.

4.5. Контекст 5: Масштаб

С точки зрения структуры, участники дискурса также получают представление о протяженности и границах данного дискурса, то есть о том, сколько компонентов входят в структуру данного дискурса. Структурно масштаб определяет границы данного дискурса,

в пределах которых распространяются его когерентные связи. В этом параметре находит отражение эвокация дискурса, то есть связи, которые реципиент когнитивно устанавливает на основе связей между различными тематическими блоками (Беданоква, 2018; Коновалова, 2018). В зависимости от степени распространения когерентных связей дискурс может охватывать только близкие или родственные темы, или же, наоборот, вовлекать в себя самые разнообразные темы и участников. Различия в масштабе распространения дискурса легко пронаблюдать на примере медиадискурса: определенные новости, например, конструкция остановки общественного транспорта «Автобат» в Севастополе в большей степени заинтересовала жителей этого города, и такая новость, первоначально опубликованная в местном издании «ForPost: Новости Севастополя» (Гринев, 2022), не получила широкого обсуждения и распространения в изданиях других городов, областей или стран. С другой стороны, известие о смерти королевы Елизаветы II в сентябре 2022 г. было опубликовано в тысячах разных СМИ и послужило началом длительных дискуссий, откликов и репостов в самых разных уголках планеты, превращая дискурс о королеве из локального уже в глобальный. В частности, тема освещалась в российском издании ТАСС в статье «*Путин выразил соболезнования королю Карлу III в связи со смертью Елизаветы II*» (2022). На основании этого, по масштабу распространения когерентных связей дискурсы можно подразделить на **локальные** и **глобальные**.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог исследования, следует отметить, что для составления полной классификации дискурсов необходимо правильно установить основу такой классификации. Общее основание типологии дискурсов может быть обнаружено при учете специфики когерентности дискурса по сравнению с когерентностью текста. Когерентность дискурса представляет собой комплекс связности и цельности, когнитивный параметр, определяющий все возможные виды связей в дискурсе. Когерентность дискурса состоит в наличии разного рода связей (смысловых, коммуникативных, структурных), которые предопределены контекстом и в отличие от когерентности текста выходят за рамки отдельных текстовых экземпляров.

Если взять за основу когерентности дискурса в целом (как общей категории, задающей наличие любых связей в дискурсе) когнитивный аспект, то различные виды связей в дискурсе будут подчинены этой когнитивной природе, и можно говорить о таких видах когерентности дискурса как когнитивно-семантическая, когнитивно-прагматическая и когнитивно-структурная. Каждый вид когерентности обусловлен определенным контекстом существования и развития дискурса.

В проведенном исследовании был сформулирован подход к классификации дискурсов на основе когерентности, обусловленной параметрами контекста. Контекстуально обусловленная когерентность рассмотрена как категория, утверждающая взаимную согласованность, наличие взаимосвязей между компонентами дискурсивной системы, текстом и контекстом, и это легло в основу представленной классификации различных типов дискурсов.

Когерентность дискурса задается, прежде всего, такими характеристиками контекста существования и развития дискурса, как тема, автор, интенция, форма и масштаб дискурса. Так можно описать дискурсы со всех возможных когнитивно-дискурсивных позиций – семантической (тема), прагматической (автор, интенция), синтаксической (форма, масштаб). Последовательный ответ на пять вопросов о природе когерентности данного дискурса позволяет однозначно определить его место в общей типологии дискурсов, и потому данный

подход может считаться в достаточной степени полным и разносторонним. В рамках такого подхода далее становится возможным комбинаторное описание дискурса, и это может стать еще одной перспективой для настоящего исследования. Типологическая характеристика дискурсов представляется значимой, прежде всего, в сфере профессионального (институционального) общения, где разнообразие дискурсов весьма велико. Однозначное определение места того или иного профессионального дискурса в системе дискурсов будет способствовать уточнению принципов его описания в сравнении с другими.

Конфликт интересов:

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. 1С:Предприятие [Электронный ресурс]. URL: <https://1c.ru/rus/products/1c/predpr/why-predpr.htm> (дата обращения: 26.05.2024).
2. eLibrary [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp?> (дата обращения: 26.05.2024).
3. N+1: Энциклопедия коронавирусных слухов и фейков [Электронный ресурс]. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (дата обращения: 12.09.2023).
4. Бухгалтерский учёт и отчётность [Электронный ресурс] // Министерство финансов (МИНФИН) России. URL: [https://minfin.gov.ru/ru/performance/accounting/#:~:text=Бухгалтерский%20учёт%20-%20формирование%20документированной%20систематизированной,основе%20бухгалтерской%20\(финансовой\)%20отчётности](https://minfin.gov.ru/ru/performance/accounting/#:~:text=Бухгалтерский%20учёт%20-%20формирование%20документированной%20систематизированной,основе%20бухгалтерской%20(финансовой)%20отчётности) (дата обращения: 26.05.2024).
5. Быть Александром Пушкиным [Электронный ресурс] // URL: <https://nekrasovka.ru/articles/books/pushkin?ysclid=lxhaa7acik903098571> (дата обращения: 26.05.2024).
6. В РФС назвали цель сборной России на 2019 год [Электронный ресурс] // Известия. 19.12.2018. URL: <https://iz.ru/825380/2018-12-19/v-rfs-nazvali-tcel-sbornoi-rossii-na-2019-god> (дата обращения: 31.01.2019).
7. В соцсетях появились кадры из сгоревшего дома премьер-министра Шри-Ланки [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. 10.07.2022. URL: https://aif.ru/video/v_socsetyah_royavilis_kadry_iz_sgorevshego_doma_premier-ministra_shri-lanki (дата обращения: 26.05.2024).
8. Внимание: дистанционное мошенничество! [Электронный ресурс] // Российский университет транспорта (РУТ). 16.08.2023. URL: <https://rut-miit.ru/news/184264> (дата обращения: 26.05.2024).
9. Григорьева Т. Как Петр I изменил Россию [Электронный ресурс] // Культура.РФ. URL: <https://www.culture.ru/s/petr-i/> (дата обращения: 12.09.2023).
10. Гринев А. Власти Севастополя отреагировали на остановку для хоббитов [Электронный ресурс] // ForPost: новости Севастополя. 03.11.2022. URL: <https://sevastopol.su/news/vlasti-sevastopolya-otreagirovali-na-ostanovku-dlya-hobbitov> (дата обращения: 12.09.2023).
11. Гурова А.Р. Предупреждение дистанционного мошенничества // Проблемы совершенствования российского законодательства: Электронный сборник тезисов Всероссийской (с международным участием) научной конференции курсантов, слушателей и студентов / под ред. Ю.В. Анохина. Барнаул: Барнаульский юридический институт МВД России, 2024. С. 47-49.

12. Жизнь петровского рекрута [Электронный ресурс] // Федеральный портал Истории России. URL: <https://histrf.ru/tags/petr-i> (дата обращения: 26.05.2024).

13. Невинная И. Эксперты призывают не забывать о мерах эпидемиологической безопасности [Электронный ресурс] // Российская газета (РГ). 21.04.2024. URL: <https://rg.ru/2024/04/21/uchenye-nazvali-virus-kotoryj-vyzovet-sleduiushchuiu-pandemiiu.html> (дата обращения: 26.05.2024).

14. Основание Санкт-Петербургского университета [Электронный ресурс] // СПбГУ. URL: <https://spbu.ru/history/osnovanie-sankt-peterburgskogo-universiteta> (дата обращения: 26.05.2024).

15. Открытие памятника А.С.Пушкину в МГИМО [Электронный ресурс] // МГИМО Университет. 13.10.2022. URL: https://mgimo.ru/about/news/main/pushkin/?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 26.05.2024).

16. Пандемия [Электронный ресурс] // Термины МЧС России – МЧС России. URL: <https://mchs.gov.ru/ministerstvo/o-ministerstve/terminy-mchs-rossii/term/2023> (дата обращения: 26.05.2024).

17. Пандемия COVID-19 приблизила человечество к следующему этапу технологической революции [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики. 11.02.2022. URL: <https://www.hse.ru/news/science/563389662.html> (дата обращения: 26.05.2024)

18. Петр I [Электронный ресурс] // Российское общество «Знание». URL: https://znanierussia.ru/articles/Пётр_I (дата обращения: 26.05.2024).

19. При пожаре в частном доме в Томской области погибли семь человек [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. 17.07.2022. URL: https://aif.ru/incidents/pri_pozhare_v_chastnom_dome_v_tomskoy_oblasti_pogibli_sem_chelovek (дата обращения: 26.05.2024).

20. Путин выразил соболезнования королю Карлу III в связи со смертью Елизаветы II [Электронный ресурс] // ТАСС новости в России и мире. 08.09.2022. URL: <https://tass.ru/obschestvo/15700883> (дата обращения: 12.09.2022).

21. Пушкин может быть мостом между людьми, заявил американский поэт [Электронный ресурс] // РИА Новости. 05.06.2024. URL: <https://ria.ru/20240605/pushkin-1950558090.html> (дата обращения: 05.06.2024).

22. Санкт-Петербургский Международный Форум Труда [Электронный ресурс] // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/forumtruda> (дата обращения: 27.06.2024).

23. Сиразиев Т. Стал известен окончательный состав российской сборной на Чемпионате мира по футболу FIFA 2018 в России™ [Электронный ресурс] // Первый канал. 04.06.2018. URL: https://www.1tv.ru/news/2018-06-04/346531-stal_izvesten_okonchatelnyy_sostav_rossiyskoy_sbornoy_na_chempionate_mira_po_futbolu_fifa_2018_v_rossii (дата обращения: 31.01.2019).

24. Сокращенные результаты МСФО 2023 года [Электронный ресурс] // Сбербанк. 28.02.2024. URL: https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/groupresults/ifrs__2023 (дата обращения: 26.05.2024).

25. Студенты РУДН – в «Диалоге с Пушкиным» в Государственной Думе РФ [Электронный ресурс] // Российский университет дружбы народов (РУДН). 02.10.2022. URL: <https://www.rudn.ru/media/news/international-cooperation/studenty-rudn--na-dialoge-s-pushkinym-v-gosudarstvennoy-dume-rf> (дата обращения: 26.05.2024).

26. Турнирная таблица – ЧМ-2018 – финальный раунд 2018 [Электронный ресурс] // Чемпионат.com: новости спорта. URL: https://www.championat.com/football/_worldcup/tournament/1589/table/ (дата обращения: 01.06.2024).

27. Яндекс.Путешествия [Электронный ресурс]. URL: <https://travel.yandex.ru/> (дата обращения: 26.05.2024)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авгиненко А.Д. Типология жанров экологического дискурса // Научный старт-2021. Сборник статей магистрантов и аспирантов / под ред. Л.Г. Викулова. Москва, 2021. С. 303-306.
2. Анисимова Т.В. Типология жанров деловой речи (риторический аспект) (Автореферат дисс. ... д-ра н.). Краснодар: Кубанский государственный университет, 2000.
3. Асмус В.Ф. Платон. Москва: Мысль, 1975.
4. Беданоква З.К. Эвокативность как когнитивно-семиотическая и речезыковая форма (на примере российской рекламы) (Дисс. ... д-ра н.). Тверь: Тверской государственный университет, 2018.
5. Воркачев С.Г., Воркачева Е.А. Дискурс и его типология в российской лингвистике // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 3. С. 14-21. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2019-3-14-21>
6. Выготский Л.С. Мышление и речь. Санкт-Петербург: Питер, 2019.
7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистических исследований. 3-е изд., стер. Москва: УРСС, 2005.
8. Горбакава Л.Р. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // International Journal of Advanced Studies in Language and Communication. 2022. № 1. С. 63-70.
9. Григорьева В. С. Когнитивно-прагматические аспекты конструирования дискурса // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007. №2 (011). С. 46-57.
10. Гунина Е.Е. Юридический дискурс как вид институционального дискурса: подходы, концепции, типологии // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2021. № 26-2. С. 95-99.
11. Дудникова Л. В. К вопросу о связности дискурса в русском и французском языках // Иностранные языки и литература в международном образовательном пространстве: сборник материалов пятой международной научно-практической конференции, (г. Екатеринбург, 3 марта 2015 г.). Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2015. С. 294-299.
12. Екшембеева Л.В., Нуршаихова Ж.А., Мусаева Г.А. Дискурс как инструмент социальных практик // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. № 1(42). С. 89-96.
13. Елькина Е. Е., Кононова О. В., Прокудин Д. Е. Типология контекстов и принципы контекстного подхода в междисциплинарных научных исследованиях // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2019. Т. 15, № 1. С. 141-153. doi:10.25559/SITITO.15.201901.141-153
14. Жучкова И. И. О сущности и специфике использования терминов “cohesion” (связность) и “coherence” (цельность) в англоязычном и русском языкознании // Вектор науки ТГУ. 2014. № 3 (29). С. 155-159.
15. Казиева Д.А. Типология рг-дискурса: проблема определения критериев дифференциации текстов // Русскоязычие и би(поли)лингвизм в межкультурной коммуникации XXI века: когнитивно-концептуальные аспекты. Материалы XII Всероссийской научно-методической конференции с международным участием / под ред. А.О. Бродзели. Пятигорск: Пятигорский государственный университет, 2020. С. 116-122.

16. Калининченко М. О. Дискурсивные стратегии спортивного комментирования: когезия и когерентность (Дисс. ... канд. филол. н.). Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2023.
17. Карамова А.А. Типологический аспект дискурса // Культура и цивилизация. 2017. Том 7, № 1А. С. 361-370.
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: ГНОЗИС, 2004.
19. Клементьева Н.Н. К вопросу о проблеме типологии дискурса в современной лингвистике // Актуальные лингвистические исследования: традиции и инновации: материалы Национальной Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 70-летию кандидата филологических наук, доцента кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА В.Г. Балтачева. 2020. С. 30-39.
20. Кожемякин Е.А. Когерентность дискурса // Научный журнал «Дискурс-Пи». 2013. №3 (13). С. 123-124.
21. Колшанский Г.В. Контекстная семантика / под ред. Ю. С. Степанова. Изд. 4-е. Москва: URSS: Либроком, 2009.
22. Коновалова М.В. Эвокация и эвокативное свойство медиадискурса // Litera. 2018. № 3. С. 249-256. doi:10.25136/2409-8698.2018.3.26805
23. Корниенко Е. Р. Дискурс как когнитивный механизм // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия. Филология. Журналистика. 2019. Т. 19, вып. 4. С. 379-383. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-4-379-383>
24. Косова Е.И., Волкова В.В. Понятие дискурса в современном языкознании: определение, структура, типология // Вопросы педагогики. 2021. № 11-2. С. 243-246.
25. Леонтьев А.А. Признаки связности и цельности текста // Лингвистика текста: материалы науч. конф.: в 2 ч. МГПИИЯ им. М. Тореца. М.: МГПИИЯ, 1974. Ч. 1. С. 168-172.
26. Лю С., Ши Л. Исследование типологии дискурсивов-адресаций в построении русскоязычного научного дискурса // Культура и цивилизация. 2022. Т. 12. № 4А. С. 7-15. doi:10.34670/AR.2022.90.42.001
27. Москальская О.И. Грамматика текста: пособие по грамматике немецкого языка для институтов и факультетов иностранных языков. Москва: Высшая школа, 1981.
28. Мурзин Л.М., Штерн А.С. Текст и его восприятие. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1991.
29. Понкратенкова А.В. Типология речевых жанров семейного дискурса // Вестник Донецкого национального университета. Серия Д: Филология и психология. 2022. № 2. С. 40-44.
30. Романов А.А. Управленческая коммуникация. Тверь: АО Тверьэнерго, 1996.
31. Соболев В.В. Политический дискурс в аспекте выделения типологии и признаков текстообразующих признаков // Закон и власть. 2019. № 3. С. 18-22.
32. Солнцева Е.С. Бесконечность связности в медиадискурсе // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Т. 7, № 1. С. 153-168. doi: 10.22250/24107190_2021_7_1_153_168
33. Степанова В.В. Субъекты профессионального дискурса (к проблеме типологии) // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. 2021. № 1 (124). С. 134-139.
34. Темнова Е.В. Современные подходы к изучению дискурса // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / под ред. В. В. Красных, А. И. Изотова. М.: МАКС Пресс, 2004. Вып. 26. С. 24-32.

35. Трубникова М.А. Типология художественного дискурса // Актуальные проблемы лингвистики: взгляд молодых исследователей: Сборник научных статей / под ред. Г. Р. Власян, М. А. Самковой. Челябинск, 2020. С. 118-123.
36. Трухин С.С. Типология метафор в футбольном дискурсе // Студенческая наука и XXI век. 2021. Т. 18. № 1(21). Ч. 2. С. 553-554.
37. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие для вузов. Таганрог: Кучма, 2004.
38. Цинь М. Когнитивно-прагматический анализ дискурсивных импликатур драматического конфликта в переводном кинокомедийном пространстве Э.Рязанова (Автореферат дисс. ... канд. филол. н.). Москва: Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, 2023.
39. Чейф У. Значение и структура языка / Пер. с англ. Г.С. Шура; Послесл. С.Д. Кацнельсона. Москва: Прогресс, 1975.
40. Чернявская В.Е. Текст в когнитивно-дискурсивной парадигме: к вопросу о градуальном характере текстуальности // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. 2007. №1. С. 303-314.
41. Beaugrande R. de, Dressler W. Einführung in die Textlinguistik, Tübingen, 1981.
42. Biber D., Connor U., Upton Th.A. Discourse on the Move: Using Corpus Analysis to Describe Discourse Structure. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2007.
43. Halliday M.A.K., Hasan R. Cohesion in English. London, 1976.
44. Hasan R. Coherence and cohesive harmony // Understanding reading comprehension: Cognition, language and the structure of prose / ed. by J. Flood. Newark: International Reading Association, 1984. Pp. 181-219.
45. Rickheit, G., Schade U. Kohärenz und Kohäsion // Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Volume 1 / K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S.F. Sager. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2000. S. 275-283.
46. Trabasso T., Secco T., Van Den Broek P. Causal Cohesion and Story Coherence // Learning and comprehension of text / ed. by H. Mandl, N. L. Stein, & T. Trabasso. Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1982. P. 83-111.
47. Tso A. Challenges in Achieving Coherence and Cohesion: A Discourse Analysis of Chinese EFL Students' Essays // Professional Discourse & Communication. 2024. № 6(1). Pp. 95-108. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2024-6-1-95-108>
48. Van Dijk T.A. Text and Context: Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse. London and New York: Longman. 1977.

LIST OF SAMPLE SOURCES

1. *IS:Predpriyatie*. (n.d.). Retrieved 2024, May 26, from <https://1c.ru/rus/products/1c/predpr/why-predpr.htm> (in Russian).
2. AIF.RU. (2022, July 10). *V sotssetyakh poyavilis' kadry iz sgorevshogo doma prem'er-ministra Shri-Lanki [Social networks show footage of the Sri Lankan Prime Minister's burnt house]*. Retrieved 2024, May 26, from https://aif.ru/video/v_socsetyah_poyavilis_kadry_iz_sgorevshogo_doma_premier-ministra_shri-lanki (in Russian).

3. AIF.RU. (2022, July 17). *Pri pozhare v chastnom dome v Tomskoi oblasti pogibli sem' chelovek* [7 people died in the fire in a private house, Tomsk region]. Retrieved 2024, May 26, from https://aif.ru/incidents/pri_pozhare_v_chastnom_dome_v_tomskoy_oblasti_pogibli_sem_chelovek (in Russian).
4. Championat.com: sports news. (n.d.). *Turnirnaya tablitsa – CHM-2018 – final'nyi raund 2018* [Tournament table – World Cup-2018 – the final round 2018]. Retrieved 2024, June 01, from https://www.championat.com/football/_worldcup/tournament/1589/table/ (in Russian).
5. eLibrary. (n.d.). Retrieved 2024, May 26, from <https://elibrary.ru/defaultx.asp?> (in Russian).
6. Federal'nyi portal Istorii Rossii [The federal portal of the history of Russia]. (n.d.). *Zhizn' petrovskogo rekruta* [The life of Peter's recruit]. Retrieved 2024, May 26, from <https://histrf.ru/tags/petr-i> (in Russian).
7. Grigoryeva, T. (n.d.). Kak Petr I izmenil Rossiyu [How Peter I changed Russia]. *Kultura.rf*. Retrieved 2023, September 12, from <https://www.culture.ru/s/petr-i/> (in Russian).
8. Grinev, A. (2022, November 03). *Vlasti Sevastopolya otreagirovali na ustanovku dlya khobbitov* [Sevastopol authorities express their reaction on the "hobbit" bus stop]. ForPost: Sevastopol news. Retrieved 2023, September 12, from <https://sevastopol.su/news/vlasti-sevastopolya-otreagirovali-na-ustanovku-dlya-hobbitov> (in Russian).
9. Gurova, A.R. (2024). Preduprezhdenie distancionnogo moshennichestva [Distant fraud prevention]. In Yu.V. Anokhin (Ed.), *Problems of improving Russian legislation: Digital proceedings of All-Russian scientific conference (with international participation) for cadets, police officer candidates and students* (pp. 47-49). Barnaul: Barnaul law institute of RF Ministry of Internal Affairs (in Russian).
10. HSE University. (2022, February 11). *Pandemiya COVID-19 priblizila chelovechestvo k sleduyushchemu ehtapu tekhnologicheskoi revolyutsii* [COVID-19 Pandemic Brought Humanity Closer to the Next Stage of Technological Revolution]. Retrieved 2024, May 26, from <https://www.hse.ru/news/science/563389662.html> (in Russian).
11. Izvestiya. (2018, December 19). *V RFS nazvali tsel' sbornoi Rossii na 2019 god* [Russian Football Union names aims of Russian national team for 2019]. Retrieved 2019, January 31, from [https://iz.ru/825380/2018-12-19/v-rfs-nazvali-tcel-sbornoi-rossii-na-2019-god](https://iz.ru/825380/2018-12-19/v-rfs-nazvali-tsel-sbornoi-rossii-na-2019-god) (in Russian).
12. MGIMO University. (2022, October 13). *Otkrytie pamyatnika A.S.Pushkinu v MGIMO* [Opening a monument to A.S. Pushkin in MGIMO University]. Retrieved 2024, May 26, from https://mgimo.ru/about/news/main/pushkin/?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (in Russian).
13. N+1: *Encyclopedia of coronavirus rumors and fakes*. (n.d.). Retrieved 2023, September 12, from <https://nplus1.ru/material/2020/04/08/coronarumors> (in Russian).
14. Nekrasov Library. (n.d.). *Byt' Aleksandrom Pushkinym* [Being Alexander Pushkin]. Retrieved 2024, May 26, from <https://nekrasovka.ru/articles/books/pushkin?ysclid=lxxaa7acik903098571> (in Russian).
15. Nevinnaya, I. (2024, April 21). *Ehksperty prizyvayut ne zabyyvat' o merakh ehpidemiologicheskoi bezopasnosti* [Experts urge not to forget about safety measures]. Rossiyskaya gazeta [The Russian newspaper]. Retrieved 2024, May 26, from <https://rg.ru/2024/04/21/uchenye-nazvali-virus-kotoryj-vyzovet-sleduiushchuiu-pandemiiu.html> (in Russian).
16. *Pandemiya* [Pandemic]. (n.d.). Terminy MCHS Rossii – MCHS Rossii [Terms of EMERCOM of Russia]. Retrieved 2024, May 26, from <https://mchs.gov.ru/ministerstvo/o-ministerstve/terminy-mchs-rossii/term/2023> (in Russian).

17. People's Friendship University of Russia. (2022, October 02). *Studenty RUDN – v «Dialogue s Pushkinym» v Gosudarstvennoi Dume RF [RUDN students, participating in “Dialogue with Pushkin” in the State Duma of the Russian Federation]*. Retrieved 2024, May 26, from <https://www.rudn.ru/media/news/international-cooperation/studenty-rudn--na-dialoge-s-pushkinym-v-gosudarstvennoy-dume-rf> (in Russian).
18. RIA news. (2024, June 05). *Pushkin mozhet byt' mostom mezhdu lyud'mi, zayavil amerikanskii poeht [Pushkin can be the bridge between people, an American poet said]*. Retrieved 2024, June 05, from <https://ria.ru/20240605/pushkin-1950558090.html> (in Russian).
19. Rossiiskoe obshchestvo «Znanie» [Russian society “Knowledge”]. (n.d.). *Peter I*. Retrieved 2024, May 26, from https://znanierussia.ru/articles/Пётр_I (in Russian).
20. Russian University of Transport (MIIT). (2023, August 16). *Vnimanie: distantsionnoe moshennichestvo! [Attention: distance fraud!]*. Retrieved 2024, May 26, from <https://rut-miit.ru/news/184264> (in Russian).
21. Sberbank. (2024, February 28). *Sokrashchennye rezul'taty MSFO 2023 goda [Brief results of the International standards of financial accounting]*. Retrieved 2024, May 26, from https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/groupresults/ifrs__2023 (in Russian).
22. Siraziev, T. (2018, June 04). *Stal izvesten okonchatel'nyi sostav rossiiskoi sbornoi na Chempionate mira po futbolu FIFA 2018 v Rossii™ [The members of the Russian national team for the 2018 World football cup in Russia have been announced]*. The First Channel. Retrieved 2019, January 31, from https://www.1tv.ru/news/2018-06-04/346531-stal_izvesten_okonchatelnyy_sostav_rossiyskoy_sbornoy_na_chempionate_mira_po_futbolu_fifa_2018_v_rossii (in Russian).
23. St. Petersburg State University. (n.d.). *Osnovanie Sankt-Peterburgskogo universiteta [Foundation of St. Petersburg University]*. Retrieved 2024, May 26, from <https://spbu.ru/history/osnovanie-sankt-peterburgskogo-universiteta> (in Russian).
24. TASS Russian News Agency. (2022, September 08). *Putin vyrazil soboleznovaniya korolyu Karlu III v svyazi so smert'yu Elizavety II [Putin expressed condolences to the King Charles III on Elizabeth II's death]*. Retrieved 2022, September, from <https://tass.ru/obschestvo/15700883> (in Russian).
25. The Russian Ministry of Finance. (n.d.). *Bukhgalterskii uchet i otchetnost' [Accounting and reporting]*. Retrieved 2024, May 26, from [https://minfin.gov.ru/ru/performance/accounting/#:~:text=Бухгалтерский%20учёт%20–%20формирование%20документированной%20систематизированной,основе%20бухгалтерской%20\(финансовой\)%20отчётности](https://minfin.gov.ru/ru/performance/accounting/#:~:text=Бухгалтерский%20учёт%20–%20формирование%20документированной%20систематизированной,основе%20бухгалтерской%20(финансовой)%20отчётности) (in Russian).
26. V Kontakte. (n.d.). *Sankt-Peterburgskii Mezhdunarodnyi Forum Truda [St. Petersburg International Labour Forum]*. Retrieved 2024, June 27, from <https://vk.com/forumtruda> (in Russian).
27. Yandex.Travel. (n.d.). Retrieved 2024, May 26, from <https://travel.yandex.ru/> (in Russian).

REFERENCES

1. Anisimova, T.V. (2000). *Tipologiya zhanrov delovoj rechi (ritoricheskij aspekt) [Typology of genres of business speech (rhetorical aspect)]* [Doctoral Dissertation, Kuban State University]. Krasnodar (in Russian).
2. Asmus, V.F. (1975). *Platon [Plato]*. Moscow: Mysl (in Russian).

3. Avginenko, A.D. (2021). Tipologiya zhanrov e`kologicheskogo diskursa. [Typology of genres in ecological discourse]. In L.G. Vikulova (Ed.), *Nauchnyi start-2021. Sbornik statei magistrantov i aspirantov [Scientific Start – Articles of master students and post-graduates]* (pp. 303-306). Moscow (in Russian).
4. Beaugrande, R. de, Dressler, W. (1981). *Einführung in die Textlinguistik [Introduction to text linguistics]*. Tübingen (in German).
5. Bedanokova, Z.K. (2018). *E`vokativnost` kak kognitivno-semioticheskaya i rechevyazh`kovaya forma (na primere rossijskoj reklamy)` [Evocativity as a cognitive-semiotic and speech form (based on Russian advertising)]* [Doctoral Dissertation]. Tver (in Russian).
6. Biber, D., Connor, U., & Upton, Th.A. (2007). *Discourse on the Move: Using Corpus Analysis to Describe Discourse Structure*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
7. Chafe, W. (1970). *Meaning and the Structure of Language*. Chicago: The University of Chicago Press.
8. Chernyavskaya, V.E. (2007). Tekst v kognitivno-diskursivnoj paradigme: k voprosu o gradualnom kharaktere tekstualnosti [Text in cognitive-discursive paradigm: to the question of gradual characteristics of textuality]. *Acta Linguistica Petropolitana. Transactions of the Institute for Linguistic Studies*, 1, 303-314 (in Russian).
9. Dudnikova, L.V. (2015). K voprosu o svyaznosti diskursa v russkom i francuzskom yazy`kakh [On the coherence of discourse in Russian and French]. In *Inostrannye yazyki i literatura v mezhdunarodnom obrazovatel`nom prostranstve [Foreign languages and literature in international educational space]*, Ekaterinburg, 2015, March 3: *Conference proceedings* (pp. 294-299). Ekaterinburg: UMCz UPI (in Russian).
10. Ekshembeeva, L.V., Nurshaikhova, Zh.A., Musaeva, G.A. (2015). Diskurs kak instrument social`ny`kh praktik. [Discourse as a social practices tool]. *Voprosy` kognitivnoj lingvistiki [Issues of Cognitive Linguistics]*, 1(42), 89-96 (in Russian).
11. Fedorov, A.B. (2013). *Mediaobrazovanie i mediagramotnost [Media education and media literacy]*. Moscow: Direkt-Media (in Russian).
12. Galperin, I.R. (2005). *Tekst kak ob`ekt lingvisticheskogo issledovaniya [Text as an object of linguistic research]*. Moscow: URSS (in Russian).
13. Gorbakava, L.R. (2022). Termin «diskurs» i tipologiya mediadiskursa [The term “discourse” and the typology of media discourse]. *International Journal of Advanced Studies in Language and Communication*, 1, 63-70 (in Russian).
14. Grigorieva, V.S. (2007). Kognitivno-pragmaticheskie aspekty` konstruirovaniya diskursa [Cognitive-pragmatic aspects of designing discourse]. *Voprosy` kognitivnoj lingvistiki [Issues of Cognitive Linguistics]*, 2(011), 46-57 (in Russian).
15. Gunina, E.E. (2021). Yuridicheskij diskurs kak vid institucional`nogo diskursa: podkhody`, koncepcii, tipologii. [Legal discourse as a type of institutional discourse: approaches, concepts, typologies]. *Lingvoritoricheskaya paradigma: teoreticheskie i prikladnye aspekty. [Linguorhetorical paradigm: theoretical and applied aspects]*, 26-2, 95-99 (in Russian).
16. Halliday, M.A.K., & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. London.
17. Hasan, R. (1984). *Coherence and cohesive harmony*. In J. Flood (Ed.), *Understanding reading comprehension: Cognition, language and the structure of prose* (pp. 181-219). Newark: International Reading Association.
18. Kalinichenko, M.O. (2023). *Diskursivny`e strategii sportivnogo kommentirovaniya: kogeziya i kogerentnost` [Discourse strategies of sport comments: cohesion and coherence]* [Doctoral Dissertation, Ural Federal University of the first Russian President B.N. Eltsyn]. Ekaterinburg (in Russian).

19. Karamova, A.A. (2017). Tipologicheskij aspekt diskursa [Discourse: a typological aspect]. *Kul'tura i tsivilizatsiya [Culture and Civilization]*, 7(1A), 361-370 (in Russian).
20. Karasik, V.I. (2004). *Yazy'kovoij krug: lichnost', koncepty', diskurs. [Language circle: personality, concepts, discourse]*. Moscow: Gnozis (in Russian).
21. Kazieva, D.A. (2020). Tipologiya pr-diskursa: problema opredeleniya kriteriev differenciacii tekstov. [Typology of pr-discourse: a problem of criteria determining to differentiate texts]. In A.O. Brodzeli (Ed.), *Russkoyazychie i bi(poli)lingvizm v mezhkul'turnoi kommunikatsii XXI veka: kognitivno-kontseptualnye aspekty [The Russian language and bi(poli)linguism in intercultural communication in the 21st century: cognitive and conceptual aspects]: proceedings of XII All-Russian scientific and methodological conference with international participation* (pp. 116-122) (in Russian).
22. Klementieva, N.N. (2020). K voprosu o probleme tipologii diskursa v sovremennoj lingvistike [On the problem of discourse typology in modern linguistics]. In *Aktualnye lingvisticheskie issledovaniya: traditsii i innovatsii [Relevant linguistic research: traditions and innovations]: proceedings of National All-Russian scientific and practical conference to 70 years of V.G. Baltachev, the Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of Foreign Language Department at Izhevsk State Agricultural Academy* (pp. 30-39) (in Russian).
23. Kolshanskiy, G.V. (1980). *Kontekstnaya semantika [Contextual semantics]*. Moscow: Nauka (in Russian).
24. Konovalova, M.V. (2018). Evokaciya i evokativnoe svojstvo mediadiskursa. [Evocation and evocative properties of mass media discourse]. *Litera*, 3, 249-256 (in Russian). doi:10.25136/2409-8698.2018.3.26805
25. Kornienko, E.R. (2019). Diskurs kak kognitivnyj mexanizm [Discourse as a cognitive mechanism]. *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 19(4), 379-383 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-4-379-383>
26. Kosova, E.I., & Volkova, V.V. (2021). Ponyatie diskursa v sovremennom yazy'kovanii: opredelenie, struktura, tipologiya [The concept of discourse in modern linguistics: definition, structure, typology]. *Voprosy pedagogiki [Issues of Pedagogics]*, 11-2, 243-246 (in Russian).
27. Kozhemyakin, E.A. (2013). Kogerentnost' diskursa [Coherence of Discourse]. *Discourse-Pi*, 3(13), 123-124 (in Russian).
28. Leontiev, A.A. (1974). Priznaki svyaznosti i celnosti teksta [Indicators of cohesion and coherence in a text]. In *Lingvistika teksta: materialy nauch. konf.: v 2 ch. MGPIYa im. M. Toreza [Text Linguistics: proceedings of the scientific conference in two parts]* (pp. 168-172). Moscow: Moscow State Pedagogical Institute of Foreign Languages named after Maurice Thorez (in Russian).
29. Liu, X., & Shi, L. (2022). Issledovanie tipologii diskursivov-adresacij v postroenii russkoyazychnogo nauchnogo diskursa [The study of the typology of discourse-addressing in the construction of Russian-language scientific discourse]. *Kultura i tsivilizatsiya [Culture and Civilization]*, vol. 12, issue 4A, 7-15 (in Russian). doi:10.34670/AR.2022.90.42.001
30. Moskalskaya, O.I. (1981). *Grammatika teksta: posobie po grammatike nemetskogo yazyka dlya institutov i fakul'tetov inostrannykh yazykov [Text grammar: German grammar textbook for institutes and departments of foreign languages]*. Moscow: Vysshaya shkola (in Russian).
31. Murzin, L.M., & Shtern, A.S. (1991). *Tekst i ego vospriyatie [Text and its perception]*. Sverdlovsk (in Russian).
32. Ponkratenkova, A.V. (2022). Tipologiya rechevykh zhanrov semejnogo diskursa [Typology of speech genres in family discourse]. *Vestnik Donetskogo natsionalnogo universiteta. Series D: Filologiya i psikhologiya [Bulletin of Donetsk National University Series D: Philology and Psychology]*, 2, 40-44 (in Russian).

33. Qin, M. (2023). *Kognitivno-pragmaticseskij analiz diskursivny`kh implikatur dramaticheskogo konflikta v perevodnom kinokomedijnom prostranstve E.Ryazanova*. [Cognitive-pragmatic analysis of discourse implicatures in drama conflict in translational cinema media space of E.Ryazanov] [Candidate's thesis abstract, Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia]. Moscow (in Russian).
34. Rickheit, G., Schade, U. (2000). Kohärenz und Kohäsion [Coherence and cohesion]. In K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S.F. Sager (Eds.), *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1 Halbband* [An International Handbook of Contemporary Research. Volume 1] (pp. 275-283). Berlin, New York: Walter de Gruyter (in German).
35. Romanov, A.A. (1996). *Upravlencheskaya kommunikaciya* [Communication of management]. Tver: AO Tverenergo (in Russian).
36. Sobolev, V.V. (2019). Politicheskij diskurs v aspekte vydeleniya tipologii i tekstoobrazuyushchikh priznakov [Political discourse in the aspect of highlighting typology and signs of text forming signs]. *Zakon i vlast* [Law and power], 3, 18-22 (in Russian).
37. Solntseva, E.S. (2021). Beskonechnost svyaznosti v mediadiskurse [Infinity of coherence in mass media discourse]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* [Theoretical and applied linguistics], 7(1), 153-168 (in Russian). doi: 10.22250/24107190_2021_7_1_153_168
38. Stepanova, V.V. (2021). Subiekty professionalnogo diskursa (k probleme tipologii) [Subjects of professional discourse (to the problem of its typology)]. *Izvestiya Gomelskogo gosudarstvennogo universiteta imeni F. Skoriny* [Izvestiya of Francisk Skorina Gomel State University], 1(124), 134-139 (in Russian).
39. Temnova, E.V. (2004). Sovremennye podkhody k issledovaniyu diskursa [Modern approaches to discourse analysis]. In V.V. Krasnykh, A.I. Izotov (Eds.), *Yazyk, soznanie, kommunikaciya* [Language, conscience, communication]: collection of articles. Issue 26 (pp. 24-32). Moscow: MAKSS Press (in Russian).
40. Trabasso, T., Secco, T., Van Den Broek, P. (1982). Causal Cohesion and Story Coherence. In H. Mandl, N.L. Stein, & T. Trabasso (Eds.), *Learning and comprehension of text* (pp. 83-111). Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates.
41. Trubnikova, M.A. (2020). Tipologiya khudozhestvennogo diskursa [Typology of literary discourse]. In G.R. Vlasyan, M.A. Samkova (Eds.), *Aktualnye problemy lingvistiki: vzglyad molodykh issledovatelei* [Relevant issues in linguistics: young researchers' perspective]: Collection of scientific articles (pp. 118-123). Chelyabinsk (in Russian).
42. Trukhin, S.S. (2021). Tipologiya metafor v futbolnom diskurse [Typology of metaphors in football discourse]. *Studencheskaya nauka i XXI vek* [Students science and the 21st century], vol. 18, issue 1(21), part 2, 553-554 (in Russian).
43. Tso, A. (2024). Challenges in Achieving Coherence and Cohesion: A Discourse Analysis of Chinese EFL Students' Essays. *Professional Discourse & Communication*, 6(1), 95-108. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2024-6-1-95-108>
44. Van Dijk, T.A. (1977). *Text and Context: Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*. London and New York: Longman.
45. Vorkachev, S.G., & Vorkacheva, E.A. (2019). Diskurs i ego tipologiya v rossijskoj lingvistike [Discourse and its typology in Russian linguistics]. *Aktualnye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki* [Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics], 3, 14-21 (in Russian). <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2019-3-14-21>
46. Vygotskii, L.S. (2019). *My'shlenie i rech`* [Mind and Speech]. St.Petersburg: Piter (in Russian).

47. Yelkina, E.E., Kononova, O.V., & Prokudin, D.E. (2019). Tipologiya kontekstov i principy kontekstnogo podkhoda v mezhdisciplinarny`kh nauchny`kh issledovaniyakh. [Typology of contexts and contextual approach principles in multidisciplinary scientific research]. *Sovremennyye informatsionny`e tekhnologii i IT-obrazovanie [Modern Information Technology and IT-education]*, 15(1), 141-153 (in Russian). doi:10.25559/SITITO.15.201901.141-153

48. Zhuchkova, I.I. (2014). O sushhnosti i specifike ispol'zovaniya terminov "cohesion" (svyaznost') i "coherence" (cel'nost') v angloyazy`chnom i russkom yazy`koznanii. [On the implications and characteristic aspects of the terms «cohesion» and «coherence» in the English and Russian linguistics]. *Vektor nauki TGU [Science Vector of Togliatti State University]*, 3(29), 155-159 (in Russian).

Информация об авторе:

Солнцева Елена Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков в сфере экономики и права, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия). Сфера научных интересов: лингвистика, теория дискурса, профессиональные дискурсы, германские языки (английский, немецкий), русский язык. ORCID: 0000-0002-7147-1569

Получено: 5 июня 2024 г.

Принято к публикации: 10 января 2025 г.

CONTEXTUALLY DETERMINED COHERENCE AS A BACKBONE TO DISCOURSE TYPOLOGY

Elena S. Solntseva

Saint Petersburg State University

shelestelena@yandex.ru

Abstract. The diversity of discourse types encountered in linguistics presents a significant challenge to establishing a universally applicable classification system. This difficulty underscores the need to refine existing approaches to discourse typologization. The article addresses this gap by developing a comprehensive typology of discourses grounded in the concept of contextually determined coherence. The typology is built upon the coherent connections discernible in discourses, with a specific focus on such formative contexts as thematic topic, authorial agency, communicative intention, mode of formal realization, and scale of dissemination. The empirical material encompasses Russian-language discourses, emphasizing professional spheres: scientific, medical, economic, and media communication. The research employs qualitative methods: systematic observation of discursive practices, in-depth interpretation of coherence, systematization of discourse types, and classification by novel criteria. A key underpinning is the distinction between discourse and text coherence. Discourse coherence is conceptualized as a dynamic, context-dependent system of semantic, communicative, and structural interlinkages exceeding static textual units. The study rigorously defines and conceptually justifies three distinct types of discourse coherence: cognitive-semantic, driven by

thematic unity; cognitive-pragmatic, shaped by author and intention; and cognitive-structural, determined by form and scale. Contextually determined coherence is established as a foundational category, emphasizing the essential interconnectedness between the constituents of a discursive system (textual components and the encompassing context) providing a basis for the presented typology. The principal outcome of this research is a novel, hierarchically structured classification of discourses, visually represented as a diagram. This diagram represents the interdependencies between contextual factors and their corresponding discourse types, highlighting major relationships and oppositions. The proposed typology offers considerable practical utility for the analysis and classification of a broad spectrum of real-world discourses, notably in professional communication. It contributes to the theoretical advancement of discourse analysis methodologies and the enhancement of pedagogical approaches in discourse theory in linguistic education.

Keywords: discourse, typology, classification, coherence, context, discourse analysis, Russian language.

How to cite this article: Solntseva, E.S. (2025). Contextually Determined Coherence as a Backbone to Discourse Typology. *Professional Discourse & Communication*, 7(1), 9–33 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-9-33>

About the author:

Elena S. Solntseva, Cand. Sci. (Philology), is an Assistant Professor in the Department of Foreign Languages in Economics and Law at Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russia). Her research interests include: linguistics, discourse analysis, professional discourses, Germanic languages (English, German), and the Russian language. ORCID: 0000-0002-7147-1569.

Received: June 5, 2024.

Accepted: January 10, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-34-49>

FUNCTIONS OF ENUMERATIONS IN PROMOTIONAL ACADEMIC DISCOURSE: INQUIRY INTO GRADUATE PROGRAM ANNOUNCEMENTS

Irina P. Khoutyz

Kuban State University

(Krasnodar, Russia)

ir_khoutyz@hotmail.com

Abstract: This study explores the functions of enumerations in promotional academic discourse, specifically examining graduate program announcements from top Russian universities targeting international applicants. Recognizing the increasing marketization of higher education and the importance of effective promotional genres, this research addresses the underexplored role of enumeration in academic program announcements. Data, consisting of ten Humanities program announcements from “RAEX-100” listed universities, were sourced from the Keystone Masterstudies website. A mixed-methods approach was employed, combining qualitative analyses – structural text, functional-stylistic, and pragmatic – with quantitative statistical processing of textual features. The aim was to identify patterns in how enumerations function to inform, persuade, and ultimately attract prospective international graduate students. The results demonstrate a significant and strategic reliance on enumerations throughout the announcements. These serve three primary, interconnected functions: describing program features, clarifying program details and benefits, and impressing the addressee with program strengths. Descriptive and clarifying functions are often contextually determined by their location in the announcement structure, while the “impressing” function consistently reinforces both. Furthermore, the study identified positive lexis, numeric data, proper names, connecting words, and parallel syntactic structures as key linguistic elements that effectively intensify these functions, enhancing the promotional pragmatic impact. This research expands our understanding of promotional academic discourse, specifically clarifying the rhetorical effectiveness of enumeration in graduate program announcements. The findings have practical value for universities and academics seeking to craft compelling promotional materials. Future research directions include broadening the corpus to encompass Science disciplines and undertaking cross-cultural comparative analyses to identify both universal and culturally specific aspects of successful academic program promotion.

Keywords: enumerations, expressive syntax, promotional academic discourse, graduate program announcement, persuasion, higher education marketing.

How to cite this article: Khoutyz, I.P. (2024). Functions of Enumerations in Promotional Academic Discourse: Inquiry into Graduate Program Announcements. *Professional Discourse & Communication*, 7(1), 34–49. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-34-49>

1. INTRODUCTION

Enumeration as a rhetorical device has been primarily studied in literary texts. According to Merriam-Webster dictionary, enumeration is “1: the act or process of making or stating a list of things one after another, also the list itself; 2: the act or process of counting something or a count made of something” (Merriam-Webster Dictionary). Also, as a stylistic device, enumeration is supposed to link semantically homogenous objects or properties, which can illustrate the author’s subjective perception (Syntactical Stylistic Devices). In this study, any chain of stating things consisting of more than one component will count as a case of enumeration.

Enumeration has been characterized as “an expressive syntax device” helping to create strategies for fictional text development (Melnichuk, 2013). Mainberger views enumeration as “a versatile performative act that matters in different ways” (Mainberger, 2003, p. 6). Building on Mainberger’s perspective, Junge (2019) develops the idea of enumeration as a performative act, arguing that it makes you do things rather than describing them. He interprets enumeration as “a complex epistemic and aesthetic device of literature that makes different things in different texts and contexts” (Junge, 2019, p. 282). According to Junge (2019), in Arabic prose, the act of enumeration creates new aspects of meaning and fulfils several functions such as: 1) an epistemic function, represented by its attempt to expand knowledge; and 2) an aesthetic function, creating the effect, which, according to Eco, produces the feeling of “infinity and abundance” (Eco, 2012, p. 371, cited by Junge, 2019, p. 280).

The role of enumeration was explored in landscape descriptions in “The Magus” by John Fowles. The research showed that enumeration presented by homogeneous sentence parts enhances the expressivity of narration adding vividness, liveliness, and detail (Maiakova, 2014). Wasserman inspects enumerations in Akkadian literary texts and notices the varieties of their expression, for example, “from the whole to its components” or “from outside to inside” (Wasserman, 2021, p. 69). Summing up his findings, Wasserman concludes that enumeration can be described as “a vector in the narrative” mostly used to create some specific meaning, for instance, to emphasize “the universal power of attraction” (Ibid., p. 70).

Glazko (2022) described enumeration as one of the most frequently used expressive means in blogs and columns in both American and Belarusian media discourse. American authors used enumeration to focus readers’ attention on the information because it rhymes the text and makes it dynamic and detailed. In the media discourse of Belarus, enumeration also helps authors to build new semantic connections. As a result of his study, Glazko defines enumeration as a stylistic means that enhances the expressivity of media discourse.

A few studies analyzed expressive features of enumeration in institutional discourse. It was discovered that in spiritual letters enumeration boosts pictorial and persuasive effect (Smolina, 2016). Savchuk (2019) studied the use of enumeration in scientific oral discourse. She made a conclusion that constructions with enumeration help the speaker to intensify the object’s qualities.

Enumeration builds a special structure for the narrative. The expressive potential of enumeration is created by the extension of the initial sentence and the seeming “redundancy of the sentence pattern that results from the addition of some sentence elements” (Umurzakova, 2024, p. 50). Enumerations can be introduced by different syntactic structures, for instance, by contrastive and parallel constructions (Vergez-Couret et al., 2011). It was pointed out that these structures containing enumeration represent textual level relations, which should be differentiated from the

content level relations represented by narration, elaboration, and explanation (Ibid.). Obviously, together they enhance the meaning and make it more vivid and memorable for the reader. That is why Vergez-Couret et al. consider enumerative structures an essential component of discourse coherence (Ibid.).

As can be seen from the research mentioned above, enumeration has been primarily studied in fiction (Junge, 2014; Maiakova, 2014; Melnichuk, 2013; Wasserman, 2021) and in institutional discourse (Glazko 2022; Savchuk, 2019; Smolina, 2016). From these studies, it can be deduced that enumeration is an instrument of expressive syntax with primarily epistemic and aesthetic functions: it develops new meaningful connections in the text and intensifies the described qualities; it structures the information producing the effect of “plentifulness”. Longer structured sentences together with expanded content create coherent discourse.

This research focuses on the use of enumerations in graduate program announcements designed for international applicants. Graduate program announcements serve two purposes – to describe and persuade. Similar academic genres include university course catalogues, course descriptions, university mission statements, and statements of purpose. Although these written genres of academia are described as educational and research support (Stašková, 2013), they play a crucial role in attracting applicants to numerous academic programs and ultimately in assisting universities and academics to carry on with their main mission that is to provide high-quality education to their students.

Despite the increasing importance of the academic vitality of these supportive academic genres, described as semi-occluded (Samraj & Monk, 2008; Stašková, 2013), they have been paid less attention as compared to the studies of research genres of academic discourse. This study attempts to draw the attention of the academic community to the importance of such genre as the academic program announcement and to the role of enumeration in making the text of the announcement informative and persuasive. Therefore, the significance of this study lies in the identification of the promotional features of graduate program announcements and in illustrating the important role of enumeration in producing an effective promotional text.

Constructions with enumerations are detected in each of the analyzed announcements and sometimes in each sentence of the announcement. The study will focus on the following research questions: 1) What are the functions of enumerations in graduate program announcements designed for overseas applicants? 2) Which linguistic means enhance the communicative qualities of enumerations? 3) Can enumeration be described as a feature of expressive syntax typical of academic promotional writing? The results will provide us with a better understanding of the role of enumerations in academic announcements as a genre of promotional academic writing. Gaining more insights into how academic promotional genres can be adjusted for international audiences by studying the experiences of top Russian universities seems to be currently of great importance. Universities are trying to engage more overseas students in their academic programs as their ability to attract international students is taken into consideration for national university ranking.

2. LITERATURE REVIEW

Appearance of promotional genres in academia has been caused by processes happening currently in many other professional fields. Just like other businesses, universities compete for funding, prospective students, and other resources (Stašková, 2013) by means of promotional discourse, the aim of which is “to sell ideas, goods or services to a selected group of people” (Bhatia, 2005, p. 214). As a result, scholars and academic institutions are using marketization strategies to

promote themselves to stand out and cope with over-competitiveness that has been common for recognition and advancement in academia (Carson et al., 2013). The fact that academic discourse has been affected by promotional culture was noticed by Fairclough as early as 1993. He compared texts of an undergraduate prospectus with undergraduate prospectus entries of 1967-1969 and observed that the discursive practices of British universities had become highly affected by promotional culture (Fairclough, 1993). The study of university course descriptions showed that although their communicative purpose seemed to inform students about the course content, at the same time, this discourse was highly influenced by consumer advertising practices turning course descriptions into a promotional academic genre (Fairclough, 1995).

In 2005, Bhatia summarized the main features of promotional discourse singling out description and evaluation as the most important discursive features for product differentiation narration. Bhatia noticed that product differentiation is typically achieved with positive and favourable language (Bhatia, 2005) similar to advertising announcements (Sholikhah, 2019). Likewise, academics use positively charged lexis in academic articles to describe their research – its importance, uniqueness, and novelty (Afros & Schryer, 2009). As a result, new practices of subjectivization have appeared in academic writing to incorporate impact description into scholars' narratives (Wróblewska, 2021).

The need to promote different academic activities has caused the appearance of supportive genres, which are often described as promotional, and has attracted the attention of linguists internationally to its features. For example, Zhang (2017) studied the “About Us” section of university website homepages in China. By means of critical discourse analysis, she identified lexical, grammatical, and syntactic features of the homepage section, as well as the structure, rhetorical moves, and communicative purposes of texts from “About Us” of five Chinese universities. The results of the study show that the university website homepage has mainly three functions – to welcome, inform, and promote. These functions are fulfilled by seven rhetorical moves: “welcoming, establishing credentials, describing administration, attracting attention, offering extra services, locating the service and soliciting responses” (Zhang, 2017, p. 76). Interestingly, the author discovered that these texts demonstrate discursive hybridization combining authoritative and conversational discourse. This seems to be a special detail of the Chinese academic promotional discourse, which is trying to establish a friendly relationship with prospective students and at the same time reflect “the centralized operation of Chinese universities” (Zhang, 2017, p. 64). Therefore, it is quite possible that academic promotional discourse has culturally specific features as it reflects people's values and their expectations from the academic sphere.

The feature of a highly positive narrative of academic promotional writing was also discovered by Askehave (2007), who analyzed the discourse of international student prospectus from Australia, Finland, Japan and Scotland, trying to see what discursive features appeared due to the marketization of higher education. Having studied the rhetorical moves and the most important rhetorical features of the discourse of international student prospectus, the author concludes that the discourse of student prospectus imitates discursive practices of market advertising. The international student prospectus promotes the university stressing its ability to provide students with unique experiences and innovative practices. Thus, the author describes the university prospectus as a “highly promotional genre” reflecting the values of a free market (Askehave, 2007, p. 723).

Lee focuses on promotional features of mathematics education discourse stressing that all kinds of posters and worksheets add more value to practices connected with mathematics education trying to break it into consumable fragments and connect them with “basic human desires such as beauty, power, and community” (Lee, 2023, p. iii).

Another study has been devoted to selected Ghanaian universities with the purpose of identifying how they express their stance under the influence of marketization practices. Having studied the mission statements of 59 universities, the authors identified six main marketization strategies in higher education discourse. These are: “(1) trumpeting excellence, global aspirations and partnerships; (2) highlighting niche specialisations; (3) declaring commitment to knowledge creation and dissemination; (4) pledging positive societal impact; (5) promising holistic and quality education; (6) emphasising ethical, value-based education” (Hu et al., 2024). The authors point out that the marketization discourses of universities rely actively on boosters, attitude markers and hedging expressions (just like research articles).

As we can see from the prior research (Askehave, 2007; Lee, 2023; Stašková, 2013; Zhang, 2017), it was established that certain genres of academic discourse incorporate the qualities of promotional discourse. This research seeks to investigate the features of promotional discourse in graduate program announcements and demonstrate the importance of enumeration in fulfilling several discursive functions.

3. MATERIALS AND METHODS

The research was carried out on 10 graduate program announcements featured by the Keystone Masterstudies website. This is an information resource about graduate programs available all over the world. It allows potential students to search effectively for the graduate program best suiting their aspirations by specifying a set of preference criteria.

The data for this study were obtained from the graduate program announcements posted by leading Russian universities for international audiences. Graduate programs from 16 Russian universities were found on Keystone. Further, graduate program announcements only of the universities included in the recent university rating “RAEX-100” of the 100 best universities in Russia (Erokhina, 2024) were chosen for the analysis. By purposive sampling, 10 announcements primarily in Humanities (mostly in language studies due to the author’s personal interests) were selected. As a result, all announcements selected for the study were posted by universities rated among the top 100 Russian universities, and furthermore, 8 out of 10 announcements were from universities ranked within the top 20. Therefore, the purposive sampling allows studying graduate program announcements of the best and most efficient Russian universities. These specific announcements posted by the universities included in the RAEX rating of 100 best universities might serve as an example for other universities that intend to attract international students to their postgraduate programs.

The study relies on a mixed method approach, which integrates interpretative (qualitative) and quantitative approaches to analysis. The qualitative methods include structural text analysis, functional and stylistic analysis, and pragmatic analysis with descriptive-analytical and systematization methods. The quantitative approach is represented by the statistical processing of the linguistic data.

After being selected for the study, the texts of academic announcements were analyzed in terms of their structure and linguistic features at the grammatical and lexical levels. At this stage, it became obvious that enumerations play a very important role in constructing this type of discourse as they were discovered in abundance in each structural segment of the announcement. Other features of promotional writing were also identified, such as expressive lexis, proper names and numeric data, parallel constructions and words and expressions connecting elements of enumeration chains.

Pragmatic analysis implies interpretation of the message taking into consideration context and the addresser's intentions. It helps the researcher to uncover systematic discursive practices and in this particular study revealed functions of the enumerations and their persuasive nature. Further analysis relied on statistical processing of the data obtained to prove numerically that enumerations are an integral part of promotional academic discourse with 2 to 8 elements of enumeration.

4. RESULTS AND DISCUSSION

Bearing in mind that statistical processing of the linguistic research sample assists us in finding connections “between categories of language and extralinguistic factors” (Glushak, 2021), the main features of the analyzed announcements were summed up in Table 1. As can be seen from the data, some patterns in their text construction become visible. In the research corpus of 2772 words (10 announcements), enumerations were used 124 times. It means that we might come across about 12 cases of enumeration in one announcement. The shortest announcement of 127 words has 6 enumerations (in each sentence of the announcement text). The longest announcement of 532 words includes 21 examples of enumeration, which demonstrates that cases of enumeration increase as the announcement becomes longer. This, in its turn, signifies an important role of enumerations in this type of promotional academic genre. The most typical word used to connect the elements of enumerations is a coordinating conjunction *and*. Other words that are used to connect the elements of enumerations are: *or* (4 times), *(but) also* (4 times); *other* (3 times); *in addition to* (2 times); *in combination with* (2 times); *an soon on, not only ...but*, etc. were found only once in the research corpus.

Table 1. *Numeric Data Regarding Graduate Program Announcement Texts and Enumeration Usage Within Them*

Name of the program	Total number of words in the announcement	Number of cases of enumeration	Connecting words used within enumerations	Each sentence contains enumerations
Masters in Financial Management (Southern Federal University)	201	11	and (10), in combination with (1), both (1), as well as (1)	
MA in Foreign Language of Professional Communication & Specialized Translation (People's Friendship University)	333	18	and (16), or (3); as well as (2); but also (1); also (1); including (1); both (1)	
Master in International Management (RANEPA- Institute of Business Studies)	358	13	and (10); as well as (2); in addition to (1)	
Master in International Relations (Volgograd State University)	159	9	and (6); as well (as) (2); etc. (2); both (1); not only ...but (1)	+
Master in Linguistics (Bauman Moscow State Technical University)	127	6	and (7); including (1); or (2)	+
Master in Linguistic Theory and Language Description (HSE University)	410	19	and (13), including (2); as well as (2); such as (1)	
MA in Political Philosophy (Ural Federal University)	278	12	as well as (2); in addition to (1); and other (2); such as (1); and so on (1); and (4)	
Master in Russian Culture (Saint Petersburg University)	222	8	and (9); combination of (1)	
Master in Russian Language, Literature and Culture for foreigners (Novosibirsk State University)	152	7	and (9); (but) also (2); other (1)	
MSc in Digital Linguistics (Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University)	532	21	and (22); including (2); such as (3); as well as (1); or (1)	

4.1. The structure of the academic announcement

The structure of the announcement has two main parts. In the first part, the focus of the program is usually explained, for example: *The Master's program in Linguistic Theory and Language Description trains students in methods of linguistic analysis and the interdisciplinary study of language and language documentation. With a focus on sociolinguistics and typologically informed language description, students gain hands-on linguistic research experience* (Master in Linguistic Theory and Language Description. HSE University, n.d.). Such cases of enumeration as *...in methods of linguistic analysis and the interdisciplinary study of language and language documentation and on sociolinguistics and typologically informed language description* help to clearly introduce the focus of the program at the initial stage of the announcement.

As can be seen from another example of the first sentence of the announcement from Peoples' Friendship University of Russia, prospective applicants can read the title of the program, learn about theoretical and practical orientation of the program, and the professional settings in which they will be able to apply acquired knowledge and skills: *The programme "Foreign Language of Professional Communication and Specialised Translation" is designed to provide students with a theoretical and practical knowledge and skills, which can be used for communication in professional settings, translation and interpreting, as well as for teachers and professionals in Economics, Management and Business* (MA Foreign Language of Professional Communication & Specialized Translation. People's Friendship University of Russia, n.d.). This part of the graduate program announcement describes program features. As we can see from the examples above, enumerations are actively engaged in the description. Thus, we can say that at this stage they perform a descriptive function.

The second part of the announcement specifies program features thoroughly. At this point, more information about disciplines is provided; highly professional lecturers, engaged in the program, may be mentioned; again, skills that the program graduates are expected to master can be described thoroughly. To make the information realistic for the addressee, names of partner universities are mentioned and numeric information about international students is included: *Studying in a multicultural environment (international students constitute 20% of the student body, 30% of the teaching is delivered by international faculty); The opportunity to pursue a double-degree track and be awarded, in addition to the Russian government-accredited master degree, a master degree from a partner University of IBS in Europe or the USA; 16 partner universities for student exchange programs...* (Master in International Management. RANEPA – Institute of Business Studies, n.d.). This announcement from RANEPA explains a special emphasis of the program (*international environment; multicultural environment*) and the opportunity to pursue a double degree track. The enumerations in this part of the announcement perform a clarifying function as they strive to provide more details about the program.

Obviously, the announcement informs about the content of the program, explains what courses will be taught and what skills the program graduates will acquire. The announcement also mentions work placement opportunities, and how the program is organized. As the examples illustrate, some of the announcements mention partner universities and characterize the teaching staff of the program. Besides informing, the announcements try to persuade prospective students of the importance of the program.

4.2. The functions of enumeration

All the analyzed announcements actively rely on enumerations: in 5 announcements out of 10, enumeration is used in each sentence. It helps to carry out the main function of the announcement as a genre – to inform, usually wider audiences, about some event. However, a promotional announcement not only informs but also persuades the reader to complete a certain action. Enumerations, enhanced with certain linguistic means, which will be illustrated later in this section, assist in making the message noticeable and memorable. By means of the analysis of the overall communicative effect of the enumerations that they produce within the content of the announcement (a pragmatic analysis), it was revealed that enumerations fulfil the functions of describing, clarifying, and impressing the addressee. The first two functions – describing and clarifying – are determined by their location within the text of the announcement: at the initial stage, they help to describe the program. At the final stage, they clarify the benefits of the program. These functions overlap with impressing the addressee function, which usually accompanies the describing or clarifying function: a combination of these two functions makes the information persuasive.

The next example illustrates a combination of the clarifying function with the impressing the addressee function. The sentence is taken from the second part of the announcement about the Master in International Relations program. It clarifies how the knowledge that prospective students will obtain can be applied in real life: *Institute graduates successfully adapt to the situation in the labour market, and successfully apply their knowledge and abilities both in research and pedagogical activities and in various consulting organizations, in administration structures and law enforcement agencies, newspaper and magazine offices, television, etc. (Master in International Relations. Volgograd State University, n. d.).* We can find two chains of enumerations in this example: the first one clarifies how program graduates can apply their knowledge and abilities successfully. The second chain of enumerations has eight components describing where program graduates can apply their knowledge and abilities. The adverb *successfully* repeated two times in one sentence makes the information more impressive. Connections are drawn between knowledge and how it can be integrated into real life. Therefore, it is possible to say that in this case the clarifying function is used together with the function of impressing the addressee. Let's analyze more examples illustrating these functions of enumerations.

The describing function. This function is used to explain the general content (focus) of the program to potential applicants. Enumerations that perform this function are located at the beginning of the announcement (first paragraph usually). The announcement about the Master in Russian Culture program from St. Petersburg University starts with the following sentence: *The special focus will be on the formation and development of Russian cultural identity, the acquisition of research methods in the study of Russian culture, and the specific character of the Russian mentality (Master in Russian Culture, St. Petersburg University, n.d.).* In this sentence, the enumeration describes the main features of the program content. It creates the effect of a broad thematic and disciplinary scope and is supposed to impress the readers and persuade them to choose this particular program for studying. This is one of the shortest announcements. It consists of 9 sentences, 7 of which contain enumerations.

In longer announcements, as in the description of the program in Digital Linguistics, the phenomenon of Digital Linguistics is explained through the enumeration of a variety of spheres with which the students will deal and actions they will be able to perform during their studies: *Join the Digital Linguistics master program. This program reveals the models of language theory, Big Data*

analysis, theory and practice of machine translation, and algorithms for automatic text improvement. The students experiment with the phenomenon of speech, voice recognition, and automated text analysis, and develop digital language guides and other pioneering technologies (MSc in Digital Linguistics. Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, n.d.). In the third sentence of the example, we can see several enumeration chains. The first one recounts what the students will do to master the knowledge (*experiment, develop*) and the second chain describes what the students will experiment with (*phenomenon of speech, voice recognition, etc.*).

Another announcement posted by RANEPA University starts with the description of who the program is designed for: *IBS Master in International Management is designed for students with a bachelor's degree, proficient in the English language, and aspiring to a successful career in international business (Master in International Management. RANEPA – Institute of Business Studies, n.d.).* In this sentence, enumeration stresses a very wide audience of prospective students who can enrol in this program at the Institute of Business Studies in Moscow. Let's compare this description with a similar representation of the program from Southern Federal University, in which the target audience is also mentioned: *Thus, the program is intended for those who want to simultaneously gain modern in-depth knowledge in the field of financial management and a broad professional outlook necessary for a financial manager (Masters in Financial Management. Southern Federal University, n.d.).* The description was discovered in the second part of the announcement, where clarifications are provided. The adverb “*Thus*” stresses the clarifying aim of the description. The comparison of these two examples shows that the function of enumerations is determined by their location within the announcement. As has already been mentioned, at the beginning of the text it performs the describing function and in the second half of the announcement, it carries out the clarifying function.

The clarifying function. The clarifying function of enumerations is observed in the second part of the announcements. It is aimed at providing more details about what is included in the program or how the teaching process is organized. For example, this function can be expressed through enumeration of the variety of courses that the program offers and explaining the knowledge applicability that one gains from taking these courses. Thus, the program content is clarified and the applicability of knowledge is explained: *Upon graduation, the student masters the methodology of scientific research in the field of financial management in combination with the skills of qualified use of financial technologies (Masters in Financial Management, Southern Federal University, n.d.).* Or: *You will develop skills in research projects, gain experience in using mathematical methods to create Natural Language Processing applications, including speech recognition, artificial intelligence, machine translation, big data, automated text analysis, and web search in a wide variety of research labs informal workshops on digital linguistics) (MSc in Digital Linguistics. Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, n.d.).*

Stressing a multitude of workplaces of the future program graduates is a very important aspect of the academic announcement as it not only clarifies the knowledge applicability of prospective students but also promotes the program. In the next example, enumerations provide a detailed description of a multitude of job opportunities for program graduates. The emphatic syntax construction “not only ... but also” is used to enhance the meaning of the sentence: *It does not only prepare lecturers of Russian as a foreign language, but also and foremost multi-skilled experts who have a good command of Russian, who are familiar with Russian literature and culture, who are able to work in joint ventures, and also in their country's educational, scientific and cultural organizations interacting with Russia (Master in Russian Language, Literature and Culture for foreigners. Novosibirsk State University, n.d.).* The parallel construction in the sentence helps to

zoom in on numerous skills of program graduates. Enumeration is an essential instrument in clarifying a variety of job opportunities that program graduates will have, as can be seen from another example taken from the Master in Linguistics announcement: *After graduation, the student will be able to engage in direct translation, including automated translation, teach in universities, work in research institutes, laboratories or research centres (Master in Linguistics. BAUMAN Moscow State Technical University, n.d.).*

Obvious clarifications, introduced through enumerations, are used in sentences with a general term followed by a colon and a chain of enumerations. In the next example, enumerations from the announcement about the graduate program in Digital Linguistics clarify the meaning of “applications involving language technology” (1) with the specifying examples (2): *Applications involving language technology (1) are defining contemporary business culture: (2) document relevance ranking and filtering (in e.g. search engines and social media), (2) automatic translation, (2) writers’ aids, (2) business intelligence, and (2) profiling of individuals (MSc in Digital Linguistics. Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, n.d.).*

The “impressing the addressee” function. Another program in Linguistic Theory and Language Description from HSE University zooms in on its interdisciplinary nature. To make this feature truly prominent and impressive, the announcement of 410 words repeats this adjective (“interdisciplinary”) 4 times in enumerations depicting the area of study, what is meant by an interdisciplinary perspective and what kind of activities students will be engaged in thanks to this interdisciplinary perspective. In the second sentence of the following example, enumerations expand the meaning of the interdisciplinary perspective (clarifying function): *Some of these activities are pursued in cooperation with the Laboratory of Language Convergence and the Center for Language and Brain. It is one of the few master’s programs in theoretical linguistics that includes a strong interdisciplinary perspective, including acoustic phonetics and variationist sociolinguistics (Master in Linguistic Theory and Language Description. HSE University, n.d.).* In the first sentence of the example, names of important organizations (*the Laboratory of Language Convergence and the Center for Language and Brain*) are used in cooperation with which the interdisciplinary component is implemented. The announcement of this program also includes geographic names to impress the audience with its numerous research partnerships: *The program has research partnerships with the University of Tromsø, University of Helsinki, University of Stockholm, Hebrew University of Jerusalem, and University of Pavia (Ibid.).* All the enumerations are used not only to clarify the information but also to impress potential applicants with how remarkable the program is.

Depending on the desired outcome of the program, the announcement highlights (and enumerates) some qualities with the purpose of presenting a program as unique. For instance, the MA in Political Philosophy from Ural Federal University, similar to RANEPA University, announces its international orientation as a prominent feature of the program by repeating this adjective (“international”) in several enumerations. The announcement of 278 words mentions the word “international” three times: *international program; hold international graduate degrees; international acclaim.* As we can see from the example, geographic names are enumerated to enhance the connection of the program with the international feature: *In addition to the prominent faculty members, many of whom hold international graduate degrees, classes are taught by visiting professors from the Central European University (Hungary), Utrecht University (Netherlands), and other partner institutions (MA in Political Philosophy. Ural Federal University, n.d.).* The announcement connects the program with being international as its impressive feature and combines the “impressing the addressee” function with the clarifying one.

Thus, the impressing the addressee function relies on the use of enumerations and is usually combined with other functions – describing or clarifying. In this function, enumerations help to highlight one-of-a-kind features of the program, for example, stressing the demand for the future profession of program graduates (*Master in Linguistics. BAUMAN Moscow State Technical University, n.d.*) or enhancing the practice-oriented nature of the program that will ensure numerous career choices for program graduates (*Masters in Financial Management. Southern Federal University, n.d.*).

An example of this function can be taken from the announcement of the Master in Russian Culture program. The adjective “special” is used twice within the same sentence and once in an enumeration (*special character*) explaining the special focus of the program: *Special attention will be paid to the formation and development of Russian identity, the formation of research methods in the study of Russian culture, and the special character of the Russian mentality* (*Master in Russian Culture. St. Petersburg University, n.d.*). The sentence is introduced in the second part of the announcement in which enumerations carry out the clarifying function together with the impressing the addressee function.

Another vivid example of a combination of these two functions demonstrates how the program announcement can try to impress future students with the information that only the best teachers will be teaching them: *Our students benefit from being taught by the best teachers, lecturers and professors of the Foreign Languages Department of PFUR Economics Faculty, visiting professors of the leading Russian universities (Lomonosov MSU, MSIFA) and specialists of language-service agencies (MA Foreign Language of Professional Communication & Specialized Translation. People's Friendship University of Russia, n.d.)*. Rather than using one generic term, for instance, saying “Our students benefit from being taught by highly skilled specialists...”, the announcement features enumeration to impress the addressee with the information about teaching staff.

Thus, describing, clarifying, and impressing the addressee – are the functions the enumerations help to achieve in academic announcements characterized in this study as promotional academic discourse. A variety of linguistic resources enhances these functions in the analyzed announcements. These linguistic resources include:

1) numerous cases of positive lexis used, as will be illustrated with the following example, either within the enumerations (*have a good command..., are familiar with..., are able to...*) or to describe a quality (*multi-skilled experts*) explained by enumerations. The next example features the first two sentences of the announcement from Novosibirsk State University. This is the beginning of the information about the program and the enumerations in both sentences fulfil the role of describing. In the second sentence, adjectives *foremost, multi-skilled (experts), good (command)* are used to produce a favourable impression on the potential applicants impressing them with a multitude of expert knowledge that the program will provide them with. Simultaneously, the announcement promises to turn them into multi-skilled experts able to work in a broad variety of professional contexts: *This program integrates the study of the Russian language, literature, and culture. It does not only prepare lecturers of Russian as a foreign language, but also and foremost multi-skilled experts who have a good command of Russian, who are familiar with Russian literature and culture, who are able to work in joint ventures, and also in their country's educational, scientific and cultural organizations interacting with Russia* (*Master in Russian Language, Literature and Culture for foreigners. Novosibirsk State University, n.d.*);

2) structures of expressive syntax, mostly represented by parallel constructions, constructions of contrast (*not only ... but*), and enumerations. The above example from the announcement about

the *Master in Russian Language, Literature and Culture for foreigners* has also parallel structures making the information more noticeable to the reader. Again, the same example above includes an expression *not only ... but also* to add emphasis to the information about the program;

3) numeric data and proper names, for example, names of partner universities. These words, when enumerated, make the announcement sound reliable, true to life and, just like the following example, create the feeling of a multitude of opportunities that prospective students will have while studying: *Students enrolled in the programme can take an opportunity to join a dual diploma scheme (PFUR and London Metropolitan University), or/and have a training course abroad (Great Britain, Germany, Spain, China or France) (MA Foreign Language of Professional Communication & Specialized Translation. People's Friendship University of Russia, n.d.);*

4) connecting words, which assist the reader to properly comprehend enumerations and the text of the announcement in general. The most widespread among these words and expressions are: coordinating conjunction *and*; phrases *as well as* and *such as*; preposition *including*. The most typical word used to connect the elements of enumerations is the conjunction *and*. It can be used several times in the same sentence to connect different chains of enumeration as it can be demonstrated by the next example: *The academic program is designed according to professional standards and employers' opinions on the correlation of graduates' competencies and functions in the field of professional activity (Master in Russian Culture. St. Petersburg University, n.d.)*. In this sentence, conjunction *and* connects several enumerations stressing the fact that the program was carefully designed having taken into consideration such important aspects as employers' opinions and professional standards.

Combination of the functions of enumerations mentioned above with these language resources makes the text of the announcement informative and at the same time persuasive as it highlights the advantages of the described program making it desirable for prospective applicants. The results of the study mostly correlate with the previous studies of enumeration in which it was characterized as an expressive means of syntax that helps the addresser make the object qualities more vivid and obvious for the recipient.

Graduate program announcement contains a detailed product narration aimed at making it different from other similar products with the help of positive and favorable language at the same time stressing the choice and opportunities that students can be provided with, wide applicability of the skills that they will master while studying. Most of the announcements emphasize the combination of theoretical knowledge with practical hands-on experience, the interdisciplinarity of the program, and its international orientation. A positive narrative is constructed by means of positively charged lexis and emotional syntax typical of promotional discourse.

5. CONCLUSION

This research is devoted to the study of the role of enumerations in graduate program announcements described as a promotional academic genre. The analysis of the announcements posted by top Russian universities for international audiences shows that in promotional academic discourse, enumerations add details and emphasis to narration fulfilling three main functions – describing, clarifying, and impressing the addressee. The first two functions are predetermined by their location within the announcement. The describing function is found at the beginning of announcements, where prospective students are introduced to the program and become acquainted with its content. The clarifying function is found in the second part of the announcement, where

more details are provided about the courses that are included in the program, how the teaching process is organized, and how program graduates will be able to apply their new knowledge. Enumerations are used in all parts of the announcement, to impress the target audience with the unique features of the program, thereby fulfilling the “impressing the addressee” function. This function accompanies either the describing or clarifying function. Positive lexis, proper names, numeric data, constructions of expressive syntax, and connecting words help the information in the announcement to stand out and be more memorable.

The research expands our knowledge about the role of enumeration as an expressive syntax construction featured in contemporary types of discourse and shows that enumerations can be described as a feature of promotional discourse in general and promotional academic writing in particular. This syntactical stylistic device (Syntactical Stylistic Devices, n.d.) makes the message more detailed and at the same time more memorable. These results might have practical applications for academic writing strategies, for example, when academics want to draw more attention to their stance or when universities are trying to describe their courses and programs as one-of-a-kind and, thus, highly desirable for potential audiences.

6. LIMITATIONS

Of course, these findings, obtained from the analysis of 10 announcements, should be verified on a larger empirical corpus. Moreover, including program announcements in both the Humanities and Science disciplines will allow us to identify discipline-specific features of promotional academic discourse and the role that enumerations play in these announcements. In addition, it seems interesting to compare the role of enumeration in academic announcements in different languages. This will give us a better understanding of how enumeration functions as a means of persuasive syntax in texts produced in different cultures. Further, the results about the persuasive properties of enumeration can be tested on other genres of academic writing, for example, on research articles and monographs.

Conflict of interest:

The author declares that there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Afros, E., & Schryer, C.F. (2009). Promotional (meta)discourse in research articles in language and literary studies. *English for Specific Purposes*, 28(1), 58-68. doi: 10.1016/j.esp.2008.09.001
2. Askehave, I. (2007). The Impact of Marketization on Higher Education Genres – the international student prospectus as a case in point. *Discourse Studies*, 9(6), 723-742. doi: 10.1177/1461445607082576
3. Bhatia, V.K. (2005). Generic Patterns in Promotional Discourse. In H. Halmari & T. Virtanen (Eds.), *Persuasion Across Genres: A Linguistic Approach* (pp. 213-228). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/pbns.130.13bha>

4. Carson, L., Bartneck, C., & Voges, K. (2013). Over-Competitiveness in Academia: A Literature Review. *Disruptive Science and Technology*, 1(4), 183-190. doi:10.1089/dst.2013.0013
5. Eco, U. (2012). *The Infinity of Lists* (A. McEwen, Trans.). London: MacLehose Press.
6. Erokhina, E. (2024). "Interfax" opublikoval Natsional'nyy reiting universitetov – 2024 [Interfax published national university rating – 2024]. Skillbox Media (in Russian). https://skillbox.ru/media/education/interfaks-opublikoval-natsionalnyy-reyting-universitetov-2024/?utm_source=-media&utm_medium=link&utm_campaign=all_all_media_links_links_articles_all_all_skillbox
7. Fairclough, N. (1993). Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities. *Discourse & Society*, 4(2), 133-168. doi: 10.1177/0957926593004002002
8. Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London, New York: Longman.
9. Glazko, P. P. (2022). Funktsional'no-pragmaticheskie kharakteristiki sintaksicheskikh priemov v zhanrakh medijnogo prostranstva SSHA i Belarusi [Functional and Pragmatic Characteristics of Syntactic Devices in the Genres of American and Belarusian Media Space]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 1, 136-156 (in Russian). doi:10.30547/vestnik.journ.1.2022.136156
10. Glushak, V. (2021). Statistical processing of linguistic data. *Social Science Research Network (SSRN)*. <https://ssrn.com/abstract=3840956>
11. Hu, G., Asafo-Adjei, R., & Bonsu, E.M. (2024). Visions and missions: Stance in the marketisation discourse of selected Ghanaian universities. *Linguistics and Education*, 80, 101291. doi:10.1016/j.linged.2024.101291
12. Junge, Ch. (2019). Doing things with lists – enumeration in Arabic prose. *Journal of Arabic Literature*, 50, 278-297. doi:10.1163/1570064x-12341388
13. Lee, P. (2023). *How math makes cents: the marketization of mathematics education discourse* [PhD Thesis]. Simon Fraser University.
14. *MA Foreign Language of Professional Communication & Specialized Translation*. Peoples' Friendship University of Russia. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/pfur/ma-foreign-language-of-professional-communication-specialised-translation>
15. *MA in Political Philosophy*. Ural Federal University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/ural-federal-university/ma-in-political-philosophy>
16. Maiakova, E.S. (2014). Stilisticheskie priemi v pejzaznikh opisanijakh: rol', znachenie i funktsii [Stylistic devices in landscape descriptions: role, importance and functions]. *Vestnik MGUKI*, 6(62), 248-250 (in Russian).
17. Mainberger, S. (2003). *Die Kunst des Aufzählens. Elemente zu einer Poetik des Enumerativen* [The art of counting. Elements of a poetics of enumeration]. Berlin, New York: Walter de Gruyter (in German).
18. *Master in International Management*. RANEPA – Institute of Business Studies. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from [https://www.masterstudies.com/institutions/ranepa-institute-of-business-studies-\(ibs\)/master-in-international-management](https://www.masterstudies.com/institutions/ranepa-institute-of-business-studies-(ibs)/master-in-international-management)
19. *Master in International Relations*. Volgograd State University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/volgograd-state-university/master-in-international-relations>

20. *Master in Linguistic Theory and Language Description*. HSE University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/hse/master-in-linguistic-theory-and-language-description>
21. *Master in Linguistics*. BAUMAN Moscow State Technical University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/bauman-moscow-state-technical-university/master-in-linguistics>
22. *Master in Russian Culture*. St. Petersburg University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from [https://www.masterstudies.com/institutions/saint-petersburg-state-university-\(spbu\)/master-in-russian-culture](https://www.masterstudies.com/institutions/saint-petersburg-state-university-(spbu)/master-in-russian-culture)
23. *Master in Russian Language, Literature and Culture for foreigners*. Novosibirsk State University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/novosibirsk-state-university/master-in-russian-language-literature-and-culture-for-foreigners>
24. *Masters in Financial Management*. Southern Federal University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/southern-federal-university/masters-in-financial-management>
25. Melnichuk, O. (2013). Enumeration as a semantic-syntactic strategy of fictional discourse: a case study of French fiction. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(19), 464-468. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/155254>
26. Merriam-Webster. (n.d.). Enumeration. In *Merriam-Webster.com dictionary*. Retrieved October 3, 2024, from: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/enumeration>
27. *MSc in Digital Linguistics*. Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. (n.d.). Keystone Masterstudies. Retrieved August 27, 2024, from <https://www.masterstudies.com/institutions/spbpu/msc-in-digital-linguistics>
28. Samraj, B., & Monk, L. (2008). The statement of purpose in graduate program applications: Genre structure and disciplinary variation. *English for Specific Purposes*, 27(2), 193-211. doi:10.1016/j.esp.2007.07.001
29. Savchuk, S.O. (2019). Osobennosti ustnogo nauchnogo diskursa: po materialam Natsional'nogo korpusa russkogo jazika [Specifics of oral scientific discourse: based on the Russian National Corpus]. In D.A. Kocharov & P.A. Skrelin (Eds.), *Analiz razgovornoj russkoi rechi (ARZ-2019). Trudi vos'mogo mezhdisciplinrogo seminar [The Analysis of Russian colloquial speech. Proceedings of the 8th interdisciplinary seminar]* (pp. 88-95). Politekhnik-Print (in Russian).
30. Sholikhah, I.M. (2019). Language of Ads: Exploring Persuasive Strategies of Promotional Discourse. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS)*, 1, 741-751.
31. Smolina, A.N. (2016). Dukhovnoje pis'mo kak zhanr russkoj slovestnosti [Spiritual letter as a genre of Russian literature]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya [The world of science, culture and education]*, 2(57), 384-387 (in Russian).
32. Stašková, J. (2013). Promotional genres of academic discourse. *Language, literature and culture in a changing transatlantic world II*, 176-187.
33. Syntactical Stylistic Devices. (n.d.). *Stylistics of the English Language*. Retrieved November 8, 2024, from <https://www.cross-kpk.ru/ims/files/new/07-eng3/Doc/sin.htm>
34. Umurzakova, D. (2024). Stylistics and syntax of the English language. *Science and Innovation*, 3(3), 49-51. doi:10.5281/zenodo.10886964

35. Vergez-Couret, M., Bras, M., Prevot, L., Vieu, L., & Atallah, C. (2011). Discourse contribution of enumerative structures involving “pour deux raisons”. *Constraints in Discourse*, 4, 1-10.
36. Wasserman, N. (2021). Lists and Chains: Enumeration in Akkadian Literary Texts. With an appendix on this Device in Borges and Hughes. In R. Laemmle, C. S. Laemmle & K. Wessermann (Eds.), *Lists and Catalogues in Ancient Literature and Beyond* (pp. 57-80). De Gruyter. doi:10.1515/9783110712230-004
37. Wróblewska, M.N. (2021). Research impact evaluation and academic discourse. *Humanities & Social Sciences Communications*, 8, 58. doi:10.1057/s41599-021-00727-8
38. Zhang, T. (2017). The marketization of higher education discourse: a genre analysis of university website homepages in China. *Higher Education Studies*, 7(3), 64-79. doi:10.5539/hes.v7n3p64

About the author:

Irina P. Khoutyz, Dr. Sci. (Philology), Professor in the Department of Applied Linguistics and Information Technology at Kuban State University (Krasnodar, Russia). ORCID: 0000-0003-4141-5395.

Received: September 5, 2024.

Accepted: December 10, 2024.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-50-69>

ВАРИАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НЕМЕЦКОЙ ПОСЛОВИЦЫ «GELD ALLEIN MACHT NICHT GLÜCKLICH» В ЭКОНОМИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ ГЕРМАНИИ

Э.Л. Шубина

МГИМО МИД России

elvira.shubina@mail.ru

Т.А. Пугачева

МГИМО МИД России

tatyana.pugacheva.1999@mail.ru

Аннотация: Настоящая статья посвящена функционированию популярной пословицы *Geld allein macht nicht glücklich* (букв. «Одни только деньги не сделают счастливым») в немецкоязычной прессе за последние десять лет. Целью исследования являются определение коммуникативно-прагматического потенциала данной паремии (традиционной и модифицированной) в статьях по экономике, выявление вариативного потенциала, систематизация видоизменений данной пословицы и моделирование ее вариаций, которые обнаружены в исследовательском корпусе. В ходе исследования используются методы теоретического анализа, метод сплошной выборки, метод словарных дефиниций, метод компонентного анализа, метод ситуативно-контекстуального анализа, метод статистической обработки и обобщения полученных данных. Эмпирическим материалом послужили газетные публикации из немецких электронных изданий, таких как «Focus», «Taz», «Manager magazin», «Frankfurter Rundschau», «WELT», «Berliner Zeitung», «Yahoo!finanzen», «Süddeutsche Zeitung». В качестве дополнительного материала исследования привлекались также данные корпуса немецкого языка DWDS (Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache). В результате исследования было установлено, что анализируемая пословица главным образом реализуется в корпусе статей, выполняя при этом чаще всего функцию привлечения внимания, а также экспрессивную и оценочную функции. Пословичное выражение в модифицированных формах используется в 1,5 раза чаще, чем в своей словарной форме. В ходе анализа исследуемого корпуса узуальных и авторских форм рассматриваемой паремии были выявлены варианты, которые не изменяют смысл пословичного изречения, и трансформы, которые способны поменять полностью или частично его смысл. Среди формальных изменений структуры установлены: расширение пословичного выражения посредством дополнительных компонентов, сокращение формы пословичного выражения; изменение грамматической формы пословицы, субституция компонентов в пословичном выражении, изменение коммуникативной направленности, редукция отрицательного компонента. В статье авторами предложены модели вариаций пословичного

выражения. Данный перечень моделей вариаций паремии даст возможность продемонстрировать особенности реализации пословичного выражения в экономическом медиадискурсе, а также раскрыть и прогнозировать его модификационный потенциал. Научная новизна исследования заключается в выстраивании моделей вариаций конкретной паремии. Впервые рассматривается бытование пословицы в традиционной и в модифицированной форме в текстах экономической тематики в прессе Германии.

Ключевые слова: немецкий язык, экономический дискурс, вариативность пословиц, модификация пословиц, паремиология, медиадискурс.

Для цитирования: Шубина, Э.Л., Пугачева, Т.А. (2025). Вариативный потенциал немецкой пословицы «Geld allein macht nicht glücklich» в экономическом медиадискурсе Германии. *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(1), 50–69. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-50-69>

1. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена высоким коммуникативно-прагматическим потенциалом пословичных выражений в публицистическом дискурсе. В медиадискурсе характерно употребление как традиционных форм пословиц, так и их лингвокреативных модификаций. Данная статья, отражающая модификационный потенциал пословицы *Geld allein macht nicht glücklich* (букв. «Одни только деньги не сделают счастливым») и функционирование её в ином виде в экономическом медиадискурсе Германии, позволяет проследить вариативность языковой единицы. Цель исследования – определить коммуникативно-прагматический потенциал традиционной и модифицированной пословицы в статьях немецкоязычной прессы 2013-2024 гг. экономической тематики; выявить способы её модификаций; классифицировать и систематизировать закономерности видоизменений пословицы; а также предложить модели модификаций пословицы *Geld allein macht nicht glücklich*, которые выявлены в нашем исследовательском корпусе.

Практическая значимость проводимого исследования определяется тем, что его результаты могут быть применены при преподавании немецкого языка как иностранного. Кроме того, материалы и выводы нашего исследования будут полезны для специалистов в области межкультурной коммуникации и перевода, для которых особенно важно понимать коммуникативно-прагматический потенциал пословиц и закономерности их видоизменений в тех или иных контекстах.

2. АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Паремиология – это раздел языкознания, который изучает пословицы. Пословицы выступают как завершённый текст и выполняют в процессе коммуникации информативную, когнитивную и прагматическую функции.

Лингвисты А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский трактуют пословичные выражения как фразеологизмы, которые имеют структуру предложения и реализуют концепцию всеобщности, а также «иллокутивную семантику» поучения, они являются «относительно дискурсивно самостоятельными» (Баранов, Добровольский, 2008, с. 69).

По словам немецкого лингвиста В. Фляйшера, пословичные изречения – это микротексты, которые содержат в себе обобщённый опыт народа (Fleischer, 1982).

В статье пословичное выражение рассматривается как самостоятельный текст, который содержит в себе обобщённые знания людей, относящихся к одному этническому сообществу, и реализует свой прагматический потенциал в разных видах дискурса (Шубина, Шитикова, 2015).

Ключевая особенность паремий заключается в их устойчивости, то есть в неизменном лексико-грамматическом составе. Тем не менее по словам лингвиста Н.М. Шанского, многие пословичные выражения реализуются в двух равноправных вариантах, то есть таких формах, которые различаются между собой лексико-грамматически, но в то же время идентичны по значению и степени семантической слитности (Шанский, 1996).

Исходя из этого уточним понятия «традиционная» форма и «модифицированная» форма пословицы. Традиционная форма пословицы – это та форма, которая зафиксирована в словаре. Здесь необходимо сказать, что пословичное выражение реализуется не только в своей традиционной форме, но и в модифицированной, то есть видоизменённой (Шубина, Пугачева, 2024). Это обусловлено тем, что говорящие, творчески переосмысливая пословицу, эмоционально конкретизируют ситуацию и экспрессивно используют наиболее частотные пословицы. Таким образом, можно утверждать, что стабильность – не абсолютный признак пословицы (Chrissou, 2000). Итак, модификация пословицы – это видоизменённая структура пословичного выражения, которая отличается от зафиксированной в словаре основной формы. Модификации нередко осуществляют «социальный заказ», отражая реалии сегодняшнего дня (Вальтер, Мокиенко, 2005, с. 13).

Модификации пословиц могут как сохранять смысл традиционной формы, так и частично или полностью его изменять. С.И. Гнедаш в своих исследованиях призывает различать понятия «вариации» и «трансформации». Лингвист подчёркивает, что варианты пословицы не влияют на её смысл. Трансформанты, напротив, частично или полностью меняют значение пословицы (Гнедаш, 2010, с. 72). Такие трансформированные пословичные выражения всегда в той или иной мере экспрессивно окрашены, что несомненно привлекает внимание читателей. В нашем исследовании мы обращаемся к терминам С.И. Гнедаш и разграничиваем варианты и трансформы пословицы. Таким образом, модификации пословичных выражений включают в себя варианты и трансформы.

Итак, модифицированные пословицы, несмотря на свою популярность, должны быть узнаваемыми. Поэтому, вопреки всей своей новизне и креативности, алгоритмы трансформаций подчиняются конкретным законам, на которых основана традиционная форма пословиц (Мокиенко, Никитина, 2023).

Исходя из всего вышесказанного, мы считаем целесообразным в нашей работе представить конкретные модели вариаций, которые будут отображать авторские пословицы и наглядно демонстрировать операционные шаги в процессе их модификаций.

3. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Материалом для исследования послужили газетные статьи из немецких электронных изданий, таких как «Focus», «Taz», «Manager magazin», «Frankfurter Rundschau», «WELT», «Berliner Zeitung», «Yahoo!finanzen», «Süddeutsche Zeitung». В ходе исследования было проанализировано 50 примеров из вышеперечисленных газетных изданий. Обращение к данным изданиям обосновано тем, что они посвящены экономической тематике. В качестве

дополнительного материала исследования привлекались также данные немецкого корпуса DWDS (Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache), так как в нём наиболее наглядно представлены интересующие нас языковые единицы.

Материал был отобран методом сплошной выборки. В процессе поиска примеров учитывались следующие критерии: тематика (статьи должны быть связаны с темами, которые поднимают вопросы экономики, материального положения, социальных исследований и т.п.); наличие пословицы *Geld allein macht nicht glücklich* или её модификаций в текстах статей; газетные статьи должны быть опубликованы в определённый временной диапазон (последние 10 лет) для актуальности обсуждаемых вопросов. В ходе исследования также применялись следующие методы: методы анализа и синтеза, которые были использованы для систематизации теоретического материала и выявления конкретных закономерностей в процессе описания; метод словарных дефиниций для выявления значения той или иной пословицы; метод компонентного анализа, который использовался для дифференциации состава компонентов пословицы, подвергающихся структурно-семантическим модификациям; метод ситуативно-контекстуального анализа, который учитывает ситуативную детерминацию модифицированных пословиц.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

На сегодняшний день экономическое положение в мире всё больше вызывает волнение у людей, что, конечно, отражается в медиадискурсе. Миграционная политика в Германии, энергетический кризис, повышение налогов и как следствие понижение доходов граждан – всё это активно обсуждается в немецкоязычной прессе. С целью привлечь внимание читателей журналисты используют в своих статьях яркие и выразительные заголовки, экспрессивные выражения, в том числе и пословицы. Пословичные изречения реализуют функцию отражения национально-культурной специфики и поэтому известны каждому представителю той или иной культуры. В силу своей общеизвестности пословицы подвергаются модификациям, то есть видоизменениям. К приёму модификаций нередко обращаются журналисты.

Проводимое исследование строится вокруг немецкой паремии *Geld allein macht nicht glücklich* (букв. «Одни только деньги не сделают счастливым»). Несмотря на то, что пословица в словаре «Duden. Redewendungen» выглядит как сложносочинённое предложение – *Geld allein macht nicht glücklich [aber es beruhigt]* (Одни только деньги не сделают счастливым, [но они успокаивают], в данной статье рассматривается первая часть пословицы, а именно *Geld allein macht nicht glücklich*, так как в анализируемом материале пословичное изречение не встречается в полном виде. В словаре пословица трактуется следующим образом: *zum Glücklichsein braucht man mehr als nur Geld* (для счастья нужно нечто большее, чем просто деньги) (Duden, 2013, S. 262).

Более конкретно интерпретируется пословица на платформе «Die SprichWort-Plattform», где подчёркивается, что наличие достаточного количества финансовых средств или богатства не обязательно приносит счастье или удовлетворённость в жизни, то есть вместо лексемы *Geld* (деньги) используются словосочетания *ausreichende finanzielle Mittel* (достаточное количество финансовых средств) и *großer Reichtum* («большое» богатство): «*Sagt man dafür, dass ausreichende finanzielle Mittel oder großer Reichtum nicht unbedingt zu persönlichem Glück oder zur Zufriedenheit im Leben führen müssen*» (*Geld allein macht nicht glücklich*, n.d.).

В данной статье проанализировано 50 микроконтекстов с пословицей *Geld allein macht nicht glücklich* в немецких изданиях. В нашем материале в традиционной форме пословица реализуется 20 раз, а в модифицированной – 30 раз: в виде вариантов – 23, в виде трансформов – 7.

Далее перейдём к вопросу расположения в газетной статье пословицы *Geld allein macht nicht glücklich*, которая может употребляться в заголовке статьи, в подзаголовке, в лиде, в корпусе или в конце статьи.

Говоря о газетных статьях, необходимо отметить, что в современном динамично развивающемся мире человек получает большое количество информации, поэтому одной из важнейших задач журналистов становится – привлечение и удержание внимания читателя. Эта задача достигается яркими и экспрессивными заголовками, в которых используются как традиционная форма пословиц, так и модифицированная. Занимая сильные позиции **в заголовке статьи**, пословица выполняет важные функции, среди которых: номинативная, коммуникативная, функция привлечения внимания, информативная, моделирующая, оценочная, экспрессивная и моделирующая функции.

(1) *Geld allein macht nicht glücklich* (Sammet, 2015). – *Одни только деньги не сделают счастливым* (Здесь и далее перевод наш – Э.Ш. и Т.П.).

В статье (1) речь идёт об уловках, на которые идут руководители, чтобы настроить сотрудников на более качественное выполнение своих профессиональных обязанностей. Чаще всего это – материальные вознаграждения, однако автор утверждает, что одни только деньги далеко не всегда достигают желаемого эффекта, или же этот эффект быстро проходит. И напротив, дизайн рабочего места, социальные льготы, возможности карьерного роста – всё это необходимо для поддержания в компании справедливой, уважительной культуры, которая стимулирует сотрудников. Название статьи выполняет антиципирующую функцию и также даёт оценку реальному положению вещей: для повышения работоспособности у сотрудников недостаточно одного лишь материального поощрения.

Ещё в одной статье (Kowalewsky, 2020), где традиционная форма пословицы также использована **в заголовке**, поднимается вопрос справедливого распределения материальных благ в Германии. Утверждается, что один процент населения владеет более чем одной третью всех денежных средств. Таким образом, доходы в Германии распределены более неравномерно, чем считалось ранее. Автор говорит о несправедливости такого положения дел, хотя и отмечает, что согласно исследованиям, миллионеры из-за сильной загруженности редко по-настоящему счастливы.

Для привлечения внимания журналисты также вводят пословицы **в подзаголовке статьи**. В данной позиции пословицы выполняют прогностическую, оценочную, экспрессивную, моделирующую функции.

Так в следующей статье (*Geld allein macht auch nicht glücklich*, 2014), традиционная форма пословицы использована **в подзаголовке**. Автор статьи отмечает, что многие работодатели используют неправильную стратегию, когда хотят сохранить в компании востребованных специалистов в области информационных технологий (ИТ). Реализованная в подзаголовке статьи пословица выполняет прогностическую и оценочную функции: для сохранения высококлассных специалистов одних только денег недостаточно, необходимы комфортные условия работы и возможность продвижения по карьерной лестнице.

Нередко авторы вводят пословичное выражение **в лиде**, то есть **в первом абзаце статьи**. **Лид** отражает главную мысль статьи и её основное содержание, служит для привлечения внимания читателя. Благодаря лиду, читатель может понять, интересной или нет будет

для него информация. Например, в следующей статье (Zitelmann, 2022) автор, ссылаясь на социологические исследования Райнера Зительманна объясняет, почему бессмысленны высказывания, что лучше быть бедным и здоровым, нежели богатым и больным. Социолог опровергает всем известную пословицу, утверждая, что согласно его исследованиям, деньги всё же играют важную роль для человека.

Пословица, реализованная в **корпусе статьи**, обладает всеми функциями, которые были перечислены выше. Однако здесь мы говорим не столько про функцию привлечения внимания (если адресат читает статью, значит, она уже привлекла его внимание и интересна ему), сколько про функцию подтверждения мысли, оценочную и информирующую функции. В следующем примере (2) пословица использована в качестве авторитетного подтверждения мысли – в виде цитаты известного литературного критика:

(2) *Geld allein macht nicht glücklich*, aber es ist besser, in einem Taxi zu weinen als in der Straßenbahn (Vom Geld haben wir nie genug, 2023). – **Одни деньги не приносят счастья**, но лучше плакать в такси, чем в трамвае.

В данном примере (2) пословица использована в своей традиционной форме, однако автор дополнил её своими замечаниями, тем самым привнеся долю сомнения в народную мудрость.

Следующий пример (3) также реализован в **корпусе статьи**. Данный пример (3) представляет большой интерес для анализа с точки зрения модификаций пословицы. В одном абзаце наше пословичное изречение встречается трижды. Здесь представлена как традиционная форма пословицы, так и её модификации: трансформы *Geld allein mache nicht glücklich* (форма для передачи косвенной речи – Konjunktiv I и редукция отрицательного компонента) и *Geld Gesundheit allein macht nicht glücklich* (субституция компонентов в пословичном выражении). О трансформированных пословицах речь пойдёт ниже. Данные модификации выполняют экспрессивную и оценочную функции, призывая читателя задуматься над этим высказыванием. Автор статьи как бы «обыгрывает» всем известную пословицу, ставя под сомнение её незыблемость. Он задаётся вопросом, действительно ли это аргументы против богатства или здоровья? Автор утверждает, что, несомненно, материальное положение или другие блага сами по себе не сделают нас счастливыми. Однако бессмысленно думать, что деньги не имеют значения для человека:

(3) Der Spruch „*Geld allein macht nicht glücklich*“ ist unsinnig. Ich kenne niemanden, der je behauptet hätte, *Geld allein mache glücklich*. Das wäre ebenso sinnvoll wie die Aussage: „*Gesundheit allein macht nicht glücklich*“ (Zitelmann, 2022). – Пословица «**Одни только деньги не сделают счастливым**» бессмысленна. Я не знаю никого, кто когда-либо утверждал бы, **что только деньги делают нас счастливыми**. Это имело бы такой же смысл, как и утверждение: «**Здоровье само по себе не делает человека счастливым**».

В **конце статьи** пословица выполняет множественные функции: она обладает оценочной семантикой, выполняет кумулятивную (накопительную), директивную и, конечно, резюмирующую функции. Так, в следующем примере (4) благодаря наречию natürlich («конечно») пословица используется как авторитетное подтверждение всего выше сказанного в статье:

(4) *Natürlich macht Geld allein nicht glücklich*, und ich habe noch nie einen Menschen getroffen, der das behauptet hätte (Zitelmann, 2024). – **Конечно, одни только деньги не делают счастливым**, и я ещё никогда не встречал человека, который утверждал бы обратное.

В таблице 1 продемонстрировано местоположение пословиц в статьях:

Таблица 1. Местоположение пословиц в статье

Местоположение в статье	Количество традиционных и модифицированных форм пословицы	Процентное соотношение
Заголовок статьи	11	22%
Подзаголовок статьи	2	4%
Лид статьи	4	8%
Корпус статьи	27	54%
Конец статьи	6	12%
Всего:	50	100%

Анализ реализации традиционных и модифицированных форм пословицы *Geld allein macht nicht glücklich* показал, что пословичное изречение ввиду своей контекстуальной специфики, как правило, используется в корпусе статьи как подтверждение или напротив опровержение предыдущего высказывания, выполняя прежде всего экспрессивную и оценочную функции. Также довольно часто пословица реализуется в заголовке статьи, за счёт общеизвестности такой яркий заголовок несомненно привлекает внимание читателя.

В следующей части статьи будем классифицировать реализацию пословичного выражения не по месту положения в статье, а по модификациям. В текстах статей за вышеуказанный период было обнаружено 30 модификаций пословицы *Geld allein macht nicht glücklich*, среди них 23 варианта и 7 трансформаций.

Функции модифицированной пословицы в тексте идентичны функциям её традиционной формы, однако отметим, что экспрессивная функция зачастую выражена ярче.

Анализ модификаций пословицы *Geld allein macht nicht glücklich* начнём с вариантов, которые не влияют на изменение её смысла. Варианты пословичного выражения образуются с помощью как грамматических, семантических, так и комбинированных способов модификаций. Среди формальных изменений структуры пословичного выражения обнаружены:

1) Расширение пословичного выражения посредством дополнительных компонентов:

(5) *Natürlich macht Geld allein nicht glücklich* (Zitelmann, 2024). – **Конечно**, одни только деньги не сделают счастливым.

В статье, посвящённой уровню жизни в Германии, автор утверждает, что деньги сами по себе, конечно, не сделают человека счастливым, но в то же время они вселяют уверенность, так как экономическое положение беспокоит людей. В данном примере (5) пословица расширилась посредством наречия *natürlich* («конечно»), что не предполагает изменения смысла пословичного выражения. Автор приводит незначительно изменённую пословицу как подтверждение своих мыслей. Кроме того, в этом примере мы наблюдаем и грамматический способ модификации – изменение порядка слов (введение дополнительного компонента приводит к обратному порядку слов). Отметим, что сочетание даже нескольких модификаций не ведёт к изменению смысла.

(6) *Geld allein macht auch nicht glücklich* (Geld allein macht auch nicht glücklich, 2014). – **Также** одни только деньги не сделают счастливым.

Данная статья посвящена исследованию, проведенному в Принстонском университете США, где изучается вопрос влияния материального положения на жизнь людей. В данном случае автор расширил пословицу посредством наречия *auch* (также). Добавление этого

компонента как бы «подгоняет» пословицу под ситуацию, не меняя её смысл. Пословица привлекает внимание экспрессивностью речи. Она также реализует одновременно кумулятивную, антиципирующую и подтверждающую функции.

Введение в пословицу факультативных слов, таких как *auch* (также), *doch* (ведь), *eben* (как раз, ровно так), *bekanntlich* (как известно), подтверждающих слов *tatsächlich* (действительно), *natürlich* (конечно), усиливает оценочную составляющую пословицы и добавляет экспрессию в высказывание. При этом обе пословицы остаются семантически тождественными (Шубина, Шитикова, 2015).

(7) *Nur mehr Geld macht nicht glücklich* (Kühn, 2024). – *Только лишь повышенная заработная плата не сделает счастливым.*

В примере (7) говорится о забастовках работников бюджетной сферы в Германии. Автор повествует о борьбе медсестёр за улучшение условий труда. В материале также упоминаются учителя и работники общественного транспорта. Автор отмечает, что не только вопрос об оплате труда является ключевым. Речь идёт также о рабочей нагрузке, об оборудовании, об ограничении рабочего времени, о ремонте, об условиях в клиниках и так далее. Автор употребляет модифицированную пословицу с целью показать, что увеличение денег, то есть заработной платы, само по себе проблему не решит.

2) Сокращение формы пословичного выражения:

В нашем корпусе сокращение формы представлено только теми случаями (всего – 7 примеров), когда опускается пословичный компонент *allein* («одни»):

(8) *Denn was man schon immer wusste, trifft auf Lotto-Hauptgewinner umso mehr zu: Geld macht nicht glücklich* (Reischock, 2004). – *Так как то, что давно известно, ещё более верно в отношении главных победителей лотереи: деньги не делают счастливым.*

Пословица использована в сокращённой форме, в которой автор утверждает, что деньги не приносят счастья.

3) Изменение грамматической формы пословицы:

Грамматические варианты в нашем материале в большей степени связаны с изменением порядка слов, который вызван использованием дополнительных компонентов. Речь идёт о комбинировании параметров «расширение выражения» и «изменение грамматической формы»: так как пословица введена в придаточное предложение, это повлекло за собой изменение порядка слов – глагол стоит на последнем месте:

(9) *Die Studie zeigt auch, dass Geld allein nicht glücklich macht. Millionäre finden, sie hätten wegen ihres hohen Arbeitspensums zu wenig Freizeit* (Kowalewsky, 2020). – *Исследование также показывает, что одни только деньги не сделают счастливым. Миллионеры считают, что у них слишком мало свободного времени из-за большой загруженности работой.*

Грамматические варианты пословицы также образуются благодаря форме Konjunktiv I (форма, которая используется для передачи косвенной речи):

(10) *Immer wieder konnte man die These lesen, die wissenschaftliche Glücksforschung komme zu dem Ergebnis, Geld mache nicht glücklich* (Zitelmann, 2022). – *Снова и снова можно прочитать тезис о том, что научные исследования на тему счастья приходят к выводу, что деньги не делают человека счастливым.*

4) Субституция компонентов в пословичном выражении:

(11) *Wissenschaftler und Ökonomen auf der ganzen Welt sind sich mittlerweile einig, dass Geld und materielle Güter allein nicht zufrieden machen ...* (Timmler, 2017). – *Учёные и экономисты всего мира единодушны в том, что одни только деньги и материальные блага не приносят удовлетворения...*

В примере (11) фиксируется комбинированный способ модификации: расширение пословицы посредством дополнительных компонентов (*und materielle Güter*), изменение грамматической формы (реализация пословичного выражения в придаточном предложении привела к изменению порядка слов) и субституция на синоним. Выражение *glücklich machen* (букв. «делать счастливым») заменено на синонимичное выражение *zufrieden machen* (букв. «делать радостным, удовлетворять»), таким образом, пословица эксплицирует более сильную экспрессивную окраску. Несмотря на то, что пословица видоизменена, читатель благодаря своим фоновым знаниям распознаёт имплицитную кодовую текстовую информацию. Отметим, что и в данном случае сочетание даже трёх способов модификации не повлекло за собой изменение смысла пословичного выражения.

Далее перейдём к трансформациям пословицы, которые могут полностью или частично поменять смысл пословичного изречения. В нашем материале представлено 7 примеров индивидуально-авторских пословиц. Среди формальных модификаций структуры пословицы обнаружены:

1) Субституция компонентов в пословичном выражении:

Среди авторских преобразований в нашем корпусе представлен параметр «замена на другое слово».

(12) *Ich habe noch niemanden gefunden, der uns darüber belehrt hätte, dass “Gesundheit allein nicht glücklich macht”. Lassen Sie sich nicht einreden, Geld sei unwichtig. Das stimmt einfach nicht – und im Grunde weiß das jeder* (Zitelmann, 2024). – Я еще не нашёл никого, кто бы учил нас тому, что «одно только **здоровье** не сделает счастливым». Не позволяйте себе думать, что деньги не имеют значения. Это просто неправда – и в основном все это знают.

В данном случае первый компонент, выраженный существительным *Geld*, меняется на другое существительное *Gesundheit*. Получается, что смысл пословичного выражения кардинально изменился. Автор трансформирует пословицу с той целью, чтобы показать насколько бессмысленно традиционное выражение *Geld allein macht nicht glücklich*.

(13) *Geldverdienen allein macht nicht glücklich* (Bürgel, 2014). – **Зарабатывание денег** само по себе не сделает счастливым.

В этом примере (13) существительное *Geld* заменено другим существительным *Geldverdienen*. Смысл пословичного выражения меняется, так как важны не деньги, а процесс их зарабатывания. Автор приходит к выводу, что нужно учиться не просто зарабатывать, но и получать удовольствие от работы.

В следующем примере (14) из статьи про понижение цен первый компонент *Geld* заменён другим словом *billig*, что полностью изменило смысл пословицы. Статья посвящена ценообразованию в сфере туризма в период кризиса. Из-за экономических проблем люди хотят уменьшить расходы на отпуск, однако хороший отдых – это вопрос качества и соответственно цены. Автор утверждает, что только снижение цен не принесёт счастья, если при этом будет снижаться качество:

(14) *Billig allein macht nicht glücklich* (Goy, Banze, 2003). – Одна только **дешевизна** не сделает счастливым.

2) Изменение коммуникативной направленности:

Пословичный трансформ в вопросительном предложении является выразительным эмоциональным языковым средством. Такая модифицированная пословица сразу же привлекает внимание читателя, так как ставит под сомнение всем известное изречение. В нашем материале обнаружено два примера с изменённой коммуникативной направленностью:

(15) *Geld allein macht nicht glücklich?* (Zitelmann, 2022) – *Одни только деньги делают счастливым?*

Интересно то, что в данном примере вопросительное предложение реализовано без изменения порядка слов, которое характерно для вопросительного предложения в немецком языке. В этом примере вопрос передаётся только через вопросительный знак, что также передаёт экспрессию, так как утверждение (прямой порядок слов) ставится под сомнение.

В следующем примере применён комбинированный способ модификации: изменение коммуникативной направленности в сочетании с параметром «расширение пословичного выражения»:

(16) *Geld macht nicht glücklich – oder etwa doch?* (Vom Geld haben wir nie genug, 2023) – *Деньги не делают счастливым, или всё-таки?*

3) Расширение пословичного выражения посредством дополнительных компонентов:

В примере (17) представлено сочетание двух модификаций: расширение пословичного выражения (однородные подлежащие) и замена одного компонента (*allein* – *gleich*). В данном случае мы говорим о трансформации пословицы, так как её смысл изменён:

(17) *Ruhm, Geld oder gute Gene machen nicht gleich glücklich...* (*Geld und Ruhm sind es nicht! Harvard-Studie zeigt, was im Leben wirklich wichtig ist*, 2024). – *Слава, деньги или хорошие гены не сделают человека сразу счастливым...*

Автор резюмирует, что хорошие отношения в семье имеют более важное значение для долгой и счастливой жизни, а не слава, деньги и хорошие гены.

4) Редукция отрицательного компонента:

В следующем примере экспрессивность пословицы достигается благодаря удалению отрицания, что приводит к кардинальному изменению смысла:

(18) *Geld macht **nicht** glücklich* (Ruckriegel, 2022). – *Деньги **не** делают счастливым.*

Журналист использует пословицу в заголовке статьи, тем самым отрицая общеизвестное мнение. В статье автор приводит данные научного исследования, согласно которому делает вывод: счастье людей зависит от их материального положения. Трансформ данной пословицы наверняка привлечёт внимание читателей.

В рассмотренных примерах из газетных статей трансформы пословицы несут значительную функциональную нагрузку и выполняют различные функции (манипулятивную, информативную, текстообразующую, экспрессивную и комментирующую функции).

В результате анализа модификаций пословичного выражения, представляется целесообразным выделить следующие модели вариаций, которые включили в себя варианты и трансформы пословицы.

Значения используемых сокращений в моделях:

Attr. – Attribut (атрибут)

Sub. – Substantiv (существительное)

Adv. – Adverb (наречие)

Part. – Partikel (частица)

Модель 1

Geld allein macht nicht glücklich → (Attr. + **Geld**) oder (**Geld** + Attr.) *allein macht nicht glücklich*

Примеры:

1. *Aber **Arbeitslosengeld** allein macht nicht glücklich* (Arbeitslosengeld, n.d.). – *Но одно только **пособие по безработице** не сделает счастливым;*

2. *Spendergeld allein macht nicht glücklich* (Husmann, 2013). – *Одни только пожертвованные деньги не сделают счастливым;*

3. *Geldverdienen allein macht nicht glücklich* (Bürgel, 2014). – *Зарабатывание денег само по себе не делает счастливым.*

Модель 2

Geld allein macht nicht glücklich → (Geld → Sub.) *allein macht nicht glücklich*

Примеры:

1. *Gesundheit allein nicht glücklich macht* (Zitelmann, 2024). – *Одно только здоровье не делает счастливым;*

2. *Ruhm alleine macht nicht glücklich* (Ruhm, n.d.). – *Одна только слава не делает счастливым;*

3. *Menge allein macht nicht glücklich* (Menge, n.d.). – *Изобилие* (дословно: большое количество) *не делает счастливым;*

4. *Doch Masse allein macht nicht glücklich* (Masse, n.d.). – *Ведь одна только масса не делает счастливым;*

5. *Billig allein macht nicht glücklich* (Goy, Banze, 2003). – *Одна только дешевизна не делает счастливым;*

6. *Gold allein macht nicht glücklich* (Gottschalck, 2010). – *Одно только золото не делает счастливым.*

Модель 3

Geld allein macht nicht glücklich → (Adv., Part.) + *Geld allein macht* + (Adv., Part.) *nicht glücklich.*

Примеры:

1. *Natürlich macht Geld allein nicht glücklich* (Zitelmann, 2024). – *Конечно, одни только деньги не сделают счастливым;*

2. *Geld allein macht auch nicht glücklich* (Geld allein macht auch nicht glücklich, 2014). – *Одни только деньги также не сделают счастливым;*

3. *Nur mehr Geld macht nicht glücklich* (Kühn, 2024). – *Увеличение денег не делает счастливым; дословно: только больше денег не сделают счастливым;*

4. *Aber Geld macht nicht glücklich* (Geld allein macht nicht glücklich, n.d.). – *Но деньги не сделают счастливым.*

Модель 4

Geld allein macht nicht glücklich → *Geld allein macht nicht* + (glücklich → Attr.)

Пример:

Geld und materielle Güter allein machen nicht zufrieden (Timmler, 2017). – *Одни только деньги и материальные блага не принесут удовлетворения.*

Модель 5

Geld allein macht nicht glücklich → *Geld + (Sub.) macht nicht glücklich*

Примеры:

1. *Ruhm, Geld oder gute Gene machen nicht gleich glücklich* (Geld und Ruhm sind es nicht! Harvard-Studie zeigt, was im Leben wirklich wichtig ist, 2024). – *Одни только слава, деньги или хорошие гены не сделают человека счастливым;*

2. *Geld und materielle Güter allein machen nicht zufrieden* (Timmler, 2017). – *Одни только деньги и материальные блага не принесут удовлетворения.*

Модель 6

*Geld allein macht nicht glücklich → Geld macht **nicht** glücklich*

Пример:

Geld macht glücklich (Ruckriegel, 2022). – *Деньги делают счастливым.*

Модель 7

*Geld allein macht nicht glücklich → Geld **allein** macht nicht glücklich*

Пример:

Geld macht nicht glücklich (Bletzinger, 2023). – *Деньги не делают счастливым.*

Не подвергались моделированию примеры с изменением коммуникативной направленности и грамматической формы. Таким образом, наибольшей продуктивностью в материале обладают следующие модели:

- модель 1: (Attr. + Geld) oder (Geld + Attr.) *allein macht nicht glücklich* (3 примера);
- модель 2: (Geld → Sub.) *allein macht nicht glücklich* (6 примеров);
- модель 3: (Adv., Part.) + *Geld allein macht* + (Adv., Part.) *nicht glücklich* (4 примера);
- модель 7: *Geld **allein** macht nicht glücklich* (8 примеров).

Благодаря структурно-семантическому моделированию, нами были обнаружены определённые закономерности модифицирования пословичного выражения. Таким образом, моделированию подлежат все компоненты (в особенности первый компонент *Geld*), кроме второго компонента, выраженного глаголом (у глагола менялась только формы времени и наклонения).

Модифицированная пословица, которая организована по модели 7, воспроизводится в корпусе DWDS (раздел современных текстов в свободном доступе *Gegenwartskorpora mit freiem Zugang*). Так, сокращённая пословица *Geld macht nicht glücklich* представлена 27 примерами (см. примеры из корпуса DWDS на Рисунке 1, где представлено 10 примеров):

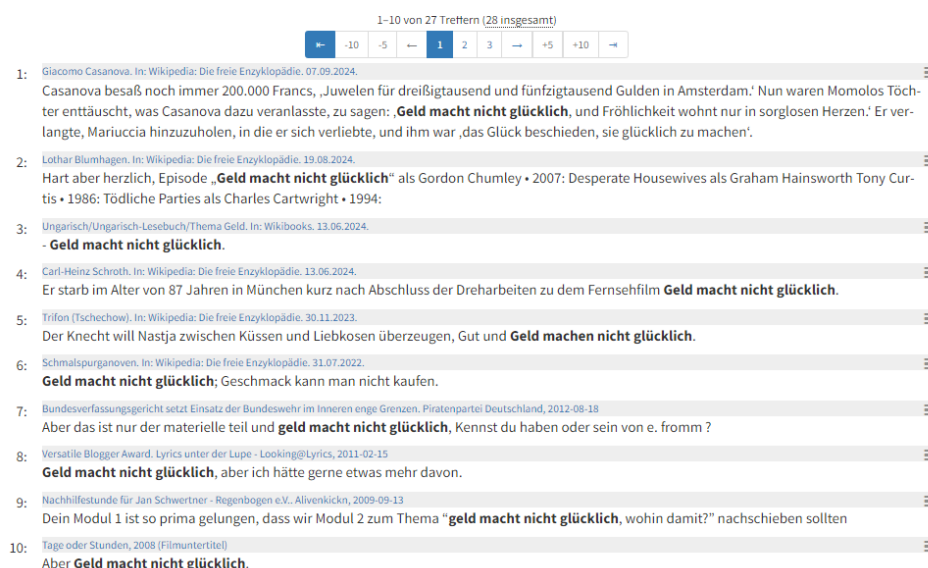


Рисунок 1. Примеры из корпуса DWDS

В корпусе DWDS (раздел современных текстов в свободном доступе *Gegenwartskorpora mit freiem Zugang*) также представлена модифицированная пословица, организованная комбинированным способом (модель 2 + модель 7): трансформированная пословица *Gold macht nicht glücklich* продемонстрирована 3 примерами (см. примеры из корпуса DWDS на Рисунке 2):

- 1: [Ungarisch/Ungarisch-Lesebuch/Thema Habgier \(Die sieben Todsünden\). In: Wikibooks. 19.07.2024.](#)
- **Gold macht nicht glücklich.**
- 2: [37 Grad. In: Wikipedia: Die freie Enzyklopädie. 14.06.2024.](#)
Prix Italia für 37° – Alisons Baby – Ganz besonderes Mutterglück • 2002: Filmpreis „Lebensuhr 2002“ der Deutschen Gesellschaft für Humanes Sterben für 37° – Sterben auf Wunsch – Sterbehilfe in Holland • 2003: Filmpreis „Religion for Peace“ beim Filmfestival Religion Today in Triest für 37° – Zwischen den Welten – ein Imam aus Mannheim • 2003: Axel-Springer-Preis für junge Journalisten in der Kategorie Fernsehen an Katharina Gugel und Ulf Eberle für 37° – **Gold macht nicht glücklich** – Bahne Rabe und sein einsamer Weg • 2003:
- 3: [Der Tagesspiegel, 09.05.2003](#)
Einen dritten Preis erlangte Ulf Eberle und Katharina Gugel für „**Gold macht nicht glücklich** – Bahne Rabe und sein einsamer Weg“, eine ZDF- Produktion.

Рисунок 2. Примеры из корпуса DWDS

Примеры из корпуса DWDS наглядно демонстрируют **воспроизводимость и повторяемость** вариантов и трансформов пословичного изречения *Geld allein macht nicht glücklich*. Благодаря моделированию видоизменений пословичного выражения, представляется возможным прогнозировать вариативный потенциал пословиц.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пословица *Geld allein macht nicht glücklich* («Одни только деньги не сделают счастливым») в некоторых случаях носителями языка подвергается сомнению. Пословичное выражение приводится в статьях экономического медиадискурса, как правило, в корпусе статьи (54%) как подтверждение или напротив опровержение предыдущего высказывания, выполняя прежде всего экспрессивную и оценочную функции.

Коммуникативно-прагматическая цель авторов, реализующих традиционную пословицу и её модификации в экономическом медиадискурсе, заключается в том, чтобы привлечь внимание адресатов ярким высказыванием, понятно объяснить смысл статьи, призвать читателей переосмыслить свои взгляды.

В ходе исследования было выявлено, что в текстах статей экономической тематики за период с 2013 по 2024 года пословичное выражение было использовано 50 раз, в своей традиционной форме пословица представлена в 20 примерах, в модифицированном виде – в 30. Среди модификаций пословицы было реализовано 23 варианта и 7 трансформаций. Таким образом, модифицированная пословица была реализована в 1,5 раза чаще традиционной формы, исходя из этого, можно сделать вывод, что модификационный потенциал пословицы *Geld allein macht nicht glücklich* довольно велик.

В исследуемом корпусе традиционной формы пословичного изречения и её модификаций нами были выявлены варианты, не влияющие на смысл пословицы, и трансформы, которые частично или полностью меняют её смысл. Среди вариантов и трансформаций обнаружены: расширение пословичного выражения посредством дополнительных компонентов; сокращение формы пословичного выражения; изменение грамматической формы пословицы; субституция компонентов в пословичном выражении; изменение коммуникативной направленности; редукция отрицательного компонента.

На основе анализа модификаций пословичного выражения были предложены модели модификаций, которые позволяют увидеть потенциал видоизменений пословицы.

Мы видим перспективы и направления для дальнейших исследований в изучении и описании традиционных и модифицированных форм фразеологизмов и пословиц в прес-се на экономическую тематику, а также в создании учебного словаря наиболее известных пословичных изречений и их модификаций в экономическом медиадискурсе Германии.

Конфликт интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Arbeitslosengeld, das [Электронный ресурс] // DWDS. URL: <https://www.dwds.de/wb/Arbeitslosengeld> (дата обращения: 04.11.2024).
2. Bletzinger M. Was macht mich glücklich? Geld ist nicht alles, aber was man damit macht [Электронный ресурс] // Frankfurter Rundschau. 03.07.2023. URL: <https://www.fr.de/verbraucher/boomer-tipps-geld-glueck-studie-zufriedenheit-einkommen-gluecklich-grenzen-schenken-spenden-gen-z-zr-92374968.html> (дата обращения: 04.11.2024).
3. Bürgel I. Die fünf größten Irrtümer zum Thema Geld und Arbeit [Электронный ресурс] // FOCUS online. 02.07.2014. URL: https://www.focus.de/gesundheit/experts/buerigel/geldverdienen-allein-macht-nicht-gluecklich-die-fuenf-groessten-irrtuemer-zum-thema-geld-und-arbeit_id_3726183.html (дата обращения: 04.11.2024).
4. Geld allein macht auch nicht glücklich [Электронный ресурс] // Yahoo!finanzen. 04.12.2014. URL: https://de.finance.yahoo.com/nachrichten/geld-allein-macht-auch-nicht-gluecklich-134658649.html?guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2x1LnJ1Lw&guce_referrer_sig=AQAAAGHCCUB9bql2elA2qf14fXyUaUvhMVqNvUgm3IWscTxLIhnK2RREL Tv0wy7XB1ffsWvhYqSEpImNBKyKQZK7AHygR4ZuQauYMFoG9LZbEzBT2oGLqBYMjQ VSV0fqEWvPrtCK6zz8YaMukO56wP5AAX5TLgrYxdzXSi4tNWlyUa6G (дата обращения: 04.11.2024).
5. Geldalleinmachtnichtgluecklich[Электронныйресурс]//SprichWort-Plattform2008-2010. URL: <http://www.spruchwort-plattform.org/sp/Geld%20allein%20macht%20nicht%20gluecklich> (дата обращения: 04.11.2024).
6. Geld und Ruhm sind es nicht! Harvard-Studie zeigt, was im Leben wirklich wichtig ist [Электронный ресурс] // FOCUS online. 01.08.2024. URL: https://www.focus.de/gesundheit/gesundleben/die-formel-zum-glueck-geld-und-ruhm-sind-es-nicht-harvard-studie-zeigt-was-im-leben-wirklich-wichtig-ist_id_185902955.html (дата обращения: 04.11.2024).
7. Gottschalck A. Gold allein macht nicht glücklich [Электронный ресурс] // Manager Magazin. 19.05.2010. URL: <https://www.manager-magazin.de/finanzen/artikel/a-695182.html> (дата обращения: 04.11.2024).
8. Goy M., Banze S. “Billig allein macht nicht glücklich” [Электронный ресурс] // WELT. 12.01.2003. URL: <https://www.welt.de/print-wams/article114589/Billig-allein-macht-nicht-gluecklich.html> (дата обращения: 04.11.2024).
9. Husmann N. “Über die Moral führen wir Buch” [Электронный ресурс] // FOCUS online. 02.12.2013. URL: https://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaft-ueber-die-moral-fuehren-wir-buch_id_3447444.html (дата обращения: 04.11.2024).

10. Kowalewsky A. Geld allein macht nicht glücklich [Электронный ресурс] // FOCUS online. 16.10.2020. URL: https://www.focus.de/magazin/archiv/rubriken-geld-allein-macht-nicht-gluecklich_id_12549754.html (дата обращения: 04.11.2024).
11. Kühn T. Nur mehr Geld macht nicht glücklich [Электронный ресурс] // Taz. 16.03.2024. URL: <https://taz.de/Politischer-Streik/!5995993/> (дата обращения: 04.11.2024).
12. Masse, die [Электронный ресурс] // DWDS. URL: <https://www.dwds.de/wb/Masse> (дата обращения: 04.11.2024).
13. Menge, die [Электронный ресурс] // DWDS. URL: <https://www.dwds.de/wb/Menge> (дата обращения: 04.11.2024).
14. Reischock H. Die Murre traf den Besenstiel [Электронный ресурс] // Berliner Zeitung. 17.12.2004. URL: <https://www.berliner-zeitung.de/archiv/der-jackpot-ist-geknackt-doch-diehoffnung-bleibt-die-murre-traf-den-besenstiel-li.913724> (дата обращения: 04.11.2024).
15. Ruckriegel K.-H. So viel Geld macht uns glücklich [Электронный ресурс] // FOCUS online. 26.09.2022. URL: https://www.focus.de/magazin/archiv/forschung-so-viel-geld-macht-uns-gluecklich_id_153998284.html (дата обращения: 04.11.2024).
16. Ruhm [Электронный ресурс] // DWDS. URL: <https://www.dwds.de/wb/dwb/ruhm> (дата обращения: 04.11.2024).
17. Sammet S. Geld allein macht nicht glücklich. Mit welchen Tricks Chefs ihre Mitarbeiter antreiben [Электронный ресурс] // FOCUS online. 09.09.2015. URL: https://www.focus.de/finanzen/karriere/berufsleben/mit-welchen-tricks-chefs-ihre-mitarbeiter-antreiben-geld-allein-macht-nicht-gluecklich_id_2294068.html (дата обращения: 04.11.2024).
18. Timmler V. So macht Geld doch glücklich [Электронный ресурс] // Süddeutsche Zeitung. 26.07.2017. URL: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/zufriedenheit-so-macht-geld-doch-gluecklich-1.3603926> (дата обращения: 04.11.2024).
19. Vom Geld haben wir nie genug [Электронный ресурс] // FOCUS online. 05.08.2023. URL: https://www.focus.de/magazin/archiv/editorial-vom-geld-haben-wir-nie-genug_id_200988265.html (дата обращения: 04.11.2024).
20. Zitelmann R. “Bedeutung von Geld mag umstritten sein, aber es ist geprägte Freiheit” [Электронный ресурс] // FOCUS online. 07.07.2024. URL: https://www.focus.de/finanzen/experts/macht-geld-gluecklich_id_259762161.html (дата обращения: 04.11.2024).
21. Zitelmann R. Lieber arm und gesund als reich und krank? Warum das Unsinn ist [Электронный ресурс] // FOCUS online. 30.08.2022. URL: https://www.focus.de/finanzen/experts/rainer-zitelmann-lieber-reich-und-gesund-als-arm-und-krank_id_131939158.html (дата обращения: 04.11.2024).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Аспекты теории фразеологии. М.: Знак, 2008.
2. Вальтер Х., Мокиенко В.М. Антипословицы русского народа. СПб.: Нева, 2005.
3. Гнедаш С.И. Провербальные единицы и возможности их трансформации в современном немецком языке // Вестник Чувашского университета. 2010. № 2. С. 155-159.
4. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Библиейские фразеологизмы и паремии в современном социокультурном контексте: к концепции словарной репрезентации // Научный диалог. 2023. Т. 12. № 8. С. 193-210. doi:10.24224/2227-1295-2023-12-8-193-210

5. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. СПб.: Специальная литература, 1996.
6. Шубина Э.Л., Пугачева Т.А. Модификации немецкой пословицы “Not macht erfinderisch” в экономическом медиадискурсе Германии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Том 17. Выпуск 8. С. 2873-2880. <https://doi.org/10.30853/phil20240409>
7. Шубина Э.Л., Шитикова А.В. Варианты и трансформанты немецких пословиц в прессе // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2015. Том 1. № 4(4). С. 22-30.
8. Chrissou M. Kontrastive Untersuchungen zu deutschen und neugriechischen Phraseologismen mit animalistischer Lexik. Dissertation. Clemon Verlag, 2000.
9. Die SprichWort-Plattform [Электронный ресурс]. Geld allein macht nicht glücklich. URL: <http://www.sprichwort-plattform.org/sp/Geld%20allein%20macht%20nicht%20gluecklich> (дата обращения: 11.10.2024).
10. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Dudenverlag. Berlin, 2013.
11. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1982.

LIST OF SAMPLE SOURCES

1. Bletzinger, M. (2023, July 3). Was macht mich glücklich? Geld ist nicht alles, aber was man damit macht [What makes me happy? Money is not everything, but what you do with it]. *Frankfurter Rundschau* (in German). <https://www.fr.de/verbraucher/boomer-tipps-geld-glueckstudie-zufriedenheit-einkommen-gluecklich-grenze-schenken-spenden-gen-z-zr-92374968.html>
2. Bürgel, I. (2014, July 02). Die fünf größten Irrtümer zum Thema Geld und Arbeit [The five biggest mistakes about money and work]. *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/gesundheit/experts/buergel/geldverdienen-allein-macht-nicht-gluecklich-die-fuenf-groessten-irrtuemer-zum-thema-geld-und-arbeit_id_3726183.html
3. Die SprichWort-Plattform. (n.d.). Geld allein macht nicht glücklich [Money alone does not make you happy]. In *SprichWort-Plattform2008-2010* (in German). <http://www.sprichwort-plattform.org/sp/Geld%20allein%20macht%20nicht%20gluecklich>
4. DWDS. (n.d.). Arbeitslosengeld, das. In *DWDS*. <https://www.dwds.de/wb/Arbeitslosengeld>
5. DWDS. (n.d.). Masse, die. In *DWDS*. <https://www.dwds.de/wb/Masse>
6. DWDS. (n.d.). Menge, die. In *DWDS*. <https://www.dwds.de/wb/Menge>
7. DWDS. (n.d.). Ruhm. In *DWDS*. <https://www.dwds.de/wb/dwb/ruhm>
8. *Geld und Ruhm sind es nicht! Harvard-Studie zeigt, was im Leben wirklich wichtig ist* [It's not money and fame! Harvard study shows what's really important in life]. (2024, August 1). *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/gesundheit/gesundleben/die-formel-zum-glueck-geld-und-ruhm-sind-es-nicht-harvard-studie-zeigt-was-im-leben-wirklich-wichtig-ist_id_185902955.html
9. Gottschalck, A. (2010, May 19). Gold allein macht nicht glücklich [Gold only will not make you happy]. *Manager Magazin* (in German). <https://www.manager-magazin.de/finanzen/artikel/a-695182.html>

10. Goy, M., Banze, S. (2003, January 12). "Billig allein macht nicht glücklich" ["Being cheap alone does not make you happy"]. *WELT* (in German). <https://www.welt.de/print-wams/article114589/Billig-allein-macht-nicht-gluecklich.html>
11. Husmann, N. (2013, December 2). "Über die Moral führen wir Buch" ["We keep a book about morality"]. *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaft-ueber-die-moral-fuehren-wir-buch_id_3447444.html
12. Kowalewsky, A. (2020, October 16). Geld allein macht nicht glücklich [Money alone does not make you happy]. *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/magazin/archiv/rubriken-geld-allein-macht-nicht-gluecklich_id_12549754.html
13. Kühn, T. (2024, March 16). Nur mehr Geld macht nicht glücklich [Only more money does not make you happy]. *Taz* (in German). <https://taz.de/Politischer-Streik/!5995993/>
14. Reischock, H. (2004, December 17). Die Murre traf den Besenstiel [The marble hit the broomstick]. *Berliner Zeitung* (in German). <https://www.berliner-zeitung.de/archiv/der-jackpot-ist-geknackt-doch-die-hoffnung-bleibt-die-murre-traf-den-besenstiel-li.913724>
15. Ruckriegel, K.-H. (2022, September 26). So viel Geld macht uns glücklich [So much money makes us happy]. *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/magazin/archiv/forschung-so-viel-geld-macht-uns-gluecklich_id_153998284.html
16. Sammet, S. (2015, September 9). Geld allein macht nicht glücklich. Mit welchen Tricks Chefs ihre Mitarbeiter antreiben [Money alone does not make you happy. What tricks bosses use to drive their employees]. *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/finanzen/karriere/berufsleben/mit-welchen-tricks-chefs-ihre-mitarbeiter-antreiben-geld-allein-macht-nicht-gluecklich_id_2294068.html
17. Timmler, V. (2017, July 26). So macht Geld doch glücklich [This is how money makes you happy]. *Süddeutsche Zeitung* (in German). <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/zufriedenheit-so-macht-geld-doch-gluecklich-1.3603926>
18. *Vom Geld haben wir nie genug* [We never have enough of the money]. (2023, August 5). *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/magazin/archiv/editorial-vom-geld-haben-wir-nie-genug_id_200988265.html
19. Yahoo Finanzen. (2014, December 4). *Geld allein macht auch nicht glücklich* [Only money will not make you happy either]. Yahoo!finanzen (in German). https://de.finance.yahoo.com/nachrichten/geld-allein-macht-auch-nicht-gluecklich-134658649.html?guce_referrer=aHR0cHM-6Ly93d3cuZ29vZ2x1LnJ1LW&guce_referrer_sig=AQAAAGHCCUB9bql2elA2qfI4fXyU-aUvhMVqNvUgm3IWscTxLIhnK2RRELTv0wy7XB1ffsWvhYqSEpImNBKyKQZK7AHy-gR4ZuQauYMFoG9LZbEzBT2oGLqBYMjQVSV0fqEWvPrtCK6zz8YaMukO56wP5AAX-5TLgrYxdzXSi4tNWlyUa6G
20. Zitelmann, R. (2022, August 30). Lieber arm und gesund als reich und krank? Warum das Unsinn ist [Would you rather be poor and healthy than rich and sick? Why this is nonsense]. *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/finanzen/experts/rainer-zitelmann-lieber-reich-und-gesund-als-arm-und-krank_id_131939158.html
21. Zitelmann, R. (2024, June 7). "Bedeutung von Geld mag umstritten sein, aber es ist geprägte Freiheit" ["The meaning of money may be controversial, but it is a marked freedom"]. *FOCUS online* (in German). https://www.focus.de/finanzen/experts/macht-geld-gluecklich_id_259762161.html

REFERENCES

1. Baranov, A.N., Dobrovolskij, D.O. (2008). *Aspekty teorii fraseologii [Aspects of the theory of phraseology]*. Moscow: Znak.
2. Chrissou, M. (2000). *Kontrastive Untersuchungen zu deutschen und neugriechischen Phraseologismen mit animalistischer Lexik [Contrastive Studies on German and Modern Greek Phraseological Units with Animalistic Lexicon]* [Dissertation]. Clemon Verlag.
3. Die SprichWort-Plattform. (n.d.). Geld allein macht nicht glücklich. In *SprichWort-Plattform2008-2010* (in German). <http://www.sprichwort-plattform.org/sp/Geld%20allein%20macht%20nicht%20glücklich>
4. Duden. (2013). *Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik [Idioms. Dictionary of German idioms]*. Berlin: Dudenverlag (in German).
5. Fleischer, W. (1982). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache [Phraseology of Contemporary German]*. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut.
6. Gnedash, S.I. (2010). Proverbialnye edinity i vozmozhnosti ikh transformatsii v sovremennom nemetskom iazyke [Proverbial units and the ways of their transformation in the modern German language]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta [Bulletin of the Chuvash University]*, 2, 155-159.
7. Mokienko, V.M., & Nikitina, T.G. (2023). Bibleiskie frazeologizmy i paremii v sovremennom sotsiokul'turnom kontekste: k kontseptsii slovarnoi reprezentatsii [Biblical Phraseological Units and Proverbs in Modern Sociocultural Context: Dictionary Representation]. *Nauchnyi dialog*, 12(8), 193–210 (in Russian). doi:10.24224/2227-1295-2023-12-8-193-210
8. Shanskii, N.M. (1996). *Frazeologiya sovremennogo russkogo iazyka. [Phraseology of the modern Russian language]*. Saint Petersburg: Spetsial'naia literatura.
9. Shubina, E.L., & Pugacheva T.A. (2024). Modifikatsii nemetskoj poslovitsy “Not macht erfinderisch” v ekonomicheskom mediadiskurse Germanii [Modifications of the German proverb “Not macht erfinderisch” in the economic media discourse of Germany]. *Philology. Theory & Practice*, 17(8), 2873-2880 (in Russian). <https://doi.org/10.30853/phil20240409>
10. Shubina, E.L., & Shitikova, A.V. (2015). Varianty i transformanty nemetskikh poslovits v presse. [Versions and transforms of German proverbs in press]. *Humanities Research. Humanitates*, 1-4(4), 22-30 (in Russian).
11. Valter, Kh., Mokienko, V.M. (2005). *Antiposlovitsy russkogo naroda [Anti-proverbs of the Russian people]*. Saint Petersburg: Neva.

Информация об авторах:

Шубина Эльвира Леонидовна – доктор филологических наук, профессор кафедры немецкого языка МГИМО МИД России (Москва, Россия). Сфера научных интересов: грамматика, лексикология, фразеология, проблемы переводоведения. ORCID ID: 0000-0001-9649-1024

Пугачева Татьяна Андреевна – аспирант кафедры немецкого языка МГИМО МИД России (Москва, Россия). Сфера научных интересов: фразеология, лексикология, стилистика. ORCID ID: 0009-0007-4881-9

Получено: 26 ноября 2024 г.

Принято к публикации: 4 февраля 2025 г.

THE VARIATIONAL POTENTIAL OF THE GERMAN PROVERB ‘GELD ALLEIN MACHT NICHT GLÜCKLICH’ IN ECONOMIC MEDIA DISCOURSE

Elvira L. Shubina

MGIMO University (Moscow, Russia)

elvira.shubina@mail.ru

Tatyana A. Pugacheva

MGIMO University (Moscow, Russia)

tatyana.pugacheva.1999@mail.ru

Abstract. This article focuses on the functioning of the popular German proverb “Geld allein macht nicht glücklich” (“Money alone does not bring happiness”) in German-language press publications over the last decade. The study aims to determine the communicative-pragmatic potential of this paremia, in both its traditional and modified forms, specifically in economics-related articles. Further objectives include identifying the proverb’s variational capacity, systematizing its modifications, and developing models of variation based on instances found in the research corpus. The study employs a range of methodological approaches, including theoretical analysis, continuous sampling, dictionary definition analysis, component analysis, and situational-contextual analysis. Statistical processing and generalization techniques were also applied to the collected data. The primary research material consists of newspaper articles extracted from prominent German online news sources, such as “Focus”, “Taz”, “Manager magazin”, “Frankfurter Rundschau”, “WELT”, “Berliner Zeitung”, “Yahoo!finanzen”, and “Süddeutsche Zeitung”. The Digital Dictionary of the German Language (DWDS) corpus served as supplementary material. The findings indicate that the proverb predominantly appears in the main body of articles, primarily functioning to attract reader attention and to convey expressive and evaluative meaning. Notably, modified forms of the proverb occur 1.5 times more frequently than its standard dictionary form. Analysis of the corpus identified both variants, which maintain the core meaning, and transforms, which alter the proverb’s meaning partially or completely. Formal modifications include expansion through additional components, reduction of form, grammatical alterations, component substitution, shifts in communicative orientation, and reduction of the negative element. The research culminates in the proposition of models of proverbial variation. The presented variation models offer clarification regarding the specific ways this proverb is realized in economic media discourse and contribute to understanding and predicting its modification potential. The scientific novelty of this study lies in the development of these variation models for a specific paremia and the pioneering examination of the proverb’s usage in both traditional and modified forms in German economic press.

Keywords: German language, economic discourse, proverb variation, paremiology, media discourse analysis, proverb modification.

How to cite this article: Shubina, E.L., Pugacheva, T.A. (2025). The Variational Potential of the German Proverb ‘Geld allein macht nicht glücklich’ in Economic Media Discourse. *Professional Discourse & Communication*, 7(1), 50–69 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-50-69>

About the authors:

Elvira L. Shubina, Dr. Sci. (Philology), is a Professor in the Department of the German Language at MGIMO University (Moscow, Russia). Her research interests are grammar, lexicology, phraseology, and problems of translation studies. ORCID ID: 0000-0001-9649-1024

Tatyana A. Pugacheva is a Postgraduate student in the Department of the German Language, MGIMO University (Moscow, Russia). Her research interests include phraseology, lexicology, and stylistics. ORCID ID: 0009-0007-4881-9874

Received: November 26, 2024.

Accepted: February 4, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-70-88>

ВОЗМОЖНОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ПРОВЕРКИ ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ И ФОРМУЛИРОВКИ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

С.В. Боголепова

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
sbogolepova@hse.ru*

Аннотация: Статья посвящена исследованию возможностей генеративного искусственного интеллекта (ИИ) для решения задач оценки письменных работ и предоставления обратной связи на них. Поставлена цель определить возможности и ограничения генеративного ИИ при его использовании для проверки письменноречевой продукции обучающихся и формулировки обратной связи на нее. Для достижения цели осуществлен систематический обзор двадцати двух оригинальных исследований, проведенных в российском и зарубежном контекстах, результаты которых были опубликованы в 2022-2025 годах. Выявлено, что результаты критериального оценивания генеративными моделями согласуются с оценками преподавателей, причем генеративный ИИ превосходит проверяющих в способности оценить язык и аргументацию. На надежность этой оценки, однако, негативное влияние оказывают нестабильность оценивания, галлюцинации генеративных моделей и их ограниченная способность учитывать особенности контекста. Несмотря на детальность и конструктивность обратной связи от генеративного ИИ, она недостаточно конкретна и избыточна, что может затруднить ее восприятие обучающимися. Обратная связь от генеративной модели таргетирует преимущественно локальные недостатки, в то время как проверяющие преподаватели обращают внимание на глобальные проблемы, такие как неполное соответствие содержания заданной теме или нарушения в логике изложения. В отличие от преподавателей, генеративный ИИ дает шаблонную обратную связь, не используя косвенные формулировки и наводящие вопросы, способствующие развитию умений саморегуляции. Тем не менее, эти недостатки можно скорректировать последующими запросами к генеративной модели. Также выявлено, что обучающиеся открыты к получению обратной связи от генеративного ИИ, однако предпочитают получать ее от преподавателей и сверстников. Результаты обсуждаются в контексте использования генеративных моделей для проверки письменных работ и формулировки обратной связи преподавателями иностранного языка. Выводы подчеркивают необходимость критического подхода к использованию генеративных моделей в оценивании письменных работ, а также важность подготовки преподавателей для эффективного взаимодействия с этими технологиями.

Ключевые слова: ИИ в образовании, генеративные модели в преподавании иностранного языка, автоматическая оценка текста, обратная связь на письменные работы, оценивание письменноречевой продукции.

Для цитирования: Боголепова, С.В. (2025). Возможности инструментов искусственного интеллекта для проверки письменных работ и формулировки обратной связи. *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(1), 70–88. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-70-88>

1. ВВЕДЕНИЕ

Инструменты искусственного интеллекта (ИИ) стали неотъемлемой частью жизни общества, и образование не является исключением. ИИ способен выполнять задачи, традиционно приписываемые человеческому интеллекту: обучаться, планировать, анализировать, делать выводы и т.д. Генеративный ИИ – это спектр инструментов ИИ, способных синтезировать/генерировать контент, почти неотличимый от того, что может создавать человек (Gupta et al., 2024). Генеративный ИИ, способный создавать тексты, имеет в основе большие языковые модели, т.е. нейронные сети с миллиардами параметров, неконтролируемо обученных на огромных объемах текстовых данных (Fan et al., 2024). Генеративный ИИ или генеративные модели (ГМ) коммуницируют с пользователем посредством чат-бота. Сейчас в мире более 300 миллионов человек используют возможности ГМ (AI tool user numbers worldwide from 2020-2030, 2024).

ГМ широко применяются участниками образовательного процесса. Обучающиеся используют их для информационных запросов, генерации идей и редактирования текстов, анализа и резюмирования информации (Almassaad et al., 2024; Chan & Hu, 2023). Изучающие иностранный язык могут выполнять тренировочные и тестовые задания, получая мгновенную обратную связь, а также коммуницировать с моделью (Annamalai et al., 2023). Преподаватели создают образовательный контент, формируют учебные планы и программы, выстраивают индивидуальные образовательные траектории для своих студентов (Константинова и др., 2023).

Автоматические системы уже более двадцати лет используются для оценки письменных текстов, однако только в последнее время революционное развитие систем ИИ позволило вывести оценку на новый уровень и сделать такие инструменты доступными широкому кругу пользователей (Li & Liu, 2024; Stahl et al., 2024). В то время как более ранние автоматизированные системы проверки умели распознавать только заданные лингвистические параметры и работали только с определенным типом текста, современные ГМ обучены на огромных объемах разнотипных текстов и могут работать с любыми критериями, заданными в запросе (Li & Liu, 2024; Hussein et al., 2019). Более того, помимо непосредственного оценивания современные системы способны давать развернутую обратную связь по заданным аспектам, чего предыдущие системы делать не могли.

Технологии ИИ помогают решить задачу объективного и валидного оценивания на разных этапах обучения (Титова, 2024). ГМ дают преподавателям возможность частично автоматизировать проверку письменных работ студентов, выделить как сильные, так и слабые стороны работ, таким образом делая обратную связь индивидуализированной и экономя время преподавателя (Kasneci et al., 2023). Автоматическая оценка посредством ГМ позволяет избежать эффекта гало, т.е. влияния субъективного отношения к автору текста со стороны проверяющего (Mizumoto & Eguchi, 2023). Обучающиеся сами могут обращаться к ГМ для получения обратной связи на свои тексты и последующей их доработки (Сысоев, Филатов, 2024).

Несмотря на наличие обзоров, анализирующих использование технологий генеративного ИИ в образовании (Bahroun et al., 2023; Crompton & Burke, 2023; Wang et al., 2024) и применение ИИ и, в частности, ГМ в обучении иностранному языку (Сысоев, 2023; Титова, 2024; Crompton et al., 2024; Li et al., 2024), автором не было обнаружено обзоров исследований, посвященных изучению практик использования генеративного ИИ для проверки письменных работ и формулировки обратной связи. Подобный обзор, интегрирующий как отечественные исследовательские работы, так и труды зарубежных исследователей, позволит понять, какой потенциал ГМ имеют для решения упомянутых задач, а также выявить их ограничения, которые необходимо учитывать при работе с ГМ. Соответственно, цель данного исследования — определить возможности и ограничения инструментов генеративного искусственного интеллекта для оценки письменных работ обучающихся и формулировки обратной связи по ним в образовательном процессе на основе обзора современных исследовательских статей.

В процессе достижения поставленной цели были найдены ответы на следующие исследовательские вопросы:

1. Насколько эффективно инструменты генеративного ИИ могут оценивать письменные работы по сравнению с оценкой преподавателей?
2. Каковы характеристики обратной связи, генерируемой инструментами ИИ, и как она соотносится с обратной связью от преподавателей?
3. Каковы сильные и слабые стороны использования генеративного ИИ для оценки письменных работ и предоставления обратной связи?
4. Как обучающиеся воспринимают и оценивают обратную связь, полученную от генеративного ИИ, в сравнении с обратной связью от преподавателей?

Автор обсуждает полученные результаты в контексте применения ГМ преподавателями иностранного языка.

2. МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Для отбора и анализа статей автор использовал методику *PRISMA*, подразумевающую следующие шаги (Crompton et al., 2024):

- автоматический и ручной поиск исследований в базах данных;
- удаление из подборки дубликатов и статей, к которым нет полнотекстового доступа;
- скрининг статей на предмет соответствия необходимому типу исследования, году публикации, принадлежности предметной области и соответствия исследовательской цели;
- качественный анализ отобранных исследований.

Поиск исследований проводился в базах данных «*Scopus*» («*Science Direct*»), «*ResearchGate*», «Киберленинка». Использовались ключевые слова:

- на русском языке: искусственный интеллект для оценки текста, генеративные модели в обучении иностранному языку, большие языковые модели в образовании, генеративный искусственный интеллект в образовании, автоматическая проверка текста, оценка/оценивание письменных работ/ письменной продукции, сгенерированная обратная связь;
- на английском языке: *Artificial Intelligence for Text Evaluation, Generative Models in Language Teaching, Large Language Models in Education, Generative Artificial Intelligence in Education, Automatic Text Scoring, Assessment/Evaluation of Written Production, AI-generated Feedback*.

Активное использование ГМ, таких как *ChatGPT*, началось в 2022 году (Yu & Guo, 2023), поэтому по ключевым словам были отобраны оригинальные исследования, опубликованные в 2022-2025 гг. Было принято решение включить в подборку и препринты, т.к. они дают возможность быстрой диссеминации научных результатов, что важно, когда речь идет о быстро развивающейся и недавно исследуемой технологии.

В результате поиска по базам данных было отобрано 198 статей. После скрининга в пуле осталось 22 статьи, соответствующие критериям отбора (тип, тематика, год публикации), что можно считать достаточным, учитывая короткий временной промежуток и узкую тематику исследования (Evans & Benefield, 2001). Отбирались оригинальные исследования использования ГМ для оценки письменных работ и обеспечения обратной связи, их результаты были систематизированы и частично описаны (Amobonye et al., 2024).

3. РЕЗУЛЬТАТЫ

3.1. Оценивание письменных работ

Благодаря доступности и простоте ГМ используются и для проверки письменных работ обучающихся, однако в исследованиях пока нет единогласия по вопросу надежности результатов такой проверки. Исследование на основе корпуса в 12100 эссе в формате международных экзаменов с помощью запроса, включающего критерии, показало, что проверка эссе ГМ точно соотносит уровень работы с международной шкалой (Mizumoto & Eguchi, 2023). При последовательной проверке одной и той же работы ГМ выдают результаты, отличающиеся друг от друга не более, чем на 2 балла (из девяти), т.е. результаты проверки отличаются внутренней согласованностью.

Исследование письменных экзаменационных ответов открытого типа также показало высокий уровень внутренней согласованности проверки работ ГМ *ChatGPT*; при этом оценки более, чем 70 % работ, выставленные преподавателем и ГМ, отличались не более, чем на один балл из шести (Jauhainen & Garagorry Guerra, 2024). Было замечено, что преподаватели оценивали языковую составляющую работы даже строже, чем ГМ *Chat GPT*.

Подобные описанным выше результаты были получены и при анализе результатов проверки студенческих эссе ГМ *ChatGPT-3.5* и *Perplexity* и их сравнении с оценкой эссе преподавателем (Боголепова, Жаркова, 2024). Хотя при сравнении баллов, выставленных преподавателем и ГМ, при допущении расхождения в 1 балл (из девяти) согласованность ранжировалась от 70 до 90%, межэкспертное соответствие оценок было низким. Сравнение оценок эссе по заданным критериям ГМ и практикующими преподавателями выявило, что оценки *ChatGPT-4* и преподавателей демонстрируют высокую согласованность, однако периодически ГМ галлюцинируют, приписывая студенческим работам свойства, им не присущие (Pack et al., 2024).

Мицумото и др. сравнили результаты проверки письменных работ преподавателем английского языка, специализированным инструментом *Grammarly* и ГМ *Chat GPT* (Mizumoto et al., 2024). Исследователи показали, что результаты ГМ *ChatGPT-4* по оценке языковой составляющей положительно коррелируют ($\rho = 0.79$) с баллами, выставленными преподавателем, и превосходят в этом результаты специализированного приложения. Подобные результаты были получены в отношении и общей оценки работы. Также было показано, что ГМ в сравнении со специализированными инструментами автоматической оценки более точно

определяют соответствие работы уровню владения различными иностранными языками (Li & Liu, 2024). Исследователи делают вывод о том, что ГМ подходят к анализу и оценке текста более холистически и более «по-человечески», чем такие инструменты.

Несмотря на согласованность в оценке, подходы к оцениванию ГМ и экспертом имеют свои особенности (Awidi, 2024). Хотя человек лучше подмечает нюансы, выставленная им оценка не всегда соответствует критериям и сопутствующим вербальным комментариям, а отдельные фрагменты работы или личность автора, импонирующие проверяющему, могут повлиять на объективность оценки. ГМ, в свою очередь, точно руководствуются критериями, но нечувствительны к контексту. Что касается аспектов оценивания, ГМ превосходят проверяющих в оценке языка и аргументации, в то время как люди лучше определяют соответствие работы заданной теме (Bouziane & Bouziane, 2024).

3.2. Формулировка обратной связи

Ряд исследований посвящен изучению качества обратной связи, даваемой ГМ, и ее сравнению с обратной связью, даваемой проверяющим преподавателем.

Сравнение обратной связи от преподавателя и ГМ *ChatGPT 4.0* на основе выборки в 350 студенческих эссе показал, что ГМ не уступают преподавателю в способности давать обратную связь на содержание работы, аргументацию и организацию и даже превосходят его в вопросе обратной связи по языку и оригинальности («нестандартности мышления»), которые эксперты оценили выше, чем обратную связь от преподавателя (Сысоев и др., 2024). Способность ГМ к адекватной оценке оригинальности и аргументации на основе критериев отмечены и в других статьях (Awidi, 2024; Steiss et al., 2024). Сысоев и др. (2024) отметили, что ГМ *Chat GPT* дает более развернутые комментарии, чем преподаватель, и предлагает варианты исправления ошибок, а не только выделяет их.

В другом исследовании, в котором экспертами сравнивались обратная связь от ГМ и преподавателя на 50 студенческих эссе было выявлено, что ГМ *ChatGPT* дает более детальную, чем преподаватель, обратную связь, причем равномерно распределяет комментарии между всеми аспектами оценивания, в то время как преподаватели акцентируют содержание и язык (Guo & Wang, 2024). Отличительной чертой комментариев преподавателей было использование не прямых формулировок и вопросов, нацеленных на рефлекссию и самокоррекцию. Можно было бы предположить, что подобные формулировки культурно обусловлены, однако отсутствие саморегулирующей обратной связи от ГМ было отмечено и в исследовании в другом образовательном контексте (Dai et al., 2023).

Используя не прямые формулировки, преподаватель обращает внимание обучающегося на глобальные недостатки (в структуре предложения, аргументации), в то время как ГМ прямо исправляют локальные ошибки и предлагают переформулировки отдельных предложений (Lin & Crosthwaite, 2024). Последнее не всегда адекватно, когда реципиент обратной связи – изучающий иностранный язык, потому что качество его продукции вполне может соответствовать уровню коммуникативной компетенции обучающегося. Акцент на грамматической правильности в обратной связи от ГМ можно назвать избыточным (Wu et al., 2023).

Обратная связь от преподавателя и ГМ отличается и по другим параметрам. Сгенерированная обратная связь более четкая и информативная (Сысоев и др., 2024; Dai et al., 2023). Однако преподаватели в своей обратной связи более конкретно указывают на то, что необходимо исправить, и акцентируют важные для конкретного случая аспекты, причем делают это разными способами (выделение, подчеркивание, использование кода) (Steiss et al.,

2024). ГМ не только избыточно исправляют неточности, но находят ошибки там, где их нет, потому что соответствующих конструкций не было в обучающей выборке или потому что просто была поставлена задача найти ошибки (Jiang et al., 2023).

Боголепова и Жаркова (2024) также отмечают, что хотя обратная связь от ГМ достаточно подробна, она не всегда достаточно конкретна, чтобы студент смог внести корректировки в работу. Это такие комментарии, как *“The logical flow of ideas is generally smooth, but there are a few instances where the connections between ideas could be more explicit”* или *“However, there are a few instances where word choice could be improved for clarity and precision”*. В этих комментариях отмечены слабые стороны работы, однако не уточняется, какие фрагменты подлежат исправлению. В то же время исследователи отметили конструктивный характер обратной связи от ГМ, выделяющей как недостатки, так и сильные стороны работы. Действительно, ГМ могут содействовать в формулировке обратной связи, чтобы она была более позитивной и конструктивной (Hirunyasiri et al., 2023).

Исследователи акцентируют излишнюю информативность и избыточность обратной связи от ГМ (Боголепова, Жаркова, 2024; Lin & Crosthwaite, 2024; Steiss et al., 2024). Однако в контексте высшего образования детальность обратной связи от ГМ и ее фокус на индивидуальных особенностях работы студента являются мотивирующими факторами (Kinder et al., 2025). Студенты готовы использовать ГМ для улучшения письменных работ (Jansen et al., 2024) и демонстрируют высокий уровень мотивации и вовлеченности при работе с обратной связью от ГМ (Chan et al., 2024).

Другие исследования ставили задачей выяснить, какую обратную связь на эссе, полученную от ГМ или от преподавателя, студенты считают более качественной (Escalante et al., 2023; Jansen et al., 2024). По мнению студентов, обратная связь от ГМ уступает по качеству обратной связи со стороны преподавателя (студенты посчитали полезной 59% обратной связи от генеративной модели и 88% – от преподавателя (Jansen et al., 2024). В другом подобном исследовании мнения студентов по поводу предпочтения обратной связи от ГМ или преподавателя разделились пополам (Escalante et al., 2023). При этом было показано, что прирост в умениях письма не зависел от источника обратной связи.

Также продемонстрировано, что обратная связь на письменные работы, полученная от сверстников, ценится студентами выше обратной связи от ГМ (Saini et al., 2024). ГМ имеют тенденцию давать описательную обратную связь, в то время как обратная связь от сверстников побуждает реципиентов критически осмысливать свою работу, т.к. другие студенты, как и преподаватели, используют в обратной связи наводящие вопросы или привлекают внимание к непоследовательности в изложении (Banihashem et al., 2024).

4. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Обзор нацелен на изучение возможностей и ограничений ГМ при их применении для проверки студенческих работ и обеспечения обратной связи. Исследования показывают, что ГМ способны оценивать письменные работы наравне с преподавателем, но при этом имеют свои особенности в подходах к оцениванию и формулировке обратной связи. ГМ превосходят преподавателей в оценке языковых аспектов и аргументации, однако их обратная связь часто оказывается избыточной и неконкретной, сфокусированной на локальных недостатках. Несмотря на детальность и конструктивность обратной связи от ГМ, студенты предпочитают комментарии преподавателей и сверстников, т.к. они способствуют критиче-

скому осмыслению работ. Однако обучающиеся открыты к получению обратной связи от ГМ, и ее обстоятельность может быть плюсом, когда с ней работают студенты с высоким уровнем коммуникативной компетенции в иностранном языке.

4.1. Проверка и оценивание письменных работ

Хотя ГМ уже могут оценивать письменные работы наравне с преподавателем, *надежность* и *объективность* оценивания остаются под вопросом. ГМ, в отличие от человека, руководствуются только заданными критериями, а не эмоциями, но и модели «устают» и совершают ошибки. При последовательной оценке одной и той же работы модель может выдавать отличающиеся результаты. Хотя эта разница невелика и подобные отклонения допускаются при проверке даже письменной части экзаменов с высокими ставками, признать результаты надежными и полагаться только на них мы не можем. Более того, ГМ могут ошибаться в оценке уровня текста по «Общеввропейской шкале компетенций» (Benedetto et al., 2025), что особенно важно учитывать в контексте оценки письменноречевой продукции обучающихся на иностранном языке.

Так как ГМ учатся на определенном наборе данных, они могут считать неверным то, чего не было в данных, на которых модель обучалась (Bahroun et al., 2023). Искаженная интерпретация может касаться жанровых особенностей текста, стиля аргументации или использования специфического языка. Это может привести к предвзятости, дискриминирует отдельные группы обучающихся и также снижает надежность оценивания.

Еще одним недостатком оценки работ генеративными моделями можно назвать ее недостаточную *обоснованность*. ГМ работают по принципу «черного ящика»: известны только вводная информация и сгенерированные данные, а в результате каких операций происходит генерация, остается неизвестным (Lye & Lim, 2024; Iorliam & Ingio, 2024). По этой причине остается неясным, каким образом модель пришла к конечным выводам, и довольно размытые формулировки типа «*работа могла бы быть организована более логично*» в обратной связи, к сожалению, не проясняют картину. Частично проблему помогает решить использование цепочки запросов. В последующих запросах можно попросить ГМ пояснить оценку по отдельным категориям и привести примеры ошибок и варианты их исправления.

В то же время ГМ не уступают преподавателю в способности верно интерпретировать критерии оценивания и выставять баллы, соответствующие уровню работы. Среди ГМ наилучшие результаты показывает модель последнего поколения *ChatGPT-4* (Pack et al., 2024), и мы можем ожидать дальнейшей эволюции языковых моделей.

4.2. Обратная связь на письменные работы

Проанализируем обратную связь от ГМ относительно характеристик эффективной обратной связи (Hattie & Timperley, 2007). Она, как уже отмечалось, не всегда дает точные указания на недостатки и определяет действия, которые можно предпринять, чтобы в последующих работах их не иметь. Другими словами, обратная связь от ГМ часто бывает *неконкретной*. Это ограничение преодолимо: последующие запросы, требующие уточнения формулировок и приведения примеров, а также добавление в запрос детальных критериев оценивания помогают конкретизировать обратную связь.

Обратная связь от генеративной модели *избыточна и недостаточно персонализирована*. Хотя она выделяет сильные стороны и недостатки работы, только преподаватель, знающий цели и задачи учебного курса, содержание обучения, образовательные потребности и личностные особенности студента может отобрать соответствующие комментарии. Более того, реципиенты обратной связи владеют иностранным языком на разном уровне, и чтобы обратная связь была доступной, преподавателю может понадобиться упростить формулировки.

Студенты ценят содержательные и развернутые комментарии по своим работам, и инструменты ИИ позволяют сгенерировать информативную обратную связь за короткое время или давать ее автоматически (Gombert et al., 2024). В то же время, слишком детализированная обратная связь может перегрузить и демотивировать студента, поэтому задачей преподавателя является отбор информации в соответствии с потребностями учащегося и планируемыми образовательными результатами (Kumar, 2023).

Нельзя не отметить такие свойства обратной связи от ГМ, даваемой на основе критериев, как *однообразие* и *шаблонность*. Согласимся с А. А. Кореневым, утверждающим, что «шаблонность обратной связи (например, использование из раза в раз одних и тех же фраз или структурных моделей) может привести к тому, что обучающиеся потеряют веру в оригинальность данной обратной связи и доверие к ее источнику» (Корнев, 2018, с. 124). Взаимодействие с чат-ботами студенты считают несколько механистическим и однообразным (Annamalai et al., 2023), но преподаватель может не только отбирать, но и видоизменять комментарии ГМ перед предоставлением студенту.

Эффективная обратная связь способствует развитию *умений саморегуляции*. Она может быть дана в форме вопросов, подталкивающих ученика к анализу и самостоятельному исправлению ошибки. Вместо исправлений преподаватели могут использовать заранее оговоренный шифр для обозначения разных типов ошибок, на основании которого впоследствии требуется переработка письменного продукта. Однако стоит отметить, что по отдельному запросу ГМ может сформулировать вопросы и предложения, способствующие развитию этих умений.

При всех недостатках обратная связь от ГМ носит *конструктивный характер*, позволяя обучающимся осознать сильные стороны работы и понять, каким образом она может быть улучшена. ГМ дают мотивирующие и позитивные комментарии, на формулировку которых у преподавателя не всегда хватает времени и энергии. Обратная связь от преподавателя не всегда *своевременна*, при этом ГМ способны выдавать ее мгновенно при условии доступа к технологиям.

Перечисленные выше потенциальные недостатки можно предвосхитить, грамотно сформулировав запрос. Для достижения поставленных целей в запрос рекомендуется включить задачу для модели в повелительном наклонении, дать ГМ шаблон или пример в качестве опоры, а также описать в запросе контекст и уточнить все необходимые детали (Sidorkin, 2024). С помощью последующих запросов возможно:

- получить список языковых и стилистических ошибок с возможными исправлениями;
- сформулировать обоснование для оценки по отдельным аспектам;
- уточнить, какие фрагменты работы необходимо улучшить в плане содержания и организации, и каким образом;
- упростить обратную связь, сделав формулировки доступными обучающимся, владеющим изучаемым языком на разном уровне;

- сформулировать вопросы и утверждения, побуждающие учащегося к самостоятельному улучшению отдельных аспектов работы и др.

Использование цепочки запросов, уточняющих различные аспекты контекста оценивания, помогает сделать обратную связь более конкретной, разнообразной и персонализированной (Stahl et al., 2024).

4.3. Использование ГМ преподавателями иностранного языка

Осознавая как возможности, так и ограничения ГМ, преподаватели иностранного языка могут использовать их потенциал для оптимизации выполнения профессиональных задач, относящихся к проверке письменных работ и формулировке обратной связи по ним. Оценка письменных работ студентов может стать “полуавтоматической” (Kasnesi et al., 2023): преподаватель может сверять результат своей проверки с результатом ГМ, а также использовать в обратной связи студенту актуальные с точки зрения задач обучения и потребностей учащегося комментарии, при необходимости меняя их формат.

У преподавателя может возникнуть искушение переложить обратную связь по письменным работам на ИИ полностью, ведь ГМ объективно оценивают письменные работы и дают развернутые конструктивные комментарии. Но в большей степени не сама обратная связь, а то, как получатель с ней работает, определяет ее эффективность и обучающий потенциал (Winstone et al., 2021). К сожалению, даже студенты с большим опытом изучения иностранных языков слабо взаимодействуют с обратной связью по письменным работам (Боголепова и др., 2023). Если преподаватель не выступает в роли медиатора между генеративной моделью и обучающимся, видоизменяя обратную связь таким образом, чтобы она стала понятной и доступной учащемуся, а также учитывала его индивидуальные особенности и специфику образовательного контекста, вероятность эффективного взаимодействия студента с обратной связью становится еще ниже. Задачей преподавателя также является проследить, что реципиенты проработали полученную обратную связь, например, переписав работу с учетом обратной связи после ее обсуждения в классе (Meyer et al., 2024).

Обучающиеся отмечают детальность и информативность обратной связи, сформулированной ГМ, но в то же время ценят обратную связь от преподавателя, особенно если она дается в форме устного обсуждения (Escalante et al., 2023). У будущих преподавателей должно быть сформировано понимание того, когда и как может использоваться потенциал ГМ в соответствии с методической целесообразностью их применения. Быстрое развитие технологий ИИ создает ситуацию, в которой необходима постоянная подготовка и переподготовка специалистов, способных использовать экспертные знания при работе с ГМ и принимать профессионально обоснованные решения по их использованию (Константинова и др., 2023).

4.4. Ограничения исследования

Проведенное исследование имеет некоторые ограничения. Анализ проведен на небольшой выборке, т.к. в нем рассматривались оригинальные исследования, проведенные в последние несколько лет (с 2022 до начала 2025 года). Дальнейшие исследования возможностей ГМ для проверки письменных работ и формулировки обратной связи в различных контекстах дадут возможность уточнить и расширить полученные результаты. Был проведен только качественный анализ исследований, потому что они значительно отличались по методам сбора и интерпретации итогов, что, однако, не помешало выявить сходные результаты.

5. ВЫВОДЫ

Оценивание письменных работ и формулировка обратной связи при помощи ГМ имеет как преимущества, так и серьезные недостатки. Преподавателям, использующим (или планирующим использовать) модели для решения данных профессиональных задач, нужно знать эти недостатки, чтобы понимать, по каким параметрам сгенерированную информацию нужно критически оценивать и дорабатывать. Необходимо осознавать слабые стороны ГМ, такие как ограниченная надежность оценки, избыточность и неконкретность обратной связи, галлюцинации, недоступность комментариев для студентов с низким уровнем владения языком и др.

Широкодоступные инструменты ИИ не были созданы для решения задач обучения и появились недавно, поэтому возможности их использования в педагогических целях могут быть оценены только экспериментально. Дальнейшие исследования могут быть проведены на больших текстовых выборках, анализировать результаты проверки текстов различных жанров, сравнивать результаты оценки различными ГМ.

Конфликт интересов:

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Боголепова С.В., Жаркова М.Г. Исследование потенциала генеративных моделей для оценивания эссе и обеспечения обратной связи // Отечественная и зарубежная педагогика. 2024. Т. 1. № 5(101). С. 123–137. doi:10.24412/2224-0772-2024-5-123-137
2. Боголепова С.В., Кирсанова М.А., Пивоварова А.А. Как аукнется, так и откликнется? Отношение студентов-лингвистов к взаимооцениванию и обратной связи // Вестник Томского государственного университета. 2023. № 487. С. 118–128. doi:10.17223/15617793/487/14
3. Константинова Л.В., Ворожихин В.В., Петров А.М., Титова Е.С., Штырно Д.А. Генеративный искусственный интеллект в образовании: дискуссии и прогнозы [Электронный ресурс] // Открытое образование. 2023. №2. С. 36-48. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/generativnyy-iskusstvennyy-intellekt-v-obrazovanii-diskussii-i-prognozy> (дата обращения: 18.11.2024).
4. Корнев А.А. Обратная связь в обучении и педагогическом общении [Электронный ресурс] // Rhema. Рема. 2018. №2. С. 112-127. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obratnaya-svyaz-v-obuchenii-i-pedagogicheskom-obschenii> (дата обращения: 18.11.2024).
5. Сысоев П.В. Использование технологий искусственного интеллекта в обучении иностранному языку: тематика методических работ за 2023 год и перспективы дальнейших исследований // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2024. № 29(2). С. 294-308. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2024-29-2-294-308>
6. Сысоев П.В., Филатов Е.М. Методика обучения учащихся и студентов написанию эссе в триаде «обучающийся — преподаватель — искусственный интеллект» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 27. № 2. С. 38–54. doi:10.55959/MSU-2074-1588-19-27-2-3

7. Сысоев П.В., Филатов Е.М., Хмаренко Н.И., Мурунов С.С. Преподаватель vs искусственный интеллект: сравнение качества предоставляемой преподавателем и генеративным искусственным интеллектом обратной связи при оценке письменных творческих работ студентов // *Перспективы науки и образования*. 2024. № 5 (71). doi:10.32744/pse.2024.5.41
8. Титова С.В. Технологические решения на базе искусственного интеллекта в обучении иностранным языкам: аналитический обзор // *Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2024. Т. 27. № 2. С. 18–37. doi: 10.55959/MSU-2074-1588-19-27-2-2
9. AI tool user numbers worldwide from 2020-2030 [Электронный ресурс] // Statista Research Department. 09.12.2024. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1449844/ai-tool-users-worldwide> (дата обращения: 26.12.2024).
10. Almassaad A., Alajlan H., Alebaikan R. Student Perceptions of Generative Artificial Intelligence: Investigating Utilization, Benefits, and Challenges in Higher Education // *Systems*. 2024. Vol. 12. No. 10. Article 385. <https://doi.org/10.3390/systems12100385>
11. Amobonye A., Lalung J., Mheta G., Pillai S. Writing a Scientific Review Article: Comprehensive Insights for Beginners // *The Scientific World Journal*. 2024. Article 7822269. <https://doi.org/10.1155/2024/7822269>
12. Annamalai N., Ab Rashid R., Hashmi U., Mohamed M.H., Alqaryouti M., Sadeq A. Using chatbots for English language learning in higher education // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2023. Vol. 5. Article 100153. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100153>
13. Awidi I.T. Comparing expert tutor evaluation of reflective essays with marking by generative artificial intelligence (AI) tool // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2024. Vol. 6(3). Article 100226. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100226>
14. Bahroun Z., Anane C., Ahmed V., Zacca A. Transforming Education: A Comprehensive Review of Generative Artificial Intelligence in Educational Settings through Bibliometric and Content Analysis // *Sustainability*. 2023. Vol. 15(17). Article 12983. <https://doi.org/10.3390/su151712983>
15. Banihashem S. K., Kerman N. T., Noroozi O., Moon J., Drachsler H. Feedback sources in essay writing: peer-generated or AI-generated feedback? // *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2024. Vol. 21. № 1. Article 23. <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00455-4>
16. Benedetto L., Gaudeau G., Caines A., BATTERY P. Assessing how accurately large language models encode and apply the common European framework of reference for languages // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2025. Vol. 8. Article 100353. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100353>
17. Bouziane K., Bouziane A. AI versus human effectiveness in essay evaluation // *Discover Education*. 2024. Vol. 3(1). Article 201. <https://doi.org/10.1007/s44217-024-00320-6>
18. Chan C.K.Y., Hu W. Students' voices on generative AI: perceptions, benefits, and challenges in higher education // *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2023. Vol. 20(1). Article 43. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00411-8>
19. Chan S., Lo N., Wong A. Generative AI and Essay Writing: Impacts of Automated Feedback on Revision Performance and Engagement. *rEFlections*. 2024. Vol. 31. № 3. 1249-1284. <https://doi.org/10.61508/refl.v31i3.277514>
20. Crompton H., Burke D. Artificial intelligence in higher education: the state of the field // *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2023. Vol. 20(1). Article 22. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00392-8>

21. Crompton H., Edmett A., Ichaporia N., Burke D. AI and English language teaching: Affordances and challenges // *British Journal of Educational Technology*. 2024. Vol. 55. № 6. P. 2503-2529. <https://doi.org/10.1111/bjet.13460>
22. Dai W., Lin J., Jin F., Li T., Tsai Y., Gasevic D., Chen G. Can Large Language Models Provide Feedback to Students? A Case Study on ChatGPT // *EdArXiv Preprint*. 2023. <https://doi.org/10.35542/osf.io/hcgzj>
23. Escalante J., Pack A., Barrett A. AI-generated feedback on writing: insights into efficacy and ENL student preference // *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2023. Vol. 20. Article 57. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00425-2>
24. Evans J., Benefield P. Systematic Reviews of Educational Research: Does the Medical Model Fit? // *British Educational Research Journal*. 2001. Vol. 27. № 5. P. 527-541. <https://doi.org/10.1080/01411920120095717>
25. Fan L., Li L., Ma Z., Lee S., Yu H., Hemphill L. A Bibliometric Review of Large Language Models Research from 2017 to 2023 // *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology*. 2024. Vol. 15. № 5. Article 91. P. 1-25. <https://doi.org/10.1145/3664930>
26. Gombert S., Fink A., Giorgashvili T., Jivet I., Di Mitri D., Yau J., Frey A., Drachsler H. From the Automated Assessment of Student Essay Content to Highly Informative Feedback: a Case Study // *International Journal of Artificial Intelligence in Education*. 2024. Volume 34. P. 1378-1416. <https://doi.org/10.1007/s40593-023-00387-6>
27. Guo K., Wang D. To resist it or to embrace it? Examining ChatGPT's potential to support teacher feedback in EFL writing // *Education and Information Technologies*. 2024. Vol. 29. No. 7. Pp. 8435–8463. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12146-0>
28. Gupta P., Ding B., Guan Ch., Ding D. Generative AI: A systematic review using topic modelling techniques // *Data and Information Management*. 2024. Vol. 8. № 2. Article 100066. <https://doi.org/10.1016/j.dim.2024.100066>
29. Hattie J., Timperley H. The Power of Feedback // *Review of Educational Research*. 2007. Vol. 77. № 1. Pp. 81–112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>
30. Hirunyasiri D., Thomas D.R., Lin J., Koedinger K.R., Alevan V. Comparative analysis of GPT-4 and human graders in evaluating praise given to students in synthetic dialogues // *EdArXiv Preprint*. 2023. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.02018>
31. Hussein M.A., Hassan H., Nassef M. Automated language essay scoring systems: a literature review // *PeerJ Computer Science*. 2019. Vol. 5. Article e208. <http://doi.org/10.7717/peerj-cs.208>
32. Iorliam A., Ingio J.A. A Comparative Analysis of Generative Artificial Intelligence Tools for Natural Language Processing // *Journal of Computing Theories and Applications*. 2024. Vol. 1. № 3. P. 311–325. <https://doi.org/10.62411/jcta.9447>
33. Jansen T., Höft L., Bahr L., Fleckenstein J., Möller J., Köller O., Meyer J. Comparing Generative AI and Expert Feedback to Students' Writing: Insights from Student Teachers // *Psychologie in Erziehung und Unterricht*. 2024. Vol. 71. No. 2. P. 80–92. <http://dx.doi.org/10.2378/peu2024.art08d>
34. Jauhainen J.S., Garagorry Guerra A. Generative AI in education: ChatGPT-4 in evaluating students' written responses // *Innovations in Education and Teaching International*. 2024. Pp. 1–18. <https://doi.org/10.1080/14703297.2024.2422337>
35. Jiang Z., Xu Z., Pan Z., He J., Xie K. Exploring the Role of Artificial Intelligence in Facilitating Assessment of Writing Performance in Second Language Learning // *Languages*. 2023. Vol. 8. № 4. Article 247. <https://doi.org/10.3390/languages8040247>

36. Kasneci E. et al. ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education // *Learning and Individual Differences*. 2023. Vol. 103. Article 102274. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
37. Kinder A. et al. Effects of adaptive feedback generated by a large language model: A case study in teacher education // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2025. Vol. 8. Article 100349. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100349>
38. Kumar R. Faculty members' use of artificial intelligence to grade student papers: a case of implications // *International Journal for Educational Integrity*. 2023. Vol. 19. № 1. Article 9. <https://doi.org/10.1007/s40979-023-00130-7>
39. Li B., Lowell V.L., Wang Ch., Li X. A systematic review of the first year of publications on ChatGPT and language education: Examining research on ChatGPT's use in language learning and teaching // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2024. Volume 7. Article 100266. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100266>
40. Li W., Liu H. Applying large language models for automated essay scoring for non-native Japanese // *Humanities and Social Sciences Communications*. 2024. Vol. 11. Article 723. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03209-9>
41. Lin Sh., Crosthwaite P. The grass is not always greener: Teacher vs. GPT-assisted written corrective feedback // *System*. 2024. Vol. 127. Article 103529. <https://doi.org/10.1016/j.system.2024.103529>
42. Lye Ch.Y., Lim L. Generative Artificial Intelligence in Tertiary Education: Assessment Redesign Principles and Considerations // *Education Sciences*. 2024. Vol. 14. № 6. Article 569. <https://doi.org/10.3390/educsci14060569>
43. Meyer J., Jansen T., Schiller R., Liebenow L.W., Steinbach M., Horbach A., Fleckenstein J. Using LLMs to bring evidence-based feedback into the classroom: AI-generated feedback increases secondary students' text revision, motivation, and positive emotions // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2024. Vol. 6. Article 100199. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100199>
44. Mizumoto A., Eguchi M. Exploring the potential of using an AI language model for automated essay scoring // *Research Methods in Applied Linguistics*. 2023. Vol. 2. № 2. Article 100050. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2023.100050>
45. Mizumoto A., Shintani N., Sasaki M., Feng Teng M. Testing the viability of ChatGPT as a companion in L2 writing accuracy assessment // *Research Methods in Applied Linguistics*. 2024. Vol. 3. № 2. Article 100116. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2024.100116>
46. Pack A., Barrett A., Escalante J. Large language models and automated essay scoring of English language learner writing: Insights into validity and reliability // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2024. Vol. 6. Article 100234. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100234>
47. Saini A.K., Cope B., Kalantzis M., Zapata G.C. The Future of Feedback: Integrating Peer and Generative AI Reviews to Support Student Work // *EdArXiv preprint*. 2024. <https://doi.org/10.35542/osf.io/x3dct>
48. Sidorkin A.M. Embracing Chatbots in Higher Education: The Use of Artificial Intelligence in Teaching, Administration, and Scholarship. New York: Routledge, 2024. <https://doi.org/10.4324/9781032686028>
49. Stahl M., Biermann L., Nehring A., Wachsmuth H. Exploring LLM Prompting Strategies for Joint Essay Scoring and Feedback Generation [Электронный ресурс] // *Proceedings of the 19th Workshop on Innovative Use of NLP for Building Educational Applications (BEA 2024)*. Mexico City, Mexico. Association for Computational Linguistics, 2024. Pp. 283–298. URL: <https://aclanthology.org/2024.bea-1.23> (дата обращения: 15.12.2024).

50. Steiss J., Tate T., Graham S., Cruz J., Hebert M., Wang J., Moon Y., Tseng W., Warschauer M., Olson C.B. Comparing the quality of human and ChatGPT feedback of students' writing // *Learning and Instruction*. 2024. Vol. 91. Article 101894. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2024.101894>
51. Wang N., Wang X., Su Y.Sh. Critical analysis of the technological affordances, challenges and future directions of Generative AI in education: a systematic review // *Asia Pacific Journal of Education*. 2024. Vol. 44. № 1. P. 139–155. <https://doi.org/10.1080/02188791.2024.2305156>
52. Winstone N., Boud D., Dawson P., Heron M. From feedback-as-information to feedback-as-process: a linguistic analysis of the feedback literature // *Assessment & Evaluation in Higher Education*. 2021. Vol. 47. No. 2. Pp. 213–230. <https://doi.org/10.1080/02602938.2021.1902467>
53. Wu H., Wang W., Wan Y., Jiao W., Lyu M. ChatGPT or Grammarly? Evaluating ChatGPT on Grammatical Error Correction Benchmark // *ArXiv preprint*. 2023. arXiv:2303.13648. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2303.13648>
54. Yu, H., Guo Y. Generative artificial intelligence empowers educational reform: current status, issues, and prospects // *Frontiers in Education*. 2023. Vol. 8. Article 1183162. <https://doi.org/10.3389/feduc.2023.1183162>

REFERENCES

1. Almassaad, A., Alajlan, H., & Alebaikan, R. (2024). Student Perceptions of Generative Artificial Intelligence: Investigating Utilization, Benefits, and Challenges in Higher Education. *Systems*, 12(10), 385. <https://doi.org/10.3390/systems12100385>
2. Amobonye, A., Lalung, J., Mheta, G., & Pillai, S. (2024). Writing a Scientific Review Article: Comprehensive Insights for Beginners. *The Scientific World Journal*, 7822269. <https://doi.org/10.1155/2024/7822269>
3. Annamalai, N., Rashid, R.A., Munir Hashmi, U., Mohamed, M.H., Alqaryouti, M., & Sad-
eq, A. (2023). Using chatbots for English language learning in higher education. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 5, 100153. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100153>
4. Awidi, I.T. (2024). Comparing expert tutor evaluation of reflective essays with marking by generative artificial intelligence (AI) tool. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6(3), 100226. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100226>
5. Bahroun, Z., Anane, C., Ahmed, V., & Zacca, A. (2023). Transforming education: A comprehensive review of generative artificial intelligence in educational settings through bibliometric and content analysis. *Sustainability*, 15(17), 12983. <https://doi.org/10.3390/su151712983>
6. Banihashem, S.K., Kerman, N.T., Noroozi, O., Moon, J., & Drachsler, H. (2024). Feedback sources in essay writing: peer-generated or AI-generated feedback? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1), 23. <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00455-4>
7. Benedetto, L., Gaudeau, G., Caines, A., & Buttery, P. (2025). Assessing how accurately large language models encode and apply the common European framework of reference for languages. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8, 100353. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100353>

8. Bogolepova, S.V., & Zharkova, M.G. (2024). Issledovanie potentsiala generativnykh modelei dlya otsenivaniya esse i obespecheniya obratnoy svyazi [Researching the potential of generative language models for essay evaluation and feedback provision]. *Domestic and Foreign Pedagogy*, 1(5), 123–137 (in Russian). <https://doi.org/10.24412/2224-0772-2024-101-123-137>
9. Bogolepova, S.V., Kirsanova, M.A., & Pivovarova, A.A. (2023). Kak auknetsya, tak i otkliknetsya? Otnoshenie studentov-lingvistov k vzaimootsenivaniyu i obratnoy svyazi [As you give, you will receive? Language students' attitudes to peer-assessment and feedback]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Tomsk State University Journal]*, 487, 118–128 (in Russian). <https://doi.org/10.17223/15617793/487/14>
10. Bouziane, K., & Bouziane, A. (2024). AI versus human effectiveness in essay evaluation. *Discover Education*, 3(1), 201. <https://doi.org/10.1007/s44217-024-00320-6>
11. Chan, C.K.Y., & Hu, W. (2023). Students' voices on generative AI: perceptions, benefits, and challenges in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00411-8>
12. Chan, S., Lo, N., & Wong, A. (2024). Generative AI and Essay Writing: Impacts of Automated Feedback on Revision Performance and Engagement. *rEFLections*, 31(3), 1249–1284. <https://doi.org/10.61508/refl.v31i3.277514>
13. Crompton, H., & Burke, D. (2023). Artificial intelligence in higher education: the state of the field. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1), 22. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00392-8>
14. Crompton, H., Edmett, A., Ichaporia, N., & Burke, D. (2024). AI and English language teaching: Affordances and challenges. *British Journal of Educational Technology*, 55(6), 2503–2529. <https://doi.org/10.1111/bjet.13460>
15. Dai, W., Lin, J., Jin, F., Li, T., Tsai, Y., Gasevic, D., & Chen, G. (2023). Can large language models provide feedback to students? A case study on ChatGPT. *EdArXiv Preprint*. <https://doi.org/10.35542/osf.io/hcgzj>
16. Escalante, J., Pack, A., & Barrett, A. (2023). AI-generated feedback on writing: Insights into efficacy and ENL student preference. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20, 57. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00425-2>
17. Evans, J., & Benefield, P. (2001). Systematic Reviews of Educational Research: Does the Medical Model Fit? *British Educational Research Journal*, 27(5), 527–541. <https://doi.org/10.1080/01411920120095717>
18. Fan, L., Li, L., Ma, Z., Lee, S., Yu, H., & Hemphill, L. (2024). A bibliometric review of large language models research from 2017 to 2023. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology*, 15(5), 91, 1–25. <https://doi.org/10.1145/3664930>
19. Gombert, S., Fink, A., Giorgashvili, T., Jivet, I., Di Mitri, D., Yau, J., Frey, A., Drachsler, H. (2024). From the automated assessment of student essay content to highly informative feedback: A case study. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 34, 1378–1416. <https://doi.org/10.1007/s40593-023-00387-6>
20. Guo, K., & Wang, D. (2024). To resist it or to embrace it? Examining ChatGPT's potential to support teacher feedback in EFL writing. *Education and Information Technologies*, 29(7), 8435–8463. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12146-0>
21. Gupta, P., Ding, B., Guan, C., & Ding, D. (2024). Generative AI: A systematic review using topic modelling techniques. *Data and Information Management*, 8(2), 100066. <https://doi.org/10.1016/j.dim.2024.100066>

22. Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81-112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>
23. Hirunyasiri, D., Thomas, D.R., Lin, J., Koedinger, K.R., & Aleven, V. (2023). Comparative analysis of GPT-4 and human graders in evaluating praise given to students in synthetic dialogues. *EdArXiv Preprint*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.02018>
24. Hussein, M.A., Hassan, H., & Nassef, M. (2019). Automated language essay scoring systems: A literature review. *PeerJ Computer Science*, 5, e208. <http://doi.org/10.7717/peerj-cs.208>
25. Iorliam, A., & Ingio, J.A. (2024). A comparative analysis of generative artificial intelligence tools for natural language processing. *Journal of Computing Theories and Applications*, 1(3), 311–325. <https://doi.org/10.62411/jcta.9447>
26. Jansen, T., Höft, L., Bahr, L., Fleckenstein, J., Möller, J., Köller, O., & Meyer, J. (2024). Comparing generative AI and expert feedback to students' writing: Insights from student teachers. *Psychologie in Erziehung und Unterricht*, 71(2), 80–92. <https://doi.org/10.2378/peu2024.art08d>
27. Jauhainen, J.S., & Garagorry Guerra, A. (2024). Generative AI in education: ChatGPT-4 in evaluating students' written responses. *Innovations in Education and Teaching International*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/14703297.2024.2422337>
28. Jiang, Z., Xu, Z., Pan, Z., He, J., & Xie, K. (2023). Exploring the role of artificial intelligence in facilitating assessment of writing performance in second language learning. *Languages*, 8(4), 247. <https://doi.org/10.3390/languages8040247>
29. Kasneci, E., Seßler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., ... & Kasneci, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, 103, 102274. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
30. Kinder, A., Briese, F.J., Jacobs, M., Dern, N., Glodny, N., Jacobs, S., Leßmann, S. (2025). Effects of adaptive feedback generated by a large language model: A case study in teacher education. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8, 100349. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100349>
31. Konstantinova, L.V., Vorozhikhin, V.V., Petrov, A.M., Titova, E.S., & Shtykhno, D.A. (2023). Generativnyy iskusstvennyy intellekt v obrazovanii: diskussii i prognozy [Generative Artificial Intelligence in Education: Discussions and Forecasts]. *Open Education*, 27(2), 36-48. Retrieved 2024, November 18, from <https://cyberleninka.ru/article/n/generativnyy-iskusstvennyy-intellekt-v-obrazovanii-diskussii-i-prognozy> (in Russian).
32. Korenev, A.A. (2018). Obratnaya svyaz' v obuchenii i pedagogicheskom obshchenii [Feedback in learning, teaching and educational communication]. *Rhema*, 2, 112–127. Retrieved 2024, November 18, from <https://cyberleninka.ru/article/n/obratnaya-svyaz-v-obuchenii-i-pedagogicheskom-obshchenii/viewer> (in Russian).
33. Kumar, R. (2023). Faculty members' use of artificial intelligence to grade student papers: A case of implications. *International Journal for Educational Integrity*, 19(1), 9. <https://doi.org/10.1007/s40979-023-00130-7>
34. Li, B., Lowell, V.L., Wang, Ch., & Li, X. (2024). A systematic review of the first year of publications on ChatGPT and language education: Examining research on ChatGPT's use in language learning and teaching. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 7, 100266. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100266>
35. Li, W., & Liu, H. (2024). Applying large language models for automated essay scoring for non-native Japanese. *Humanities and Social Sciences Communications*, 1, 723. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03209-9>

36. Lin, Sh., & Crosthwaite, P. (2024). The grass is not always greener: Teacher vs. GPT-assisted written corrective feedback. *System*, 127, 103529. <https://doi.org/10.1016/j.system.2024.103529>
37. Lye, C.Y., & Lim, L. (2024). Generative artificial intelligence in tertiary education: Assessment redesign principles and considerations. *Education Sciences*, 14(6), 569. <https://doi.org/10.3390/educsci14060569>
38. Meyer, J., Jansen, T., Schiller, R., Liebenow, L.W., Steinbach, M., Horbach, A., & Fleckenstein, J. (2024). Using LLMs to bring evidence-based feedback into the classroom: AI-generated feedback increases secondary students' text revision, motivation, and positive emotions. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6, 100199. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100199>
39. Mizumoto, A., & Eguchi, M. (2023). Exploring the potential of using an AI language model for automated essay scoring. *Research Methods in Applied Linguistics*, 2(2), 100050. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2023.100050>
40. Mizumoto, A., Shintani, N., Sasaki, M., & Feng Teng, M. (2024). Testing the viability of ChatGPT as a companion in L2 writing accuracy assessment. *Research Methods in Applied Linguistics*, 3(2), 100116. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2024.100116>
41. Pack, A., Barrett, A., & Escalante, J. (2024). Large language models and automated essay scoring of English language learner writing: Insights into validity and reliability. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6, 100234. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100234>
42. Saini, A.K., Cope, B., Kalantzis, M., & Zapata, G.C. (2024). The Future of Feedback: Integrating Peer and Generative AI Reviews to Support Student Work. *EdArXiv preprint*. <https://doi.org/10.35542/osf.io/x3dct>
43. Sidorkin, A.M. (2024). *Embracing chatbots in higher education: The use of artificial intelligence in teaching, administration, and scholarship*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781032686028>
44. Stahl, M., Biermann, L., Nehring, A., & Wachsmuth, H. (2024). Exploring LLM prompting strategies for joint essay scoring and feedback generation. In E. Kochmar et al. (Eds.), *Proceedings of the 19th Workshop on Innovative Use of NLP for Building Educational Applications (BEA 2024)* (pp. 283–298). Association for Computational Linguistics.
45. Statista Research Department. (2024, December 9). *AI tool user numbers worldwide from 2020-2030*. Retrieved 2024, December 26, from <https://www.statista.com/forecasts/1449844/ai-tool-users-worldwide>
46. Steiss, J., Tate, T., Graham, S., Cruz, J., Hebert, M., Wang, J., Moon, Y., Tseng, W., Warschauer, M., & Olson, C.B. (2024). Comparing the quality of human and ChatGPT feedback of students' writing. *Learning and Instruction*, 91, 101894. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2024.101894>
47. Sysoyev, P.V. (2024). The use of artificial intelligence technologies in foreign language teaching: the subject of methodological works for 2023 and prospects for further research. *Tambov University Review. Series: Humanities*, 29(2), 294-308 (in Russian). <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2024-29-2-294-308>
48. Sysoyev, P.V., & Filatov, E.M. (2024). Metodika obucheniya uchaschikhsya i studentov napisaniyu esse v triade «obuchayushchiesya — prepodavatel' — iskusstvennyy intellekt» [A method for teaching foreign language creative writing to students within the framework “Learner — Teacher — Artificial Intelligence.”] *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, 27(2), 38–54 (in Russian). <https://doi.org/10.55959/MSU-2074-1588-19-27-2-3>

49. Sysoyev, P.V., Filatov, E.M., Khmarenko, N.I., & Murunov, S.S. (2024). Prepodavatel' vs iskusstvennyy intellekt: sravnenie kachestva predostavlyаемой преподавателем i generativnym iskusstvennym intellektom obratnoy svyazi pri otsenke pismennykh tvorcheskikh rabot studentov [Teacher vs. Artificial Intelligence: A comparison of the quality of feedback provided by a teacher and generative artificial intelligence in assessing students' creative writing]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya [Perspectives of Science and Education]*, 71(5), 694–712 (in Russian). <https://doi.org/10.32744/pse.2024.5.41>

50. Titova, S. V. (2024). Tekhnologicheskie resheniya na baze iskussvennogo intellekta v obuchenii inostrannym yazykam: analiticheskiy obzor [Technological solutions based on artificial intelligence in teaching foreign languages: An analytical review]. *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, 27(2), 18–37 (in Russian). <https://doi.org/10.55959/MSU-2074-1588-19-27-2-2>

51. Wang, N., Wang, X., & Su, Y.S. (2024). Critical analysis of the technological affordances, challenges and future directions of generative AI in education: A systematic review. *Asia Pacific Journal of Education*, 44(1), 139–155. <https://doi.org/10.1080/02188791.2024.2305156>

52. Winstone, N., Boud, D., Dawson, P., & Heron, M. (2021). From feedback-as-information to feedback-as-process: A linguistic analysis of the feedback literature. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 47(2), 213–230. <https://doi.org/10.1080/02602938.2021.1902467>

53. Wu, H., Wang, W., Wan, Y., Jiao, W., & Lyu, M. (2023). ChatGPT or Grammarly? Evaluating ChatGPT on Grammatical Error Correction Benchmark. *arXiv preprint*, arXiv:2303.13648. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2303.13648>

54. Yu, H., & Guo, Y. (2023). Generative artificial intelligence empowers educational reform: current status, issues, and prospects. *Frontiers in Education*, 8, 1183162. doi: 10.3389/fed-uc.2023.1183162

Информация об авторе:

Боголепова Светлана Викторовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент школы иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Москва. Научные интересы: ИКТ и искусственный интеллект в преподавании иностранных языков, разработка учебных курсов, академическое письмо. ORCID: 0000-0003-1050-9110

Получено: 20 ноября 2024 г.

Принято к публикации: 10 февраля 2025 г.

POTENTIAL OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS FOR TEXT EVALUATION AND FEEDBACK PROVISION

Svetlana V. Bogolepova

National Research University Higher School of Economics

sbogolepova@hse.ru

Abstract: The article aims to explore the potential of generative artificial intelligence (AI) for assessing written work and providing feedback on it. The goal of this research is to determine the possibilities and limitations of generative AI when used for evaluating students' written production and providing feedback. To accomplish the aim, a systematic review of twenty-two original studies was conducted. The selected studies were carried out in both Russian and international contexts, with results published between 2022 and 2025. It was found that the criteria-based assessments made by generative models align with those of instructors, and that generative AI surpasses human evaluators in its ability to assess language and argumentation. However, the reliability of this evaluation is negatively affected by the instability of sequential assessments, the hallucinations of generative models, and their limited ability to account for contextual nuances. Despite the detailisation and constructive nature of feedback from generative AI, it is often insufficiently specific and overly verbose, which can hinder student comprehension. Feedback from generative models primarily targets local deficiencies, while human evaluators pay attention to global issues, such as the incomplete alignment of content with the assigned topic. Unlike instructors, generative AI provides template-based feedback, avoiding indirect phrasing and leading questions contributing to the development of self-regulation skills. Nevertheless, these shortcomings can be addressed through subsequent queries to the generative model. It was also found that students are open to receiving feedback from generative AI; however, they prefer to receive it from instructors and peers. The results are discussed in the context of using generative models for evaluating written work and formulating feedback by foreign language instructors. The conclusion emphasises the necessity of a critical approach to using generative models in the assessment of written work and the importance of training instructors for effective interaction with these technologies.

Keywords: AI in education, generative models in language teaching, automatic text evaluation, feedback on written works, automated essay scoring.

How to cite this article: Bogolepova, S.V. (2025). Potential of Artificial Intelligence Tools for Text Evaluation and Feedback Provision. *Professional Discourse & Communication*, 7(1), 70–88 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-70-88>

About the author:

Svetlana V. Bogolepova, Cand. Sci. (Philology), is an Associate Professor at National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russia). Her academic research interests lie in the areas of ICT and artificial intelligence in language teaching, course design, and academic writing. ORCID: 0000-0003-1050-9110.

Received: November 20, 2024.

Accepted: February 10, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-89-107>

ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ КИТАЙСКО-РУССКОГО СЛОВАРЯ МНОГОЗНАЧНОЙ ЛЕКСИКИ В КАЧЕСТВЕ ОБУЧАЮЩЕГО КОРПУСА ДЛЯ НЕЙРОСЕТЕВОГО МАШИННОГО ПЕРЕВОДА

Е.В. Чистова

*Университет мировых цивилизаций им. В.В. Жириновского (Москва, Россия)
kovelena82@mail.ru*

Аннотация: Статья посвящена выявлению качественных характеристик детализации словаря многозначной лексики с целью повышения интерпретативности нейросетевых машинных переводчиков. Исследование выполнено в рамках частной теории перевода, а именно на материале китайско-русской языковой пары как одной из наиболее актуальных в современном переводческом контексте и одновременно проблематичных ввиду значительной межъязыковой и межкультурной асимметрии. Новизна исследования заключается в отсутствии методик и алгоритмов по разработке конечных словарей, позволяющих осуществлять нейросетевой машинный перевод наиболее адекватно современным условиям. Определяя многозначность как одну из причин некачественного автоматического генерирования текста, автор предлагает теоретическое обоснование принципов составления двуязычных словарей на основе ручной обработки параллельных текстов с целью заполнения определенных параметров лингвопереводческих схем для детализации употребления лексических единиц, сложно интерпретируемых нейросетевыми переводчиками. Проблема решается с помощью метода экокognитивного моделирования профессиональной коммуникации переводчиков, позволяющего провести комплексное исследование человеко-машинной коммуникации, на основе которой выделяются многозначные единицы перевода, требующие ручной предобработки. Автор определяет два сценария снятия многозначности у сложно интерпретируемых лексических единиц. По разработанному авторскому алгоритму в статье показаны детали анализа ручной обработки параллельных текстов и заполнение схем оформления словарных статей под нейросетевой переводчик. Обсуждается исследовательская логика по принятию тех или иных решений относительно категоризации и/или параметризации рассматриваемых лексических единиц и их контекстуальных особенностей. В анализе объясняются причины включения рассматриваемых единиц в корпусные данные для обучения нейросетей, иллюстрируется их лексико-грамматическая детализация и сочетаемость, а также приводится переводческий анализ для снятия контекстуальной вариативности за счет категоризации понятий и/или дискурсивной принадлежности. В результате исследования качественными характеристиками детализации параллельного обучающего китайско-русского корпуса выступают: лингвистические и дефиниционные параметры, словарная представленность, переводческая вариативность в зависимости от лексико-грамматической сочетаемости, дискурсивно-жанровой принадлежности и концептуально-категориальной таксономии.

Ключевые слова: обработка естественного языка, машинный перевод, нейронный перевод, полисемия, китайский язык, лексикология, терминология.

Для цитирования: Чистова, Е.В. (2025). Принципы разработки китайско-русского словаря многозначной лексики в качестве обучающего корпуса для нейросетевого машинного перевода *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(1), 89–107. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-89-107>

1. ВВЕДЕНИЕ

Нейросетевой машинный перевод – это технология, основанная на подходе к машинному переводу, в котором используется большая искусственная нейронная сеть. Данная сеть стала первым видом искусственного интеллекта, имитирующим биологические способности человека. Био-вдохновленные сети (Kurakin, 2024) используются в переводческих целях с 2015 года и во многом превзошли ранее существовавшие виды машинного перевода: *Rule-Based MT* – машинный перевод, основанный на правилах, которые описывают языковые структуры и их преобразования (развивается с 1950 гг.), а также *Statistical MT* – статистический перевод, базирующийся на поиске наиболее вероятного перевода предложения с использованием данных, полученных из двуязычной совокупности текстов (развивается с 2000 гг.) (Technologies, 2024).

Принцип работы нейросетевого машинного перевода представляет «механизм двунаправленных рекуррентных нейронных сетей» (*Bidirectional Recurrent Neural Networks*) (Там же), как правило, пользующихся данными параллельных корпусов, т.е. сегментами исходных и переводных текстов, выполненных человеком. Этот механизм построен на «матричных вычислениях и позволяет создавать сложные вероятностные модели» (Там же).

Пользователи нейросетевого машинного перевода отмечают его высокую эффективность в обработке текстов больших объемов, точное соблюдение терминологии, способность адаптировать перевод под конкретный запрос и др. (Машинный перевод. Инновации и влияние на переводческие услуги, n.d.). Однако одной из основных проблем по-прежнему остается перевод многозначной лексики (Wang, 2022). Межязыковая асимметрия различных языковых пар, потребность в контекстуальной верификации, недостаток фоновых знаний нейронных сетей или невозможность их распознавания в заданных ситуациях препятствует достижению требуемого уровня эквивалентности и адекватности.

Решение перечисленных проблем связано не только с техническим усовершенствованием математических алгоритмов, но и с разработкой релевантных параллельных корпусов для их обучения. Иначе говоря, для улучшения качества нейросетевого машинного перевода в аспекте обработки многозначной лексики и национально-детерминированных реалий необходим конечный словарь. Таким образом, цель данной работы – определить качественные характеристики детализации словаря как обучающего корпуса для нейросетей с целью снижения интерпретативности при переводе многозначной лексики. Отметим, что в настоящем исследовании мы используем примеры китайско-русского перевода как одного из наиболее проблематичных.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Проблема снятия многозначности в переводе интересует ученых уже не одно десятилетие. С позиции ручного перевода это решается в рамках интерпретативной теории перевода посредством контекстуального распознавания исходного смысла и принятия творческих решений (Велла, 2013; Убоженко, 2016). Однако такой способ не представляется эффективным на данном этапе развития современного нейросетевого машинного перевода. Для разрешения проблемы некоторые ученые предлагают разрабатывать приемы редактирования текста для того, чтобы вручную нивелировать возможную лексическую неоднозначность (Kokanova et al., 2022; Коканова, Пак, 2024). Другая группа исследователей пытается решить обозначенную проблему с помощью усовершенствования языковых моделей, в частности применения таких архитектур, как трансформеры и *BERT*, ставшие прорывом в проработке многозначности, синонимии и антонимии слов, а также в построении тематических моделей, однако далеко не во всех языковых парах (Ершова, Санникова, 2024). Третьим способом повышения интерпретативной способности нейросетей выступает создание дополнительных словарей или пополнение корпусных данных уже имеющихся словарей (Мифтахова, 2017).

Параллельные данные могут представлять корпуса отдельных символов, подслов, слов, фраз, предложений и даже концептов. Уровень детализации словаря/гlossария/корпуса зависит от поставленной лингвопереводческой задачи. Например, детализация на уровне символов (иероглифов) больше подходит для создания двуязычных словарей между этническими языками. Нейронные сети при этом используют для извлечения шаблонов преобразования языковых структур и правил функционирования (Resiandi et al., 2023). Эксперименты показывают (Casas et al., 2018), что предлагаемые стратегии определения словарного запаса на основе морфологии обеспечивают улучшение или сохранение сопоставимого качества при переводе текстов, не относящихся к предметной области, для языков с богатой морфологией, таких как немецкий и баскский. Без существенной потери качества перевода фиксируются также наблюдения за морфологически бедными языками, такими как английский язык.

Подобные морфологически-сконструированные пословные параллельные корпуса используются для расширения словарного запаса вымышленных языков. Алгоритм реализации подобной лингвистической задачи выглядит следующим образом: готовится ограниченный словарь из нескольких сотен слов и их переводов, на его основе нейронные сети обучают экстраполировать словарный запас языка, сохраняя при этом стиль создателя. В заданном алгоритме нейросети способны на естественном языке генерировать неологизмы, которые соответствуют уже существующим словам. Несмотря на то, что подобная работа сосредоточена на расширении словарей вымышленных языков, данный метод может быть использован для помощи малоресурсным и находящимся под угрозой исчезновения естественным языкам, словари которых со временем сокращаются (Zacharias et al., 2022).

Проблема перевода с малоресурсных языков (например, с египетского диалекта на современный нормативный арабский язык) преодолевается с помощью методологии глубокого обучения на основе экспериментов (Faheem, 2024) с тремя его различными подходами: контролируемый, неконтролируемый и полуконтролируемый методы. Контролируемый метод означает обучение большой языковой модели посредством набора данных, состоящих

из параллельных пар предложений на обоих языках. Полуконтролируемый метод сосредоточен на обучении модели с параллельными корпусами изначально, а затем на дальнейшем обучении с использованием одноязычных корпусов. Неконтролируемый метод включает обучение модели с использованием одноязычных предложений на обоих языках. В результате экспериментов, полуконтролируемый метод объединил сильные стороны как контролируемого, так и неконтролируемого обучения, начав с обучения на параллельных корпусах, а затем перейдя к обучению на одноязычных корпусах. Это демонстрирует эффективность объединения как маркированных (параллельные корпуса), так и немаркированных данных (одноязычные корпуса) в процессе обучения.

Подобный гибридный подход к машинному переводу используется в технологии *Prompt Neural*. Алгоритмы сначала анализируют текст и далее к разным его фрагментам выбирают наиболее релевантный метод переводческой обработки: *Rule-Based MT* – машинный перевод, основанный на лингвистической информации, описывающей языковые структуры и их преобразования исходного языка и языка перевода, или нейросетевой подход (Technologies, n.d.). Гибридную систему выбирают и разработчики «Яндекс.Переводчик», однако наиболее продуктивной они считают комбинацию статистического и нейросетевого подходов. Входной текст сначала обрабатывается двумя способами, а затем алгоритм, основанный на методе обучения *CatBoost*, оценивает полученные варианты переводов и выбирает лучший. Согласно алгоритму оценивания во внимание принимаются многие параметры (длина предложения, синтаксическая структура, контекстуальное окружение и др.). Пользователю предлагается наиболее высокорейтинговый вариант перевода (Компания Яндекс – Технологии – Машинный перевод, n.d.).

Нейросетевой машинный перевод в чистом виде используется в системе *Google Translate*. При обработке текста предложения делятся не на слова, а на сегменты, далее определяется «вес» каждого сегмента в предложении, к которому подбираются наиболее вероятные варианты перевода. На заключительном этапе происходит объединение переведенных сегментов с учетом грамматических и стилистических правил. Несмотря на то, что точность *Google Translate* в самых популярных языковых парах (французский – английский, испанский – английский) достигает 85-87%, нейросетям еще требуется активное пополнение корпусных данных (Как работает нейросеть Google Translate, 2018).

Для китайско-русского нейронного перевода особенно актуальна разработка словаря многозначной лексики. Как показывают исследования (Ко, 2024), даже в специальных текстах за счет значительного присутствия культурного компонента в терминологии, требуется снятие интерпретативности. Наиболее ярко это демонстрируется на примерах машинного перевода текстов по тематике традиционной китайской медицины, где особенно сильно размыты границы между общеупотребительными словами и терминами. Например, нейросеть не идентифицирует в качестве многокомпонентных терминов такие метафоричные словосочетания, как 犛鼻 («телячий нос» – точка иглоукалывания под коленной чашечкой) или 足少阳 («нога, ступня» + «основные сосуды туловища (желудка, желчного и мочевого пузыря)»; «сосуды сердца и почек»; «меридиан почек» (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.) – «точки меридиана стопа-шаоинь») (Ко, 2024).

По мнению ученых, для снятия интерпретативности национально-маркированных реалий в более продвинутых переводческих целях преимуществом обладают словари на уровне морфологически сегментированных слов (Casas et al., 2018). Для обработки естественного языка нейронные сети обычно разделяют исходную строку символов на последовательность подстрок и представляют каждую подстроку как отдельный токен. Детализация словарей

осуществляется на уровне символов, подслов, слов, кросс-языковых вложений слов и др. В ходе изучения уровней детализации словарей в качестве обучающих корпусов ученые отмечают наиболее высокий потенциал лингвистически управляемой сегментации словарного запаса, которая позволяет морфологически осознавать связь токена со словом. Каждый раз, при добавлении новой лингвистической информации в нейронные системы, они качественно прогрессируют в интерпретируемости многозначной лексики, грамматических конструкций и др.

Для устранения полисемии в научно-технических текстах внедряется метод построения предметной области на основе терминологических словарей. Предметные области конструируются благодаря онтологическим моделям, являющимся по существу графическим отображением концептуальных словарей различных естественных наук (биологии, химии, физики и др.). Для представления онтологии в системах машинного перевода дополнительно создаются: 1) словарь концептов, содержащий экземпляры концептов, атрибуты экземпляров, синонимы и акронимы концепта; 2) таблица бинарных отношений с фиксацией имени концепта-источника и целевого концепта, инверсных отношений и др.; 3) таблица атрибутов экземпляра, содержащая имя атрибута, тип значения, значение «по умолчанию», формулы и правила для вывода и др.; 4) таблица атрибутов класса; 5) таблица экземпляров для каждого входа в словарь концептов (Моренцова, 2019). Однако данный метод эффективен в случае полноценного отображения имеющихся научно-технических концептов в терминологических словарях. На практике оказывается, что многие актуальные языковые единицы не зафиксированы в тезаурусах или описаны в их устаревших/недостовверных/неактуальных значениях. Еще одной проблемой многозначности выступает процесс (де)терминологизации лексических единиц, что также скудно представлено в современных словарях. Таким образом, разработка параллельных корпусных данных на базе ручной обработки естественного языка для обучения нейросетевых машинных переводчиков по-прежнему остается актуальной.

3. МЕТОДОЛОГИЯ И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании используется метод экокognитивного моделирования профессиональной коммуникации переводчиков, подробно описанный в нашем диссертационном исследовании (Чистова, 2022, с. 185-186). Технология метода предполагает несколько этапов. На первом определяются участники переводческого процесса как взаимодействующие субъекты и объекты материального мира, формирующие единую надындивидуальную когнитивную систему. В данном случае мы выделяем переводчика как субъекта познания, *Google*-переводчик как объект материального мира, способный взять на себя часть когнитивной нагрузки человека, а также цифровую среду как канал человеко-машинной коммуникации.

На втором этапе осуществляется сбор данных: к массиву текстов, предоставленных для исследования переводческим агентством ООО «Диалог», применяется сплошная выборка на основе неадекватных переводческих решений, произведенных нейросетевым переводчиком, по отношению к многозначной лексике. Иными словами, если *Google*-переводчик не справляется с интерпретацией той или иной лексической единицы в соответствии с заданным контекстом, то такая единица становится частью корпусных данных. Стоит отметить, что при отборе важен еще один критерий – неспособность «машин» снять многозначность, т.е. переводчик-исследователь на данном этапе прогнозирует

степень сложности интерпретации того или иного слова/термина человеком и нейросетевым переводчиком, для разных субъектов перевода степень сложности значительно отличается. Например, рассмотрим исходный текст: 东北红烧肘子大拼盘儿, 制作全程流口水, 软软糯糯, 香迷糊了.¹ Google-переводчик предлагает следующий вариант: *Большое блюдо тушеных свиных локтей по-северо-восточному. В течение всего процесса приготовления у меня текли слюнки. Оно было мягким и клейким, и меня смутил аромат. Яндекс-переводчик также дает вариант: «...а его аромат вызывает недоумение».* Помимо других имеющихся недочетов сосредоточимся на переводе слова 香. В электронной версии Большого китайско-русского словаря перечисляются такие варианты перевода, как «приятный запах, ароматный, благоухать» и т.п. (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.). Однако из контекста мы понимаем, что запах как раз рассказчику не понравился, соответственно, его нельзя назвать ароматом. Человек-переводчик сможет уловить этот нюанс неосознанно и перевести как «но меня смутил запах», в то время как «машине» необходимо уточнить эту разницу за счет контекстуального окружения. Очевидно, что в переводе подобных лексических единиц необходимы дополнительные пояснения и объяснения, которые помогли бы нейронным сетям лучше «чувствовать» контекст.

На третьем этапе устанавливаются «нечувствительные» для «машины» контексты, требующие дополнительных описаний. Это выполняется на основе наблюдений переводчика-исследователя, его способности к прогнозированию, а иногда, для избегания субъективности, становятся необходимы сравнительно-сопоставительные исследования ручных переводов, контекстологический анализ, дефиниционный анализ, лексикографический и терминографический виды анализа, а также опросы и эксперименты с людьми-переводчиками.

На заключительном этапе отобранные многозначные лексические единицы систематизируются, классифицируются и подвергаются подробному описанию по заранее разработанной схеме.

Материалом исследования на втором этапе послужили исходные тексты на китайском языке, предназначенные для реальной переводческой деятельности. Тексты имеют разную жанровую принадлежность: от официально-деловых документов до развлекательного контента на веб-сайтах. В качестве материала исследования на третьем этапе привлекались интернет-статьи, поликодовый и мультимодальный веб-контент, словари и специализированные справочники в заданном виде дискурса. Это помогло обогатить палитру примеров функционирования рассматриваемых лексических единиц в контексте, а также выделить особенности их употребления для последующей категоризации под нейросетевой переводчик.

В качестве тестируемых нейросетевых переводчиков используются Google-переводчик и Яндекс-переводчик. Для демонстрации примеров выбирается наиболее «удачный» вариант одного из автоматических переводчиков, при этом имеющий слабый интерпретативный потенциал в рассматриваемой лексической единице. Проиллюстрируем на том же исходном тексте: 东北红烧肘子大拼盘儿, 制作全程流口水, 软软糯糯....² Яндекс-переводчик

¹ 王冬怎么说[Wang Dong Zenme Shuo]. (2024, March 14). 东北红烧肘子大拼盘儿, 制作全程流口水, 软软糯糯, 香迷糊了 [Northeast red-braised pork knuckle platter, the whole process of making it mouthwatering, soft and sticky, incredibly fragrant] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9N-WALXaRP8>

² 王冬怎么说[Wang Dong Zenme Shuo]. (2024, March 14). 东北红烧肘子大拼盘儿, 制作全程流口水, 软软糯糯, 香迷糊了 [Northeast red-braised pork knuckle platter, the whole process of making it mouthwatering, soft and sticky, incredibly fragrant] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9N-WALXaRP8>

предлагает такой вариант: *Рулет из тушеного мяса на северо-востоке в процессе приготовления получается мягким и воскообразным...* Помимо других неточностей и странностей обратим внимание на перевод лексической единицы 拼盘儿. Имеющиеся видеоряд и фотографии, размещенные на сайте, доказывают, что описываемое китайское лакомство никак не может называться рулетом, поскольку на большой тарелке отчетливо просматриваются отдельно расположенные мясные фрагменты. Google-переводчик дает свой вариант: *Большое блюдо тушеных свиных локтей по-северо-восточному. В течение всего процесса приготовления у меня текли слюнки. Оно было мягким и клейким...* Поскольку перевод 拼盘儿 как «большое блюдо» представляется более адекватным в заданном контексте, то в примере будет обсуждаться только вариант, предлагаемый Google-переводчиком.

Таким образом, алгоритм исследования заключается в следующем: 1) выявить неадекватные переводческие решения, выполненные нейросетевыми переводчиками; 2) определить, является ли многозначность причиной неадекватного варианта машинного перевода; 3) установить причину низкого интерпретативного потенциала по отношению к рассматриваемой лексической единице; 4) описать возможные способы снятия многозначности, прогнозируя логику нейросетевого переводчика; 5) внести тестируемую лексическую единицу в словарь; 6) разработать схему оформления словарной статьи под нейросетевой переводчик; 7) в зависимости от классификации отобранных лексических единиц усовершенствовать схему оформления или разработать несколько видов схем под запросы каждого класса.

Представленный алгоритм действий дает комплексное понимание процесса исследования человеко-машинной коммуникации и способствует экспериментальной воспроизводимости. С точки зрения проблематики, выбранные методология и материал исследования представляются релевантными и продуктивными как с позиции теоретического фундамента, так и с позиции получения практической значимости.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ДИСКУССИОННЫЕ АСПЕКТЫ

Сбор корпусных данных позволяет выделить два основных вида многозначной с точки зрения нейросетевого перевода лексики: 1) контекстно-обусловленный и 2) фразеологически-связанный.

Многозначность первого вида может проявляться на уровне смысла – в определенной коммуникативной ситуации, и на формальном уровне – при особом лексико-грамматическом окружении, поддающемся машинной обработке. В качестве одного из вариантов снятия такого рода полисемии ученые предлагают использовать интерактивный подход к процессу нейросетевого перевода, когда при выявлении случаев неоднозначности «машина» предлагает переводчику выбрать наиболее уместный вариант из фильтра значений (Мукабенов, Ахмадуллина, 2023, С. 178). Это действительно представляется эффективным решением проблемы, при условии, что нейросетевой переводчик качественно справляется с распознаванием многозначных слов, количество которых адекватно с точки зрения трудо- и времязатрат человека-переводчика при их корректировке. Помимо встроенных фильтров значений в виде «всплывающего облака», мы считаем, что для китайско-русской языковой пары следует разрабатывать большие массивы описательных схем, предназначенных для обучения нейросетей. В противном случае корректировка при ручном выборе контекстуально-обусловленных значений будет занимать слишком много времени ввиду обилия многозначных слов, не зафиксированных на сегодняшний день в словарях.

Рассмотрим алгоритм исследования на примере лексической единицы 拼盘儿, довольно часто встречающейся в рекламном, развлекательном и коммерческом видах дискурса. Согласно словарю БКРС, 拼盘(儿) – pīnpán (pīnpánr) – это «ассорти из холодных закусок, холодные закуски (еда)» (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.).

Изученные в Интернет-сети контексты дают понять, что под данной словарной единицей далеко не всегда подразумеваются холодные закуски, например: #好吃到停不下来 #火鸡面套餐拼盘儿.³ Google-переводчик: # Также вкусно, невозможно остановиться # Блюдо с лапшой из индейки (Авторский перевод (далее – АП): # Так вкусно, что невозможно остановиться # Ассорти комплексных обедов из лапши с идейкой).

Более того, предложенные в Словаре варианты перевода выглядят громоздкими, они обладают низким словообразовательным потенциалом, что затрудняет их употребление при встраивании в контекст. В ручном переводе человек чувствует эти стилистические ограничения и выбирает отличные от словарных варианты перевода. Интересно, что нейросетевые переводчики действуют по тому же сценарию.

Во многих примерах 拼盘儿 нейросеть переводит как «блюдо», что в ряде случаев довольно уместно, например: 东北红烧肘子大拼盘儿, 制作全程流口水, 软软糯糯, 香迷糊了.⁴ Google-переводчик: Большое блюдо тушеных свиных локтей по-северо-восточному. В течение всего процесса приготовления у меня текли слюнки. Оно было мягким и клейким, и меня смутил аромат (АП: Локти получились мягкими и клейкими, но меня смутил запах).

В данном предложении «блюдо» представляется наиболее удачным переводом, так как «большое ассорти» в основном употребляется отдельно с последующим описанием его наполнения, например: «Серия подарочных наборов “Большое ассорти”. Состоит из...».

Однако в другом примере перевод 拼盘儿 как «блюдо» представляется не совсем адекватным в связи с несочетаемостью слов:

找五谷杂粮拼盘, 上阿里巴巴, 厂家直销, 源头厂货!⁵ Google-переводчик: Если вы ищете блюдо из цельнозерновых продуктов, зайдите на Alibaba. Прямые продажи с фабрики, исходные фабричные товары! (АП: Если вы ищете ассорти из цельнозерновых продуктов, зайдите на Alibaba. Прямые продажи с фабрики, оригинальная фабричная продукция!). Сами того не осознавая, мы используем лексему «блюдо» только с готовой едой. Если, как в данном примере, в наборе имеются пищевые продукты, требующие обработки, т.е. варки перед употреблением, то перевод «блюдо» звучит неуместно.

В качестве вариантного соответствия 拼盘儿 также иногда встречается «тарелка», например: 酱卤拼盘儿.⁶ Google-переводчик: Тарелка с тушеным соусом. Очевидно, что перевод «тарелка» в данном контексте тоже не совсем адекватно звучит, так как соус у нас подают в отдельной специальной посуде и как сопутствующий компонент к определенному главному блюду, которое в предложенном варианте перевода не было упомянуто. Читая

³ 抖音开放平台 [Douyin Open Platform]. <https://www.douyin.com/video/7405410421840071987>

⁴ 王冬怎么说[Wang Dong Zenme Shuo]. (2024, March 14). 东北红烧肘子大拼盘儿, 制作全程流口水, 软软糯糯, 香迷糊了 [Northeast red-braised pork knuckle platter, the whole process of making it mouthwatering, soft and sticky, incredibly fragrant] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9N-WALXaRP8>

⁵ 自制卤味拼盘-百度经验 [Homemade Braised Food Platter - Baidu Jingyan]. (2024, March 5). 自制卤味拼盘 [Homemade braised food platter]. Baidu Jingyan. <https://jingyan.baidu.com/article/54b6b9c05eaf56c583b47a7.html>

⁶ Sauced Braised Food Platter - Mingchu. (n.d.). 酱卤拼盘儿 [Sauced braised food platter]. Mingchu. <https://m.mingchu.co/foodview?id=143040>

версию «Тарелка с тушеным соусом», можно понять, что при заказе мы получим несколько видов соуса, в то время как на самом деле речь идет о блюде из тушеной свинины, которая подается с пикантным соусом. Так, нейросетевой *Google*-перевод вводит пользователя в заблуждение. Стоит отметить, что Яндекс-переводчик предлагает более адекватный вариант: *Блюдо с тушеным мясом в соусе*.

Помимо пищевой тематики 拼盘儿 также используется и в других контекстах, например: 拼盘儿的第1本书.⁷ *Google*-переводчик: *книга 1 блюда*. Очевидно, что нейросеть не обучена отличным от еды тематикам, в частности литературной, что доказывает ее неадекватный перевод как данного слова, так и словосочетания в целом. Человек понимает, что по аналогии с «ассорти/ассортиментом» на обложке книги 拼盘儿 может переводиться как «собрание сочинений / сборник / трилогия» и т.п. Однако нейросеть не способна провести такие параллели. Соответственно, подобные контексты и варианты перевода необходимо для нее «прописать».

Итак, в результате первых этапов алгоритма исследования установлено, что 拼盘儿 является лексической единицей, вызывающей трудности при нейросетевом машинном переводе. Причиной затруднений является, во-первых, ее многозначность в различных дискурсах, а во-вторых, высокая смысловая и стилистическая вариативность при переводе на русский язык. Перечисленные причины приводят к неадекватным переводческим решениям. Одним из способов повышения интерпретативного потенциала нейросетевого переводчика является подробное описание контекстуального окружения, указывающего на нюансы значений при выборе наиболее подходящего варианта перевода. Для реализации данной задачи разработана схема оформления словарной статьи под нейросетевой переводчик (см. Табл. 1).

Основным принципом разработки схемы является ориентирование на логику нейросетевого переводчика, т.е. акцент ставится на тех аспектах, с которыми при интерпретации лексики «машина» не справляется. Для этого выделяется тема (основные виды дискурса, в которых была зафиксирована рассматриваемая лексема), подтема (основные виды коммуникативных ситуаций и жанры текстов), лексическая единица на исходном языке с возможными вариантами ее сокращений и представленность ее переводческих эквивалентов в двуязычных словарях, грамматические характеристики и определение в исходном и переводном языках, сочетаемость лексической единицы (формат схемы позволяет увидеть межъязыковую асимметрию на грамматическом уровне, влияющую на адекватность вариантов перевода), варианты перевода в зависимости от дискурса, варианты перевода в зависимости от категоризации понятия (описание возможных комбинаций контекстуального окружения, влияющего на перевод, в формате схем лексико-грамматической сочетаемости и категоризации понятия).

⁷ 拼盘. (2020, July 29). 拼盘儿的第1本书[Pan'er's First Book] 拼盘儿的第1本书小说_番茄小说网. 拼盘儿的第1本书. <https://fanqienovel.com/page/6851793729183812619>

Таблица 1. Схема оформления словарной статьи лексической единицы 拼盘儿
под нейросетевой переводчик

Язык	Китайский	Русский
Тема	Гастрономический дискурс, коммерческий дискурс, рекламный дискурс, развлекательный дискурс, издательский дискурс	
Подтема	Заказ еды по интернету, оформление меню ресторана, видео-рецепты, шуточные или омерзительные видео-ролики для продвижения личного бренда в социальных сетях, обложки книжных изданий	
Лексическая единица	拼盘儿 - pīnpán	Переводы, зафиксированные в словарях: • ассорти из холодных закусок, холодные закуски (еда) (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.); • общ. ассорти из холодных закусок (Китайско-русский словарь Мультигран, n.d.)
Возможные сокращения	拼盘 - pīnpán	-
Грамматическая характеристика	名词 (существительное)	В зависимости от приема перевода: • существительное (тарелка, блюдо и др.); • словосочетание (ассорти из...; холодные закуски и др.)
Определение	就是各种新鲜 (熟制, 油炸, 炖, 等等) 食品混合在一起, 做成的饭后甜点品, 可以任意组合各种食品。	• Ассорти – «специально подобранная смесь чего-н., набор» (Толковый словарь Ожегова онлайн, n.d.); • Тарелка и блюдо в заданном значении не зафиксированы в современных словарях
Лексико-грамматическая сочетаемость	名词/形容词 (сущ. или прилаг.) + 拼盘儿	• Прилагательное + ассорти + из/с + существительное(ые); • Прилагательное + тарелка + с + существительное (существительные); • Прилагательное + блюдо + «название»; • Холодные закуски (употребляется самостоятельно)
Варианты перевода в зависимости от дискурса	• гастрономический дискурс: 拼盘儿 – тарелка, блюдо, ассорти, холодные закуски, ассорти из холодных закусок; • коммерческий дискурс: 拼盘儿 – ассорти; • рекламный дискурс: 拼盘儿 – ассорти; • развлекательный дискурс: 拼盘儿 – блюдо, тарелка, ассорти; • издательский дискурс: 拼盘儿 – собрание сочинений, сборник сочинений, коллекция, трилогия.	
Варианты перевода в зависимости от категоризации понятия	1. Категория продуктов питания, от которых образуются благозвучные прилагательные (овощи, фрукты, сыры, мясо и т.п.), + 拼盘儿 переводится как «тарелка», например: 水果拼盘 – фруктовая тарелка, 素拼盘 – вегетарианская тарелка, 米饭拼盘 – рисовая тарелка. 2. Категория продуктов питания, от которых не образуются прилагательные (морепродукты, бекон и т.п.), + 拼盘儿 переводится как «ассорти из», например: 咸菜拼盘 – ассорти из маринованных огурцов, 熏肉拼盘 – ассорти из бекона, 寿司拼盘 – ассорти из суши, 卤味拼盘 – ассорти из тушеной свинины, вареных яиц и тофу, 熟食拼盘 – ассорти из мясных закусок, 海鲜拼盘 – ассорти из морепродуктов. 3. Известное национальное блюдо + 拼盘儿 переводится как «блюдо», например: 寿大吉拼盘 – блюдо «шюдацзи». 4. Несколько категорий продуктов питания, ингредиентов или способы приготовления блюд + 拼盘儿 переводится как «блюдо», например: 熏酱拼盘 – блюдо с соусом с ароматом дыма, 酱卤拼盘儿 – блюдо из тушеной свинины с соусом. 5. Качественная характеристика + 拼盘儿 переводится как «блюдо», например: 美食拼盘 – изысканное блюдо (для гурманов).	

Многозначность второго вида актуализируется в устойчивом словосочетании, ранее не зафиксированном в словарях. Для устранения подобной проблемы схемы с подробным описанием всех характеристик лексической единицы избыточны, достаточно выявить такие лексико-фразеологические или терминологические словосочетания и оформить в словарную статью.

Рассмотрим алгоритм исследования с целью упрощения схемы оформления на примере терминологического словосочетания 成交方式. Яндекс-переводчик предлагает вариант: «способ совершения транзакции». Google-переводчик выдает: «метод транзакции».

Ни одно, ни другое словосочетание не встречается в интернет-текстах, согласно показателю частотности употребления слов. В деловой русскоязычной среде термин «транзакция» также редко используется ввиду своей многозначности: 1) «банковская операция, состоящая в переводе денежных средств с одного счета на другой» (Финансовый словарь, n.d.); 2) «процесс обмена денежными средствами или продажи активов, товаров или услуг между двумя или более участниками» (Руднева, 2023); 3) «любая оплата банковской картой» (Солдаткин, 2023); 4) «операция по перемещению денежных средств, совершение сделки купли-продажи» (Транзакция, n.d.) и т.п. Очевидно, что под транзакцией одновременно подразумевается и платеж, и процесс сделки, и договор, и даже транспортировка, но в большинстве случаев платеж как банковская операция. Это подтверждается наличием в интернет-текстах таких словосочетаний как «банковская/банкоматная транзакция» или «онлайн-транзакция», «оффлайн-транзакция».

На китайском языке все перечисленные «синонимы» имеют отдельные переводческие эквиваленты. Более того, в русскоязычных словарях и учебниках по коммерческому переводу давно зафиксирован вариант перевода 成交 как «сделка» (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.; Дашевская, Кондрашевский, 2003, с. 33). Очевидно, что нейросети не обучены данному переводческому соответствию, при том, что сделка – более широкое по семантическому объему понятие, включающее платеж как один из финальных этапов длительного (как часто бывает между российскими и китайскими предпринимателями) процесса взаимодействия двух заинтересованных сторон.

Таким образом, для снятия многозначности в случае устойчивого словосочетания можно предложить упрощенный вариант схемы (см. Табл. 2):

Таблица 2. Схема оформления словарной статьи терминологической единицы 成交方式 под нейросетевой переводчик

Язык	Китайский	Русский
Тема	Коммерческий дискурс, деловой дискурс, банковский дискурс	
Подтема	Деловые переговоры, обсуждение условий сделки, официально-деловые документы	
Лексическая единица	成交方式 - chéngjiāo fāngshì	Переводы, зафиксированные в словарях: • 成交 chéngjiāo – совершить торговую сделку; произвести обмен (куплю-продажу) • 方式 fāngshì – 1) система; режим; образ; способ; вид; система; 2) образец; образ; модель; 3) метод, способ (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.) • 成交方式 – способ совершения сделки (Китайско-русский словарь Мультитран, n.d.)
Определение	成交方式是根据签订出口合同的贸易术语填报的，但是和贸易术语并非完全一致，报关单的成交方式一共有7种，实务中一般能见到CIF、C&F、FOB、EXW这四种。	Сделка – это юридически значимое соглашение, договор или действия между двумя или более сторонами, которые устанавливают их права и обязанности в отношении определенных юридических или финансовых вопросов (Гражданский кодекс Российской Федерации. Статья 153, n.d.).
Лексико-грамматическая сочетаемость	名词 (сущ.) + 成交方式 成交方式+根据...选择	• Вид сделки • Вид сделки + FOB/CIF/EXW и др. • Вид сделки определяется в зависимости от...
Варианты перевода в зависимости от дискурса	• деловой дискурс: 成交方式 – вид сделки; • коммерческий дискурс: 成交方式 – вид сделки; • банковский дискурс: 成交方式 не используется, вместо данной терминологической единицы встречаются другие словосочетания: 付款条件 – условия платежа и 付款方式 – способ оплаты.	

Обработанные корпусные данные позволяют выявить несколько рубрик словаря, в который включаются:

1. Слова и термины, не зафиксированные в словарях и требующие лексико- или терминографического описания, например, современные социальные концепты:

а) 三无青年 – понятие, применяемое к молодым людям, у которых нет квартиры, нет машины и нет денег; ориентировочные варианты перевода: «три молодежных “нет”», «три неимения молодости», «молодежь с тремя “нет”» и т.п.;

б) 留吃不留住 – понятие, относящееся к пожилым людям, которые не хотят жить со своими детьми, но готовы принимать заботу в виде семейного ужина в их доме (букв. «оставаться поесть, но не оставаться жить»); ориентировочные варианты перевода: «пожилые люди, стремящиеся сохранить свою автономию от детей», «родители пожилого возраста, отказывающиеся жить с детьми», «вместе есть – да, вместе жить – нет!», «пожилые сингелътоны» и т.п.).

К данной рубрике также могут относиться наименования официально-деловых документов:

с) 商务推销信 – вид документа, содержащего краткую информацию о компании с описанием технических характеристик разрабатываемой ею продукции, с перечислением преимуществ от сотрудничества с данной компанией в формате экономических, производственных и финансовых выгод, а также с представлением имеющихся партнеров и заказчиков. Наименование документа имеет фиксацию в словаре в виде отдельных слов и словосочетаний «коммерческое дело» + «реализовывать» + «письмо» (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.). В противовес вариантам, предложенным Яндекс-переводчиком «письмо о продвижении бизнеса» и Google-переводчиком «коммерческое письмо о продаже» целесообразно зафиксировать устоявшийся в профессиональной среде вариант – «коммерческое предложение», наиболее полно отражающий суть рассматриваемого документа.

2. Слова и термины, зафиксированные в словарях, но требующие верификации значения и/или выявления нового значения для актуализации лексико- или терминографического описания, например: (阳极)钢爪 – способ изготовления держателя анода в процессе алюминиевого электролиза. В словаре встречаются переводы в виде отдельных слов и словосочетаний «анод» + «сталь» + «коготь, (тех.) лапа, ножка» (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.). В противовес вариантам, предложенным автоматическими генераторами текста, в том числе через английский язык, – «стальной коготь», «стальная пластина», «захват из анодированной стали» и др., целесообразно зафиксировать устоявшийся в профессиональной среде вариант – «стальной зажим анода», наиболее подходящий в рассматриваемом профессиональном контексте.

3. Слова и термины, зафиксированные в словарях, но требующие контекстологического анализа для определения точных переводческих эквивалентов в зависимости от дискурсивной направленности и жанровой принадлежности, например: 住房 – термин, обозначающий жилое помещение и используемый в официально-деловой документации; варианты перевода в зависимости от дискурса: юридический дискурс: 住房 – жилье, жилое помещение; деловой дискурс: 住房 – жилое здание, жилье; в данном дискурсе также встречается 房间 в значении «гостиничный номер»; бытовой дискурс: 住房 – жилье, квартира, но, как правило, используются общеупотребительные слова: 别墅 – загородный дом; 房子 – дом, квартира; 屋子 – квартира, дом; 房间 – комната.

4. Слова и термины, зафиксированные в словарях, но требующие контекстологического анализа для определения точных переводческих эквивалентов в зависимости от лексико-грамматической сочетаемости;

а) 委屈 – помимо словарных (Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга, n.d.) существительных «обида, недовольство» и глаголов «обижаться», «маневрировать, изворачиваться, приспособливаться (к кому-л.)», целесообразно добавить такие варианты перевода в форме прилагательного, как «обиженный, униженный», наречия – «обидно, обиженно» и глаголов – «поступать несправедливо», а также «довольствоваться, мириться, терпеть»;

б) 老实 – помимо словарных вариантов «скромный, простой; уживчивый, покладистый»; «честный, правдивый, прямой, искренний; верный», «быть благонравным (воспитанным)», «успокоиться, притихнуть» следует добавить «быть благоразумным», «вести себя благоразумно», «соблюдать (правила, дисциплину и т.п.)». Так, в противовес Яндекс-переводчику, предлагающему на китайскую реплику полицейского (警察说：你老实点儿) калькированный вариант перевода «Будьте честны!», в результате дообучения может быть сгенерирован более адекватный вариант: «Ведите себя благоразумно!», т.е. не делайте того, чего не должны делать.

5. Слова и термины, зафиксированные в словарях, но требующие контекстологического анализа для определения точных переводческих эквивалентов в зависимости от концептуально-категориальной таксономии, например:

а) в переводе слова «гостиница» на русский язык иногда стоит давать пояснения в зависимости от имеющихся в китайском языке значений: 酒店 – категория крупных гостиниц, таких как пятизвездочные отели; 旅馆 – категория небольших гостиниц, в которых, как правило, есть только размещение, без завтрака, тренажерного зала и других удобств; 宾馆 – категория любых гостиниц, отелей, постоялых дворов, в которых можно на время остановиться; 饭店 – категория наименования, которая иногда встречается в названиях крупных гостиниц (нейросеть, как правило, интерпретирует данную лексическую единицу только как «ресторан»);

б) «ресторан» также требует пояснений в зависимости от китайских значений: 餐厅 – категория ресторанов, относящихся к высококлассным, с изысканным оформлением и высокими ценами; 餐馆 – категория небольших ресторанов; 饭店 – категория ресторанов, в которых можно только поесть; 饭馆 – категория маленьких ресторанчиков; как правило, используется в устной речи; является наиболее частотным понятием;

в) наименования руководителей также часто вносят путаницу, поэтому стоит уточнять перевод в зависимости от категориальных различий: 主席 – категория лиц, возглавляющих организации/структуры (董事会主席 – Председатель Совета директоров, 大会主席 – Председатель Генеральной ассамблеи); 总裁 – категория руководителей крупных компаний (集团总裁 – президент группы компаний/корпорации/холдинга); 经理 – категория руководителей компаний среднего и малого бизнеса (公司总经理 – генеральный директор компании); 主任 – категория руководителей среднего звена (办公室主任 – начальник офиса, 销售部主任 – начальник отдела продаж, 学校的教导主任 – зам. директора по учебной работе); 老板 – категория лиц, возглавляющих небольшую компанию, однако в разговорной речи может использоваться для обозначения руководителей компании любого масштаба (我们公司的老板 – наш босс); 领导 – категория, номинирующая и президента, и генерального директора, и босса, однако в устной речи обозначающая непосредственно руководителя

(我是一个教师，我的领导是主任。Я – преподаватель, моим руководителем является зав. кафедрой. 我是一个主任，我的领导是校长。Я – зав. кафедрой, моим руководителем является ректор/директор Института).

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование показывает, что для выявления неадекватных переводческих решений требуется личный опыт и профессионализм практикующих переводчиков, а также качественно проведенные контекстологический, дефиниционный, лексикографический или терминографический виды анализа. На текущий момент нейросетевые переводчики не обладают подобными исследовательскими компетенциями, фоновыми знаниями и опытом, соответственно, не справляются с идентификацией явления лексической многозначности. Решением данной проблемы является разработка двуязычных словарей на основе ручной обработки параллельных исходных и переводных текстов, предназначенных для реального перевода.

Качественными характеристиками детализации подобных словарей, предназначенных для обучения нейросетевых машинных переводчиков, выступают: идентификация сферы употребления лексической единицы, лингвистические и дефиниционные маркеры, словарная представленность и переводческая вариативность в зависимости от категории понятия, лексико-грамматической сочетаемости и дискурсивной направленности.

Таким образом, при соблюдении установленных принципов разработки китайско-русский словарь многозначной лексики представляет эффективное решение по устранению полисемии и повышению интерпретативности нейросетевых машинных переводчиков. Это вносит дополнительный вклад в развитие теории дискурса и профессиональной коммуникации, способствуя повышению качества машинного перевода, высоко востребованного специалистами разных стран для целей обмена опытом и выстраивания продуктивного взаимодействия между ними.

Конфликт интересов:

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Велла Т.М. Переводческие константы интерпретативной теории перевода // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2013. № 2 (261). С. 204-206.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Статья 153 [Электронный ресурс] // Гардиум. URL: <https://base.garant.ru/10164072/172a6d689833ce3e42dc0a8a7b3cddf9/> (дата обращения: 13.12.2024).
3. Дашевская Г.Я., Кондрашевский А.Ф. Китайский язык для делового общения. 3-е изд., испр. М.: Муравей, 2003.
4. Ершова Ю.Н., Санникова Ю.А. Нейросетевые архитектуры для решения задач лексикографии // Наукосфера. 2024. № 10-2. С. 236-242. doi:10.5281/zenodo.13969346
5. Как работает нейросеть Google Translate [Электронный ресурс] // Cossa. 28 февраля 2018. URL: <https://www.cossa.ru/trends/196086/> (дата обращения: 12.05.2024).

6. Китайско-русский словарь Мультитран [Электронный ресурс]. URL: <https://www.multitrans.com/m.exe?l1=17&l2=2> (дата обращения: 17.12.2024).
7. Ко Ч. Машинный перевод текстов в области традиционной китайской медицины // От машинного перевода к машинному обучению: Сборник научных статей (27–28 октября 2023 г.). Выпуск 3 / под ред. Е.С. Кокановой. Архангельск, 2024. С. 70-73.
8. Коканова Е.С., Пак Н.С. «Рабочие» приемы предредактирования текста английской медицинской инструкции для машинного перевода на русский и белорусский языки // Англистика в третьем тысячелетии: новые подходы и пути развития: Тезисы докладов Международной научной конференции. Минск, 2024. С. 69-70.
9. Компания Яндекс – Технологии – Машинный перевод [Электронный ресурс] // Компания Яндекс. URL: <https://yandex.ru/company/technologies/translation> (дата обращения: 19.03.2024).
10. Машинный перевод. Инновации и влияние на переводческие услуги [Электронный ресурс] // Apriori. Лингвистические услуги. URL: <https://apriori-ltd.ru/apriori-news-blogs-and-articles/tpost/2d59h4s0i1-mashinnii-perevod-innovatsii-i-vliyanie> (дата обращения: 20.06.2024).
11. Мифтахова Р.Г. Методы пополнения корпусных данных в статистическом машинном переводе // Доклады Башкирского университета. 2017. Т. 2. № 1. С. 97-103.
12. Моренцова А.В. Устранение лексической многозначности при машинном переводе: от терминологических словарей к онтологии предметной области // Актуальные научные исследования в современном мире. 2019. № 3-5 (47). С. 69-73.
13. Мукабенов К.И., Ахмадуллина Е.Н. Основные проблемы машинного перевода и пути их решения // Проблемы языка и перевода в трудах молодых ученых. 2023. № 22. С. 176-181.
14. Руднева Р. Транзакция – это [Электронный ресурс] // Банки.ру. 3 июня 2023. URL: <https://www.banki.ru/wikibank/tranzaktsiya/> (дата обращения: 13.03.2024).
15. Солдаткин Д. Транзакция [Электронный ресурс] // Бизнес-секреты. 19 июля 2023. URL: https://secrets.tinkoff.ru/glossarij/tranzaktsiya/?internal_source=copypaste (дата обращения: 13.03.2024).
16. Толковый словарь Ожегова онлайн [Электронный ресурс]. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=772> (дата обращения: 13.03.2024).
17. Транзакция [Электронный ресурс] // MyFin. Словарь банковских терминов. 22 января 2020. URL: <https://myfin.by/wiki/term/tranzaktsiya> (дата обращения: 13.03.2024).
18. Убоженко И.В. О когнитивном моделировании интуиции и творчества в переводе: интерпретативно-семиотический подход // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2016. № 4. С. 122-141. doi:10.21638/11701/spbu09.2016.410
19. Финансовый словарь [Электронный ресурс]. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/30557 (дата обращения: 13.03.2024).
20. Чистова Е.В. Экокогнитивная модель профессиональной мультимодальной коммуникации (на примере кейса синхронных переводчиков) (Дис.... д-ра н.). Красноярск, 2022.
21. Casas N., Costa-juss`a M.R., Fonolossa J.A.R., Alonso J.A., Fanlo R. Linguistic knowledge-based vocabularies for Neural Machine Translation // Natural Language Engineering. 2018. № 27(4). P. 1-22. doi:10.1017/S1351324920000364
22. Faheem M.A., Wassif K.T., Bayomi H., Abdou Sh.M. Improving neural machine translation for low resource languages through non-parallel corpora: a case study of Egyptian dialect to modern standard Arabic translation // Scientific Reports. 2024. № 14(1). P. 2265. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-51090-4>

23. Kokanova E.S., Berendyaev M.V., Kulikov N.Yu. Pre-editing English news texts for machine translation into Russian // *Language Studies and Modern Humanities*. 2022. № 4(1). P. 25-30. <https://www.doi.org/10.33910/2686-830X-2022-4-1-25-30>
24. Kurakin G. How AI originates from biology – and how it returns to it // *The Biochemist*. 2024. № 46(2). P. 3–6. https://doi.org/10.1042/bio_2024_120.
25. Resiandi K., Murakami Y., Nasution A.H. (2023). Neural Network-Based Bilingual Lexicon Induction for Indonesian Ethnic Languages // *Applied Sciences*. 2023. № 13(15). P. 8666. <https://doi.org/10.3390/app13158666>
26. Technologies [Электронный ресурс] // Promt. Глоссарий. URL: <https://www.promt.ru/company/technology/glossary> (дата обращения: 13.03.2024).
27. Wang J. Research on Cultural Translation Based on Neural Network [Электронный ресурс] // *Mathematical Problems in Engineering*. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2022/6330814> (дата обращения: 19.10.2024). <https://doi.org/10.1155/2022/6330814>
28. Zacharias T., Taklikar A., Giryas R. Extending the Vocabulary of Fictional Languages using Neural Networks [Электронный ресурс] // *Workshop Machine Learning for Creativity and Design*. URL: <https://www.researchgate.net/publication/357953278> (дата обращения: 16.12.2024). doi:10.48550/arXiv.2201.07288
29. Zhonga. Китайский словарь и переводчик онлайн – Чжунга [Электронный ресурс]. URL: <https://www.zhonga.ru/> (дата обращения: 13.03.2024).

REFERENCES

1. Casas, N., Costa-juss`a, M.R., Fonolossa, J.A.R., Alonso, J.A., & Fanlo, R. (2018). Linguistic knowledge-based vocabularies for Neural Machine Translation. *Natural Language Engineering*, 27(4), 1-22. doi:10.1017/S1351324920000364
2. Chistova, E.V. (2022). *Ekokognitivnaya model' professional'noj mul'timodal'noj kommunikacii (na primere kejsa sinhronnyh perevodchikov)* [Eco-cognitive model of professional multimodal communication (using the case of simultaneous interpreters as an example)] [Doctoral dissertation, Siberian Federal University]. Krasnoyarsk.
3. Cossa. (2018, February 28). *Kak rabotaet neiroset' Google Translate* [How the Google Translate neural network works]. <https://www.cossa.ru/trends/196086/> (in Russian).
4. Dashevskaya, G.Ya., & Kondrashevskij, A.F. (2003). *Kitajskij yazyk dlya delovogo obshcheniya* [Chinese for Business Communication]. Moscow: Muravey (in Russian).
5. Ershova, Yu.N., & Sannikova, Yu.A. (2024). Nejrosetevye arhitektury dlya resheniya zadach leksikografii [Neural network architectures for solving lexicography tasks]. *Naukosfera*, 10(2), 236-242 (in Russian). doi:10.5281/zenodo.13969346
6. Faheem, M.A., Wassif, K.T., Bayomi, H., & Abdou, Sh.M. (2024). Improving neural machine translation for low resource languages through non-parallel corpora: a case study of Egyptian dialect to modern standard Arabic translation. *Scientific Reports*, 14(1), 2265. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-51090-4>
7. Finansovyi slovar' [Financial dictionary]. (n.d.). Retrieved March 13, 2024, from https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/30557 (in Russian).
8. Grazhdanskii kodeks Rossiiskoi Federatsii. Stat'ya 153 [Code of civil laws of the Russian Federation]. (n.d.). *Gardium*. Retrieved December 13, 2024, from <https://base.garant.ru/10164072/172a6d689833ce3e42dc0a8a7b3cddf9/> (in Russian).

9. *Kitaisko-russkii slovar' Mul'titran* [Multitran. Chinese-Russian dictionary]. (n.d.). Retrieved December 17, 2024, from <https://www.multitran.com/m.exe?l1=17&l2=2>
10. Kokanova, E.S., & Pak, N.S. (2024). "Rabochie" priemy predredaktirovaniya teksta anglijskoj medicinskoj instrukcii dlya mashinnogo perevoda na russkij i belorusskij yazyki ["Working" techniques for pre-editing the text of English medical instructions for machine translation into Russian and Belarusian]. *Anglistika v tret'em tysyacheletii: novye podhody i puti razvitiya. tezisy dokladov Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* [English language studies in the third millennium: new approaches and ways of development: proceedings of the International scientific conference] (pp. 69-70). Minsk.
11. Kokanova, E.S., Berendyaev, M.V., & Kulikov, N.Yu. (2022). Pre-editing English news texts for machine translation into Russian. *Language Studies and Modern Humanities*, 4(1), 25-30. <https://www.doi.org/10.33910/2686-830X-2022-4-1-25-30>
12. *Kompaniya Yandex — Tekhnologii — Mashinnyi perevod* [Yandex Company – Technologies – Machine Translation] (n.d.). Retrieved March 13, 2024, from <https://yandex.ru/company/technologies/translation> (in Russian).
13. Kuo, Ch. (2024). Mashinnyj perevod tekstov v oblasti tradicionnoj kitajskoj mediciny [Machine translation of texts in the field of traditional Chinese medicine]. In E.S. Kokanova (Ed.), *Ot mashinnogo perevoda k mashinnomu obucheniyu* [From machine translation to machine teaching]: a collection of scientific articles (pp. 70-73). Archangelsk (in Russian).
14. Kurakin, G. (2024). How AI originates from biology – and how it returns to it. *The Biochemist*, 46(2), 3–6. https://doi.org/10.1042/bio_2024_120
15. *Mashinnyi perevod. Innovatsii i vliyanie na perevodcheskie uslugi* [Machine translation. Innovations and their influence on translation services]. (n.d.). Apriori linguistic services. Retrieved June 20, 2024, from <https://apriori-ltd.ru/apriori-news-blogs-and-articles/tpost/2d59h-4s0i1-mashinnii-perevod-innovatsii-i-vliyanie> (in Russian).
16. Miftakhova, R.G. (2017). Metody popolneniya korpusnyh dannyh v statisticheskom mashinnom perevode [New approaches to resolving the problem of corpora data shortage]. *Doklady Bashkirskogo Universiteta*, 2(1), 97-103 (in Russian).
17. Morentsova, A.V. (2019). Ustranenie leksicheskoy mnogoznachnosti pri mashinnom perevode: ot terminologicheskikh slovarej k ontologii predmetnoj oblasti [Elimination of Lexical Ambiguity in Machine Translation: From Terminological Dictionaries to the Domain Ontology]. *Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire* [Relevant Research in the Modern World], 3-5(47), 69-73 (in Ukrainian).
18. Mukabenov, K.I., & Akhmadullina, E.N. (2023). Osnovnye problemy mashinnogo perevoda i puti ih resheniya [Main challenges of machine translation: the ways to address]. *Problemy yazyka i perevoda v trudah molodyh uchenykh* [Language and translation issues in the works of young researchers], 22, 176-181 (in Russian).
19. Prompt. Glossary. (n.d.). Technologies. In *Prompt*. Retrieved March 13, 2024, from <https://www.prompt.ru/company/technology/glossary>
20. Resiandi, K., Murakami, Y., & Nasution, A.H. (2023). Neural Network-Based Bilingual Lexicon Induction for Indonesian Ethnic Languages. *Applied Sciences*, 13(15), 8666. <https://doi.org/10.3390/app13158666>
21. Rudneva, R. (2023, June 3). Tranzaktsiya – esto [Transaction is]. *Banki.ru*. <https://www.banki.ru/wikibank/tranzaktsiya/> (in Russian).
22. Soldatkin, D. (2023, July 19). Tranzaktsiya [Transaction]. *Biznes-sekrety* [Business secrets]. https://secrets.tinkoff.ru/glossarij/tranzaktsiya/?internal_source=copypaste (in Russian).

23. Tolkovyi slovar' Ozhegova onlain [Ozhegov's defining dictionary online]. (n.d.). Retrieved March 13, 2024, from <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=772> (in Russian).
24. Tranzaktsiya [Transaction]. (2020, January 22). *MyFin. Slovar' bankovskikh terminov* [MyFin. Dictionary of banking terms]. Retrieved March 13, 2024, from <https://myfin.by/wiki/term/tranzakciya> (in Russian).
25. Ubozhenko, I.V. (2016). O kognitivnom modelirovanii intuicii i tvorchestva v perevode: interpretativno-semioticheskij podhod [On cognitive modeling of intuition and creativity in translation: interpretive and semiotic approaches]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika* [Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature], 4, 122-141 (in Russian). doi:10.21638/11701/spbu09.2016.410
26. Vella, T.M. (2013). Perevodcheskie konstanty interpretativnoj teorii perevoda [Translation constants of the interpretative translation theory]. *Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Izvestia. Voronezh State Pedagogical University], 2(261), 204-206 (in Russian).
27. Wang, J. (2022). Research on Cultural Translation Based on Neural Network. In N. Jan (Ed.), *Mathematical Problems in Engineering*. <https://doi.org/10.1155/2022/6330814>
28. Zacharias, T., Taklikar, A., & Giryes, R. (2022). Extending the Vocabulary of Fictional Languages using Neural Networks. Workshop Machine Learning for Creativity and Design. doi:10.48550/arXiv.2201.07288.
29. Zhonga. Kitaiskii slovar' i perevodchik onlain – Chzhunga [Zhonga. Online Chinese Dictionary]. (n.d.). Retrieved March 13, 2024, from <https://www.zhonga.ru/>.

Информация об авторе:

Елена Викторовна Чистова – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории, практики и дидактики перевода АНО ВО «Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского» (Москва, Россия). ORCID: 0000-0002-4016-7935.

Получено: 11 ноября 2024 г.

Принято к публикации: 10 января 2025 г.

PRINCIPLES OF DEVELOPING A CHINESE-RUSSIAN POLYSEMANTIC DICTIONARY AS A MEANS OF IMPROVING INTERPRETABILITY OF NEURAL MACHINE TRANSLATORS

Elena V. Chistova

Zhirinovskiy University of World Civilizations

kovelena82@mail.ru

Abstract. This research addresses the challenge of polysemy in neural machine translation (NMT), particularly for the Chinese-Russian language pair, known for its significant interlingual and intercultural asymmetry. Despite considerable advancements in NMT, the accurate translation of polysemous words remains a key obstacle to achieving high-quality automated text generation, often leading to misinterpretations and hindering effective communication. Currently, methodologies for developing specialized dictionaries that can effectively address this issue for NMT systems are lacking. This article aims to define the qualitative characteristics for detailed polysemantic dictionaries designed to enhance the interpretability of NMT, specifically for Chinese-Russian translation. The study employs eco-cognitive modeling of professional translator communication to investigate human-machine interaction in handling lexical ambiguity, focusing on the cognitive processes involved in disambiguation. Parallel Chinese-Russian texts serve as the material, subjected to manual processing to identify polysemous units challenging for NMT. The article proposes a theoretical framework for bilingual dictionary compilation based on this manual analysis, outlining principles for structuring dictionary entries to capture subtleties of lexical usage. The developed algorithm details the manual processing of parallel texts and the design of dictionary entry schemes tailored for NMT. The research identifies key qualitative characteristics for detailed Chinese-Russian parallel training corpora. These include linguistic and definitional parameters, comprehensive dictionary representation, and translation variability informed by lexico-grammatical compatibility, discourse-genre affiliation, and conceptual-categorical taxonomy. This study contributes to translation theory by offering a practical approach to enhance NMT interpretability through targeted dictionary development. The findings are relevant for improving machine translation quality, particularly for complex language pairs, ultimately facilitating more effective cross-lingual communication and knowledge exchange in different spheres, including business and academic research.

Keywords: Natural language processing, machine translation, neural translation, polysemy, the Chinese language, lexicology, terminology.

How to cite this article: Chistova, E.V. (2025). Principles of Developing a Chinese-Russian Polysemantic Dictionary as a Means of Improving Interpretability of Neural Machine Translators. *Professional Discourse & Communication*, 7(1), 89–107 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-89-107>

About the author:

Elena V. Chistova, Dr. Sci. (Philology), is a Professor in the Department of Theory, Practice, and Didactics of Translation at Zhirinovskiy University of World Civilizations (Moscow, Russia). ORCID: 0000-0002-4016-7935.

Received: November 11, 2024.

Accepted: January 10, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-108-125>

МОДИФИКАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ОБУСЛОВЛЕННЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ОНЛАЙН-ОБЩЕНИЯ

С.В. Иванова

Санкт-Петербургский государственный университет

(Санкт-Петербург, Россия)

svet_victoria@mail.ru

О.Е. Носова

Уфимский государственный нефтяной технический университет,

(Уфа, Россия)

nosova.oxana10@yandex.ru

Аннотация: В статье рассматриваются особенности коммуникативного поведения представителей англоязычного сообщества в условиях протекающего в цифровом формате институционального типа общения. Актуальность проблемы обусловлена необходимостью дальнейшего изучения онлайн-коммуникации в русле лингвопрагматики с учетом лингвокультурологической составляющей, а также востребованностью в рамках современного языкознания исследования проблем, связанных со стремительно развивающейся формой цифрового общения. Научная новизна исследования заключается в лингвокультурологической трактовке реализации англоязычного коммуникативного поведения в деловой онлайн-коммуникации. Предпринятое исследование основывается на положении о том, что выбор коммуникативных стратегий в англоязычном офлайн-общении определяется ценностными приоритетами, характеризующимися прочностью и регулярностью. Фокусом для отслеживания культурно-обусловленных изменений в коммуникативном поведении участников институциональной онлайн-коммуникации в настоящей работе выступает дистанцированность. Цель исследования – установить специфику проявления дистанцированности в институциональном онлайн-общении через обращение к ее вербальным маркерам, таким как лексические и грамматические средства. Эмпирическим материалом исследования послужили транскрипты телеконференций известной американской компании, посвященные ее финансовой деятельности и представляющие собой аутентичные образцы деловой коммуникации. Лингвистический анализ осуществлялся посредством методов, продиктованных использованием коммуникативно-прагматического и лингвокультурологического подходов, что позволило комплексно исследовать языковые явления в контексте культурных норм и коммуникативных целей. Коммуникативно-прагматический ракурс исследования был направлен на выявление особенностей вербального поведения, реализующихся в предпочтении определенных

коммуникативных стратегий в рамках цифрового формата общения. Лингвокультурологический вектор исследования позволил раскрыть не только языковое воплощение коммуникативных стратегий, но также проанализировать соотносительность данных лингвистического анализа с культурно-специфичными чертами речевого поведения, определяющими восприятие дистанции в деловом контексте. Было установлено, что имеющаяся в деловом англоязычном виртуальном общении ориентация на сокращение дистанционности становится более заметной на фоне усиливающего свое влияние электронного формата, что свидетельствует об адаптации коммуникативных норм к цифровой среде. Перспективы исследования предполагают дальнейшее изучение проблематики, связанной со сдвигами границ и доминант социального общения в условиях интернет-коммуникации и ее влиянием на межкультурное профессиональное взаимодействие.

Ключевые слова: онлайн-коммуникация, цифровая коммуникация, коммуникативная стратегия, ценностная ориентация, дистанционность, институциональное общение.

Для цитирования: Иванова, С.В., Носова, О.Е. (2025). Модификация культурно-обусловленных особенностей профессиональной коммуникации в контексте онлайн-общения. *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(1), 108–125. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-108-125>

1. ВВЕДЕНИЕ

Феномен цифровизации поставил перед лингвистами новые задачи по научному осмыслению формирующегося «модернизированного» стиля профессионального общения в виртуальной среде. Настоящая работа фокусируется на поиске ответа на вопрос о том, каким образом меняется процесс коммуникации при переключении на формат общения, опосредованный цифровыми технологиями.

Проведение лингвистического анализа этого относительно нового типа общения в рамках коммуникативистики, прежде всего, требует обращения к описанию процесса коммуникации. Структура коммуникации и ее составляющие являются предметом изучения языковедов на протяжении нескольких столетий. Как известно, первым, кто в научной литературе попытался смоделировать процесс коммуникации, был Аристотель, который полагал, что «речь складывается из трёх элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается; оно-то и есть конечная цель всего (я разумею слушателя)» (Аристотель, 2000, с. 99). На фоне многочисленных подходов, трактовок и дополнений к известной модели наибольшую популярность получила концептуальная схема речевого акта Р. О. Якобсона. В 1960 году, за девять лет до появления сети Интернет, он разработал модель с учетом взаимосвязи языковых функций и шести основных компонентов: «адресанта, посылаемого сообщения, адресата, контекста, контакта, кода» (Якобсон, 1985, с. 347). При всех весомых достоинствах и несомненной продуктивности вышеупомянутой модели в теории коммуникации, исследователи принимают данную схему в качестве основополагающей с некоторыми оговорками. Так, специалисты, изучающие проблемы паралингвистики и семиотики, считают, что модель Р. О. Якобсона не учитывает наличие разных каналов передачи информации (Чанышева, 1984).

В эпоху интернет-революции, серьезно переменившей сферу коммуникации и затронувшей практически все области жизнедеятельности человека, именно вопрос о степени влияния канала и формы передачи информации между коммуникантами встает особенно

остро. Исследователи отмечают, что коммуникативный формат, заданный каналом и формой общения, представляет собой тот «параметр коммуникативной ситуации, который обуславливает особый модус восприятия сообщения» (Чернявская, 2020, с. 8), т. е. смысл сообщения имеет явные корреляции с форматом последнего. В этом плане известное высказывание Маклюэна *Medium is the message*, которое прежде всего относится к массмедиа и маркетингу, отражает роль технологического подхода к пониманию степени воздействия средств коммуникации на суть высказывания. Вместе с тем диапазон действия данного тезиса отнюдь не ограничивается областью СМИ, но проявляется во всех сферах коммуникативной практики. «Привязанность смысловыражения к определенному формату, способу выражения», получившая в лингвистических изысканиях последних лет название «медиаальность» (Чернявская, 2015, с. 8), предполагает признание модификации процесса коммуникации в интернет-пространстве, что обусловлено приращениями смыслов, приобретаемых «коммуникацией в определенной системе координат» (Чернявская, 2020, с. 8). Соответственно, вопрос о том, каким трансформациям в настоящее время подвергаются разные типы коммуникации, в том числе реализующаяся в онлайн-формате бизнес-коммуникация, не теряет своей актуальности.

Предмет настоящего исследования составляют объективированные посредством определенных языковых маркеров коммуникативные стратегии, используемые участниками для реализации эффективного делового общения, важнейшей характеристикой которого является, по словам В. И. Карасика, его институциональная природа (Карасик, 2022, с. 63). Объект исследования – коммуникативное поведение участников сетевого общения в рамках телеконференций. Цель работы состоит в том, чтобы определить, каким образом проявляется доминанта дистанцированности в условиях институционального цифрового общения в формате телеконференций. Акцент на онлайн-формате связан с пониманием той возрастающей роли, которую он играет в профессиональной коммуникации в настоящее время. Достижение поставленной цели обеспечивается посредством постановки серии исследовательских вопросов. Прежде всего, необходимо определить, какие языковые явления свидетельствуют о модификации культурно-обусловленных особенностей профессиональной коммуникации в онлайн-среде. Кроме того, интерес представляет и вопрос о том, какие коммуникативные стратегии используют англоязычные коммуниканты в профессиональном онлайн-общении, и как эти стратегии отражают изменения в культурно-обусловленных нормах, особенно в отношении дистанцированности. И, наконец, требуется установить, сохраняет ли ценностная ориентация на «дистанцированность», характерная для англоязычной профессиональной коммуникации, свою актуальность и выражение в онлайн-формате, или наблюдаются существенные изменения в ее проявлении.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

Современные исследования, которые проводятся в рамках коммуникативной лингвистики, невозможно представить без понимания взаимосвязи языка и культуры в процессе общения. Представленная работа предполагает обращение к культурологической интерпретации речевого поведения как с точки зрения доминантных черт культуры, так и с позиции коммуникативных стратегий, используемых представителями англоязычного сообщества. Шаблоны и правила коммуникативного поведения закреплены и обусловлены функционированием коммуникативного кода, свойственного для той или иной лингвокультурной общности. Декодирование этой информации позволяет выявить данные о базовых ценностных ориентациях

и доминантах, сформировавшихся в речевом поведении и идентифицированных в научных исследованиях последних десятилетий в рамках изучения межличностной коммуникации и лингвокультурологии (С. В. Иванова, И. М. Кобозева, Г. Е. Крейдлин, Ю. Б. Кузьменкова, Ю. А. Лабунская, Т. В. Ларина, В. А. Сорокин, И. А. Стернин и др.).

Принципиальным понятием и точкой отсчета для отслеживания культурно-обусловленных, или культуросоотнесенных, изменений в настоящей работе выступает дистанцированность. Этот термин, введенный Ю. Б. Кузьменковой для объяснения специфики коммуникативного поведения, используется ею для отображения доминантных черт речевого общения представителей англоязычного лингвокультурного сообщества. Согласно данной концепции, «главной целью и ценностной ориентацией англоязычной коммуникации можно считать стремление к дистанцированности» (Кузьменкова, 2014, с. 36), которая предполагает «степень социальной близости или отчужденности в социально-политическом пространстве между отдельными индивидами и социальными группами» (Дистанция социальная, 2013). Проецируя ключевые ценностные ориентации на плоскость коммуникативного поведения, исследователь различает пространственную, временную дистанцированность, дистанцированность личности «по горизонтали» и «по вертикали». Для настоящего исследования, направленного на анализ прагматического типа стратегий, особый интерес представляет дистанцированность с позиции социальных отношений. Определяя степень дистанцированности «по вертикали» относительно власти и социальной субординации в англоязычном общении, Ю. Б. Кузьменкова отмечает, что данная дистанция невелика и «усиливается тенденция ее минимизировать» (Кузьменкова, 2014, с. 67).

Лингвокультурологическая интерпретация дистанцированности в настоящей работе основывается на анализе стратегических средств коммуникации, в которых раскрываются определенные доминанты речевого общения. Будучи основным инструментом достижения цели в процессе коммуникации, коммуникативные стратегии отвечают за выбор речевых средств и линию речевого поведения в целом в соответствии с той или иной речевой ситуацией, следовательно, они детерминируют характер речевого поведения. Изучение коммуникативных стратегий и тактик относится исследователями к сфере лингвистической прагматики. Специалисты в области лингвокультурологии и теории коммуникации утверждают, что «в коммуникативных стратегиях прагматизм проявляется в большей степени» (Первушина и др., 2017, с. 59). В свете коммуникативно-прагматического подхода к описанию языка, представляется целесообразным взять за основу пятиуровневую структуру коммуникативных стратегий с точки зрения целеполагания (коммуникативная, прагматическая, метапрагматическая, имплементирующая и семиотическая), предложенную в работе С. В. Ивановой «Профессионал в цифровом пространстве: стратегии создания и трансформации образа» (Иванова, 2024, с. 39). Настоящее исследование сосредоточено на прагматической и имплементирующей стратегиях. Прагматический тип стратегий обусловлен целями и задачами, то есть общим замыслом процесса коммуникации, он «отвечает за выбор модели речевого поведения, сфокусированной на достижении коммуникативной цели или намерения» (Там же). Имплементирующая стратегия предполагает выбор языкового способа организации сообщения.

Из большого количества научно обоснованных типологий коммуникативных стратегий, разработанных в рамках дискурсивного анализа, коммуникативистики, лингвокультурологии, социолингвистики, наиболее релевантной для предпринятого анализа представляется классификация В. С. Третьяковой, основанная на дифференциации стратегий на кооперативные и конфронтационные, поскольку в ходе обсуждения деловых вопросов возникает

необходимость гибкого взаимодействия для выстраивания взаимовыгодного сотрудничества или жесткого отстаивания своих интересов. Назначение кооперативных стратегий, таких как стратегии вежливости, искренности и доверия, сотрудничества, компромисса и др., состоит в поддержании «баланса отношений» (Третьякова, 2003). Конфронтационные стратегии необходимы участникам общения при несовпадении их интенций, интересов, выгоды и для решения спорных позиций. Соответствующая классификация применима и к коммуникативным тактикам, которые отвечают за практическую реализацию стратегического намерения.

3. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Методологически исследование выполнено в рамках коммуникативно-прагматического и лингвокультурологического подходов. Коммуникативно-прагматический подход к проведению анализа продиктовал использование междисциплинарной интеграции методик, приемов и процедур, нацеленных на изучение особенностей использования языка коммуникантами «в единстве с прагматическими свойствами языковых единиц в связи с ситуацией общения для достижения успешности коммуникации и регулирования коммуникативного (речевого) поведения людей с целью координации с все усложняющейся человеческой деятельностью» (Комарова, 2013, с. 68). В исследовании задействованы стилистический анализ, семантический анализ в дефиниционном варианте, контекстуальный анализ, а также элементы лингвокультурологического описания. Контекстуальный анализ основывается на понимании контекста как семантически важного компонента в структуре коммуникации. По выражению В. В. Красных, «контекст – это имплицитно или эксплицитно выраженные смыслы, реально существующие, являющиеся частью ситуации, отражающиеся в дискурсе и актуальные для данного коммуникативного акта» (Красных, 2001, с. 195). Контекстуальный анализ дополняется стилистическим, дефиниционным и коммуникативно-функциональным анализом. Целью дефиниционного анализа является выделение «в семантической структуре слова, отраженной в дефиниции толкового словаря, элементарных единиц содержательного плана» (Моисеев, 2010, с. 143). Коммуникативно-функциональный анализ в рамках одноименного подхода позволяет рассмотреть языковые явления с целью «понять принципы внутренней организации синтаксической системы с точки зрения того, как она служит для выражения мыслей и для общения людей, то есть с точки зрения коммуникативного назначения языка» (Золотова, 2005, с. 6). Стилистический анализ направлен на соотнесение способа языкового выражения и задействованного регистра речи.

Материалом настоящего исследования послужили транскрипты финансовых телеконференций, представленных компанией Apple для своих инвесторов и посвященных доходам за первый, второй и третий кварталы 2024 финансового года, общим объемом 29375 слов. Выбор данного материала обусловлен огромным интересом, который финансовые отчеты крупнейших компаний представляют для прикладных лингвистических исследований с точки зрения интерпретации нечисловых данных в области бизнес-лингвистики. По сути, такие отчеты являются стенограммой, доступной в электронном письменном формате на сайте компаний или других ресурсах сети Интернет. Цель подобной стенограммы, которая «воспроизводит процесс в его текущем состоянии», состоит в том, чтобы «проинформировать общественность о происходящем, т. е. объективировать коммуникацию» (Зарапин, Шапири,

2017, с. 179). Соответственно, из стенограмм акционеры и инвесторы получают не только финансовые данные, но и ценную информацию о стиле общения внутри компании, способах принятия решений и управления.

Само совещание, которое подвергается стенографированию, в англоязычной деловой коммуникации принято называть *earnings call* (*a teleconference = a meeting between people in different places, connected by video, phone, etc. in which a public company talks about its financial situation* (Earnings call, n.d.)). Безусловно, данный формат привлекает внимание исследователей, работающих в рамках коммуникативистики, компьютерной лингвистики, теории дискурса, прагмалингвистики и генристики, поскольку язык телеконференций претендует на статус самостоятельного речевого жанра с присущими ему специфическими характеристиками, которые включают «наличие коммуникативной цели, концептов адресанта и адресата, диктума» (Исаева, 2023). Необходимо отметить, что с позиций существующих типологий способов общения телеконференции относят к полилоговой коммуникации с учетом числа участников, вовлеченных в процесс общения. В рамках настоящей работы телеконференции рассматриваются как форма онлайн-коммуникации, которая развилась на основе своего офлайн-аналога. Регламент совещаний подобного рода предполагает определенную последовательность, когда вслед за непосредственными отчетами директоров осуществляется переход к ответам на вопросы инвесторов (*Question-and-Answer Session*). В свете данного исследования именно контексты, содержащие связные вопросно-ответные реплики или одно иницирующее высказывание, представляют наибольший интерес, поскольку дистанцированность объективируется в них нагляднее всего.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Проведение контекстуального и коммуникативно-прагматического анализа институционального типа общения исходит из того, что это особый тип коммуникации, основанный на соблюдении целого ряда норм и правил коммуникативного взаимодействия. В этом отношении концептуально важным представляется замечание В. И. Карасика о том, что «деловая коммуникация неизбежно включает ритуально значимые социальные действия, выполняемые как знаки принадлежности их участников определённой группе общества. Применительно к использованию языка такие знаки сводятся к клишированным формульным выражениям в их типичных жанровых разновидностях» (Карасик, 2022, с. 63). Кроме того, принципиальным параметром при проведении подобного рода анализа становятся разные статусные роли коммуникантов в соответствии с их должностями в компании и вне компании (инвесторы). Данное исследование рассматривает особенности коммуникативного поведения участников телеконференции (сессии) с учетом иерархических отношений между ними с целью определения степени дистанцированности «по вертикали».

Анализ языкового материала с учетом вышеизложенных теоретических обоснований позволил выделить ряд особенных черт, которые обусловлены цифровым форматом коммуникации, используемым в англоязычном деловом общении. Так, на лексическом уровне отмечается предпочтительность коллоквиализмов, которая выражается в (а) выборе разговорных аналогов, или эквивалентов, лексических единиц, а также использовании разговорных формул; (б) употреблении идиом; (в) использовании фразовых глаголов; (г) оформлении обращения к собеседнику посредством имени последнего.

Прежде всего, лексическая специфичность сетевой коммуникации проявляется в широком хождении разговорных форм и формул в рамках делового общения. В нижеприведенном примере один из инвесторов в своем приветствии поздравляет представителей компании с успешными показателями финансовой деятельности: *Thank you for taking my questions. I have two. And congrats on the nice quarter here.* Лексическим репрезентантом слова *congratulations* здесь служит его разговорная форма *congrats*, что свидетельствует о проникновении разговорного стиля в сферу делового общения в условиях онлайн-коммуникации.

Употребление разнообразных разговорных единиц коммуникантами в цифровом общении выступает языковым выражением применения стратегий и тактик, выражающих готовность построить конструктивное обсуждение деловых вопросов, нарочито избегая официальности. Примеры этого многочисленны: *Could you just talk a little bit about the capex outlook <...> . Just trying to get a handle on kind of what potentially is giving you that degree of <...> . How do you sort of look at it going forward in terms of emphasizing the role <...> ?*

Данное явление, получившее название «коллоквиализация» (Гутшмидт, 1998), интерпретируется языковедами как «насыщение языковыми единицами, характерными для разговорной речи» (Словарь:коллоквиализация, n.d.). В настоящий момент вышеуказанный термин вышел далеко за пределы словообразовательной стилистики, оказавшись востребованным при изучении коммуникативного поведения. Исследователи отмечают не только распространенность коллоквиализации, но и ее намеренность в рамках интернет-коммуникации (Дудникова, Медведева, 2022).

Еще одним проявлением коллоквиализации является употребление идиом в онлайн-коммуникации. Будучи основной отличительной характеристикой разговорного стиля, эти лексические единицы автоматически снижают градус официальности. Ярким примером этого может служить следующее высказывание: *Here's why this is the prime moment to jump on the AI bandwagon.* Используемая идиома *to jump / get on the bandwagon* означает «to join an activity that has become very popular or to change your opinion to one that has become very popular so that you can share in its success» (Jump/climb/get on the bandwagon, n.d.). В приведенной ситуации идиома *to jump on the bandwagon* трансформируется говорящим благодаря такой особенности разговорного стиля, как ситуативное употребление слов, позволяющее расширять сочетаемость и создавать собственные наименования, в данном случае с определением *AI*.

Следующее идиоматическое выражение также носит разговорный характер и в основном употребляется в неформальных контекстах для выражения удовлетворения: *We've given you the total for the company and some pretty good direction on services <...> .* При этом необходимо иметь в виду, что обычно отмечается нежелательность использования данного словосочетания в официальной обстановке в силу его сильно выраженной неформальности: «*pretty good* is considered to be slang, and informal slang at that. You should refrain from using “pretty good” in formal situations» (Pretty Good – Meaning & Synonyms, n.d.). С одной стороны, исследования речевого поведения показывают, что англоязычное деловое общение подразумевает эмоциональную сдержанность с целью поддержания определенной тональности диалога и использование соответствующих закреплённых практикой речевых формул и клише, принятых в деловой коммуникации. С другой стороны, лингвисты все чаще отмечают переход от официального регистра общения к так называемому полуофициальному. Актуальным и существенным при этом представляется замечание о дальнейших

перспективах подобного рода исследований, поскольку «общесистемный сдвиг в сторону разговорности и сниженности приводит к необходимости более дифференцированного описания типов снижения регистра речи» (Баранов, Добровольский 2003, с. 132).

В свете коллоквиализации обращает на себя внимание и использование фразовых глаголов в деловой онлайн-коммуникации, например: *Can you just touch on what are some of the key updates. Keep in mind, Apple Intelligence, as Tim said, is rolling out over time, both features and languages.* Согласно Кембриджскому словарю, *to touch on* означает «to mention a subject quickly when speaking or writing about another subject» (Touch on/upon sth, n.d.), а *to roll out* объясняется как «to make a new product, service, or system available for the first time» (Roll (something) out, n.d.). Основной сферой употребления фразовых глаголов считалось бытовое общение. При этом исследователи подчеркивали, что фразовые глаголы «оживляют» речь вследствие своих основных характеристик, таких как идиоматичность и выразительность (Поуви, 1990, с. 8-11). Вместе с тем, в последние десятилетия обширно проводятся исследования фразеологических единиц, подтверждающие тот факт, что «фразеологизмы в деловом английском общении составляют быстро развивающуюся значительную часть» (Зиновьева и др., 2023). Использование фразовых глаголов в цифровом социальном взаимодействии является не только свидетельством информативности делового общения. В прагматическом плане фразовые глаголы выступают средством реализации кооперативных стратегий, демонстрирующих уход от дистантных отношений с собеседниками для обеспечения взаимопонимания и доверия.

Предполагаем, что ориентация на замещение книжных, официальных лексических единиц на упрощенные коллоквиальные элементы маркирует смену фокуса по использованию коммуникативных установок, стратегий и соответствующего выбора языковых средств у говорящего, стремящегося не столько к соблюдению формальных правил в социальном общении, исполнению заданной роли, выполнению предписанных коммуникативных норм, сколько в первую очередь, к построению дискуссии «по существу» на «общепринятом», то есть стремящемся к неформальности языке.

Наконец, следует упомянуть предпочтительность обращения к собеседнику по имени. Важно помнить, что «формулы обращения являются ярким отражением социальных отношений, характерных для рассматриваемой лингвокультурной общности и определяемых исторически сложившейся дистанцией между ее членами (как вертикальной, так и горизонтальной)» (Смит, Ларина, 2003, с. 79). В следующем контексте инвестор обращается по имени к старшему вице-президенту и главному финансовому директору *Apple* Луке Маэстри/Luca Maestri – одному из самых известных финансовых директоров в мире: *Luca, maybe if we start with you.* В целом, за последние десятилетия обращение по имени в англоязычной коммуникативной культуре стало нормой в силу действия принципов равенства и демократизации общества. Более того, в деловом общении закрепляется ориентация инициировать со стороны говорящего ту форму обращения к себе, которая нивелирует дистантность. Следующая реплика иллюстрирует стремление генерального директора (*Apple's* CEO, Tim Cook) не акцентировать статусно-ролевые позиции, когда он берет слово в официальной обстановке: *Tim Cook: Hi, it's Tim. The — we were up 6% <...>.* Использование коммуникантами имен в ходе обсуждения отчета свидетельствует о предпочтении строить равные отношения, реализуя прагматическую функцию по достижению общей цели общения, например, *Wamsi Mohan: Thank you so much, Tim. Mike Ng: Wonderful. Thank you, Tim.*

В этом плане следует отметить прагматически сходную тенденцию при обращении к группе людей. Как известно, согласно правилам речевого этикета, «обращение к адресатам, объединенным одной ситуацией, в англоязычном общении характеризуется неименной формулой» (Смит, Ларина 2003, с. 82). Так, при обращении к группе адресатов участники данного совещания используют номинативную формулу, принятую в неофициальной речевой ситуации, обычно относящуюся к знакомым людям: *Hey guys, good evening. And then, as a follow-up, you folks <...>*.

Таким образом, анализ коммуникативных практик демонстрирует отчетливую тенденцию на неформальность в выборе лексических средств. Данный тренд позволяет сделать вывод о том, что устранение излишней официальности в процессе цифрового общения открывает возможности комфортного, оперативного, равноправного взаимодействия, что способствует большей эффективности в достижении цели коммуникации. Соответственно, в стратегическом аспекте имплементация разговорности в деловом обсуждении выступает средством реализации прагматической стратегии.

Сходная ситуация складывается и на грамматико-синтаксическом уровне. Здесь обращает на себя внимание использование таких средств, как (а) модальные глаголы и (б) эллиптические конструкции.

Употребление модальных глаголов, усиленных вводными словами с выражением модальности возможности, в онлайн-коммуникации изучаемого вида отмечено особыми характеристиками. Так, обращаясь с вопросами к топ-менеджерам компании, инвесторы активно употребляют в своих репликах модальные глаголы не только с целью соблюдения норм вежливого обращения, но и с целью гибкого регулирования степени дистантности между собой в сторону ее сокращения за счет снижения «градуса» эпистемичности: *But can you maybe just clarify a bit how we should think about Services growth for the March quarter? Could you maybe just talk about some of the efforts to support Vision Pro developer ecosystem.*

Изучение модальности, относящейся к области лингвистической прагматики, позволяет рассматривать речевое общение с позиций выражения отношений между коммуникантами, а «на отношение накладывает отпечаток степень знакомства или дистантность партнеров, социальная сфера, интенция, степень социализации коммуникантов, свойства установки личности, предрасположенность индивида к рефлексии» (Приходько, 2011, с. 263). В вышеприведенных примерах модальные глаголы *can, should, could*, служащие выражению диалогической модальности (термин А. И. Приходько), использованы в коллоквиальной грамматической конструкции *can / could you maybe*. К тому же, эффект разговорности усиливается благодаря введению разговорных формул с *just* и *a bit*. В данном случае достижение цели создания простой и доверительной атмосферы обеспечивается в том числе и синтаксическими средствами, являющимися вербальной реализацией кооперативной стратегии, что соответствует выводу ряда исследователей о том, что «ситуация максимального сближения речевого интернет-стиля с традициями разговорного стиля вообще повышает степень доверия к высказыванию, что крайне важно при осуществлении деловых контактов» (Виноградова, 2004 с. 67). Как известно, в институциональной коммуникации большую роль играет социальный статус коммуникантов, а также должностная иерархия. Соответственно, выстраивание диалога «на равных» обусловлено обоюдным желанием коммуникантов к гармоничной кооперации, стремлением избежать противостояния с целью победить оппонента.

Следующей особенностью выбора языковых средств на грамматико-синтаксическом уровне является употребление эллиптических конструкций. Прагматический потенциал эллипсиса в первую очередь воплощается в неформальном общении – собственно, появление

феномена эллипсиса и обусловлено такими явлениями, «как спонтанность, ситуативность, эмоциональная окрашенность и непринужденность» (Дубинина, Никитинская, 2020, с. 20). Однако, практика сетевого общения в рамках институциональной коммуникации также допускает интеграцию неполных синтаксических конструкций: *___Remember the early days of the internet? ___Would just love to kind of get your perspective on how we think about the demand cadence, how it might be different than maybe historically.* Представляется, что употребление эллиптических конструкций в интернет-коммуникации объясняется не только экономией языковых средств, интуитивно восстанавливаемых в той или иной ситуации, но и реализацией стратегий кооперативного плана, выражающих симметричные позиции коммуникантов и / или солидарность.

В настоящее время заметный сдвиг к употреблению разговорной формы общения в институциональном коммуникативном взаимодействии побуждает исследователей заниматься вновь появившимися проблемами в изучении английского языка – разговорной грамматикой. Как правило, основной сферой, в которой разговорная грамматика проявляется наиболее ощутимо, является «ежедневное, обиходное общение, протекающее в неформальной обстановке» (Виноградова, 2017, с. 77). Тем не менее, как показывает анализ коммуникативных практик, разговорная грамматика внедряется в область институционального общения и в первую очередь проявляется в цифровом формате. Последние исследования показывают, что разговорность квалифицируется как уникальная особенность сетевой коммуникации, проявляющаяся в размытости границ между публичным и личным общением, «что отражается в цифровых коммуникативных практиках, когда, казалось бы, публичная речь начинает приобретать качества речи разговорной, свойственной для неофициального устного общения» (Иванова, 2024, с. 39).

Анализ языкового материала с акцентом на задействованные в нем лексико-грамматические единицы позволяет проследить, как меняются поведенческие модели от статусно-ориентированных в сторону равноправных не только в силу действия существующей традиции сгладить иерархичность отношений, но и ввиду значительного влияния цифрового формата общения. Коллоквиализация, использование идиом, фразовых глаголов, обращение по имени являются языковым выражением стратегий прагматического плана, направленных на сокращение дистанции между коммуникантами. Тенденция к уменьшению дистанцированности от собеседника прослеживается также и на грамматико-синтаксическом уровне. Интеграция элементов разговорной грамматики (употребление эллиптических конструкций и упрощенных моделей с модальными глаголами) в область социального общения служит реализацией стратегий и тактик кооперативного типа.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование дает основания полагать, что весомость ряда важнейших традиций в англоязычном институциональном общении, базирующихся на известных принципах вежливости, в настоящее время может быть в определенной степени пересмотрена, так как в условиях сетевого формата процесс коммуникации приобретает новые специфические черты.

Проведенный анализ коммуникативного поведения представителей англоязычного сообщества в сфере цифрового институционального общения в формате телеконференции свидетельствует о том, что детерминированное дигитальными рамками, общение трансформируется по причине того, что в условиях онлайн-коммуникации ее участники предпочитают

использовать коммуникативные стратегии и тактики, направленные на сокращение дистанцированности. Данный арсенал коммуникативных инструментов позволяет достигать прагматических целей коммуникации более оперативно и комфортно, при этом коммуниканты прибегают ко все большей разговорности в стиле общения. Коррелируя полученные данные анализа вербального поведения коммуникантов относительно параметра дистанцированности «по вертикали», нельзя не отметить, что в англоязычном деловом цифровом общении существующая доминанта сохраняет направленность к дальнейшему сокращению своей культурно-обусловленной меры.

Выявленные расхождения относительно параметра дистанцированности в ходе лингвокультурологической интерпретации дают основания для ряда утверждений. Анализ коммуникативных практик показывает, что онлайн-общение способствует модификации процесса коммуникации. Несмотря на устойчивость культурологических доминант речевого общения, в англоязычном деловом общении прослеживается тенденция нивелирования некоторых доминантных черт коммуникативной культуры в связи с растущей значимостью сетевого формата: желание сократить реальную отдаленность участников коммуникации приводит к использованию языковых средств, направленных в том числе и на сокращение коммуникативной дистанции, обусловленной социальными факторами и иерархическими отношениями.

Перспективы в исследовании данной проблематики связаны с дальнейшим изучением воздействия цифровизации на особенности профессионального поведения в бизнес-среде, так как именно эта среда демонстрирует наибольшую мотивированность в развитии информационно-коммуникационных технологий. Кроме того, поскольку «киберпространство становится одним из факторов социальной среды, способствующих процессу глобализации» (Первушина и др., 2017, с. 69), очевидна целесообразность проведения сопоставительных исследований на предмет выявления того, как глобальные тенденции влияют на коммуникативное поведение представителей различных сообществ, реализуясь в рамках отдельно взятых лингвокультур. Кроме того, принимая во внимание ограничения, которые обусловлены использованием материала, касающегося работы компании мирового уровня, можно было бы провести подобного рода сравнительный анализ бизнес-коммуникации в компаниях разного статуса и масштаба.

Конфликт интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ВЫБОРКИ

Apple (AAPL) Q4 2024 Earnings Call Transcript [Электронный ресурс] // GuruFocus. 01.02.2024. URL: <https://www.gurufocus.com/stock/AAPL/transcripts/2181653> (дата обращения: 10.11.2024).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аристотель. Поэтика. Риторика / пер. с древнегреч. В. Апфельрота, Н. Платоновой.. СПб., 2000.
2. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Парадоксы стилистической дифференциации идиом // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: труды Международной конференции «Диалог-2003». Москва: Изд-во РГГУ, 2003. С. 132-135.
3. Виноградова Д.С. Разговорная грамматика английского языка: особенности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 11(77): в 3-х ч. Ч. 3. С. 77-79. Тамбов: Грамота.
4. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. Казань, 2004. С. 63-67.
5. Гутшмидт К. Общие тенденции и специфические формы их представления в современных славянских языках // Jazykovědný časopis. 1998. № 49. С. 15-26.
6. Дистанция социальная [Электронный ресурс] // Энциклопедический словарь по психологии и педагогике. 2013. URL: https://psychology_pedagogy.academic.ru/5900/ (дата обращения: 12.08.2024).
7. Дубинина Е.В., Никитинская Л.В. Языковые способы придания разговорности речи персонажей художественной литературы (на примере произведения «The Great Gatsby» Ф. С. Фицджеральда) // Общетеоретические и частные вопросы современного языкознания: сборник научных статей конференции «Актуальные вопросы филологии, межкультурной коммуникации и лингводидактики», Чебоксары, 29–30 апреля 2020 года. Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2020. С. 18-24.
8. Дудникова Л.В., Медведева М.С. Лингвистические особенности англоязычной интернет-коммуникации (на материале современных социальных сетей) // Филология. Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. 2022. № 6. С. 202-206. doi:10.52452/19931778_2022_6_202
9. Зарапин О.В., Шапиро О.А. Симпозион и симпозиум как форматы текстовой культуры // Эпистемология и философия науки. 2017. Т. 52. № 2. С. 168–183. doi:10.5840/eps201752237
10. Зиновьева Э.А., Серых К.Д., Федькина Е.С., Романов А.В. Английская фразеология в деловой коммуникации [Электронный ресурс] // Гуманитарные научные исследования. 2023. № 5. URL: <https://human.snauka.ru/2023/05/55400> (дата обращения: 01.11.2024).
11. Золотова Г.А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. Москва: URSS, 2005.
12. Иванова С.В. Профессионал в цифровом пространстве: стратегии создания и трансформации образа // Terra Linguistica. 2024. Т. 15. № 2. С. 36–44. <https://doi.org/10.18721/JHSS.15203>
13. Исаева М.С. Финансовая телеконференция: лингвистические и речевые характеристики [Электронный ресурс] // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики в современном иноязычном образовании: сборник научных статей. 2023. Вып. 1. С. 45-51. Саратов: Саратовский университет. URL: https://www.sgu.ru/sites/default/files/page/files/aplilvsio_23.pdf (дата обращения: 01.11.2024).

14. Карасик В.И. Дискурсивная точность: функциональные характеристики // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. Т. 2. С. 61-71. <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2022-3-2-61-71>
15. Комарова З.И. Коммуникативно-прагматическая парадигма в дисциплинарно-методологическом пространстве современной лингвистики // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 1 (292). Вып. 73. С. 66-71.
16. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001.
17. Кузьменкова Ю.Б. От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев и россиян. 3-е издание. М.: Издательский дом «Сказочная дорога», 2014.
18. Моисеев М.В. Применение дефиниционного анализа в лингвокультурологическом исследовании // Вестник Омского университета. 2010. № 3. С. 142-148.
19. Первушина В.Н., Савушкин Л.М., Хуторной С.Н. Особенности коммуникации в киберпространстве // Вестник ВГУ. Серия: Философия. 2017. № 1. С. 59–71.
20. Поуви Дж. Английские фразовые глаголы и их употребление: учебное пособие. М.: Высш. шк., 1990.
21. Приходько А.И. Статус оценочной модальности в языке // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Т. 24 (63). № 3. С. 260-264.
22. Словарь:коллоквиализация [Электронный ресурс] // Энциклопедия Руниверсалис. URL: <https://руни.рф/Словарь:коллоквиализация> (дата обращения: 07.12.2024).
23. Смит С., Ларина Т.В. Обращение в английской коммуникативной культуре (в сопоставлении с русской) // Вестник РУДН, сер. Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2003. № 1. С. 79-91.
24. Третьякова В.С. Конфликт как феномен языка и речи // Известия Уральского государственного университета. 2003. № 27. С. 143-152.
25. Чанышева З.З. Взаимодействие языковых и неязыковых факторов в процессе речевого общения: Уч. пособие. Уфа: БашГУ, 1984.
26. Чернявская В.Е. Медиальность: опыт осмысления формирующейся парадигмы в лингвистике [Электронный ресурс] // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 7–14. URL: <https://medialing.ru/medialnost-opyt-osmysleniya-formiruyushchejsya-paradigmy-v-lingvistike/> (дата обращения: 12.08.2024).
27. Чернявская В.Е. Модусы сетевого пространства: вводные замечания // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 2. С. 7–13. doi:10.18721/JHSS.11201
28. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Избранные труды. М.: Прогресс, 1985.
29. Earnings call [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/earnings-call> (дата обращения: 07.12.2024).
30. Jump/climb/get on the bandwagon [Электронный ресурс] // Cambridge English Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/jump-climb-get-on-the-bandwagon> (дата обращения: 07.12.2024).
31. Pretty Good – Meaning & Synonyms [Электронный ресурс] // Grammarhow. URL: <https://grammarhow.com/pretty-good-meaning/> (дата обращения: 07.12.2024).
32. Roll (something) out [Электронный ресурс] // Cambridge English Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/roll-out> (дата обращения: 07.12.2024).

33. Touch on/upon sth [Электронный ресурс] // Cambridge English Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/touch-on-upon?q=touch+on> (дата обращения: 07.12.2024).

SAMPLE SOURCES

Apple (AAPL) Q4 2024 Earnings Call Transcript. (2024, February 01). GuruFocus. <https://www.gurufocus.com/stock/AAPL/transcripts/2181653>

REFERENCES

1. Aristotle. (2000). *Poetika. Ritorika [Poetry. Rhetoric]* (V. Appelrot & N. Platonova, Trans.). Saint Petersburg (in Russian).
2. Baranov, A.N., & Dobrovolskiy, D.O. (2003). Paradoksy stilisticheskoi differentsiatsii idiom [Paradoxes of stylistic differentiation of idioms]. In *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nye tekhnologii: trudy Mezhdunarodnoi konferentsii «Dialog-2003» [Computer linguistics and intellect technologies: proceedings of the International conference "Dialogue-2003"]* (pp. 132-135). Moscow: Russian State Humanitarian University publishing house (in Russian).
3. Cambridge Dictionary. (n.d.). Earnings call. In *Cambridge Dictionary*. Retrieved December 7, 2024, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/earnings-call>
4. Cambridge Dictionary. (n.d.). Jump/climb/get on the bandwagon. In *Cambridge English Dictionary*. Retrieved December 7, 2024, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/jump-climb-get-on-the-bandwagon>
5. Cambridge Dictionary. (n.d.). Roll (something) out. In *Cambridge English Dictionary*. Retrieved December 7, 2024, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/roll-out>
6. Cambridge Dictionary. (n.d.). Touch on/upon sth. In *Cambridge English Dictionary*. Retrieved December 7, 2024, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/touch-on-upon?q=touch+on>
7. Chanyшева, Z.Z. (1984). *Vzaimodeistvie yazykovykh i neyazykovykh faktorov v protsesse rechevogo obshcheniya [Interaction of linguistic and non-linguistic factors in the process of speech communication]: Uch. posobie [Study guide]*. Ufa: BashSU (in Russian).
8. Chernyavskaya, V.E. (2015). Medial'nost': opyt osmysleniya formiruyushcheisia paradigmy v lingvistike [Mediality: analyzing a new paradigm in linguistics]. *Medialingvistika [Medialinguistics]*, 1(6), 7–14 (in Russian). <https://medialing.ru/medialnost-opyt-osmysleniya-formiruyushcheisia-paradigmy-v-lingvistike/>
9. Chernyavskaya, V.E. (2020). Modusy setevogo prostranstva: vvodnye zamechaniya [Notes on digital communication modi]. *Obshchestvo. Kommunikaciya. Obrazovanie [Society. Communication. Education]*, 11(2), 7–13 (in Russian). doi:10.18721/JHSS.11201

10. Dubinina, E.V., & Nikitinskaia, L.V. (2020). Iazykovye sposoby pridaniia razgovornosti rechi personazhei khudozhestvennoi literatury (na primere proizvedeniia «The Great Gatsby» F. S. Fitsdzheral'da) [Linguistic methods of making the speech of characters in fiction colloquial (using the example of the work “The Great Gatsby” by F.S. Fitzgerald)]. In N.V. Kormilina, N.Yu. Shugaeva (Eds.), *Obshcheteoreticheskie i chastnye voprosy sovremennogo iazykoznanii: sbornik nauchnykh statei [General theoretical and specific issues of modern linguistics: a collection of scientific articles], Aktual'nye voprosy filologii, mezhkul'turnoi kommunikatsii i lingvodidaktiki [Conference on Relevant Issues in Philology, Intercultural Communication and Linguistic Didactics], Cheboksary, Russia, 29–30 April 2020* (pp. 18-24). Cheboksary: Chuvash I. Yakovlev State Pedagogical University, EDN HQRGQC (in Russian).
11. Dudnikova, L.V., & Medvedeva, M.S. (2022). Lingvisticheskie osobennosti angloiazychnoi internet-kommunikatsii (na materiale sovremennykh sotsial'nykh setei) [Linguistic Features of English Internet Communication (based on the material of modern social networks)]. *Filologiya. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta imeni N.I. Lobachevskogo [Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod]*, 6, 202-206 (in Russian). doi:10.52452/19931778_2022_6_202
12. Ehntsiklopediya Runiversalis [Encyclopedia Runiversalis]. (n.d.). Slovar':kollokvializatsiya [Dictionary: colloquialization]. Retrieved December 7, 2024, from <https://руни.рф/Словарь:КОЛЛОКВИАЛИЗАЦИЯ> (in Russian).
13. Entsiklopedicheskiy slovar' po psikhologii i pedagogike [Encyclopedic Dictionary of Psychology and Pedagogy]. (2013). Dstantsiya sotsial'naya [Social Distance]. In *Encyclopedic Dictionary of Psychology and Pedagogy* (in Russian). https://psychology_pedagogy.academic.ru/5900/
14. Grammarhow. (n.d.). Pretty Good – Meaning & Synonyms. In *Grammarhow*. Retrieved December 7, 2024, from <https://grammarhow.com/pretty-good-meaning/>
15. Gutshmidt, K. (1998). Obshchie tendentsii i spetsificheskie formy ikh predstavleniia v sovremennykh slavianskikh iazykakh [General tendencies and specific forms of their representation in modern Slavic languages]. *Jazykovědný časopis [Journal of Linguistics]*, 49, 15-26 (in Russian).
16. Isaeva, M.S. (2023). Finansovaia telekonferentsiia: lingvisticheskie i rechezhanrovye kharakteristiki [Earnings call: linguistic and speech characteristics]. In G.A. Nikitina (Ed.), *Aktual'nye problemy lingvistiki i lingvodidaktiki v sovremennom inoiazychnom obrazovanii [Actual problems of linguistics and linguodidactics in modern foreign language education]: collection of scientific articles, issue 1* (pp. 45-51). Saratov: Saratov University (in Russian). https://www.sgu.ru/sites/default/files/page/files/aplilvsio_23.pdf
17. Ivanova, S.V. (2024). Professional v tsifrovom prostranstve: strategii sozdaniia i transformatsii obraza [A professional in digital space: strategies for creating and transforming the image]. *Terra Linguistica*, 15(2), 36–44 (in Russian). <https://doi.org/10.18721/JHSS.15203>
18. Jakobson, R. (1985). *Lingvistika i poetika [Linguistics and poetics]*. Izbranny'e trudy' [Selected works]. Moscow: Progress (in Russian).
19. Karasik, V.I. (2022). Diskursivnaia tochnost': funktsional'nye kharakteristiki [Discourse precision: functional characteristics]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics]*, 3(2), 61-71 (in Russian). <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2022-3-2-61-71>

20. Komarova, Z.I. (2013). Kommunikativno-pragmatischeeskaya paradigma v disciplinarno-metodologicheskom prostranstve sovremennoj lingvistiki [Communicative pragmatic paradigm in a disciplinary methodological space of modern linguistics]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie* [Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art Studies], 1(292), 73, 66–71 (in Russian).
21. Krasnykh, V.V. (2001). *Osnovy psikholingvistiki i teorii kommunikatsii* [Fundamentals of psycholinguistics and communication theory]. Moscow: Gnosis (in Russian).
22. Kuzmenkova, Yu.B. (2014). *Ot traditsii kul'tury k normam rechevogo povedeniia britantsev, amerikantsev i rossiian* [From cultural traditions to norms of speech behavior of the British, Americans and Russians]. Moscow: Skazochnaya doroga publishing house [Fairytale Road] (in Russian).
23. Moiseev, M.V. (2010). Primenenie definicionnogo analiza v lingvokul'turologicheskom issledovanii [Application of definitional analysis in linguocultural research]. *Vestnik Omskogo universiteta* [Herald of Omsk University], 3, 142-148 (in Russian).
24. Pervushina, V.N., Savushkin, L.M., & Khutornoi, S.N. (2017). Osobennosti kommunikatsii v kiberprostranstve [Features of communication in cyberspace]. *Vestnik VGU. Seriya: Filosofiya* [Proceedings of Voronezh State University. Series: Philosophy], 1, 59-71 (in Russian).
25. Povey, J. (1990). *Angliiskie frazovye glagoly i ikh upotreblenie: uchebnoe posobie* [English phrasal verbs and how to use them: a teaching guide]. Moscow: Higher School.
26. Prikhodko, A.I. (2011). Status otsenочноi modal'nosti v iazyke [Status Assessment of Modality in Language]. *Ucheny'e zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo, Seriya «Filologiya. Social'ny'e kommunikacii»* [Scientific Notes of the Tavrichesky V. I. Vernadsky National University. Series "Philology. Social Communications"], 24(63), 3, 260-264 (in Russian).
27. Smith, S., & Larina, T.V. (2003). Obrashchenie v angliiskoi kommunikativnoi kul'ture (v sopostavlenii s russkoi) [The Reference in the English Communicative Culture (in Comparison with Russian)]. *Vestnik RUDN, ser. Russkij i inostranny'e yazyki i metodika ikh prepodavaniya* [Bulletin of People's Friendship University of Russia. Series: Russian and Foreign Languages. Methods of its Teaching], 1, 79-91 (in Russian).
28. Tretiakova, V.S. (2003). Konflikt kak fenomen iazyka i rechi [Conflict as a phenomenon of language and speech]. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in education, science and culture], 27, 143-152 (in Russian).
29. Vinogradova, D.S. (2017). Razgovornaia grammatika angliiskogo iazyka: osobennosti [Spoken English Grammar: Features]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], 11(77), 77-79. Tambov: Gramota (in Russian).
30. Vinogradova, T.S. (2004). Spetsifika obshcheniia v internete [Specifics of communication on the Internet]. In N.A. Andramonova (Ed.), *Russkaia i sopostavitel'naia filologiya: Lingvokul'turologicheskii aspekt* [Russian and comparative philology: Linguistic and cultural aspect] (pp. 63-67). Kazan (in Russian).
31. Zарapin, O.V., & Shapiro, O.A. (2017). Simpozion i simpozium kak formaty tekstovoi kul'tury [Symposion and symposium as the modes of the text culture]. *Epistemologiya i filosofiya nauki* [Epistemology & Philosophy of Science], 52(2), 168–183 (in Russian). doi:10.5840/eps201752237

32. Zinovieva, E.A., Serykh, K.D., Fedkina, E.S., & Romanov, A.V. (2023). Angliiskaia frazeologiya v delovoi kommunikatsii [English Phraseology in Business Communication]. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniia [Humanitarian Scientific Research]*, 5 (in Russian). URL: <https://human.snauka.ru/2023/05/55400>

33. Zolotova, G.A. (2005). *Ocherk funktsional'nogo sintaksisa russkogo yazyka [Essay on the functional syntax of the Russian language]*. Moscow: URSS (in Russian).

Информация об авторах:

Иванова Светлана Викторовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английского языка Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Россия). Сфера научных интересов: лингвокультурология, теория текста, медиалингвистика, коммуникативная лингвистика, лингвопрагматика, когнитивная лингвистика. ORCID: 0000-0002-0127-9934.

Носова Оксана Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Уфимского государственного нефтяного технического университета (Уфа, Россия). Сфера научных интересов: коммуникативная лингвистика, лингвокультурология, лингвопрагматика. ORCID: 0000-0003-1017-7507.

Получено: 11 декабря 2024 г.

Принято к публикации: 10 февраля 2025 г.

MODIFICATION OF ONLINE COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF CULTURALLY DETERMINED FEATURES OF COMMUNICATIVE BEHAVIOR

Svetlana V. Ivanova

Saint Petersburg State University

(St. Petersburg, Russia)

svet_victoria@mail.ru

Oxana E. Nosova

Ufa State Petroleum Technical University

(Ufa, Russia)

nosova.oxana10@yandex.ru

Abstract: This study investigates the communicative behavior of English-speaking professionals in institutional online exchanges. The background for this research lies in the growing importance of digital communication in business and the recognized need in linguistics for a deeper understanding of its pragmatic and linguacultural aspects, especially as remote work and international collaborations expand. The purpose of the study is to establish the specifics of the manifestation of distancing in institutional online communication through reference to its

verbal markers. The empirical material comprises transcripts of earnings calls from a prominent American corporation, offering authentic examples of contemporary business discourse in a tel-conference format. Communicative-pragmatic and linguacultural approaches employed to reach the goal preconditioned the use of definitive, contextual, and communicative functional methods. The communicative-pragmatic perspective of the study was focused on identifying the features of the verbal behavior of communicants, manifested in the preference for certain communication strategies within the digital communication format. The linguacultural focus of the study made it possible to reveal the linguistic embodiment of communication strategies as well as to analyze the correlation of linguistic analysis data with culturally specific features of speech behavior. The main result of the analysis reveals a discernible trend towards reduced distancing in English-language business online communication compared to traditional offline discourse. This suggests a significant adaptation of culturally ingrained communication norms in response to the affordances of digital formats, prioritizing immediacy and perceived closeness. The relevance of this research extends to tracking best practices in online professional communication, particularly in cross-cultural interactions where perception of subtle changes in communicative norms is vital for effective collaboration and relationship building in the digital age. The prospects of the investigation suggest further study of the problems associated with the shifts in the boundaries of social communication in the framework of Internet communication.

Keywords: online communication, digital communication, communication strategy, communicative values, distancing, institutional communication.

How to cite this article: Ivanova, S.V., Nosova, O.E. (2025). Modification of Online Communication in the Context of Culturally Determined Features of Communicative Behavior. *Professional Discourse & Communication*, 7(1), 108–125 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-1-108-125>

About the authors:

Svetlana V. Ivanova, Dr. Sci. (Philology), is a professor in the Department of the English Language at Saint Petersburg State University (St. Petersburg, Russia). Sphere of interests: cultural linguistics, text theory, media linguistics, communicative linguistics, pragmatics, cognitive linguistics. ORCID: 0000-0002-0127-9934

Oxana E. Nosova, Cand. Sci. (Philology), is an associate professor in the Department of Foreign Languages at Ufa State Petroleum Technical University (Ufa, Russia). Sphere of interests: communicative linguistics, cultural linguistics, pragmatics. ORCID: 0000-0003-1017-7507.

Received: December 11, 2024.

Accepted: February 10, 2025.