

ISSN 2687-0126

PROFESSIONAL DISCOURSE & COMMUNICATION

**Дискурс
профессиональной
коммуникации**

VOLUME 7 ISSUE 3
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. Gasparian

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

Yau Ni Jenny Wan

Hong Kong Shue Yan University (HKSYU), Hong Kong, China

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

Дженни Ван

PhD, доцент кафедры английского языка
и литературы, Гонконгский университет
Сюянь, Китай

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 3	7
Editor-in-Chief Dmitry S. Khramchenko	
Original article	
Meaning Construction, Identity Representation, and Political Messaging in the Campaign Jingles of APC and SDP in the 2022 Ekiti Gubernatorial Election	9
by Moses Olusanya Ayoola	
The Institutional Discourse of Authorities and Firefighting Services in Political Cartoons: 2025 Los Angeles Wildfire	24
by Alyona V. Dymova, Victoria Yu. Kareva, Anastasia I. Zolotaiko	
Artificial Intelligence and Foreign Language Learning in Higher Education: Analysis of Research Methods	54
by Alexandra E. Ulanova, Anastasia V. Buniakova, Andrei Y. Lazko	
The Conceptual Framework “Medicine” in English and German Educational Discourses: A Case Study of <i>Speakout</i> and <i>Die Neue Linie 1</i>	69
by Viktoriya E. Shukman, Anastasiya A. Golubykh	
Metaphorical Models in Motivational Discourse: A Study of Anglo-American Commencement Speeches	91
by Yulia I. Shcherbinina, Anna V. Shcherbinina	
Pragmatic Aspects of Translating the Nivkh Fairy Tale “Why there Are Few People on Earth” into Russian and English	116
by Natalia A. Kurakina, Sofia V. Grebneva	

Содержание

Слово главного редактора	7
Храмченко Д.С.	
Оригинальные статьи	
Смысловое оформление, репрезентация идентичности и политический посыл в предвыборных слоганах политических партий на губернаторских выборах в Экити в 2022 году	9
Айула М.О.	
Институциональный дискурс властей и пожарных служб сквозь призму политической карикатуры (на материале освещения лесных пожаров в Лос-Анджелесе в 2025 году)	24
Дымова А.В., Карева М.Ю., Золотайко А.И.	
Искусственный интеллект и изучение иностранных языков в системе высшего образования: обзор методов исследования	54
Уланова А.Е., Бунякова А.В., Ласько А.Ю.	
Концептосфера «медицина» в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах (на материале УМК <i>Speakout</i> и <i>Die neue Linie 1</i>)	69
Шукман В.Э., Голубых А.А.	
Метафорика мотивационного дискурса (на материале англо-американских напутственных речей)	91
Щербинина Ю.И., Щербинина А.В.	
Особенности перевода нивхской сказки «Почему на земле людей мало» на русский и английский языки: прагматический аспект	116
Куракина Н.А., Гребнева С.В.	

INTRODUCTION TO VOLUME 7 ISSUE 3

Dmitry S. Khramchenko, Editor-in-Chief

Welcome to Volume 7, Issue 3 of *Professional Discourse & Communication*. This time, we present a compelling group of articles that collectively examine the precise functional-pragmatic and cognitive-discursive mechanisms by which language and communication in professional and institutional areas actively construct our socio-political and cultural world-views, solidifying our identities and modifying perceptions.

This issue features works by authors from Russia, Nigeria, and Finland, who cover a wide array of research topics – from the semiotic battles waged in political advertising to the metaphorical scaffolding of motivational speeches, and from the methodological debates in academic research to the delicate art of properly translating endangered folklore, showing how semantics and pragmatics of speech is systematically established and preserved through specialized communicative practices.

The articles, taken collectively, center on three primary thematic axes that are fundamental to the study of professional and institutional communication: how linguistic means of discourse create and sustain institutional image and power, the codification of knowledge in the educational sphere, and the linguistic characteristics of specialized professional genres. The types of discourse analyzed in Volume 7, Issue 3 are correspondingly broad, including political campaign discourse, crisis communication, academic research discourse, pedagogical discourse in textbooks, motivational rhetoric, and the discourse of literary translation.

This issue opens by examining how institutional discourse operates in public life, particularly during periods of high-stakes political challenges and social crises. In “*Meaning Construction, Identity Representation, and Political Messaging in the Campaign Jingles of APC and SDP in the 2022 Ekiti Gubernatorial Election*,” Moses Olusanya Ayoola applies Systemic Functional Grammar and Critical Discourse Analysis to meticulously deconstruct the discursive strategies of identity formation. He shows how one political party in Nigeria framed its candidate as an agent of continuity through material processes, when its rival used relational processes to craft an identity of moral restoration. The author’s description of a central symbolic contest – that of a traditionalist “white horse” challenged in discourse by a modernist “luxurious car” – illustrates with great clarity how political messaging functions as a well thought-through, calculated instrument of socio-political control in the African electoral procedures.

Continuing this focus on public perception and institutional image, Alyona Dymova, Victoria Kareva, and Anastasia Zolotaiko in “*The Institutional Discourse of Authorities and Fire-fighting Services in Political Cartoons: 2025 Los Angeles Wildfires*” turn their attention to crisis communication as seen through the perspective of political cartoons. Their multimodal critical discourse analysis exposes a crucial and highly expressive binary in the framing of institutional actors. By means of a certain metaphorical arsenal, politicians are consistently cast as incompetent, malicious figures, with firefighters persistently glorified and simultaneously portrayed as victims of systemic failure. This study effectively demonstrates how multimodal, polycode texts transform complex institutional narratives into accessible, emotionally charged criticism, which influences public opinion and reminds recipients that in frequent

moments of disaster, visual discourse becomes an important medium for social commentary and accountability.

The next article in this issue moves to the institutional frameworks where professional knowledge is created and disseminated. In a timely and methodologically reflective paper, *“Artificial Intelligence and Foreign Language Learning in Higher Education: Analysis of Research Methods,”* Alexandra Ulanova, Anastasia Buniakova, and Andrei Lazko review a substantial part of international academic discourse surrounding artificial intelligence in the professional area of teaching foreign languages. Their analysis of research publications demonstrates a heavy reliance on quantitative methods, particularly questionnaires. From this finding, they make a convincing case for embracing a wider range of qualitative and theoretical approaches. The authors reasonably argue that to truly understand the ethical and behavioural specifics of human-AI interaction in higher education, the profession of academic research must evolve its methodologies beyond standardized metrics.

This examination of structured knowledge is complemented by the article *“The Conceptual Framework ‘Medicine’ in English and German Educational Discourses: A Case Study of Speakout and Die Neue Linie 1,”* in which Viktoriya Shukman and Anastasiya Golubykh conduct a comparative analysis of how the conceptual framework of “Medicine” is presented in beginner-level textbooks of English and German as foreign languages. Their results make a point about distinct cultural-pedagogical philosophies at work: the English curriculum constructs a holistic “concept-gestalt” of wellness and mindfulness (“the little things to be healthy and happy”), whereas the German approach emphasizes a practical “concept-scenario” focused on visiting a doctor. This study shows how educational materials perform the function of artifacts of institutional discourse, embedding different cultural priorities and models of practical competence directly into the language-learning process.

The final pair of articles explores the linguistic foundations of two particular professional practices: motivational rhetoric and literary translation. In *“Metaphorical Models in Motivational Discourse: A Study of Anglo-American Commencement Speeches,”* Yulia Shcherbinina and Anna Shcherbinina provide a fascinating cognitive-discursive analysis of metaphors in Anglo-American commencement speeches. They meticulously map the detected key metaphorical models that speakers professionally use to transform abstract advice into tangible, resonant imagery for graduates. By linking speakers’ professional identities to their preferred metaphors, the authors show how this key genre of motivational discourse relies on a culturally embedded symbolic system to inspire and guide.

Finally, Natalia Kurakina and Sofia Grebneva’s *“Pragmatic Aspects of Translating the Nivkh Fairy Tale ‘Why There Are Few People on Earth’ into Russian and English”* turns to the critical professional sphere of translation and cultural preservation. The authors investigate the pragmatic problems of translating a Nivkh story into Russian and English. Their work underscores the immense responsibility of the translator as a cultural mediator, especially when working with the folklore of an endangered language. By analyzing the treatment of onomastic realia and culturally specific allusions and terms, they expose the pragma-semantic losses that tend to occur when a translator prioritizes lexical equivalence over cultural fidelity. This study is a powerful statement on the professional act of translation as a tool for linguistic revitalization and the preservation of unique worldviews.

We are confident that the examinations presented in this issue will stimulate further research and critical reflection on the profound effects of communication in all its professional forms.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-9-23>

MEANING CONSTRUCTION, IDENTITY REPRESENTATION, AND POLITICAL MESSAGING IN THE CAMPAIGN JINGLES OF APC AND SDP IN THE 2022 EKITI GUBERNATORIAL ELECTION

Moses Olusanya Ayoola

Bamidele Olumilua University of Education, Science and Technology

(Ikere-Ekiti, Nigeria)

olusanyaayoolamovi@gmail.com

Abstract: In Nigerian political campaigns, radio jingles are a pervasive and influential medium for the formation of public opinion. This study focuses on the 2022 gubernatorial election in Ekiti State, a significant off-cycle contest that served as a barometer for the subsequent 2023 national elections and reflected the evolving characteristics of Nigerian electoral politics. The study aims to investigate meaning construction, identity representation, and political messaging in the campaign jingles of the two leading parties. It specifically explores how linguistic choices are strategically deployed to construct candidate identities and reinforce competing political ideologies. The corpus consists of twelve purposively selected radio jingles broadcast by the All Progressives Congress (APC) and the Social Democratic Party (SDP). Adopting a mixed-method design, the analysis is grounded in Halliday's Systemic Functional Grammar (SFG) to examine transitivity, mood, and modality. Critical Discourse Analysis (CDA) is used to interpret the correlation of language, political power, and socio-political context. The findings reveal distinct discursive strategies. APC jingles predominantly used material processes to construct their candidate as an agent of continuity and stable governance. In contrast, SDP employed relational and material processes to frame their candidate as a moral figure offering restoration and economic relief. A central finding is the symbolic contest waged through metaphor: SDP's traditionalist "white horse" was discursively challenged by APC's modernist "luxurious car," signifying a deeper ideological clash. Furthermore, mood analysis showed APC favoring declarative statements to inform, with SDP using more imperative and exclamatory clauses to mobilize and evoke emotion. This study demonstrates that political jingles are complex ritualistic texts that function as subtle instruments of socio-political control. By revealing how linguistic devices manufacture consent and reframe narratives, the research shows the discursive mechanisms of power and persuasion in the contemporary African electoral sphere.

Keywords: political discourse analysis, campaign jingles, identity construction, systemic functional grammar, critical discourse analysis, Nigerian politics, metaphor.

How to cite this article: Ayoola, M.O. (2025). Meaning Construction, Identity Representation, and Political Messaging in the Campaign Jingles of APC and SDP in the 2022 Ekiti Gubernatorial Election. *Professional Discourse & Communication*, 7(3), 9–23. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-9-23>

1. INTRODUCTION

Advertising, as a strategic communication tool, plays a pivotal role in shaping public opinion, particularly during political campaigns. Political advertisements serve as a platform for political parties to construct, project, and negotiate meanings and identities to connect with the voters, establish credibility, and secure electoral success. Radio, a widely accessible medium in Nigeria, remains a critical channel for political communication due to its affordability, reach, and ability to penetrate diverse socio-economic, religious, and linguistic demographics. During the 2022 gubernatorial election in Ekiti State, political parties extensively utilized radio advertisements to engage with the electorate, creating a fertile ground for studying how meaning and identity were crafted and communicated. A jingle is a pre-recorded message that is accompanied by songs, chants, and percussions aired on the radio frequently to advertise a product or pass information to the populace. According to Ikeokwu (2023, p. 593), “The jingle is a short catchy message either accompanied with songs, music, drama or slogans that easily registers in the psyche of the listeners”. Thus, the jingle becomes a potent means of selling a political candidate to the masses and a way of spreading his/her political ideologies during election campaigns in Nigeria.

The Ekiti gubernatorial election holds significant importance in Nigerian politics as one of the staggered off-cycle elections resulting from earlier political and judicial crises. Serving as the last major state election before the 2023 general elections, it functioned as a barometer for the political parties to gauge voters’ sentiment, party strength and popularity, and the effectiveness of political messaging nationwide. Its timing, just months before the general elections, made it a strategic opportunity for political actors to assess public response to their campaigns and refine their strategies for the national polls, and a critical site for discourse analysis on campaign strategies, voter mobilization, and identity construction in Nigeria. By analysing the linguistic elements embedded in the jingles of political parties in the 2022 gubernatorial election in Ekiti State, Nigeria, this study seeks to unveil the underlying strategies employed to persuade voters, construct party identities, and reflect the socio-political landscape of Ekiti State during the 2022 gubernatorial election campaign. This paper aims to research the meaning construction, identity representation, and political messaging in the campaign jingles by exploring the linguistic choices and identity markers evident in the radio jingles aired during the gubernatorial campaign. It investigates how political parties navigated cultural nuances and voter sentiments to construct persuasive messages.

2. LITERATURE REVIEW

The analysis of political campaign jingles from a linguistic perspective has garnered attention in discourse studies, particularly concerning identity construction and meaning-making. Political discourse, as a subfield of discourse analysis, seeks to understand how language is used to construct political ideologies, project candidates’ identities, and persuade the electorate (Van Dijk, 2006). In recent times, there have been diverse studies on Nigerian political advertisements

generally. Many of these studies using Nigerian political campaign jingles have examined their linguistic and persuasive strategies. Opeibi (2009) examined multimodal political advertising in Nigeria, emphasizing the role of code-switching and indigenous proverbs in political persuasion. Makinde & Adejumo (2024) examine the linguistic strategies used in political discourse to appeal to voters through a multimodal discourse analysis of campaign posters and billboards. Using Kress and Van Leeuwen's (2001) multimodal framework, the study explores how political candidates' use of language, visuals, slogans, colours, and other meaning-making resources enhances political discourse, as evident in their posters and billboards.

Advertisement has been a form of mass communication closely linked with the world of politics, commerce, marketing, and linguistics, and it is a powerful tool for the flow of information from politicians to the voters/electorates through an effective use of language. In the process of creating advertisements, the choice of expression is of crucial importance. Vaičėnienė (2006, p.43) claims that "In order to capture attention, convey the message and persuade the consumer, advertising texts use a range of manipulative language devices". Also commenting on how the ideology of the advertisement relates to the conditions in the society, Dyer (1982) explains: "It is important to be aware not just of the content, but also of the structure of signs in ads, the way meanings are exchanged, the way signifier and signified work, the way ads incorporate other reference systems and ideologies (even advertising itself), and the way they structure us into the ad and call upon us to create meaning. Only in this way can we understand the way ideology works and ties advertising to the existing conditions of society" (Dyer, 1982, p.187). Stating the extreme care that one should take about the use of language in advertisements, Ranade (1998, p.3) declares "...incredible, the amount of damage one may cause with a slight play on words here and there or a twist in the title, or even by the wilful omission of a single comma". The choice of language in advertisements, especially political jingles, may be dependent on several contextual factors such as the purpose of creating the jingle, the relationship of the political figure involved and the masses, the experience and the ideology of the political candidate, the content of the jingle, and the structures that exist within the linguistic system of the language. These are the factors considered in the current study for the analysis of the meaning construction, identity representation, and political messaging in the campaign jingles.

Several studies have used either or both SFG and CDA to analyse political texts. Eggins (2004) posits that the choice of process types in political discourse reveals a speaker's ideological positioning. She argues further that material processes (e.g., "build," "transform"), for instance, are commonly used in political promises, while relational processes (e.g., "is," "becomes") construct identity claims. Thompson (2014) used SFG to analyse political speeches, revealing how modality and mood choices influence voter perception. Similarly, Adetunji (2006) applied SFG to Nigerian political discourse, demonstrating how linguistic choices reflect cultural and political ideologies.

CDA has also been extensively used to analyse campaign strategies, media representations, and political identity construction. Fairclough (2003) examined the role of discourse in political campaigns, emphasizing how politicians use language to construct an image of trustworthiness and competence. Ademilokun (2013) focused on discursive features of selected political song texts of the 2011 Electioneering Campaign Rallies in South-Western Nigeria. Omiodara, Ajiboye, and Abioye (2020) take a critical discourse analysis approach to reveal the inherent meanings in, and socio-cultural implications of, the discourse of the sampled political jingles. Taiwo (2010) applied CDA to Nigerian presidential campaign speeches, highlighting how lexical choices and syntactic structures reinforce political dominance. The present study takes both SFG and CDA approaches to analyse the meaning construction, identity representation, and political messaging in the cam-

paign jingles. By focusing on the interplay between linguistic choices, rhetorical devices, and semiotic elements, this study offers a nuanced perspective that complements and extends existing research in the field.

3. THEORETICAL FRAMEWORK

This study adopts Systemic Functional Linguistics and Critical Discourse Analysis as the theoretical framework for the analysis of the campaign jingles. SFG is a theory of language and a methodology for analyzing texts and their contexts of use. Due to its dual nature, SFG aims to explain how individuals use language and how language is structured for its different usages (Eggins, 1994). Halliday (1978, p. 53) makes four central claims about language: “Language is functional in terms of what it can do or what can be done with it; Language is semantic in that it is used to make meanings; Language is semiotic in that it is a process of making meanings by selecting “from the total set of options that constitute what can be meant”; The language meanings generated and exchanged are motivated by their social and cultural contexts”. In SFL theory, language is viewed as being divided into three hierarchically interrelated strata. Firstly, there is the expression stratum, which is the material surface of language, either as speech or writing. This is the physical ‘realisation’ of the second stratum, that of the lexicogrammar, which corresponds to the conceptual level of the simple sentence or clause. The lexicogrammatical stratum itself is the realisation of the third stratum, that of the discourse semantics, which corresponds to the patterning of larger-scale textual structures above the level of the clause. These three strata in turn are related to three hierarchically arranged strata of context: the context of situation (the immediate situation in which a particular text is produced or consumed); the context of culture (the wider institutional and societal context of the text); and ideology.

Critical Discourse Analysis (CDA) has emerged as a robust framework for interrogating the relationships between language, power, ideology, and society. Among its most influential proponents, Norman Fairclough (1995; 2003) offers a version of CDA that sees discourse not only as text but also as a form of social practice that both reflects and shapes social structures. Fairclough’s model is based on a three-dimensional framework, involving: textual analysis, discursive practice, and social practice. Through this model, language is positioned as a tool for constructing, maintaining, and sometimes resisting power relations in specific sociopolitical contexts. Fairclough’s emphasis on intertextuality, interdiscursivity, and the ideological function of language makes his framework highly appropriate for exploring how candidates such as Biodun Abayomi Oyebanji (BAO) and Segun Oni are represented in political jingles within Ekiti State.

4. METHODOLOGY

This study adopts a primarily qualitative design supported by quantitative elements (frequency counts) to examine the meaning and identity in the radio jingle advertisements of the two leading political parties during the 2022 gubernatorial election in Ekiti State. The methodology is informed by the interpretive paradigm, which seeks to understand the subjective and contextual dimensions of communication. Radio jingles aired by the two major political parties – All Progressive Congress (APC) and Social Democratic Party (SDP) – during the campaign period were collected from local radio stations in Ekiti State. The radio stations are Ekiti FM, 91.5 (Ekiti state government radio station), FRESH FM, 106.9 (a private radio station), and Progress FM 100.5 (federal government radio station in Ekiti state). The selection focused on advertisements broadcast between April

and June 2022, aligning with the pre-election and campaign phases. Purposive sampling was employed to select six jingles each that reflect diverse political party affiliations, linguistic strategies, and thematic representations for each of the two political parties. The sample includes advertisements from the two leading political parties, the All Progressives Congress (APC) and the Social Democratic Party (SDP), which ensures a comprehensive representation of campaign messages. A lexico-grammatical analysis was conducted to identify the advertisements' recurring themes, symbols, and identity markers to see how the political actors are represented. This approach enabled the exploration of how political parties addressed voters' concerns, constructed narratives, and projected their ideologies. The advertisements were made in the Yoruba language, Ekiti dialect, and Nigerian Pidgin. Thus, the analysis was carried out based on the linguistic features of the original language. The English version of the sample expressions was only given in italics for the understanding of the readers. Two independent bilingual translators, fluent in both Yoruba and English, translated the original Yoruba/ Ekiti dialect jingles into English. One of the translators was familiar with the study's objectives to capture the intended meanings, while the other was blinded to the study's aims to provide an unbiased translation. The two English translations were compared, and discrepancies were discussed and resolved, resulting in a single reconciled English version. Halliday's Systemic Functional Linguistics (SFL) and Critical Discourse Analysis (CDA) were employed as theoretical frameworks to examine the linguistic features, rhetorical strategies, and semiotic elements used in the jingles. This analysis focused on the interplay of language, culture, and power in shaping meaning and identity. Ethical approval was sought from relevant institutional bodies to ensure compliance with research ethics. Consent was obtained from radio stations and political parties to use their advertisements.

5. ANALYSIS

5.1. Transitivity: representation of the political actors' identity

The candidates from both parties are constructed strategically in transitivity terms to align with their campaign messaging. Below are the frequency and percentage distributions of process type in only clauses where the political actors (Biodun Oyeibanji and Segun Oni) are represented as actors, sayers, identified, sensors, behavers, etc., in the campaign jingles.

Table 1. Process type distribution in APC and SDP jingles

Process Type	APC Frequency	APC Percentage (%)	SDP Frequency	SDP Percentage (%)
Material	10	44.23%	11	42.86%
Relational	8	36.54%	8	32.14%
Verbal	0		4	16.07%
Mental	3	13.46%	0	
Total	22	100%	26	100%

In Table 1, there are just four process types (Material, Relational, Verbal, and Mental) attested in the jingles of both APC and SDP. These processes presented the political candidates (Biodun Oyeibanji and Segun Oni) as actors, carriers, sayers, and sensors.

Out of the process types, it is evident that Material processes dominate in both jingles, APC (44.23%) and SDP (42.86%), reflecting both parties' strong emphasis on plans, tangible actions, and achievements in their campaigns. This is followed by relational processes. The minor difference suggests that SDP uses material processes slightly more frequently, being more likely to

emphasize their actions or promises. Relational processes are used to establish identity, qualities, or relationships. Both parties use the relational process to highlight the candidates' attributes, reinforcing their suitability for governance. The higher percentage in APC jingles suggests a stronger focus on defining the party's identity as the ruling party and linking its candidate to some desirable attributes. The relational processes in APC jingles indicate efforts to establish the identity and qualifications of the candidates.

5.1.1. Biodun Oyebanji (BAO) as a progressive and visionary leader

The APC uses the material processes to represent BAO as an agent of progress who carries out actions that would move the state forward, and to present the voters as active participants who can make it possible. BAO is predominantly represented with material processes that depict 'moving forward', 'go move'. These represent a positive action foregrounding his capacity and power and his intention to act as an agent of progress and development if elected. The samples below attest to this:

- *He go move Ekiti forward (He will move Ekiti forward);*
- *Omo ju omo lo (A child surpasses another);*
- *A mu utesiwaju ba kete Ekiti (He will bring progress to the entire Ekiti).*

5.1.2. Biodun Oyebanji as a knowledgeable leader

The *surpass* in the extract above implies an action of exceeding or going beyond a standard or limit, which is a form of action or achievement. With it, BAO is represented as having some tangible and observable achievement that no other contestant can match. Thus, he is presented as having the capacity for outstanding performance that his opponents cannot fault.

The mental process in the examples below ("knows the way") is repeatedly used in the representation of BAO with circumstantial elements ("thoroughly, well, well"). Ideologically, this emphasizes his mental capacity to lead well as a man of insight and understanding, someone with the intellectual competence to lead. It is a strategy used to disclaim arguments against his lack of experience when compared with his opponent, Segun Oni, who was once a governor.

- *Let us follow the person wey sabi the way (Let us follow he who knows the way);*
- *He sabi Ekiti well, well (He knows Ekiti thoroughly);*
- *We follow the one who knows the path to victory.*

5.1.3. Biodun Oyebanji as an active change agent and a successor to ongoing development

The material processes in the samples below construct BAO as a visionary leader, active change agent, and successor to ongoing development. He is positioned as the right choice to continue Fayemi's legacy, with emphasis on continuity, progress, and stability, as he is the Secretary to the state government in the current administration.

- *Oun la gunle imo ati idagabasoke ke I lo lo (He will build upon the knowledge and development that is ongoing);*
- *Biodun Abayomi Oyebanji la gbupo lo Gomina Kayode Fayemi (Biodun Abayomi Oyebanji take the mantle of leadership from Kayode Fayemi).*

The material process in the next extract taps into indigenous identity and trust, presenting him as authentically Ekiti, not an outsider:

- *O mu omi Ekiti (He drinks from Ekiti water).*

Also, the relational processes are showing that BAO is the choice of Ekiti people, a strategy to convince the people to join the moving train – the ruling party. Particularly, there is the use of the possessive relational process:

- *This is our own Biodun;*
- *BAO is our choice;*
- *He is the best man for the job;*
- *Biodun Oyeibanji ni eni na, eni ti abi ire (Biodun Oyeibanji is the man, a child of good fortune);*
- *BAO, the best man for the job;*
- *O loye, O se oloto (He is knowledgeable, honest).*

These attributes construct BAO as morally upright, experienced, and culturally grounded. These are the traits that are highly valued in Ekiti's sociopolitical culture. He is constructed as a safe and worthy custodian of the state's destiny, with an emotional appeal to voters' cultural and ethical sensibilities. This alludes to the fact that the previous governors of the state had always come from the diaspora to contest, and the popular opinion of the masses is that such people do not understand the socio-political terrain of the state, which is the reason given for their poor performance. But Oyeibanji had always resided in the state; he had all his education within the state. This is one of the strategies to present him as the best choice for the job.

5.1.4. Segun Oni as a provider and performer

The transitivity of the SDP jingles reveals that Segun Oni is represented differently through the various lexical choices as discussed below. Through the various processes, the SDP jingles construct the image of their governorship candidate, Segun Oni, as a great provider and performer, emphasizing his past achievements when he was governor:

- *O san owo awon osise deede (He paid workers' salaries);*
- *O se omi, o se ona ose afara (He provided water, built roads and bridges).*

The material processes used to represent him in the jingles give a strong focus on his coming back as governor for the second time as a tangible development and economic relief, thereby appealing to the working class and marginalized groups in the state.

- *Segun Oni de, itura de l'Ekiti! (Segun comes, relief has come to the Ekiti people);*
- *Ire de. O de fun wa jaburata (Goodness has come. It has come to us plentifully);*
- *Segun Oni ko ire nbo ni Ekiti oo, Ire de (Segun oni is bringing blessing to Ekiti).*

The use of Lexis like “blessings”, “relief”, and “comfort” constructs him as a redeemer or deliverer. More material processes in the representation of Segun Oni allude to his actions when he was the governor. The jingle projects Segun Oni into the clause as the trigger of a new, better reality, effectively constructing a messianic persona.

5.1.5. A moral, incorruptible, and dependable image of Segun Oni

The relational processes represent Segun Oni's positive attributes. They emphasize his moral integrity as a well-behaved and upright Indigene of Ekiti:

- *Omoluabi Ekiti ti aye nfe (He is a well-behaved Ekiti indigene that everyone loves);*
- *Segun Oni is a true son of Ekiti.*

These attributes are meant to disclaim the arguments against him as not being loved in Ekiti:

- *Oloye Segun Oni ko kere ninu aye (Chief Segun Oni is not insignificant in the society);*
- *Segun Oni logbon, o loye, o si ni iberu olorun (Segun Oni is wise, he is understanding, and he has the fear of God).*

Oni's identity being represented with relational processes across the jingles is emphatically moral and communal. He is described as incorruptible, inclusive, and cherished. He is framed as an authentic man of the people, with a contrast drawn between himself and corrupt or elite-serving politicians. This is a strategy to reinforce his integrity and clean image as a reputation that can earn him the votes of the Ekiti people.

The only verbal process, "*urges*," in the clauses analysed highlights his role in mobilizing the electorate and presenting a vision of change.

Both candidates are constructed strategically in transitivity terms to align with their campaign messaging: the campaign messaging of the APC jingles centres on BAO for continuity and innovation, while that of SDP presents Segun Oni for restoration and proven capacity.

5.2. Mood and modality

Table 2. Mood type distribution in APC and SDP jingles

Mood Type	APC Frequency	APC Percentage (%)	SDP Frequency	SDP Percentage (%)
Declarative	26	46.43%	19	34.55%
Imperative	17	30.36%	22	40.00%
Exclamative	9	16.07%	15	27.27%
Total	52	100%	56	100%

The three mood types are attested in the jingles of both parties (see Table 2). APC relies more on declarative sentences (46.43%), emphasizing statements of fact and certainty about the credibility of the candidate in terms of his experience as a grassroots politician. The higher percentage in APC jingles suggests a focus on informing voters about achievements, policies, or justifying their candidacy. See the example below:

- *BAO, the best man for the job.*

Declarative mood is 34.55% in SDP jingles, which is used to assert the prudence and financial piety of their candidate, Segun Oni:

- *Owo bantabanta lo tun fi sile (He left a huge sum of money in the government);*
- *Segun Oni logbon, o loye, o si ni iberu Olorun (Segun Oni is wise, knowledgeable, and he has the fear of God).*

The imperative mood takes 30.36% in the APC Jingle and is used by the APC to express existential urgency to ensure that there is continuity of the reign of the APC in the state:

- *Ekiti kete, e ma je ka pa ina ogo wa (Ekiti people, don't quench the light of our glory);*
- *E je ka lo dibo fun BAO (Let us go and vote for BAO);*
- *If the music is sweet, continue to dance.*

SDP (40.00%) employs imperatives more frequently than APC (30.36%). This suggests SDP's campaign jingles focus more on persuasion, mobilization, and urging voters to take action by resisting vote buying (electoral malpractices):

- *E je ka jade ni witiwiti (Let us come out en masse);*
- *E je ki a yago fun dibo ko sebe ati jagidijagan (Let us shun selling of votes and violence).*

Exclamatory clauses express emotions such as excitement, surprise, or urgency. SDP (27.27%) also uses more exclamations than APC (16.07%). The higher use of exclamation in SDP's jingle suggests a more emotive appeal, making its messaging more emotionally charged and expressive (see Table 3).

Table 3. Speech function distribution based on mood types

Speech Function	Mood Type	APC Frequency (%)	SDP Frequency (%)	Function in Campaign Context
Statement	Declarative	46.43%	34.55%	Informing voters about policies, achievements, and visions, as well as the credibility of the candidates
Command	Imperative	30.36%	40.00%	Emotional appeal, directing voters to take action, e.g., “Vote APC!”, “Let us vote for continuity”, “A gbodo yan eni ti o to” (We must choose the right person).
Expression	Exclamatory	16.07%	27.27%	Evoking emotions to create enthusiasm or urgency, e.g., “Ekiti koya, o to gee!” (Enough is enough! Ekiti rejects suffering), “Ka sebe jeun ojo kan ko tan sibe, o to gee!” (Cooking soup for just one day is not enough, it’s time for a change!).

Table 4. Frequency and percentage of modality types in APC and SDP jingles

Modality Type	APC Frequency (%)	SDP Frequency (%)
High	23 (43.4%)	29 (50.9%)
Medium	17 (32.1%)	15 (26.3%)
Low	12 (22.6%)	12 (21.1%)

Table 4 shows that jingles of both parties feature modality expressions, but SDP employs them slightly more frequently (50.9%) than APC (43.4%), reinforcing strong commitments and certainty. Each political party expresses conviction that its candidate is the right person for the governorship. While both parties feature a similar and minimal use of low-modality expressions, their strategic approaches differ elsewhere. This may be because APC is the ruling party projecting confidence, while SDP tries to associate with the plight of the masses to make a strong call for change:

- *Ekiti Koya! O to gee! (Enough is enough! Ekiti rejects suffering).*

The dominance of high modality across jingles of both parties suggests a competitive and assertive campaign strategy where both parties project confidence in their candidates. The slight difference in high modality use (SDP 50.9%, APC 43.4%) indicates that SDP relied more on strong, affirmative statements to challenge the ruling party (APC). APC’s higher use of medium modality (32.1%) suggests a strategy of gradual persuasion, allowing voters to see BAO as a continuation of governance while addressing possible concerns. Low modality remains minimal in both parties’ jingles (APC: 22.6%, SDP: 21.1%), as political campaigns typically aim to project authority rather than uncertainty.

5.3. Political context: APC vs. SDP messaging strategies in Ekiti (2022)

From the lexico-grammatical analysis presented above, it is evident that both APC and SDP have different messaging strategies and thematic focus in their jingles based on the cultural and socio-political context of Ekiti state. Before the 2022 gubernatorial election, no political party had won and consecutively ruled Ekiti twice. Even though there had been individuals such as Ayo Fayose and Kayode Fayemi who had been Governors twice, but not consecutively. Segun Oni, who is the candidate of the SDP, had also been governor once.

Based on this contextual background, the APC thematic focus in the jingles was continuity, stability, and experience. Using the incumbency factor, APC positioned Biodun Oyebanji as the natural successor of Kayode Fayemi, highlighting his experience, competence, stability, and local expertise. With the use of various metaphors, the jingles identified the lack of continuity in the governance of the state since its creation as a barrier to development in the state:

- *Ekiti kete, e ma je ka pa ina ogo wa (Ekiti people, don't quench the fire of our glory);*
- *Omo inu ogba ni BAO, Ko le si isu yo (BAO is a child born into a farmstead that cannot mix up crops);*
- *If the music is sweet, continue to dance;*
- *He sabi Ekiti well well (He knows Ekiti thoroughly);*

SDP/Segun Oni's jingles with the thematic focus on Change, Justice, and People's Welfare framed the election as an opportunity to correct past mistakes. Emphasis on workers' welfare tapped into economic concerns. "*Owo osise di sisan*" (*Official money is paid*) referenced the worker-friendly government by Segun Oni in his first administration, while "*Owo bantabanta lo tun fi sile*" (*He left a huge sum of money in the government*) emphasizes the corruption-free governance run by Segun Oni. The slogan "*Ekiti Koya! O to gee!*" (*Enough is enough! Ekiti rejects suffering*) mirrored political awakening. With all these, SDP/Segun Oni in the jingles presents the identity of Segun Oni as an honest and prudent individual who can deliver the state from economic quagmire.

5.4. Repetition and parallelism as reinforcing strategies

Repetition is a key rhetorical and semiotic strategy used in political jingles and political discourse generally to concretize ideologies and ensure the retention of the message in the memory of the listeners. By continuously reinforcing slogans, jingles imprint political ideas into the consciousness of voters. In the analysed campaign jingles, both APC/Biodun Oyebanji (BAO) and SDP/Segun Oni employ repetition and parallel structures to solidify their narratives.

For instance, in the SDP/Segun Oni jingles, the phrase "*Esin funfun gbera*" (*White horse, move!*) is consistently repeated. The parallelism in this phrase establishes a rhythmic pattern that enhances its memorability. Similarly, the APC/BAO jingles counteract this claim by repeatedly asserting "*On i gesin nu le Ado, Moto bogini ni BAO a gun d'oke Ayoba*" (*Riding of horses is forbidden in Ado-Ekiti, BAO will ride a luxurious car to Ayoba Hill*). This cultural claim by APC/BAO implies that SDP and its candidate Segun Oni are also rejected by projecting them and their identity as not culturally acceptable.

Table 5. A table showing the functions of repetition made in the jingles

Party/Candidate	Repetitive Phrase	Function of Repetition
SDP/Segun Oni	<i>Esin funfun gbera! (White horse, move!)</i>	Reinforces party identity and the candidate's perceived political momentum.
APC/Biodun Oyebanji	<i>On I gesin lu le Ado, Moto bogini ni BAO a gun d'oke Ayoba! (BAO will ride a luxurious car to Ayoba Hill!)</i>	Counters SDP's claim, reframing the election as a choice between tradition and modernity.

Repetition serves a semiotic purpose by embedding the party's visual and conceptual symbols into voters' subconscious, aligning the verbal messages with the party's broader campaign imagery (Table 5).

5.5. Metaphor and symbolic representation

In these jingles, metaphor serves to construct political narratives, appealing to the cultural knowledge and collective identity of the people to position the candidates within specific ideological frameworks.

Several metaphorical expressions are found in the jingles of APC, which are meant to construct Biodun Oyebanji as the frontrunner and popular choice. Among the metaphors used in the APC jingles are:

- *Ade iwa lewa (The crown of character is beauty);*
- *A child born within the farmstead who must not uproot the yam.*

The first jingle portrays BAO as a humane individual who possesses moral uprightness that may not be found in his political opponents, while the second one portrays him as an indigenous, nurtured leader with restraint; a trustworthy insider who understands and will not destroy community values or gains, unlike some previous governors who did not have regard for the community and traditional values because of their foreign elitist ideology.

The APC jingles also use metaphor to construct identity through contrast. For instance: “*Ibante kò jó gèlè*” (*The male fighter wears a battle cloth, not a decorative headscarf*). *Ibante* is a minimal piece of cloth (like a loincloth or short underpants) traditionally worn by men, especially when preparing for a fight or combat, while *gèlè* is a beautifully styled female headscarf, symbolic of femininity, elegance, cultural pride, celebration, and occasion. The metaphor compares two distinctly gendered and symbolic garments, emphasizing incomparability. The metaphor implies a hierarchy of decorum and suitability. While both garments serve a purpose, the *gele* connotes beauty, order, and occasion, and *ibante* suggests base readiness for conflict. BAO is therefore constructed as the civilized, desirable option, while the opponent is less refined or less fitting. “*Ibante kò jó gèlè*” sharply contrasts the personality and positive attributes of Biodun Oyebanji and other contestants.

There is also a use of metaphor for framing ideology in the APC jingle: “*If the music is sweet, continue to dance.*” When music is enjoyable, it’s only natural to keep dancing. It suggests continuation of something pleasurable or beneficial. In the context of the political jingle, this metaphor encourages the electorate to sustain their support for BAO (Biodun Abayomi Oyebanji) and the APC, because their governance (the “music”) has been beneficial, enjoyable, and successful (“sweet”). Thus, they should vote for continuity (“keep dancing”). The metaphor is used to naturalize the idea that APC governance has been enjoyable or effective. It subtly encourages the listener to associate political continuity with pleasure, satisfaction, and progress. This may not be universally agreed upon. But by framing it as a commonly accepted truth, it discourages opposition. This metaphor functions as a discursive instrument to maintain power by portraying continuity as the only rational, emotionally satisfying option.

In the SDP jingles, metaphorical construction is built on equating Segun Oni’s presence with the arrival of blessings and comfort: “*Segun Oni de, ire de*” (*Segun Oni has come, goodness has come*); “*Segun Oni, itura de*” (*Segun Oni, relief has come*). This suggests that his return to political leadership guarantees prosperity, well-being, and emotional relief for the people of Ekiti, implying previous or current hardship under other governments. Segun Oni is metaphorically constructed as the embodiment of prosperity and well-being. His arrival is not just political but transformational.

The metaphor of a white horse (*Esin funfun*) in the SDP campaign jingles is a direct semiotic signifier drawn from the party’s official logo. “*Esin funfun gbera*” metaphorically signifies that Segun Oni’s political journey is swift, unchallenged, and divinely sanctioned, where the white horse signifies progress, strength, and legitimacy.

Furthermore, in Yoruba cultural contexts, a horse represents royalty, power, and prestige, historically associated with warriors and noble leadership. By invoking this metaphor, the SDP aligns Segun Oni's candidacy with these culturally resonant themes, making his leadership seem inevitable and historically justified.

In response to SDP's dominant horse metaphor, the APC jingle deliberately deconstructs and re-signifies the narrative by stating: "*O in gèsin nùlé Ado, moto bogini ni BAO a gun d'oke Ayoba*" (*Riding a horse is taboo in Ado-Ekiti, BAO will ride a luxurious car to Ayoba Hill*).

This phrase engages in a semiotic struggle by rejecting the SDP's equine symbolism by tagging it as taboo and replacing it with a counter-image, which is culturally acceptable: the luxurious car (*moto bogini*). Here, the car symbolizes modernity, sophistication, and executive power, positioning BAO as a leader of progress rather than tradition. The phrase "*oke Ayoba*" (Ayoba Hill) further reinforces the trajectory of political success, as the government house in Ekiti is located on Ayoba Hill, making the car metaphor function as an emblem of unstoppable political ascent.

This is a form of "contestatory intertextuality" (Kristeva, 1986), where a political text (APC's jingle) deliberately interacts with and subverts the meaning of another one (SDP's jingle). This discursive contest illustrates how political campaigns strategically deploy signs and symbols to construct competing realities for voters.

5.6. Proverbs and cultural resonance

The use of Yoruba proverbs in these jingles enhances cultural authenticity and persuasive appeal. Proverbs act as intertextual linguistic resources that draw from collective cultural wisdom to validate political claims. For instance, the SDP's phrase "*Esin funfun gbera*" indirectly echoes traditional Yoruba sayings about horses as symbols of destiny and forward movement. Similarly, the APC's counter-statement "*O in gèsin nùlé Ado*" appeals to local beliefs that certain actions (riding a horse) are culturally inappropriate in Ado-Ekiti (the state capital), thereby discrediting the opponent's symbolism through cultural logic. By embedding such ethnographic semiotics within campaign discourse, political jingles establish a deep connection between language, identity, and ideological positioning.

The use of Ekiti dialect, pidgin Yoruba, and English languages (code switching and code mixing) allows the jingles to reach literate and non-literate voters, broadening their impact. Indigenous language and cultural semiotics remain crucial tools for political mobilization in Nigeria, reinforcing the need for deeper engagement with local linguistic and rhetorical traditions to carry the voters in the grassroots along in political matters.

6. DISCUSSION

The campaign jingles do more than promote political candidates. They manufacture consent, construct social truths, and reinforce ideological worldviews using strategic linguistic devices. By drawing from transitivity, metaphor, repetition, and cultural grounding, these jingles: reframe voter behaviour as moral action; construct political actors as semiotic symbols of continuity or liberation; embed cultural expectations into political messaging, and reveal how language controls perception, memory, and choice.

The jingles distinctly encode opposing ideological positions. BAO is presented as the embodiment of developmental continuity, with jingles heavily deploying relational and material process types (e.g., "*he is our son*," "*he will continue*," "*he will build*"). This discursive choice ties his candidacy to legacy, familiarity, and stability. Conversely, Segun Oni is portrayed through rela-

tional and material processes that frame his return as a disruption of the status quo and a promise of redemption (e.g., “*Segun Oni has come*,” “*Ire de*,” “*Itura de*”).

Lexical choices in the jingles draw on Yoruba cultural ethics to construct both candidates’ moral identities. For instance, BAO is associated with moral restraint through the proverb “*a child born on the farm must not uproot the yam*,” suggesting maturity, humility, and responsible leadership. For Segun Oni, phrases such as “*Ire de*” (*Goodness has come*) connect his candidacy to divine favour and communal well-being, making him a symbolic figure of hope and restoration. Both jingles employ mood and modality structures to guide voter behaviours. BAO’s campaign uses imperatives and modal adjuncts in inclusive constructions such as “*Let us vote wisely*” and “*Vote for our son*,” implying collective agency. Oni’s jingles use high-modality declaratives like “*Enough is enough*” and “*Segun Oni will restore peace*,” which assert urgency and inevitability. These structures subtly shape how audiences perceive their roles in the electoral process.

Discursive silences are strategically embedded in the jingles. BAO’s jingles avoid direct mention of economic hardship or governance failure, presupposing voters’ satisfaction. Oni’s jingles, while implying dissatisfaction, avoid direct attacks on BAO, positioning Segun Oni as a morally superior and constructive alternative. This discursive balance maintains face-saving while allowing ideological contrast.

The jingles also employ metaphor as a framing device for civic responsibility. BAO’s jingles deploy metaphorical constructs rooted in cultural practices, such as “*Ibante ko jo gele*” (*The male fighter wears a battle cloth, not a decorative headscarf*), which juxtaposes seriousness and frivolity to frame BAO as a prepared and capable leader. “*If the music is sweet, continue to dance*” further frames political continuity as a rational, even pleasurable, civic action. These metaphors encourage voters to equate political support with cultural wisdom and practical reasoning. These findings confirm that campaign jingles are ritualistic performances of power and tools for symbolic warfare, crucial in shaping democratic participation in a linguistically and culturally rich polity like Ekiti State.

These findings align with Odebunmi (2016) and Adetunji (2006), who highlight how Nigerian political discourse thrives on metaphor, intertextuality, and indigenous proverbs to construct persuasive narratives. This research also finds that repetition and parallelism enhance message retention and ideological reinforcement, which also corroborates the findings of Adetunji’s (2006) study on Nigerian presidential campaigns’ discourse. The SDP’s use of the “white horse” metaphor aligns with symbolic representations of power and nobility in Yoruba sociopolitical contexts, reinforcing cultural resonance in political messaging. However, unlike previous studies that focus on unidirectional messaging, this study highlights how opposing parties engage in symbolic contestation, with the APC countering the SDP’s equestrian metaphor with modernist automobile imagery.

Persuasion is achieved through repetition and metaphors. All the candidates use repetition and parallelism to reinforce party messages. Metaphors and proverbs create cultural resonance, making the jingles more impactful. For instance, the Horse is the logo of SDP, and in SDP/ONI jingles, there is the prevalence of the statement, “*Esin funfun gbera*” (*White horse move*), which metaphorically means how swift the journey of Segun Oni will be to the government house through voting. The APC/BAO also produced their jingle with a counterstatement to oppose the assertion of the SDP: “*O in gesin nule Ado, moto bogini ni BAO a gun doke Ayoba*” (*Riding a horse is a taboo in Ad-Ekiti, BAO will ride a luxurious car to Ayoba Hill*).

Meanwhile, this study acknowledges the emotional engagement in campaign jingles; it finds that the Ekiti gubernatorial campaign jingles rely more on competitive intertextuality and counter-discursive framing than fear-based rhetoric. The jingles function as sites where power, ideology,

identity, and social structure intersect. They are subtle instruments of sociopolitical control and agency formation in the electoral context.

7. CONCLUSION

This study has demonstrated how linguistic strategies are central to meaning-making and identity construction in political campaign jingles. Using Systemic Functional Grammar (SFG) and Critical Discourse Analysis (CDA), the findings reveal that political jingles are not merely entertainment tools but strategic instruments for ideological construction, contestation, and voter persuasion. The linguistic resources employed in the jingles – transitivity, metaphor, repetition, modality, and cultural allusion – collectively construct political identities and shape public perception. The study showcases how linguistic choices are strategically deployed to perform identity work, guide meaning construction, and influence civic behaviours, reject, and reframe political narratives. The intersection of language, culture, and politics in these jingles underscores their significance as artifacts of socio-political discourse.

Statement of Conflict of Interest

The author states that there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Ademilokun, M. (2013). Discursive features of selected political song texts of the 2011 electioneering campaign rallies in South-western Nigeria. *African Research Review: An International Journal of Arts and Humanities (AFRREV IJAH)*, 2(4).
2. Adetunji, A. (2006). Inclusion and exclusion in political discourse: Deixis in Olusegun Obasanjo's speeches. *Journal of Language and Politics*, 5(2), 177–191. <https://mariadaniass.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/05/4-deixis-in-olusegun.pdf>
3. Dyer, G. (1982). *Advertising as communication*. Routledge.
4. Eggins, S. (1994). *An introduction to systemic functional linguistics*. Continuum.
5. Eggins, S. (2004). *An introduction to systemic functional linguistics* (2nd ed.). Continuum.
6. Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
7. Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
8. Halliday, M. A. K. (1978). *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. Edward Arnold.
9. Ikeokwu, C. J. (2023). Assessment of radio jingle for creating awareness against illegal street trading in Rivers State. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 8(4), 593–603. <https://ijrpr.com/uploads/V4ISSUE8/IJRPR16091.pdf>
10. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Edward Arnold.
11. Kristeva, J. (1986). *The Kristeva reader* (T. Moi, Ed.). Columbia University Press.

12. Makinde, P. O., & Adejumo, B. F. (2024). Linguistic appeals in political discourse: A multimodal discourse analysis of 2023 presidential election billboards and posters in Nigeria. *Journal of English Language Teaching and Linguistics*, 9(3), 287–299. <http://dx.doi.org/10.21462/jeltl.v9i3.1406>
13. Odebunmi, A. (2016). Language, context, and society: A theoretical anchorage. In A. Odebunmi & K. Ayoola (Eds.), *Language, context and society: A festschrift for Wale Adegbite* (pp. 1–33). Obafemi Awolowo University Press.
14. Omidiora, O., Ajiboye, E., & Abioye, T. (2020). Political communication and popular literature: An analysis of political jingles in Nigerian electoral discourse. *Journal of Creative Communications*, 15(2), 194–208. <https://doi.org/10.1177/0973258619886161>
15. Opeibi, T. (2009). *Discourse, politics, and the 1993 presidential campaigns in Nigeria*. VDM Verlag.
16. Ranade, S. (1998, March 3). The space between the ads. *The Hindu*.
17. Taiwo, R. (2010). *Metaphors in Nigerian political discourse*. Obafemi Awolowo University.
18. Thompson, G. (2014). *Introducing functional grammar* (3rd ed.). Routledge.
19. Van Dijk, T. A. (2006). Politics, ideology, and discourse. In *Encyclopedia of language and linguistics* (2nd ed., pp. 728–740). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/00722-7>
20. Vaičėnonienė, J. (2006). The language of advertising: Analysis of English and Lithuanian advertising texts. *Studies about Languages*, 9, 43–55.

About the author:

Dr. Moses Olusanya Ayoola is a Senior Lecturer in the Department of English and Literary Studies at Bamidele Olumilua University of Education, Science and Technology (BOUESTI), Ikere-Ekiti, Nigeria. He holds a PhD in English Linguistics with a specialization in syntax, systemic functional linguistics, and applied linguistics. His research interests include political discourse, media language, multimodal communication, and the application of functional grammar to socio-political texts. He has published extensively in these areas in reputable national and international journals. ORCID: 0000-0003-1291-2675.

Received: March 15, 2025.

Accepted: August 11, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-24-53>

THE INSTITUTIONAL DISCOURSE OF AUTHORITIES AND FIREFIGHTING SERVICES IN POLITICAL CARTOONS: 2025 LOS ANGELES WILDFIRES

Alyona V. Dymova

Ural Federal University (Yekaterinburg, Russia)

dym.alyona@yandex.ru

Victoria Yu. Kareva

Ural Federal University (Yekaterinburg, Russia),

University of Jyväskylä (Jyväskylä, Finland)

viktoriya-aksy@yandex.ru

Anastasia I. Zolotaiko

Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation

(Yekaterinburg, Russia)

liani@list.ru

Abstract: In times of crisis, public perception of institutional effectiveness is often crystallized and contested in the media. Political cartoons, as potent polycode texts, offer a unique lens through which to analyze these social processes. The article examines the formation of a metaphorical image of a professional in emergency situations and natural disasters, as reflected in political cartoons featuring the Los Angeles wildfires in January 2025. The study utilises a comprehensive dataset of 140 English-language political cartoons sourced from various news outlets and social media platforms. Adopting a multimodal critical discourse analysis framework, the authors systematically examine the correlation between verbal components (captions, labels) and non-verbal elements (iconic imagery, symbolism) to decode the cartoons' pragmatic meanings. The results reveal a stark binary opposition in the portrayal of the two professional groups. Politicians are predominantly depicted negatively through recurring metaphors of arsonist, entertainer, film antagonist, and fanning the flame, suggesting incompetence, malicious intent, and a profound disconnect from the tragedy. On the other hand, firefighters are consistently glorified as heroic figures through metaphors of divinity (angels) and action hero, embodying self-sacrifice and competence. However, they are also portrayed as marginalized victims of institutional failure, facing equipment shortages and a lack of support. The cinematographic metaphor was notably prevalent in the dataset, a finding attributed to the event's Hollywood location and its dramatic media coverage. It is concluded that political cartoons serve as a crucial vehicle for social critique,

translating complex institutional failures into accessible and powerful narratives that significantly influence public opinion. The findings provide a framework for further comparative studies of political cartoons surrounding emergencies and the semiotics of crisis communication in other socio-political spheres.

Keywords: political cartoon, professional discourse, polycode text, visual metaphor, political metaphor, political linguistics, multimodality, crisis communication.

How to cite this article: Dymova, A.V., Kareva, V.Yu., Zolotaiko, A.I. (2025). The Institutional Discourse of Authorities and Firefighting Services in Political Cartoons: 2025 Los Angeles Wildfires. *Professional Discourse & Communication*, 7(3), 24–53. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-24-53>

1. INTRODUCTION

In the process of how individuals and groups are socially perceived, various images, stereotypes, and ideals are formed in people's consciousness. These mental constructs result from subjective perceptions that often tend to be simplified, schematic, and even distorted. They encompass both descriptive characteristics and evaluative judgments, reflecting the peculiarities of everyday thinking. Such representations cover a wide range of social objects, from specific individuals to entire groups associated with different social categories and communities. The aim of the research is to present an analysis of said constructs, identify characteristic features of a professional personality representation in the context of emergencies, and explore the most common vectors of its public perception in political cartoons. A critical test of this professional image is the ability to confront natural disasters and their destructive consequences, which reveals and demonstrates the true effectiveness of the authorities or those in charge and their capability of making balanced decisions and taking responsibility for them in the eyes of the public. In this regard, the situation with the wildfires that took place in January 2025 in California is relevant as they wreaked havoc on a huge part of Los Angeles and required great efforts to be stopped. The fires, apart from being disastrous (27 people died, more than 100 thousand residents were evacuated; due to powerful winds, the fire spread instantly; in total, the flames destroyed more than 12 thousand real estate objects), revealed many problems that had to be immediately solved by means of effective work and coordination of both the firefighters and the authorities. Their actions underwent intense scrutiny due to the fact that citizens, as well as people from all over the world, observed the situation closely and expressed their opinions explicitly.

It seems possible to evaluate this work through the cognitive analysis of public perception, that may be reflected in various artistic forms, with metaphorical mapping, such as political cartoons. These are widely known for being a comprehensive means of conveying complicated ideas in easy-to-decode ways.

The present study aims to answer the following research questions:

1. What is the metaphorical representation of the professional images of authorities and firefighters in political cartoons that address the 2025 Los Angeles wildfires?
2. How do the identified metaphors reflect public perception of institutional crisis narratives in times of emergency?

The article is structured in the following way: the next section presents the theoretical background, which lays the foundation of the study with the requisite literature review. Section three details the methods, data, their selection criteria, and analysis procedure. Section four is where the results of the study can be found. Section five is devoted to the discussion of findings, whereas the final section presents the conclusion and implications of the study.

2. THEORETICAL BACKGROUND

Among numerous studies of discourse typologies, the one suggested by Karasik (2024, p. 24) is applicable to most modern approaches to linguistic corpus analyses. It implies the importance of status orientation in terms of discourse type definition. Thus, it may be aimed at a person or a social status and hence be called “personal” and “status-oriented”. In the first case, communicative situations take place when participants share or exchange their worldviews and ideas, while in the second, they are divided by the uneven position of social superiority or inferiority. Additionally, status-oriented discourse highlights an individual’s affiliation with a certain social group, organization, or institution, which necessitates adhering to a specific behavioural protocol that includes official speech norms and formulations. This type of practice falls under the term “institutional” and has an opposite variation “noninstitutional” implying the absence of the aforementioned official speech protocols. The researcher notes that “along with the functional-thematic criterion for the classification of institutional communication, other criteria are also distinguished, in particular administrative and professional. In this regard, professional discourse is a detailed description of the subjects of institutional communication and the norms of their behaviour” (Op. cit., 2024, pp. 111, 116). Professional discourse contrasts sharply with non-professional discourse due to the distinct qualities of their respective subjects. Professional discussions involve individuals who possess specialized training in particular fields, whereas non-professional exchanges include general participants lacking such expertise. Some subjects are exclusively discussed among experts, while others attract amateur enthusiasts, such as quantum physics or obscure language grammars versus politics. One notable trait of contemporary society is the extensive prevalence of simplified discourses, along with the increasingly indistinct line separating their informative and entertainment-oriented forms.

In stylistic terms, professional discourse can be official, semi-official, and unofficial (Khustenko & Mishankina, 2021, p. 90). Special attention is paid to terms and professionalism as emblems of these types of communication (Golovanova, 2021, p. 40).

Considering the modelling of professional discourse in relation to communicative practice Kochemasova & Voronina (2018, p. 147) note that “professional discourse can be defined as any semiotic forms (spoken, written or visual) composed and constituting social and domain contexts and used by professionals with special training to achieve transactional interaction as well as socialization and normative functions”. Beilinson (2009, p. 145) argues that “professional speech in communicative terms represents a special perspective on discourse differing both from the models of institutional discourse (pedagogical, medical, constitutional, etc.) and from the models of business discourse”. The researcher classifies the following parameters among the constitutive features of professional discourse: 1) professionally meaningful subject area; 2) tools; 3) professional assessments of the quality of work; 4) professionally marked strategies of communicative behaviour; 5) professional self-presentation.

Speaking about the ways of creating the image of a professional, Ivanova S.V. (2024, p. 36) explores the strategies for constructing this image or its transformation via certain linguo-semiotic tools. The researcher identifies five of them at different levels of message formation – at the communicative level, the strategy of informing is most common, at the pragmatic level – the one of personalization, at the metapragmatic level – that of self-presentation or self-promotion, at the level of implementation of the text message – narrativization and at the instrumental level – multimodality.

Multimodality is understood as a description of general laws and rules of interaction in the communicative act of verbal and non-verbal signs, the combination of various codes for presenting information. Qingwen (2025, p. 1) underscores the importance of multimodal metaphor research “which has become more and more prominent in the academic field, and the expansion of the scope of genres studied has not only enriched the application of metaphor theory, but also provided new perspectives and tools for cultural communication and international image building”. According to Wang (2022, p. 543), “multimodal metaphors have found extensive use in diverse areas of media studies like “advertisements, comics, gestures, and films, thus greatly contributing to the advancement of multimodal metaphor theory. Awier (2021, p. 7) expands on this by stating that this form of metaphor merges aspects from different modalities – such as visual, textual, and auditory – to create a powerful and appealing mode of communication. Butulussi (2025, p. 89) highlights how multimodal metaphors engage spectators on deep levels, stimulating their cognitive, emotional, multi-sensory, and somatic responses to ideological issues. An analysis of the literature that was conducted by Medina (2022) indicates a tendency in international linguistics to describe mixed texts such as political cartoons through the term “multimodal”; in Russian studies, philologists opt for the terms “creolized” and “polycode”. This research relies on the usage of the term “polycode texts,” which is understood as a combination in a single graphic space of semiotically heterogeneous components: verbal and non-verbal.

Sorokina (2017, p. 169) notes that the most studied visually observable non-verbal means of self-presentation of the speaker’s personality are kinesthetic (external manifestations of feelings and emotions through gestures and facial expressions) and proxemic (location of people in personal space). To describe the non-verbal component, one may consider kinesic means and methods of their implementation (head movements, facial expressions, mimemes, manual gestures). It should be noted that practically all of them were taken into account when conducting an analysis of political cartoons due to the tendency to pay special attention and exaggerate the mimics of the subjects depicted by the artists. As noticed by Shaoyang (2018, p. 140), “caricatures are capable of adding any type of discourse an expressive colour. Political caricatures perform a reflexive function as a response to the statements and actions of the depicted subjects”. Chu (2022, p. 1) regards cartoons incorporating both verbal and non-verbal discourse as persuasive visual summaries that effectively illustrate contemporary societal concerns in an accessible manner for the broader audience. Makinde (2024, p. 302) points out that “outwardly, they explain linguistic ideas that characteristically and philosophically defend a critical analogical vision, introducing the cartoonist’s philosophical notions and embedded themes and variations in the cultural sectors”. They are often characterised by a humorous tone of presentation of the material and special humorous patterns frequently refer to national and cultural specificities. In this regard, Hai & Vien (2024, p. 962) note that “metaphors can bridge cultural differences and improve message resonance as culturally adapted multimodal metaphors foster deeper connections and clearer communication”.

In the political discourse, a caricature might be regarded as a source of information concerning the relationship between people, certain political events, and power. Liepa, Šaudiņa & Oļehnovičs (2021, p. 391) state that “visual and multimodal metaphors are highly context-dependent, necessitating their identification and interpretation within the specific domain of their context, especially in political cartoons where this context is primarily the socio-political arena”. Among numerous acute social, economic, and political conundrums, the target and the object of ridicule of such polycode texts are politicians and their incompetence, the inability to solve problems in emergency situations, as well as the ubiquitous abuse of power.

Guerrieri, Ervas & Gola (2023, p. 2) point out that “visual metaphors in communication, which involve quick comprehension, often activate the observer’s mental image. The triggering of mental imagery is necessary to understand those visual metaphors in which one of the two domains is not visible”. Thus, the perception of any caricature by an addressee requires from the latter the presence of a particular background that might also be nationally and culturally specific. The cogitation of the nature of a political cartoon is usually impossible without referring to the phenomenon of precedent or precedent phenomena. Ryzhkova & Kokkonen (2023, p. 340) note that “precedent in the creolized text of the caricature is realized both at the iconic level (through the visual metaphor) and at the verbal level (through the captions to the illustrations). This phenomenon, its types and methods of implementation are given special attention in political linguistics”. Nakhimova (2018, p. 44) identifies the following types of precedent phenomena in the context of multimodality: lexemes, statements, phraseological units, texts, non-verbal phenomena (musical, pictorial works, etc.), situations, names, events, actions, calendar dates, gestures, signs). According to the researcher, this list is not final and will be supplemented and detailed as the theory of precedent is further expounded.

The typology of cartoons includes two main genres: political cartoons, which are also called editorial cartoons, and comic cartoons, which are interpreted as jokes presented in a graphic form. As a rule, the formal features of the two types of cartoons coincide: the obligatory and dominant element is the image, which is often (but not always) accompanied by text containing signs of natural language. Unlike comic cartoons, characterised by the ability to cause laughter, political cartoons tend to drive home a more serious social message, which predetermines their satirical nature. This is due to their dual nature: on the one hand, these cartoons are part of political communication; on the other hand, they lie in the plane of humorous discourse. Political cartoons are integrated into the media text. They serve as a visual embodiment of either the individual vision of the cartoonist or the editorial position on current socially significant issues. Pavlina (2022, p. 164) notes that “the plot of a political cartoon is based on the news, so these graphic representations of reality are limited to a certain time frame and can be considered as a mirror of their time”.

In his work “Identifying and Interpreting Visual Metaphors in Political Cartoons” Forceville (2024, p. 258) states that interpreting a metaphor involves determining which characteristic(s) should be transferred from the source domain to the target domain: “In political cartoons, a topical political event generally serves as the target domain, paired with a source domain that vividly elicits the traits, attitudes, and emotions that encapsulate the cartoonist’s viewpoint on the subject matter”. Given that political cartoons aim to provide critical commentary – ideally witty – on current affairs, the characteristics transferred from the source often carry negative connotations. The determination of what constitutes “negative”, however, might range from being universally recognised to culturally specific within the context where the cartoon appears. Heinemann (2024,

p. 27) accentuates that “the essential element here is an implicit, sometimes extremely critical commentary with reference to the frame provided by the linguistic and situational context, which primarily consists of emphasising negative or shameful facts”.

Pedrazzini & Royaards (2022, p. 3) consider that “controversies are closely linked to offensiveness. Cartoons can be considered offensive when they transgress social and moral boundaries”. These implicit boundaries interact with “humor regimes”, which define who has the right to laugh at or mock another person regarding certain issues. From a pragmatic-enunciative standpoint, those involved in communication play a significant role in both potential and perceived offences: who is laughing at or ridiculing whom, and whether this criticism is directed toward others or themselves. Satire commonly targets those in power and becomes less acceptable when aimed at vulnerable individuals or minority groups. When dealing with tragedies, people’s ability to appreciate humour grows with increasing physical and temporal distance. The offence will arise more easily when a humorous message is considered to be uttered too close to the tragedy.

In this regard, it should be noted that the analysis of political cartoons depicting the natural disaster under consideration and the actions of authorities revealed diverse portrayals of the professional images of those in charge. These depictions, for the most part, focus on the politicians and firefighters as addressees of metaphorical expansion. The representation of their professional attributes and the emphasis placed on these characteristics in political cartoons enable us to assess their expertise and draw a link between the organizations they embody (institutional discourse) and the outcomes they are expected to achieve (professional discourse). A certain tone of offence and humour may contribute to palliating the social temper.

3. MATERIAL AND METHODS

The research material encompasses a broad sample of 140 English-language political cartoons devoted to the wildfire disaster in Los Angeles that occurred from January 07 to 31, 2025. The relevance of this research is highlighted not only by the recency of the event but also by the abundance of cartoons rich in various visual metaphors.

The dataset was compiled by means of continuous sampling, which means that any English-language cartoon on the event in question was taken into account, regardless of whether it was published by traditional news outlets or posted on social media websites, forums, and platforms for editorial cartoons. Thus, the first criterion for inclusion of the cartoon into the dataset was whether or not it was created in response to the current wildfire crisis. The earliest detected item of the sample dates back to January 08, 2025, and the latest – January 24, 2025. Cartoons were retrieved from open-access sources such as *Cagle*, *Cartoon Movement*, *CartoonStock*, *Creators*, *Democratic Underground*, *GoComics*, *Political Cartoons*, etc.; from newspapers and magazines such as *Independent Record*, *Las Vegas Review-Journal*, *National Review*, *Politico*, *New York Daily News*, *Rapid City Journal*, *The Brazosport Facts*, *The Daily Herald*, *The Guardian*, *The Times*, *The Week*, *U.S. News & World Report*, etc.; as well as from social media pages and websites of individual cartoonists. The same work, even if found on several platforms (which was often the case), was included in the dataset only once.

In order to ensure the validity and reliability of the results, a range of methodological instruments within the cognitive-discursive framework was employed. Specifically, comparative analysis, content analysis, and statistical methods were used. The first one facilitated the identification of distinctive attributes associated with professional activities during the current crisis through contrasting diverse facets of occupational practices, perceptual tendencies, and individual

behaviours across participants. Content analysis uncovered predominant themes, concepts, symbolic representations, and behavioural paradigms embedded within specific forms of professional discourse. Statistical methods helped validate observed trends in societal perspectives on professionals and evaluate the prevalence of those trends.

Searches were systematically conducted throughout January 2025 as the events unfolded, to mid-February, although the bigger part of the pool was released around the first week of the incident: 79.3% (111 items) from January 8 to 15; 20.7% (29 items) from January 16 to 24. Various combinations of the following keywords were used for searches: “authorities”, “California”, “caricature”, “cartoon”, “fire”, “firefighter”, “firefighting services”, “LA”, “Los Angeles”, “political”, “politician”, “wildfire”, “2025”.

The second criterion for the selection of cartoons was the presence of polycode text, i.e., the presence of a linguistic component represented by at least several lexemes. The methodological foundation of the political cartoon study lies in the plane of multimodal critical discourse analysis. Its application allows a researcher to reveal how the meaning of the text is created through the interaction of various semiotic means, the most prominent of which are verbal and pictorial (iconic) codes.

The analysis of caricatures was carried out in the following sequence: firstly, it was necessary to define the relevance of the polycode text to the event in question. Afterwards, both verbal and nonverbal components were considered in isolation to grasp their isolated pragmatic meanings. Here, it was obligatory to refer to the background references and allusions, as they were crucial to the compound and correct decoding of the initial idea and message of the artist. The proper understanding of the correlation between the components contributed to the synthesis of the results, yielding the final pragmatic meaning of political cartoons. A similar multi-step approach proved to be effective when working with the metaphorical image of politicians (Dymova et al., 2024).

The authors analysed the units expressing paralinguistic features of the characters depicted in political cartoons and identified the expressive nominations on a lexical level. The empirical material was studied by means of qualitative and quantitative research methods.

The coding procedure was qualitative and primarily inductive, which means metaphor categories were not predefined at the start of the analysis. To ensure the validity of interpretation, each cartoon was examined independently by the co-authors and then cross-checked in joint discussions. Hence, interrater agreement was achieved to minimise individual bias. As the analysis progressed, recurring patterns and metaphor categories were established based on their frequency and pragmatic prominence within the discourse. Additionally, the interpretation of lexical elements was supported by reference to English dictionaries and lexicographic data, enhancing the accuracy of metaphor identification and semantic analysis.

It should be noted that the study has some limitations. It does not account for potentially relevant content available behind paywalls, as well as material in languages other than English. Focusing on a specific event may also restrict the applicability of the findings to this particular crisis.

4. STUDY AND RESULTS

The research was conducted in the following way. We first selected a total of 140 political cartoons for the relevant period of the fires. It is worth noting that a considerable number of cartoons from the previous fires were reused by a variety of online platforms reporting the event, which were not included in our analysis. Only new examples (created for the current wildfire case) were analysed. We then proceeded to group them according to the most prominent metaphorical

images. Two major groups emerged, representing the two institutions responsible for handling the disaster: one portraying the authorities, and the other the firefighting services. Following that, the most frequently used metaphorical images were identified. Thus, the findings, accompanied by our commentary, are presented below.

4.1. Representation of authorities

As was mentioned above, the first group depicted the elected officials in charge. That said, we have observed that President-elect Donald Trump (at the moment of the publication of the cartoons) was featured far more frequently than the then-President Joe Biden. This may be in part accounted for by netizens interpreting the coincidence of the wildfire and re-election as an ominous sign, as well as by dissatisfaction with his vehement denial of the existence of any environmental issues and fossil fuel policies. Another possible reason why he was such a prominent figure in the cartoons is that he implemented a number of environmental policies which prioritised fossil fuel production (Jacobo, 2025) and were anti-climate change (Walling, 2025), which is claimed to be the reason for the wildfire crisis in question. What is more, he withdrew the US from the Paris Climate Agreement, whose aim is to fight climate change, on the day of his inauguration (Bearak, 2025). Last but not least, he made a number of dismissive statements to the press about the wildfires (Milman, 2025), claiming that they were not to blame for the disaster, denying the problem (Nilsen, 2025). Apart from the leaders of the country, there are some other politicians (e.g., Gavin Newsom, Karen Bass) as well as a more abstract image of the powers that be. Regardless, for all of them, the connotation is strictly negative. The statistical data on the number of cartoons in each category can be seen in the table below (Table 1), with the total number amounting to 60.

Table 1. Authorities' representation in cartoons

4.1.1. Film industry	11
4.1.1.a. Film antagonist	5
4.1.1.b. Film award honoree	3
4.1.1.c. Entertainer	3
4.1.2. Arsonist	18
4.1.2.a. Kindling tools	3
4.1.2.b. Fuel containers	5
4.1.2.c. Gas pump nozzles	4
4.1.2.d. Fanning the flames	6
4.1.3. Fire	21
4.1.3.a. Danger	11
4.1.3.b. Denial	10
4.1.4. Battlefield	8
Miscellaneous	2
Total	60

A more detailed breakdown and analysis can be seen in the subsections below.

4.1.1. Film industry

The cinematographic metaphor, in this research, a metaphor based on imagery from the film industry, was one of the most frequently employed (see Table 1), with officials occupying different roles. The fact that Hollywood, a district of Los Angeles, is a place in which most films are produced may well be why this one was so omnipresent.

4.1.1.a. *Film antagonist*

Allusions to various movies wherein the government or particular elected officials are the villains of the story are quite widespread. In this respect, referencing famous films is fruitful for attributing certain characteristics to politicians through familiar images. The composition of such caricatures often follows the format of film posters, that is, inscriptions imitate the placement of film titles, or character postures replicate iconic film scenes.

Thus, in Figure 1, one can see Washington, D.C. being engulfed in flames, much like the set of a disaster movie, with the red colour being indicative of the fires. As is typical for the genre, there is a huge monster in the middle, which evokes the image of King Kong. Taken together, this could be a sharp critique of the government's tendency to neglect disasters, disregard major issues like climate change, and the lack of any meaningful actions to actually tackle the problem. The caption 'Disaster movie' reinforces the metaphorical proximity not only between the ongoing wildfire crisis and a scene from a disaster film but also between Donald Trump and a gigantic monster, causing this chaos.

Similarly, Figure 2 shows a reimagined *La La Land*, obviously chosen for the homographic pun referring the viewer not to the note [la:] but the abbreviation [el'ei]. Instead of a romantic image, there is Donald Trump dancing with the Statue of Liberty, holding up a sign 'Drill, Baby, Drill!' (a playful allusion to the pop-culture phrase 'Dance, Baby, Dance'). On the one hand, this is a clear indication that the policies enacted by the president-elect during his term have led to the current crisis. On the other hand, both images highlight the hypocrisy of those in power, as while they invoke liberty as their *modus operandi*, it is actually corporate greed that drives them. Interestingly, although the film's main male character is not originally an antagonist, the canonical scene is redefined by the cartoonist, and so is the character played by Donald Trump. In this version, he is assigned various villainous traits, e.g., the forced smile and the dropped torch of the Statue of Liberty hint that she has been coerced into dancing amidst the inferno. What is more, the blaze itself might have been initiated by this very same fallen torch.



Fig. 1 (Kimimo, 2025)



Fig. 2 (Morland, 2025)

4.1.1.b. *Film award honoree*

The next group of cartoons has to do with the awards and red carpet events. As such, Figure 3 employs a clever play on words, as instead of 'Walk of Fame,' we can see 'Walk of Flames' with Donald Trump again coming under fire for his policies. The backdrop of a city in flames is an indication of the legacy his presidency left with regard to the current environmental crisis. Figure 4 satirises the decision of Meta, owner of Facebook, to fact-check the aforementioned president. The

cartoon puts Mark Zuckerberg (the CEO of Meta) in the subservient role as he is rolling out the red carpet for the “star” with the fires raging in the background. Obviously, this elevates Donald Trump to a privileged position in relation to all other users.

Notably, the cartoons of this group do not feature images of politicians themselves, but rather their names. While it is standard practice to embed a celebrity’s name in a flagstone, this is far from true when it comes to red carpets. As a result, although being an honoree is meant to be prestigious, this concept is once again redefined by the caricaturists. In Figure 4, the placement of the name and the metaphorical opposition of up and down can symbolise a diminished status, loss of respect, whereas, traditionally, a red carpet signifies honour and distinction. Similarly, in Figure 3, the central emblem of the star contains the television icon, which not only implies that the president-elect received it for his contribution to the television industry rather than his official duties, but it also resembles an angry emoji such as 😡, reflecting either the crowd’s attitude or, more likely, ridiculing Donald Trump’s facial expression.

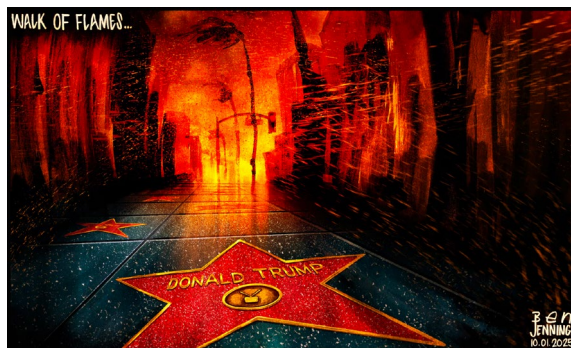


Fig. 3 (Jennings, 2025)

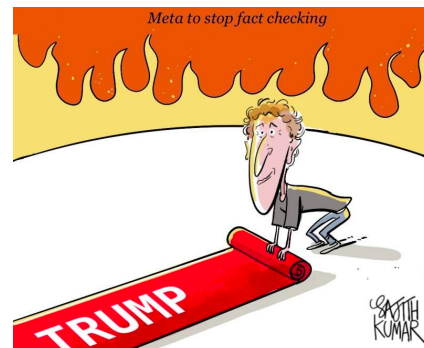


Fig. 4 (Kumar, 2025)

4.1.1.c. Entertainer

This group portrays people in power as entertainers rather than those in charge of dealing with serious issues, ignoring the real scope of the tragedy that is the California wildfires. Moreover, drawing closer these two differing images, the metaphor in question aims to highlight the authorities’ indifference towards performing both roles properly and towards the public’s concerns. Instead, they are represented to either indulge idly in buffoonery or use the disaster as a springboard for enhancing their public image.

In Figure 5, a clown symbolises the elected officials who take no real actions to rectify the situation, yet offer shallow ‘Policies’ (the inflated flower is evidently fake), not giving any real relief. It is notable that those affected by the tragedy are not fooled by this distraction as they respond by saying ‘Not now!’, indicating that such tactics and empty reassurances would not work. Being a classic symbol of the entertainment industry, the clown here evokes anxiety and fear, as he resembles one from a horror film (see the menacing grin, frown, and towering figure). Consequently, such politicians’ buffoonery is more likely to scare people than cheer them up as befits a clown.

Figure 6, yet again, features Donald Trump, whose audacious promises of ‘Show time’ are clearly juxtaposed with the pressing issue of the fires. His pose, just like the phrase in the bubble, is that of a showman rather than a decision-maker who would take the situation with the responsibility required under the circumstances. Similarly to the previous example, neither the direct nor the metaphorical roles are performed sincerely, as the politician here is not to amuse anyone but to make use of the fire and its impressiveness to his own advantage.

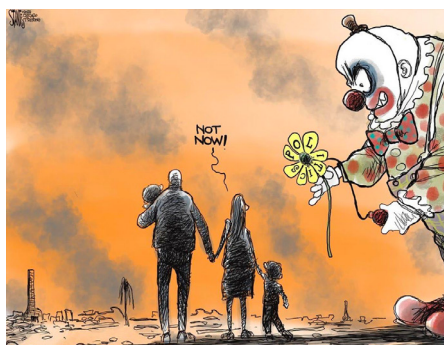


Fig. 5 (Stantis, 2025)



Fig. 6 (Amorim, 2025)

4.1.2. Arsonist

The cartoons, which are presented here, depict politicians as purposefully fuelling the fires, which can be interpreted as them either making matters worse due to inefficient policies or spreading misinformation. What is particularly striking about this metaphorical vector is the wide range of instruments used to start the fire. On the one hand, it reinforces the idea that the authorities did not merely allow the disaster to unfold through negligence but actively contributed to its occurrence. On the other hand, they reflect the spectrum of actions – from initiating the fire, that is to say, having ignored the early warning signs and taken no preventive measures, to stimulating it, in other words, aggravating the disaster.

4.1.2.a. Kindling tools

This group shows politicians using matches or torches to “start a fire”, which can be interpreted in Figure 7 as Donald Trump provoking a political controversy rather than making an effort to put out the wildfires raging in Los Angeles. He, and by extension the leadership of the country, is at cross purposes with the firefighter, a representative of the populace, who is actively trying to end the crisis. This can be an indication of the country, divided between people in power and the population, which is further supported by the allusion in the caption to *A Tale of Two Cities* by Charles Dickens.

Figure 8 shows an alliance between the same president and some kind of extremist who appears to be Elon Musk as Hollywood burns in the background. The design of the armbands and the saluting gesture evoke imagery associated with Nazi Germany, although the labels contain the letter T – the Tesla logo on the left and Trump’s initial letter on the right. This could be a sign that the current radical policies of Donald Trump are both fueling the social unrest as well as literal fires. As an example of that, the cartoonist locates the signpost amidst the blaze as a reference to his statements about his desire to incorporate these territories into the US, which seems to be more of a “burning” issue to him than the periodic wildfires. It further suggests the criticism of the alleged collusion between the authorities and business elites, as well as their detachment from the public.



Fig. 7 (Weyant, 2025)

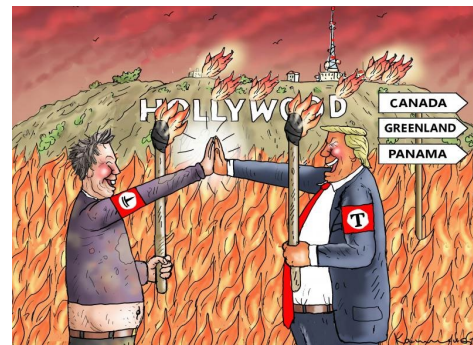


Fig. 8 (Kamensky, 2025, January 10)

4.1.2.b. Fuel containers

The second metaphor in the group is that of fuel containers, which are used to keep the fires going or make them worse. As such, Donald Trump and Elon Musk are using ‘Conspiracy theories’, ‘Revenge’, and ‘Lies’ to fuel the fires of controversy, as well as the real fires in California shown in Figure 9. This is a statement on the whole MAGA (Make America Great Again) movement being destructive. Alongside Figure 8, there is a recurring theme: the collaboration between the authorities and business tycoons. The smaller inscription on the plane – ‘CAPT. ELON. CO-PILOT DONNY’ (also note the use of the subtly condescending pet name form for the president) – suggests Donald Trump playing second fiddle in MAGA.

In Figure 10, Donald Trump is attempting to put out the fires with his ‘False incendiary remarks’, which is at odds with the intention to ‘assist’, implying that the politician’s involvement only makes matters worse, irrespective of his intentions. The remarks in question may refer to his denial of climate change or his downplaying its role in the current crisis.

On the whole, this vector is characterised by the combination of the container metaphor (abstract notions are measured and placed in a space with boundaries) and visualisation of the idiom “to pour gasoline on the fire”, meaning “to make a(n) ... bad situation worse” (“Pouring Gasoline on the Fire,” n.d.), (which the characters in the cartoons literally do only to illustrate the metaphorical proximity of this action and the wildfire aggravation by inappropriate political decisions). We also register the inclusion of the oppositional correlation of verbal and non-verbal elements (e.g., the contrast between the lexeme ‘assist’ and the canister brought to the fire), which intensifies irony.



Fig. 9 (Necessary, 2025)



Fig. 10 (Granlund, 2025)

4.1.2.c. *Gas pump nozzles*

The contribution of the government policy with regard to non-renewable resources, gas in particular, to the current wildfire crisis is vividly illustrated by the cartoons in this group. In Figure 11, the all-consuming fire in the background is clearly not helped by the California Forestry Policy, as the sign informs the viewer. The word ‘Gas’ is prominently displayed here as it is in Figure 12, where President Trump’s efforts to put out the fire with gasoline are juxtaposed with the firefighter’s efforts with his water hose (an idea previously reflected in Figure 7). These images shed light on the contradiction between the current policies and what is necessary for tackling the problem. Furthermore, they imply that those in power are culpable for exacerbating the situation, visually represented by them casually wielding hoses with gas.

This vector is yet another representation of the container metaphor described in 4.1.2.b. However, what is noteworthy is not only a new instrument for fueling the fire but also the volume of the container. Although this imagery involves the same metaphorical proximity of maladministration and “pouring gasoline”, nozzles of gas stations entail a bigger tank and no dearth of gasoline, that is to say, a more considerable amount of flawed governance and its aftereffect.



Fig. 11 (Payne, 2025)



Fig. 12 (Kamensky, 2025, January 14)

4.1.2.d. *Fanning the flames*

In this group, one can see someone physically blowing on the fire, making the situation worse. Contrary to all other vectors of 4.1., Donald Trump is non-existent here. Instead, we see some other politicians, who are either displayed solely in this vector or barely shown in any other category. This strongly suggests that this visual trope is not associated with the president-elect in the studied discourse, but the multitude of possible reasons makes it difficult to determine a definitive cause. The authors of this article assume that it might be accounted for by moderate passivity and lack of aggressiveness of the depicted action.

One culprit appears to be Joe Biden in Figure 13, where, while he is blowing, Los Angeles and America on the whole are on fire. It is noteworthy that America consists of the industries, which are to blame for the climate disaster. This implies that the situation is none the better for Biden’s actions (and the Democratic Party by extension) or lack thereof. In a similar vein, Figure 14 is entitled ‘The Devil Winds’, where we can see a huge and powerful figure blowing on the small and poor California. This man resembles Gavin Newsom, the governor of California, although there is no direct mention of that fact. Of particular interest is the wordplay in the caption since ‘devil’ here serves as an attribute both to the hurricane-force winds that literally contributed to the spread of fire in January 2025 and to the politician whose actions played a role in fire propagation.



Fig. 13 (Tosh, 2025, January 13)



Fig. 14 (Ramirez, 2025)

4.1.3. Fire

Despite the fact that the image of fire is part of every sampled cartoon, here it stands out as it bears metaphorical potential rather than a portrayal of the real wildfire in Los Angeles. Instead of being illustrated as the contextual setting of the cartoon, it becomes its central feature. In the caricature of this group, fire is incorporated into the image of a politician. Remarkably, this applied exclusively to Donald Trump.

4.1.3.a. Danger

Fire as an imminent threat is the key motif of this group. A notable aspect is that the ground for this metaphorical transference is the similarity between Donald Trump's hair colour and golden yellow fire. As a result, he is portrayed as having a blaze on top of his head, and, hence, the president is represented as the source of danger. However, he is no longer a contributor to the wildfire disaster, as described in 4.1.2, but is depicted as the disaster itself.

While he is giving various sorts of excuses for the fires in Figure 15 (e.g., misadministration by other politicians, lack of water), the reader sees that it is merely a fire of 'lies' as the inscription notes. Curiously, the caption 'Raging out of control' signifies the inclusion of the concept "danger" both by visual means (e.g., red colour) and by verbal ones (e.g., the definition of this idiom includes "destructive" ("Rage out of control," n.d.); the definition of the verb – "violent" ("Rage," n.d.). Likewise, he appears as the bringer of destruction in Figure 16, with the tagline 'I'm coming' menacing against the backdrop of the forest on fire, with the trees in agony burning down to the ground. Of note is the fact that this cartoon depicts Donald Trump with the face of the icon discussed in Figure 3. Their varying authorship indicates the somewhat established association between Donald Trump and the emoji 😡.

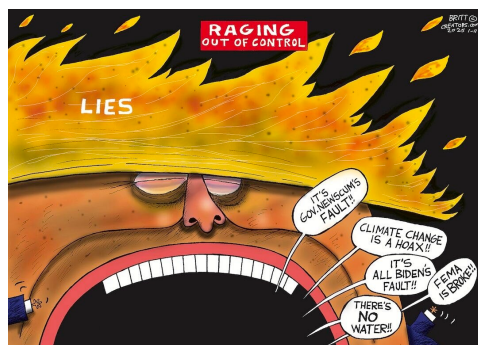


Fig. 15 (Britt, 2025)



Fig. 16 (Bahady, 2025)

4.1.3.b. Denial

This group exposes the continual denial of the problems of global warming by Trump supporters as well as him, personally. There is Donald Trump in a MAGA hat still asking ‘What global warming?’ while on fire with the cinderling LA sign fallen to the ground in Figure 17. This juxtaposition is ironic and underscores how willing delusional supporters are to deny the indisputable facts. Figure 18 conveys a similar message using the same analogy as in 4.1.3.a, where the president-elect’s hair is on fire. This part of his profile represents California and shows how disconnected he is from the reality of the situation, as is further reinforced by the tagline ‘It’s freezing in New York – Where the hell is global warming?’.

The works sampled for this group are explicitly characterised by the oppositional correlation of verbal and non-verbal elements. As a result, we continuously see Donald Trump on fire but, surprisingly, oblivious to the fact. The inclusion of speech bubbles or captions only intensifies the ironic effect on the viewer, as, although his body is already burning, he remains sceptical of the existence of global warming, one of the alleged sources of the wildfire under consideration.

Notably, the verbal elements of such caricature tend to be arranged in the form of a rhetorical question, which does not require an answer, and are either copied from or inspired by Donald Trump’s real statements. On the one hand, this question form suggests criticism of those who believe in global warming and a firm stance in refusing to side with them. On the other hand, the transference of the questions to a paradoxical context encourages the viewers to reassess them as absurd.



Fig. 17 (van Leeuwen, 2025)



Fig. 18 (Tosh, 2025, January 15)

4.1.4. Battlefield

The last metaphorical image identified is that of a battlefield. Specifically, the war metaphor in this section is applied to two vectors: either the wildfire aftermath or the process of extinguishing the wildfire is perceived as a battlefield with the forces of nature.

Figure 19 verbally conveys the former by lexical means – ‘Surrender Los Angeles’, which is the focal point of the image. Additionally, the war metaphor here is combined with another instance of the cinematographic metaphor, which was most prominent in 4.1.1, as both the witch’s image, the word “wicked” in the speech bubble, and its font are an allusion to the poster of the musical *Wicked* (premiered in 2003). This resulted in the appeal to a popular image of the Wicked Witch of the West, in this case, Climate Change (see the inscription on the witch’s dress), leaving the icon of the United States Forest Service (Smokey Bear) and Uncle Sam, the representation of the US government and the nation at large, in a rather powerless position after her attack. One more layer of drawing the metaphorical analogy between the witch and the wind is the pun in the speech bubble, in which “the Wicked Witch” is transformed into “the Wicked Winds”.

Figure 20, on the other hand, tackles another aspect of warfare, namely, wildfires being a form of Canada's 'invading the USA', which is clearly contrasted with the more traditional image of invasion presented in the top panel. In fact, the upper part of this cartoon is an allusion to Donald Trump's plan to make Canada the 51st state of the USA, which is represented as a real invasion with armed forces. Whereas this reflects the aggression and threat in the words and actions of the latter, as perceived by Canadians, the second strip depicts the Canadian version of invasion, which can be called one only metaphorically, as the reason behind the intrusion into the territory of their neighbour is the help with the wildfires. As a result of this contrast, we see that the second part of this cartoon is transformed into a battlefield, both showing the difference in understanding of what an invasion should be and reflecting the hardships of dealing with a natural disaster.



Fig. 19 (Zyglis, 2025)

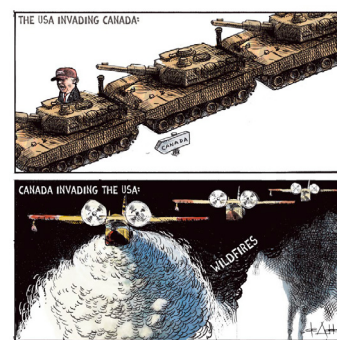


Fig. 20 (de Adder, 2025)

4.2. Representation of firefighting services

The second group encompassed the image of the firefighting services and their representatives. Albeit smaller (amounts to 24.2% of the sample, see Table 2) than its counterpart, it is nonetheless indicative of the way these servicemen are perceived by the public at large – the majority of images are positive in nature. Compared to the critical representation of authorities in terms of this incident, the caricature of firefighters aims to support them, disclose the obstacles of their work, and condemn the unfair attitude that the government adopted toward them.

Table 2. Firefighting services representation in cartoons
FIREFIGHTING SERVICES REPRESENTATION

4.2.1. Film industry	12
4.2.1.a. Action hero	6
4.2.1.b. Film award honoree	3
4.2.1.c. Film crew member	3
4.2.2. Divinity	7
4.2.2.a. Angel	3
4.2.2.b. Hell	4
4.2.3. Marginalisation	6
4.2.3.a. Downgrading social status	3
4.2.3.b. Ethnic stereotypes	3
4.2.4. Equipment failure	7
Miscellaneous	2
Total	34

4.2.1. Film industry

As was the case with the authorities, the most prominent sphere of metaphorical transference was the film industry (around 35% of the cartoons, see Table 2). This is hardly surprising, since the epicentre of the crisis, Los Angeles and Hollywood specifically, is also the place where most movies are made these days. However, only one image used for the cinematographic metaphor – a film award honoree – coincides in these groups. It is noteworthy that allusions to specific films are not characteristic of this category.

4.2.1.a. Action hero

Both images below show a firefighter shot at an angle typically seen in films. In Figure 21, the action literally takes place on a film set with the presumably director shouting ‘Now it’s real!’ and the epic-looking firefighter doing his best to put out the raging fire. Here, one can also see a pun: “on fire” (“On fire,” n.d.) colloquially means “playing, working, etc., extremely well”, which conveys a positive attitude towards the firefighter. Figure 22, similarly, depicts one firefighter coming face to face with the raging fire; curiously, the text of the image reads ‘Hollywood already has its best supporting actor’. While this can be seen as the firefighter not being the main star, he is still the best hope Hollywood has got.

The cinematographic metaphor *firefighter – action hero* is arranged complexly here. Firstly, the role of an actor, either visually (Figure 21) or verbally (Figure 22), is assigned to the firefighter. Secondly, the firefighter is placed at the forefront, heroically battling the flames, while others might be escaping or have already left in panic. Finally, although in reality, firefighters work in teams, in these samples, it is a lone figure defying the odds, which reinforces the trope of an action hero. This is used as a complimentary juxtaposition of the world of Hollywood, where actors merely play the roles of superheroes, and firefighters, whose aim is not to gain fame but to selflessly save lives.



Fig. 21 (Nath, 2025)

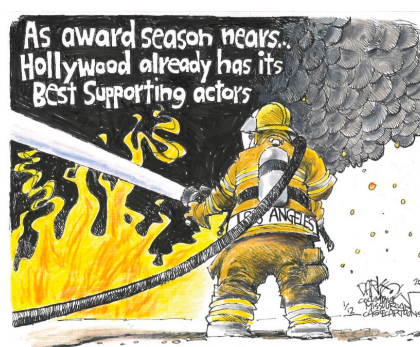


Fig. 22 (Darkow, 2025)

4.2.1.b. Film award honoree

The next group of images appeals to the Oscars and the Hollywood Walk of Fame. The former is awarded to the last firefighter standing in Figure 23, underscoring his significant achievement, as one can see just the remnants of the fires in the background. In this image, the Oscar, i.e., the reward, is quite tiny and insignificant compared to the immense achievement of saving people's lives, which further shows the disconnect between the elites and those men and women on the ground saving lives, as has been identified in the group of images depicting the authorities. Figure 24 showcases another attempt to pay tribute to firefighters, this time by placing their handprints,

as opposed to the customary stars, on the Hollywood Walk of Fame. Upon closer inspection, this is yet another hollow gesture since their names are not recognised by the citizens, unlike those of celebrities. This is a further testament that they are the unsung heroes whose contributions have not been appreciated nearly enough.

A somewhat similar image has been observed in 4.1.1.b. However, although the essence of awards is negatively redefined for authorities, as has been mentioned above, here the original positive interpretation of awarding is not only preserved but used as a tool for criticising society. Honorees are impersonalised to an extent that goes beyond wearing sunglasses and medical masks – their names are unfamiliar to the public. The pragmatic potential of this is to highlight the fact that real heroes remain in the shadows without any due recognition.



Fig. 23 (Maurer, 2025)



Fig. 24 (Stahler, 2025)

4.2.1.c. *Film crew member*

In opposition to the previous group, firefighters are members of the film crew in this one. In Figure 25, the fires are a literal movie shot by none other than Death itself, with the firefighter holding up the clapperboard with the name of the film 'Climate change' written on it. Thus, the message of doom and destruction is conveyed quite vividly due to the presence of the Grim Reaper, whilst the role of the firefighter is very scripted and predetermined. A similar yet less poignant message is communicated in Figure 26, where the members of the firefighting brigade are seen leaving the Hollywood Hills alongside the director, with a clear juxtaposition with the former holding a child and the latter – his equipment. The caption '...we shoulda made more movies on climate change' underscores Hollywood's failure to raise awareness of the issue, which led to its destruction.

Both examples ironically highlight that films on climate change as a means of raising awareness had been due a long time before the crisis took place. However, even now at the moment of crisis, there seems to exist indifference and frivolousness, hence the daily tone in speech bubbles from the public (e.g., see the elision 'shoulda' in Figure 26). Moreover, the firefighter in each one is allocated an assisting role and a task not connected to their professional duties, although the uniform is preserved. This makes this image particularly striking, especially with the blaze in the background, since it might prompt a question for the viewer as to why and under whose orders the firefighter is not carrying out their main professional duties when they are most needed.



Fig. 25 (Del Rosso, 2025)



Fig. 26 (Zapiro, 2025)

4.2.2. Divinity

This group underscores the angelic nature and sacrifice of the first responders amidst the hellish inferno of the fires. What it does is emphasise the heroism of firefighters who, like angels, save lives, even among the flames of hell. Such a binary opposition *heaven vs hell* sharpens the contrast even further: the worse the inferno, the more saintly firefighters appear. Pragmatically, this aims to heighten public empathy, encouraging viewers to perceive firefighters' work not only as a professional duty but as a spiritual feat.

4.2.2.a. Angel

In particular, this image is yet again dictated by the location of the wildfire – Los Angeles, which is also known as the City of Angels. This conceptual metaphor, however, mostly unfolds via the verbal level (e.g., captions, titles, inscriptions, etc. containing the lexeme 'angel') and less intensively through the visual one (e.g., wings, halo, flying, etc.). The lexeme 'angel', according to English dictionaries, is associated with such qualities as "good, helpful, or kind" (Cambridge Dictionary, n.d.), "benevolent" (Merriam-Webster Dictionary, n.d.), "spiritual" (Collins Dictionary, n.d.), which are attributed to firefighters in the cartoons.

The appeal to the angelic image is present in Figure 27, whose title is 'Angel of Rescue'. The title alongside the visual image of the city burning like a candle with the firefighter trying to extinguish it while it is still relatively intact is representative of a positive attitude towards the first responders. The odds of him dying, being depicted like a moth (a visualisation of the idiom "like a moth to a flame" that implies being "dangerously attracted" to something ("Like a moth to a flame," n.d.), are quite high, regardless, he persists. In a similar vein, Figure 28's caption 'City of Angels' puts the focus on those first responders, volunteers, and donors who, led by none other than a firefighter, bear the brunt of the fire's aftermath. Apart from that, it is noteworthy that in front of this marching group, we can still see the fires raging, while behind them, there is the white colour, often associated with angels and God, symbolising peace and an end to the disaster.



Fig. 27 (Takjoo, 2025)



Fig. 28 (Koterba, 2025)

4.2.2.b. Hell

To serve as the backdrop to the previous group, Figures 29 and 30 share the same motif of the flames of hell. The colour scheme of the former cartoon is that of deep crimson and black, which are extremely saturated, creating a sense of dread inherent in a hellish atmosphere. What is more, the Hollywood sign is intentionally distorted, aptly referred to as ‘*Hellywood*’, making this verbally explicit. Figure 30 shares the visual representation of fires (see the devil horns, demonic slit-like eyes), which, coupled with the title ‘the Los Angeles – Rage of the Inferno’, clearly appeals to the same core image of Hell on Earth. What this does is create a sense of chaos and destruction, making the role of those fighting the dark forces all the more divine.

As a rule, this group’s examples do not tend to incorporate the image of the firefighting services, but they definitely are to be analysed within 4.2 as they represent the hardships in the working conditions that firefighters have to endure. Despite the fact that the heaven-hell binary opposition is explicit in the institutional discourse, the images from 4.2.2.a and 4.2.2.b do not overlap. One reason for this could be that cartoonists feel the need to preserve the clarity of the semiotic elements, facilitate perception, and avoid interpretive ambiguity.

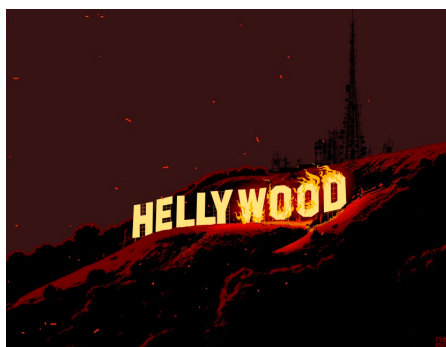


Fig. 29 (NEMØ, 2025)



Fig. 30 (Fatunla, 2025)

4.2.3. Marginalisation

Firefighters are likened to various marginalised groups, such as slaves, the homeless, or the immigrants, in this group of cartoons. Not only do they face exploitation and inequality much like those marginalised groups, but also, clearly, there is a lack of recognition of their heroic efforts by the media, similarly being dismissed. Overall, marginalisation is a visual tool used by cartoonists to reflect the current state of affairs, rather than condemn firefighters. The pragmatic purpose of this is along the lines of 4.2.2.a – to prompt viewers’ empathy, but it is achieved by an opposite means – demythologisation rather than divinisation.

4.2.3.a. Downgrading social status

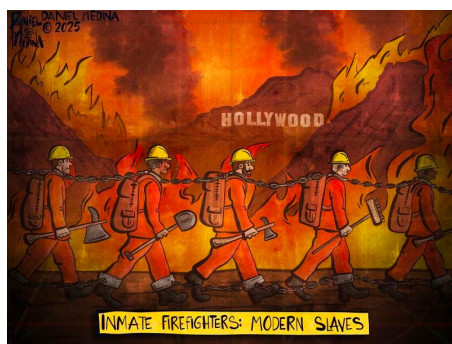


Fig. 31 (Medina, 2025)



Fig. 32 (Stiglich, 2025)

As such, Figure 31 shows and verbally calls firefighters ‘modern slaves’, suggesting that their compensation for the work done is far from fair. What is more, the caption part ‘inmate firefighters’ sheds light on the historic tradition of using inmates as firefighters who receive little to no compensation for their life-threatening labour. The other group of a clearly lower social status in Figure 32 are the homeless begging for food, which is what the firefighters have to resort to with their primary resource – water. This is a clear indication that there is not enough support, leaving those in need no choice but to beg for what is clearly a basic necessity. Indeed, multiple news reports during the 2025 wildfires highlighted the severe shortage of water available to firefighting teams.

4.2.3.b. Ethnic stereotypes

In both Figures 33 and 34, Mexican firefighters are shown to be capable and adept at doing their job. Yet, in both instances, their origin is clearly emphasised, bringing to the fore several unsavoury stereotypes. Figure 33 subtly explores one according to which Hispanics, be that firefighters or some other professions, are good at building something. Looking at the industrious firefighters turn construction site workers and how well-suited they are for manual labour (rebuilding and re-roofing houses), the civilian in the picture thanks them for their help ‘with these wildfires’ which are, incidentally, nowhere to be seen. To reinforce the message, there is an obligatory radio / boombox which is often associated with construction sites where Latin American workers are the majority. Figure 34 is more explicit in its message. It shows a sharp contrast between how these firefighters are portrayed by the Trump administration, i.e., ‘they’re bringing drugs, [...] crime, they’re rapists’, and how these people are contributing to the current crisis, fighting actual fires.

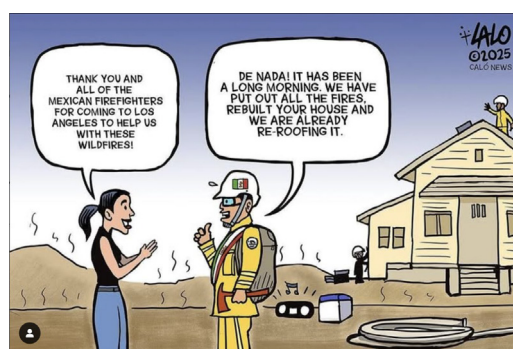


Fig. 33 (McLaughlin, 2025)



Fig. 34 (Jones, 2025)

4.2.4. Equipment failure

The last group shows equipment failure, namely the fire hose being either literally cut off or tangled, leaving firefighters without the main resource they need to do their jobs. Thus, Figure 35 communicates that it is ‘wokeism policies’ that are to blame for water being denied to the first responders who are actively trying to put out the fire. Their hands are tied. In Figure 36, it is ‘blame’, ‘lies’, ‘politics’, and ‘misinformation’ that cut the hose carrying water, leaving the firefighter to fend for themselves. This furthers the motif of the spread of lies and misinformation in the media/politics, which makes the job of extinguishing the fires virtually impossible.

Not only does this imagery resonate with the lack of water represented in 4.2.3.a., but it is also a contrast to the variety of arson methods to suit all tastes, as discussed in 4.1.2. Whereas authorities use a whole range of means to cause a fire, the only equipment that can help a firefighter does not function because it has been meddled with by various actors, governmental bodies among them.



Fig. 35 (Francisco, 2025)

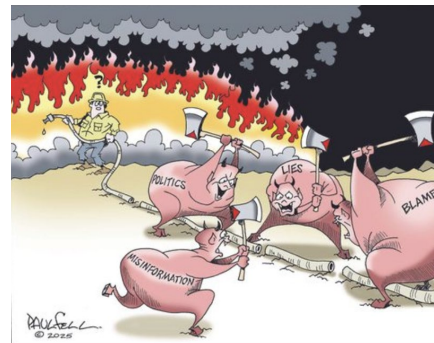


Fig. 36 (Fell, 2025)

5. DISCUSSION

The study of the metaphorical representation of politicians in various emergency situations or crises demonstrates certain recurring features: an appeal to political cartoons as they “remain the most representative in terms of public perception of political figures. It may be explained by the fact that the linguistic analysis of caricatures is based on the versatility of the methods of conveying the pragmatic meanings laid down by the authors, the synthesis of text levels and the establishment of correlation relationships to attract the attention of recipients and the intensity of the resulting images” (Dymova et al., 2024, p. 127). It is also worthy of notice that despite varying tactics used by cartoonists, every image/motif employs two dominant strategies: metaphorical transfer, altering cartoon elements to merge disparate realities, and allusions to unrelated events or prior statements.

The results of the linguistic analysis devoted to the wildfires in Los Angeles yielded two major findings. One, as mentioned before, is an unprecedented shift from the unspoken pattern of being inexplicit in opinions about disasters and tragedies through visual metaphors in political cartoons. This pattern is reflected in previous research, for instance, Pavlina (2022) in her study of cartoons featuring COVID-19 pandemic coverage found the majority of cartoons employed allusions, making criticism less explicit. Similarly, Pedrazzini & Royaards (2022, p. 363) note that meanings conveyed by satiric images are “generally implicit and figurative,” especially when they are produced in temporal proximity to a tragic event, which runs counter to the findings of the present study, as the cartoons were produced right in the middle of the California wildfire disaster.

The other finding is the emergence of a serious institutional crisis that indicates the disconnect between the elites and the people on the ground, concerned with solving the real and serious problems, as have been identified in the groups of images depicting the authorities and the firefighters. These two findings convey the idea that there is a certain public dissatisfaction that finds its way through art in the form of polycode texts. The general vector of the metaphorical perception of those participating in extinguishing the wildfires is polarised: one can see a rift dividing the authorities from the people and their expectations. Signs of this disconnect are present in other research. For instance, a pattern of “glorification” of some part of other groups of professionals (doctors, volunteers, etc.) as opposed to politicians in American caricatures in the times of the COVID-19 pandemic (Pavlina, 2022, p. 189) or the support of scathing caricatures by the electorate in the comment section during the 2024 British parliamentary elections (Dymova et al., 2024).

In the current case, this lack of rapprochement is also illustrated in numbers: 60 political cartoons feature politicians as targets of the metaphorical transfer, 34 concentrate on the work of the firefighters, and 40 relate to miscellaneous domains. Such a shift towards the activities of those in power conveys the public’s interest in their effectiveness and competence, which leads to an abundance of critique.

The number of analysed political cartoons allowed us to single out a considerable number of dominant and frequent metaphorical frames functioning within the discourse of a professional.

The most widely presented frame is the *cinematographic metaphor* that implies acting out certain roles that the viewer should appreciate. It seems possible to say that the one aimed at the authorities is characterised by the reassessment of their perception (shifting from positive to negative, prestigious to contempt or mockery) and failure to live up to the image constructed by themselves in pursuit of popularity, fame, and approval. Besides, the cartoons depicting politicians are often more dramatic and spectacular, given the amount of self-importance and the attempts to control the recipient’s perception.

The cinematographic metaphor targeting firefighters is irrefutably positive and is marked with pragmatic meanings of heroism, self-sacrifice, and devotion. One cannot see any shift in perception in any of the cartoons: all rewards are righteously deserved and remain prestigious. Notably, the category “film crew”, opposed to the exaggerated pomp of politicians, presents the way they carry out their responsibilities – despite the real and manufactured challenges.

The frame “*Arsonist*” is also rather frequent and diverse in terms of means of setting fire. The most dominant target domain is the politician who is perceived as the culprit, major distributor, and at the same time beneficiary of the arson. The metaphors and allusions (for instance, “A Tale of Two Cities”) functioning within this frame are especially efficient in conveying the pragmatic meaning of a gap expanding between the elites and the people through the difference in actions of politicians and firefighters (see Figures 7 and 12). At the same time, it is opposed by the emergence of an idea of a well-organized collaboration between the authorities and business moguls (see Figures 8 and 9).

Among all the selected images depicting the wildfires, the metaphorical reference to fire itself is ubiquitous. However, it is noteworthy that the metaphor of *fire* with flames as the source domain is incorporated into the image of a politician, Donald Trump. In all other cases, its presence is less explicit.

Another prominent metaphor targeting the authorities is of a *military* origin. It implies the scale of the disaster and its aftermath and havoc, which in the eyes of the public look like a war theatre.

The positive perception of firefighters is continued in a more spiritual frame, focusing on a metaphor of *“Divinity”*. In this regard, the professionals are viewed as angels intervening in the situation with the urge to bring order, peace, and consolation. The dedication of Los Angeles firefighters is transformed into a spiritual soft power underscored by the working conditions reminiscent of hellfire. Furthermore, fire as an untamed element is depicted as a demon. Such a binary opposition contributes to captivating the recipients’ empathy and marvelling at demonstrated selflessness and heroism.

Nevertheless, recipients’ empathy is also achieved by semantically “humbling” images incorporating the *marginalisation of firefighters*. In this case, they are intentionally depicted either as homeless or enslaved to convey the idea of deprivation of basic tools to do their job and a lack of respectful attitude from the authorities necessary to be properly motivated. This vivid downgrading of the status is quite relevant to the real state of affairs: the reported situation with water deficit, lack of equipment and vehicles, the condescending, manipulative and dismissive attitude from politicians, all broadcast by the media, leads to real marginalisation. Unlike deification, it is done not by the artists but by real people in power. This aspect also comes with undermining firefighters’ heroism, intertwined with various ethnic stereotypes and diminishing their role.

Yet another contributing factor to a series of humbling political cartoons depicting firefighters is linked to their *faulty equipment*, conveyed by the images of tools or hoses ruined by politicians or the media. Thus, firefighters fall victim to certain political miscalculations that endanger public security. This situation indicates the low rate of trust towards governmental institutions and the presence of an “inner enemy”.

Finally, it should be noted that the interpretative and supportive correlation is dominant in most caricatures as it expounds the implied pragmatic meanings in comprehensible forms. The oppositional correlation of verbal and non-verbal elements is often deployed when politicians become target domains of visual metaphorical transfer, which implies an ironic contradiction between the words they say and the actions they undertake.

6. CONCLUSION

The results of the research indicate that the following linguistic means are used to shape the professional image of the authorities and firefighting services in the context of Los Angeles wildfires: stylistic devices, intertextual references, structural elements, wordplay, and correlative relationships of verbal and nonverbal elements. Taking into account the stylistic function within the analysed sample of political cartoons, the most frequently used devices are hyperbole, litotes, personification, anthropomorphism, and artifact metaphors. These linguistic means enhance the potential impact on the recipient by altering the ordinary meaning of words and images through metaphorical use, irony, and exaggeration. Another major feature of the analysed cartoons is their reliance on integrating intertextual references that evoke previously prominent events or influential cultural works. In this regard, cartoonists employed the full range of precedent phenomena and allusions.

There is a clear binary opposition of the two parties of the wildfire crisis: those in power and firefighters. The former’s vector is clearly negative as politicians are shown to be incompetent and/or unwilling to deal with the disaster, while the latter are portrayed in an unequivocally positive light either as heroes or victims in the situation, being indicative of an institutional crisis.

Cinematographic metaphor is one of the most illustrative examples of the difference in perception of the two institutions in question. Whilst the authorities were depicted as *Film Antagonists*, undeserving of the awards in *Film award honoree*, and *Entertainers* amidst the unfolding disaster, the firefighting establishment was shown to be *Action Heroes* or real *Film award honorees*.

The presence of a crisis is readily apparent when looking at the other metaphoric images employed. For instance, members of the government feature in the frames *Arsonist* and *Fire*, clearly being blamed for or complicit in the disaster, as opposed to the firefighters who were glorified in the frames *Divinity* and sacrifices were unappreciated by the powers that be reflected in the image of *Marginalisation*.

In light of these findings, it could be said that the image of a professional in the context of political caricature serves as a critical component of the analysis of the state of society and authorities exerting a significant impact on the formation of public opinion. Political cartoons thus become indispensable for public dialogue, raising pressing issues of public administration in times of crisis. Their influence extends far beyond the aesthetic value that led to the development of art, becoming a critical element of social dynamics and citizen participation.

Further research of political cartoons is necessary to gauge the public perception of and attitude to those in power and the current events unfolding. It might also include the assessment of the diachronic evolution of institutional images in cartoons devoted to either other significant events or to recurring California wildfires (e.g., a new outbreak occurred in August of the same year as the one studied in this paper). Moreover, the January 2025 wildfires may be examined from a different angle: content available behind paywalls, material in languages other than English, and other media genres.

Conflict of interest

The authors declare that there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Angel. (n.d.). In *Collins Dictionary*. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/angel>
2. Angel. (n.d.). In *Cambridge Dictionary*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/angel>
3. Angel. (n.d.). In *Merriam-Webster Dictionary*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/angel>
4. Awier, M. (2021). Multimodal metaphor in ELT: combining theoretical knowledge and skills development. *Linguodidactica*, XXV, 7-20. doi:10.15290/lingdid.2021.25.01
5. Bearak, M. (2025, January 20). Trump Orders a U.S. Exit From the World's Main Climate Pact. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2025/01/20/climate/trump-paris-agreement-climate.html>
6. Beilinson, L.S. (2009). Professional'ny diskurs: priznaki, funkcii, normy [Professional Discourse: Features, Functions, Rules]. Volgograd: Peremena (in Russian).

7. Butulussi, E. (2025). An inclusive case study of multimodal metaphor: Embodied, cultural and ideological contexts of a labyrinth in the contemporary art discourse on refugee migration. *Review of Cognitive Linguistics*, 23(1), 59-89. doi:10.1075/rc1.00208.but
8. Chu, T.Y. (2022). A Study of Multimodal Metaphors in Newspaper Cartoons Representing COVID-19. *Open Access Library Journal*, 9, 1-10. doi:10.4236/oalib.1109245
9. Dymova, A.V., Kareva, V.Yu., Zolotaiko, A.I. (2024). Rishi Sunak vs Keir Starmer: Cartoon Representation in the Context of the 2024 General Election. *Linguistics & Polyglot Studies*, 10(4), 114-131. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2024-4-41-114-131>
10. Forceville, Ch. (2024). Identifying and Interpreting Visual Metaphors in Political Cartoons. In M. Romano (Ed.), *Metaphor in Socio-Political Contexts: Current Crises* (pp. 255-278). Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783111001364-011>
11. Golovanova, E.I. (2021). Professional'ny kollokvializm: mezhdru obydenym i spetsial'ny [Professional colloquialism: between ordinary and special]. *Lingvistika i obrazovanie*, 1, 38-49 (in Russian). doi:10.17021/2021.1.1.38.49
12. Guerrieri, A., Ervas, F., & Gola, E. (2023). Multimodal artistic metaphors: Research on a corpus of Sardinian art. *Frontiers in Psychology*, 14, 1146639, 1-12. doi:10.3389/fpsyg.2023.1146639
13. Hai, D.T., & Vien, T. (2024). Multimodal Metaphors in Snack Food Advertisements in English and in Vietnamese: A Comparative Study. *Forum for Linguistic Studies*, 6(6), 947-964. doi:10.30564/fls.v6i6.7539
14. Heinemann, S. (2024). Multimodal metaphors and their use in advertising and political cartoons – a research overview. *Metaphorik.de*, 35, 15-52.
15. Ivanova, S.V. (2024). Professional v tsifrovom prostranstve: strategii sozdaniya i transformatsii obraza [A professional in digital space: strategies of creating and transforming the image]. *Terra Linguistica*, 15(2), 36-44 (in Russian). doi:10.18721/JHSS.15203
16. Jacobo, J. (2025, April 30). These are the biggest 'anti-environment' policies enacted in Trump's 1st 100 days, according to experts. ABC News. <https://abcnews.go.com/US/biggest-anti-environment-policies-enacted-trumps-1st-100/story?id=121125789#:~:text=Attempt%20to%20boost%20fossil%20fuel,of%20coal%20in%20the%20U.S.&text=On%20April%2018%2C%20the%20Department,natural%20gas%20in%20the%20world>
17. Karasik, V.I. (2024, April 4 - 5). Professional'ny diskurs v tsifrovuyu epokhu [Professional discourse in the digital age]. In *Diskursivnye praktiki v cifrovuyu epokhu: traditsii i innovatsii* [Discourse practices in the digital age traditions and innovations]: proceedings of the International Scientific Conference, Nizhnij Novgorod (pp. 110-120) (in Russian).
18. Khustenka, A.A., & Mishankina, N.A. (2021). Professionalny diskurs yuristov: neofitsialniye formy kommunikatsii (na materiale soobshchestv sotsialnykh setey) [Professional Discourse of Lawyers: Informal Forms of Communication (Based on Social Network Communities)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tomsk State University Journal], 473, 89-100 (in Russian). doi:10.17223/15617793/473/11
19. Kochemasova, D.R., & Voronina, E.B. (2018). Professionalny diskurs [Professional discourse]. *Vestnik of the Mari State University*, 12(3), 146-151 (in Russian). doi:10.30914/2072-6783-2018-12-3-146-151
20. Liepa, S., Šaudiņa, V., & Oļehnovičs, D. (2021). Metaphorical Representation of the European Union in Political Cartoons in English and Latvian. *Research in Language*, 19(4), 389-400. doi:10.18778/1731-7533.19.4.04

21. Like a moth to a flame. (n.d.). In *Phrase Finder*. <https://www.phrases.org.uk/meanings/232050.html>
22. Makinde, P.O. (2024). A Multimodal Metaphorical Representation of Selected Political Cartoons in Nigeria. *Scholars International Journal of Linguistics and Literature*, 7(10), 300-315. doi:10.36348/sijll.2024.v07i10.003
23. Medina, J.P. (2022). Smeshanniye teksty: kreolizovanniy vs polikodoviy vs multimodalniy [Mixed Texts: Creolised vs Polycode vs Multimodal]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philology. Theory & Practice]*, 15(6), 2017-2023. doi:10.30853/phil20220297
24. Milman, O. (2025, January 17). 'It's going to be rough': what Trump's response to LA fires portends for future climate disasters. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2025/jan/17/trump-climate-change-la-fires>
25. Nakhimova, E.A. (2018). O klassifikatsii i differentsiacii vidov precedentnykh fenomenov v politicheskoi kommunikatsii [Classification and differentiation of the types of precedent phenomena in political communication]. *Politicheskaya lingvistika [Political Linguistics]*, 1, 41-46 (in Russian).
26. Nilsen, E. (2025, January 24). Trump says California's mismanagement of forests and water is to blame for wildfires. Here's the reality. *CNN Climate*. <https://edition.cnn.com/2025/01/24/climate/trump-california-fires-raking-forests>
27. On fire. (n.d.). In *Cambridge Dictionary*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/on-fire?q=On+fire>
28. Pavlina, S.Y. (2022). Pragmaticheskiye i stilisticheskiye osobennosti britanskykh i amerikanskikh politicheskikh karikatur na temu COVID-19 [Pragmatic and stylistic perspectives on British and American COVID-19 cartoons]. *Russian Journal of Linguistics*, 26(1), 162-193. doi:10.22363/2687-0088-27107
29. Pedrazzini, A., & Royaards, T. (2022). Cartoons on trial: a case study integrating discursive, legal and empirical perspectives. *Humor*, 35(3), 361-385. doi:10.1515/humor-2022-0016
30. Pouring gasoline on the fire. (n.d.). In *TheFreeDictionary.com*. <https://idioms.thefreedictionary.com/pouring+gasoline+on+the+fire>
31. Qingwen, B. (2025). A Review of Research on Multimodal Metaphors in Different Genres. *International Journal of Humanities and Education Development (IJHED)*, 7(2), 1-8. <https://doi.org/10.22161/jhed.7.2.1>
32. Rage out of control. (n.d.). In *TheFreeDictionary*. <https://idioms.thefreedictionary.com/rage+out+of+control>
33. Rage. (n.d.). In *Cambridge Dictionary*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/rage>
34. Ryzhkova, E.V., & Kokkonen, E.I. (2023). «Skazochnye karikatury kak instrument diskreditatsii v britanskom politicheskom diskurse (na primere The Guardian)» [“Fairytale” Cartoons as a Tool for Discrediting in British Political Discourse (a Case Study of The Guardian)]. *Memoirs of NovSU*, 4(49), 339-346 (in Russian). [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.4\(49\).339-346](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.4(49).339-346)
35. Shaoyang, G. (2018). Politicheskaya karikatura, ili mul'timodal'ny politicheskii diskurs [Political cartoon or multimodal political discourse]. *Politicheskaya lingvistika [Political Linguistics]*, 6, 140-143 (in Russian).

36. Sorokina, Yu. V. (2017). Ponyatie mul'timodal'nosti i voprosy analiza mul'timodal'nogo lekt-sionnogo diskursa [Notion of multimodality and issues of multimodal lecture discourse analy-sis]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philology. Theory & Practice]*, 10-1(76), 167-170 (in Russian).
37. Walling, M. (2025, January 27). Here's what to know about Trump's executive actions on climate and environment. PBS News. <https://www.pbs.org/newshour/nation/heres-what-to-know-about-trumps-executive-actions-on-climate-and-environment>
38. Wang, G. (2022). Multimodal Metaphor Construction and Cognitive Analysis in Educational Cartoons. *Theory and Practice in Language Studies*, 12, 3, 543-550. doi: 10.17507/tpls.1203.14

SAMPLE SOURCES

1. Amorim. (2025, January 14). *Show Biz*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/show-biz>
2. Bahady, F. (2025, January 9). *Trump is coming*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/trump-coming-0>
3. Britt, C. (2025, January 13). *Raging out of control*. <https://www.creators.com/read/chris-britt/01/25/386090>
4. Darkow, J. (2025, January 11). *Los Angeles Firefighters*. <https://cagle.com/cartoonist/john-darkow/2025/01/11/291714/los-angeles-firefighters>
5. de Adder, M. (2025, January 9). *The US Invading Canada*. <https://cagle.com/cartoonist/michaeldeadder/2025/01/09/291653/the-us-invading-canada>
6. Del Rosso, E. (2025, January 14). *Blockbusters*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/blockbusters>
7. Fatunla, T. (2025, January 14). *Los Angeles – Rage of the Inferno*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/los-angeles-rage-inferno>
8. Fell, P. (2025, January 22). “Politics” “Lies” “Blame” “Misinformation”. <https://www.cartoonstock.com/cartoon?searchID=CS627995>
9. Francisco, M. (2025, January 20). *California Wildfires*. <https://cagle.com/cartoonist/man-ny-francisco/2025/01/20/291983/california-wildfires>
10. Granlund, D. (2025, January 16). *CA fires and Trump false claims*. <https://cagle.com/cartoon-ist/dave-granlund/2025/01/16/291853/ca-fires-and-trump-false-claims>
11. Jennings, B. (2025, January 9). *Ben Jennings on the California wildfires – cartoon*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/picture/2025/jan/09/ben-jennings-california-wild-fires-cartoon-los-angeles>
12. Jones, C. (2025, January 15). *Claytoonz: Thank You, Mexico*. <https://www.exploreclarion.com/local/2025/01/15/claytoonz-thank-you-mexico-836258/>
13. Kamensky, M. (2025, January 10). *Hollywood's Arsonists*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/hollywoods-arsonists>
14. Kamensky, M. (2025, January 14). *Firefighter Trump*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/firefighter-trump-0>
15. Kimimo, K. (2025, January 9). *Disaster Movie*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/disaster-movie>
16. Koterba, J. (2025, January 13). *Inspirational response to the Los Angeles fires*. <https://caglecartoons.com/cartoon/291730>

- 17.Kumar, S. (2025, January 10). *Stage Ready!* <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/stage-ready>
- 18.Maurer, L. (2025, January 9). *Los Angeles wildfires*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/los-angeles-wildfires>
- 19.McLaughlin, T. (2025, January 17). *Thanks to the Mexican firefighters*. <https://jobsanger.blogspot.com/2025/01/thanks-to-mexican-firefighters.html>
- 20.Medina, D. (2025, January 21). *California Slaves*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/california-slaves>
- 21.Morland, M. (2025, January 25). *Morten Morland's Times cartoon: January 10, 2025*. <https://www.thetimes.com/comment/cartoons/article/morten-morlands-times-cartoon-january-10-2025-xw808dhw7>
- 22.Nath, P. (2025, January 9). *On Fire*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/fire-19>
- 23.Necessary, K. (2025, January 15). *Throwing Gasoline on a (Wild)fire*. https://kevinnecessary.substack.com/p/throwing-gasoline-on-a-wildfire?utm_campaign=post&utm_medium=web
- 24.NEMØ. (2025, January 20). *Hollywood fires*. <https://cagle.com/cartoonist/nem/2025/01/20/292003/hollywood-fires>
- 25.Payne, T. (2025, January 13). *California Fire Policy Gasoline*. <https://henrypayne.com/index.php/2025/01/cartoon-california-fire-policy-gasoline-2>
- 26.Ramirez, M. (2025, January 9). *Rampant destruction*. <https://www.reviewjournal.com/opinion/michael-ramirez/cartoon-rampant-destruction-3262185/>
- 27.Stahler, J. (2025, January 16). *Walk of flames*. <https://www.dailyherald.com/20250116/cartoons/todays-editorial-cartoon-497/>
- 28.Stantis, S. (2025, January 13). *Not the time*. <https://www.baltimoresun.com/2025/01/13/not-the-time-editorial-cartoon/>
- 29.Stiglich, T. (2025, January 13). *Need water*. <https://www.bizpacreview.com/2025/01/13/best-political-cartoons-of-the-week-need-water-1515476/>
- 30.Takjoo, J. (2025, January 11). *Angel of Rescue*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/angel-rescue>
- 31.Tosh, K. (2025, January 13). The consequence of Climate change and its potential risk to oil wells. In *Cartoon Movement*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/consequence-climate-change-and-its-potential-risk-oil-wells>
- 32.Tosh, K. (2025, January 15). Trump maintains his unbelief on climate change. In *Cartoon Movement*. <https://www.cartoonmovement.com/cartoon/trump-maintains-his-unbelief-climate-change>
- 33.van Leeuwen, B. (2025, January 14). *Donald Trump on fire*. <https://cagle.com/cartoonist/bart-van-leeuwen/2025/01/14/291783/donald-trump-on-fire>
- 34.Weyant, C. (2025, January 10). *LA Heroes Fight Fires, Trump Torches Washington*. <https://cagle.com/cartoonist/christopher-weyant/2025/01/10/291685/la-heroes-fight-fires-trump-torches-washington>
- 35.Zapiro (2025, January 13). No denying. In *Daily Maverick*. https://www.dailymaverick.co.za/cartoon/no-denying/?dm_source=dm_block_list&dm_medium=card_link&dm_campaign=-main
- 36.Zyglis, A. (2025, January 10). *Santa Ana winds spread LA fires*. <https://politicalcartoons.com/cartoon/291695/santa-ana-winds-spread-la-fires>

About the authors:

Alyona V. Dymova, Cand. Sci. (Philology), is an Associate Professor in the Department of Foreign Languages and Translation at Ural Federal University (Yekaterinburg, Russia). ORCID: 0000-0003-2931-5199

Victoria Yu. Kareva is an Assistant Professor in the Department of Foreign Languages and Educational Technologies at Ural Federal University (Yekaterinburg, Russia) and a PhD student at the University of Jyväskylä (Jyväskylä, Finland). ORCID: 0000-0002-4667-3775

Anastasia I. Zolotaiko, Cand. Sci. (Philology), is an Associate Professor in the Department of Foreign Languages at the Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation (Yekaterinburg, Russia). ORCID: 0000-0002-9513-7987

Received: June 26, 2025.

Accepted: August 15, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-54-68>

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND FOREIGN LANGUAGE LEARNING IN HIGHER EDUCATION: ANALYSIS OF RESEARCH METHODS

Alexandra E. Ulanova

MGIMO University

(Moscow, Russia)

aleksa.ulanova@yandex.ru

Anastasia V. Buniakova

MGIMO University

(Moscow, Russia)

bunyakova.a@inno.mgimo.ru

Andrei Y. Lazko

MGIMO University

(Moscow, Russia)

aylazko@yahoo.com

Abstract: The paper presents a systematic review of research methods devoted to the use of artificial intelligence in foreign language learning in universities. The relevance of the paper is related to the growing role of artificial intelligence technology, such as large language models in higher education and foreign language learning. The aim of the study is to obtain a methodological picture of the research field in this area. Using the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses methodology, the authors selected and analysed scientific publications that apply qualitative and quantitative methods to the study of artificial intelligence for foreign language learning in higher education. From a corpus of almost 3000 sources, 32 studies in English that describe the methodology and are in the public domain were selected. The results of the review showed that the majority of the works were devoted to English as a foreign language, published between 2023 and 2024, and used quantitative and mixed empirical methods, primarily questionnaires. While noting the undoubted advantages of such methods (such as standardisation, anonymity, and the possibility of automated processing of results), the authors draw attention to the insufficiency of using only quantitative and mixed research methods to understand the peculiarities of applying artificial intelligence in universities for learning foreign languages. The paper proposes to draw attention to both theoretical and empirical qualitative methods from different scientific fields in order to gain a better understanding of the field of study, which will allow taking into account the context, ethical, and non-numerical

behavioural characteristics of people interacting with artificial intelligence in education. The paper contributes to the understanding of the current state of the field of research on artificial intelligence for foreign language learning in higher education by offering recommendations for the methodology of future research.

Keywords: neural network, foreign language education, university, large language model, LLM, PRISMA, AIEd, AIHed.

How to cite this article: Ulanova, A.E., Buniakova, A.V., Lazko, A.Y. (2025). Artificial Intelligence and Foreign Language Learning in Higher Education: Analysis of Research Methods. *Professional Discourse & Communication*, 7(3), 54–68. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-54-68>

1. INTRODUCTION

In recent years, the role of Artificial Intelligence (AI) in higher education has become increasingly important, especially in foreign language learning (Crompton & Burke, 2023). The proliferation of large language models (LLMs) is changing the approach to foreign language education in universities and has sparked an increased interest in this topic in academia, as it is seen as an innovative teaching method, supposedly improving the process of foreign language learning and making it more flexible, interactive, and effective (De la Vall & Araya, 2023). The aim of this study is to analyze the research methods used to investigate the application of Large Language Models (LLMs) in foreign language learning in higher education. In order to achieve the objective, the following tasks need to be accomplished: 1) conduct a systematic review of the research literature using PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses); 2) analyse the frequency of usage and importance of methods in the research field; 3) outline the main methodological trends in studying the impact of AI on foreign language learning in higher education.

2. THEORETICAL BACKGROUND

In the 20th century, artificial intelligence emerged as a field of research. The term artificial intelligence is thought to have gained wide currency after the Dartmouth Seminar of 1956, largely due to J. McCarthy (McCarthy et al., 2006). Currently, AI is understood as a technology that is capable of mimicking human cognitive functions and solving human tasks at a level comparable to or superior to that of humans.

At the same time, the popularity of AI tools in recent years does not fully reflect the whole range of technologies related to artificial intelligence, but focuses mainly on artificial neural networks and large language models based on them. These have been characterised by in-context learning and reinforcement learning from human feedback, whereby AI is able to produce text based on context, be involved in interactive engagement with humans, and learn from its own mistakes, improving performance (Chang et al., 2024). It is LLMs that are now widely used in many fields, from industry and medicine to law and linguistics. The use of artificial intelligence in education has led to the formation of a separate category – AI in education (AIEd) (Nemorin et al., 2023), and its part – AI in higher education (AIHed) (Bond et al., 2024), in which the possibility of applying artificial intelligence to help students learn foreign languages occupies a significant place. Speaking about the great potential of this field and possible significant effects, one cannot

ignore the fact that nowadays the expectations of AI for foreign language learning in higher education are somewhat higher than the available results (Bates et al., 2020; Al-Zahrani & Alasmari, 2024; AlTwijri & Alghizzi, 2024).

Despite some ‘overheating’ of the topic, analysing literature is an important research tool to assess the current state of AIED and AIHed, to identify leading approaches, trends, and methods, as well as unexplored areas. This study aims to address the gap in the literature on AIHed and foreign language learning by reviewing the research methods employed in academic publications from 2017 to 2024, an area that has not yet been examined through systematic analysis. Literature reviews on this topic are numerous, but their scope is often limited. They tend to focus on either artificial intelligence in higher education generally (Bearman et al., 2023), its application to foreign language learning across all levels (Almelhes, 2023), or specific AI tools like a single neural network (Sok & Heng, 2024). While some studies combine these areas, a systematic analysis of research methods at the intersection of all three remains absent.

3. MATERIAL AND METHODS

The systematic review, required to analyse research methods for studying artificial intelligence in foreign language learning in higher education, was conducted according to the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) protocol.

Search Strategy. Publications were selected according to four criteria: research area, topic, research design, and year of publication. The review included papers in the field of foreign language learning in higher education. The research topic was determined by searching for the phrases ‘artificial intelligence’ (or ‘AI’) and ‘foreign language learning’ (or ‘foreign language education’); ‘large language model’ and ‘foreign language learning’ (or ‘foreign language education’) in titles, abstracts, and keywords. In terms of research design, the review included theoretical and empirical studies with quantitative and qualitative methods. The years of publication were limited to 2017 - 2024. This is due to the fact that a massive increase in research and case studies on the topic in question started after the ‘transformer’ model of artificial neural networks was introduced, and a leap in natural language processing took place. *Scopus*, *Google Scholar*, and *The Lens* databases were searched in January 2025, resulting in 2900 sources. *Scopus* served as a primary database, with *Google Scholar* and *The Lens* supplementing *Scopus* with their larger coverage of scholarly literature. Before starting screening, the inclusion criteria were clearly defined.

Inclusion Criteria. Studies met the inclusion criteria if they: 1) were devoted to the application of artificial intelligence in foreign language learning in higher education; 2) contained a research methodology with the indication and description of methods; 3) were written in English; 4) were open access studies; 5) were research articles, book chapters or conference proceedings, corresponding to the stated topic and keywords.

Screening Procedure. After excluding duplicates, 2640 publications remained; after screening abstracts – 110; after full text screening – 30. The decision to include the studies in this review was made jointly by the authors as a result of discussions. After reviewing the reference lists, 2 sources were added, resulting in 32 papers. The scheme of work with sources (PRISMA flow diagram) is presented in Figure 1.

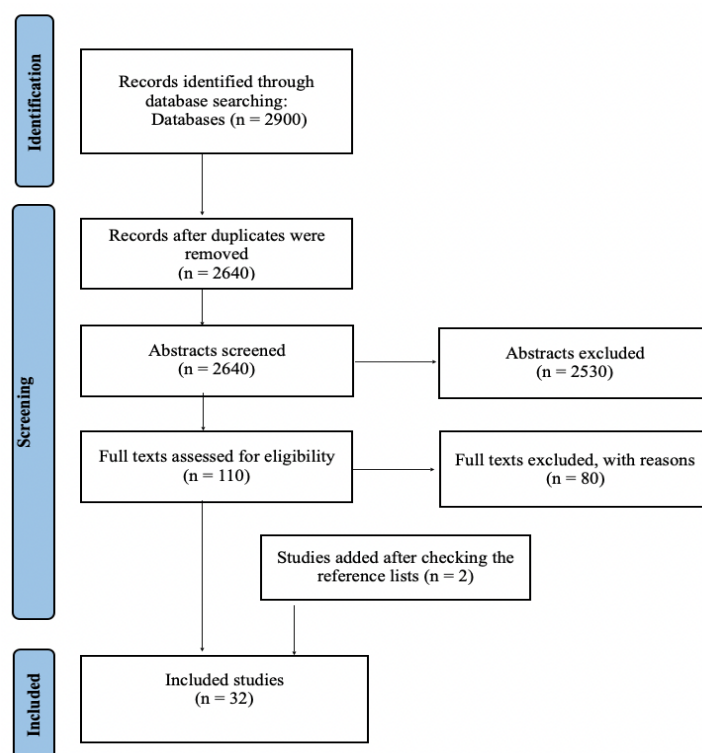


Figure 1. PRISMA flow diagram (compiled by the authors)

Data extraction. The authors extracted the following data from the studies: the title, name(s) of the author(s), the date of the publication, types of studies (theoretical/empirical, qualitative/quantitative), method(s), language, AI tool, and country.

4. RESULTS

The first objective of this study was to conduct a systematic review of the research literature using PRISMA. Table 1 presents the results of the review carried out using the PRISMA method.

Table 1. Reviewed articles (compiled by the authors)

Title	Authors	Year	Theoretical / Empirical	Qualitative / Quantitative	Method	Language	AI tool	Country
Exploring EFL university teachers' beliefs in integrating ChatGPT and other large language models in language education: a study in China	Y. Gao, Q. Wang, X. Wang	2024	Empirical	Qualitative + Quantitative	Questionnaire (with quantitative scales and a qualitative open-ended question)	English	ChatGPT and others	China
Advancing Foreign Language Teaching with AI-assisted models; Insights from lecturers and university administrators	N. Al-Awawdeh, I.A. Al-Shaboul, M.A. Saleem Khasawneh	2023	Empirical	Quantitative	Questionnaire	Not mentioned	Not mentioned	Jordan, Saudi Arabia

Title	Authors	Year	Theoretical / Empirical	Qualitative / Quantitative	Method	Language	AI tool	Country
Exploring the Evolution of AI Integration in English as a Foreign Language Education: A Scopus-Based Bibliometric Analysis (1997-2023)	M.G. Yaseen, S.S. Alnakeeb	2023	Theoretical	Qualitative + Quantitative	Bibliometric analysis	English	Not mentioned	Iraq
Generative Artificial Intelligence and ChatGPT in Language Learning: EFL Students' Perceptions of Technology Acceptance	T.K.A. Vo, N. Nguyễn	2024	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	ChatGPT	Vietnam
Leveling the Language Field: A Qualitative Study of the Impact of AI on Learning English as a Foreign Language in Higher Education	S.M.B. Palomares	2024	Empirical	Qualitative + Quantitative	Semi-structured interviews, questionnaire	English	Not mentioned	Spain
Impact of ChatGPT on Learning Motivation: Teachers and Students' Voices	J. Ali, M.A.A. Shamsan, T. Hezam, A.A.Q. Mohammed	2023	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	ChatGPT	Saudi Arabia, Yemen, India
Utilizing Artificial Intelligence-based Paraphrasing Tool in EFL Writing Class: A Focus on Indonesian University Students' Perceptions	M. Syahnaz, R. Fithriani	2023	Empirical	Qualitative + Quantitative	Questionnaire + face-to-face interviews	English	QuillBot	Indonesia
Using Artificial Intelligence for Developing English Language Teaching/Learning: An Analytical Study from University Students' Perspective	T.R. Al Mukhallafi	2020	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	Not mentioned	Saudi Arabia
Examining the Effects of L2 Self-Guides on Chinese University EFL Learners' Attitudes Towards Classroom Language Choice	J. Li, K.W.H. Tai	2024	Empirical	Qualitative + Quantitative	Semi-structured interviews, questionnaire	English	Not mentioned	China, UK
Embedding Artificial Intelligence Applications in Higher Educational Institutions to Improve Students' Pronunciation Performance	M.A.I. Al-Shallakh	2024	Empirical	Quantitative	Test, questionnaire	English	Elsa Speak	Jordan
The Effects of an Artificial Intelligence Voice Chatbot on Improving Vietnamese Undergraduate Students' English Speaking Skills	T.V.T. Duong, S. Suppasertsee	2024	Empirical	Qualitative + Quantitative	Test, questionnaire, semi-structured interviews	English	Andy	Vietnam

Title	Authors	Year	Theoretical / Empirical	Qualitative / Quantitative	Method	Language	AI tool	Country
Exploring the Use of Generative AI in Student-Produced EFL Podcasts: A Qualitative Study	R. Baskara, A.D. Puri, C.L. Mbato	2024	Empirical	Qualitative	Open-ended questionnaire	English	ChatGPT and others	Indonesia
Student Preferences on Using Artificial Intelligence (AI) Platform in Language Learning	R. Siregar, H. Subagiharti, D.S. Handayan, Sutarno, A.L. Hasibuan, E. Barus	2024	Theoretical + Empirical	Qualitative + Quantitative (according to authors — ‘descriptive research with a qualitative approach’ - p. 748)	Content analysis, questionnaire	English	Not mentioned	Indonesia
Research on Innovative Models of Second Language Teaching in the Age of Artificial Intelligence	C. Lin	2024	Empirical	Quantitative	Mixed quantile regression and Bayesian inference methods	Not mentioned	Not mentioned	China
Which one? AI-assisted language assessment or paper format: an exploration of the impacts on foreign language anxiety, learning attitudes, motivation, and writing performance	N. Biju, N.S.G. Abdelrasheed, K. Bakiyeva, K.D.V. Prasad, B. Jember	2024	Empirical	Qualitative + Quantitative	Sequential exploratory mixed-methods	English	ChatGPT	India, Oman, Uzbekistan, Bangladesh
The Potentials Of Artificial Intelligence In Stimulating Motivation And Improving Performance Of Undergraduates In Foreign Languages	M.A.S. Khasawneh, Y. Khasawneh	2023	Empirical	Quantitative	Questionnaire	Not mentioned	Not mentioned	Saudi Arabia, Jordan
Pattern Recognition of EFL University Students’ Online Behaviors through Data Science: Any Investment on English Language Components or Skills?	M. Arabshahi, Z. Kafi, D. Krummacker, H.D. Schotten	2024	Empirical	Quantitative	Analysis of online behaviors in AI application	English	Not mentioned	Iran, Germany
Exploring the Impact of AI on The EFL Context: A Case Study of Saudi Universities	A.G. Alhalangy, M. AbdAlgane	2023	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	Not mentioned	Saudi Arabia
A case study of implementing generative AI in university’s general English courses	Y.-J. Lee, R.O. Davis	2024	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	ChatGPT, SoulMachines	South Korea
The use and abuse of artificial intelligence-enabled machine translation in the EFL classroom: An exploratory study	W. Alharbi	2023	Empirical	Qualitative + Quantitative	Questionnaire + pre- and post-tests of writing drafts	English	Google Translate	Saudi Arabia
ChatGPT in English Education: A Case Study of Vietnamese English Majors’ Perceptions	L.Q. Hung	2024	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	ChatGPT	Vietnam

Title	Authors	Year	Theoretical / Empirical	Qualitative / Quantitative	Method	Language	AI tool	Country
Using Artificial Intelligence as a Digital Tool in Foreign Language Teaching	I.A. Kolegova, I.A. Levina	2024	Theoretical + Empirical	Qualitative + Quantitative	Literature review + questionnaire	English	ChatGPT, Twee, Eduaide Ai	Russian Federation
Integrating Artificial Intelligence into Foreign Language Learning: Learners' Perspectives	S. Aydın, M. Zeinolabedini	2024	Empirical	Qualitative	Background questionnaire and interviews	English	Not mentioned	Turkey, Iran
The Role of Artificial Intelligence in Advancing English as a Foreign Language Teaching at Saudi Universities	M. Alharbi	2024	Empirical	Qualitative + Quantitative	Questionnaire, semi-structured interviews	English	Not mentioned	Saudi Arabia
Pre-service teachers' attitudes towards artificial intelligence and its integration into EFL teaching and learning	S. Pokrivcakova	2023	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	Not mentioned	Slovakia
Exploring the Effects of Artificial Intelligence Application on EFL Students' Academic Engagement and Emotional Experiences: A Mixed-Methods Study	Y. Guo, Y. Wang	2024	Empirical	Qualitative + Quantitative	Descriptive statistics, semi-structured interviews	English	Bodoudou, ChatGPT, Wenxin Yiyuan	China
ChatGPT in Language Learning: Perspectives from Vietnamese Students in Vietnam and the USA	V.P.H. Pham, A.Q. Le	2024	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	ChatGPT	Vietnam, USA
Japanese University EFL Student Insights on the Emerging ChatGPT Phenomenon	G. Price	2024	Empirical	Qualitative	Survey, semi-structured interviews, informal discussions, and follow-up correspondence	English	ChatGPT	Japan
Enhancing Writing Accuracy and Complexity through AI-Assisted Tools among Moroccan EFL University Learners	A. Azennoud	2024	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	Not mentioned	Morocco
The Current State and Future Prospects of the Integration of Artificial Intelligence Technologies in Foreign Language Instruction at Universities	I.A. Semyonkina, T.A. Pavlova	2024	Theoretical + Empirical	Qualitative + Quantitative	Literature review + survey	English	Not mentioned	Russian Federation
Investigating The Impact of AI-Driven Chatbots On the Acquisition of English as a Foreign Language Among Saudi Undergraduate Students	A.S.E. Abu-Sahyon, O. Alshorman, B. Al-Absi	2023	Empirical	Quantitative	Questionnaire	English	Not mentioned	Saudi Arabia

Title	Authors	Year	Theoretical / Empirical	Qualitative / Quantitative	Method	Language	AI tool	Country
Incorporating AI in foreign language education: An investigation into ChatGPT's effect on foreign language learners	F. Karataş, F. Y. Abedi., F. Ozek Gunyel, D. Karadeniz, Y. Kuzgun	2024	Empirical	Qualitative	Case study	English	ChatGPT	Turkey, Canada

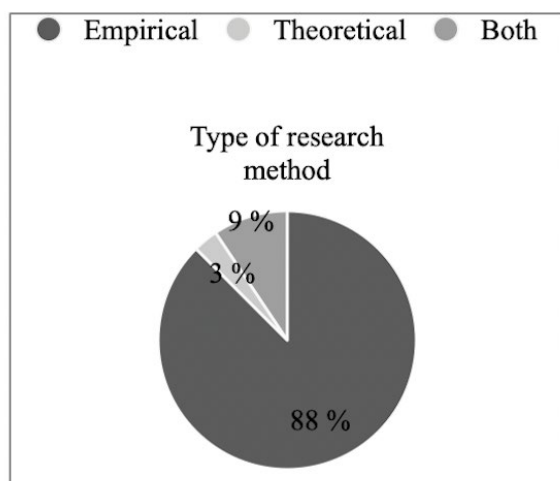


Figure 2. Type of research method

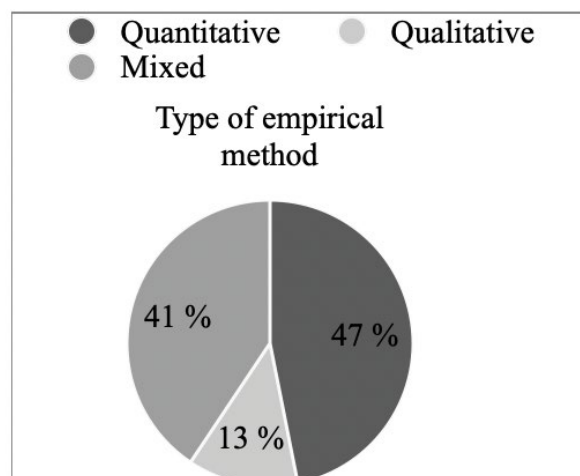


Figure 3. Type of empirical method

Based on the findings, it can be concluded that most studies on the application of artificial intelligence in foreign language learning in universities are empirical (more than 85%, Figure 2) and most often apply quantitative or mixed methods in the form of questionnaires (47% and 41%, Figure 3).

As shown in Figure 4, the first publication in the review dates back to 2020. Since then, more than 10 studies have been published in 2023, with a significant increase in 2024, where the number doubled. This suggests that there is currently a growing interest in AIHED and foreign language learning.

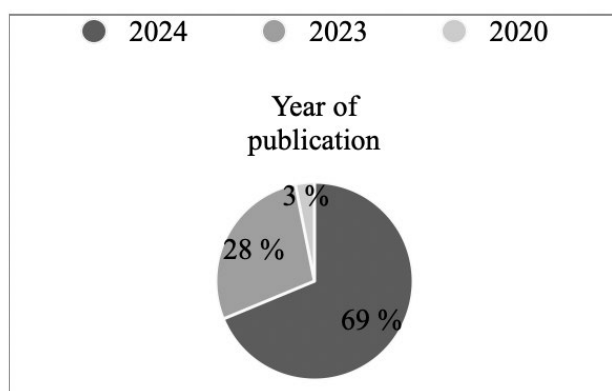


Figure 4. Year of publication

The geography of publications covered in this review is quite diverse, ranging from Slovakia to Japan. Interestingly, there are no studies from Latin America in the data set, but there is a significant number from Saudi Arabia ($n = 8$) and Vietnam ($n = 4$). This distribution may be due to the particular features of the databases and their search engines used in this research.

The most popular AI tool discussed in included publications is ChatGPT. This is likely because of its widespread use around the world and its wide range of features for learning English as a second language. Interestingly, another trend in the review is that all of the selected publications focus on English as the target language being learned. However, this criterion was not used to select studies. This trend, along with the other trends mentioned above, will be further discussed in the next section.

5. DISCUSSION

When looking at other literature reviews, similar trends can be seen. According to the closest systematic review to this study (Crompton, 2023), a PRISMA-based review of publications about AI in higher education 2016-2022, there is a dramatic increase in the number of published studies, especially noticeable in 2021 and 2022, when the number of publications almost doubled or tripled compared to the previous years. Most of the works are devoted to empirical studies, which were conducted on students. The main methods are surveys, questionnaires, and case studies. The authors also point out that artificial intelligence in foreign language learning in universities is one of the most important applications of AI in higher education.

Another review (Law, 2024), which also uses the PRISMA method, but to analyse publications on generative AI (i.e., predominantly GPT models) in foreign language learning at all educational levels, 2017-2023, also describes an increase in publication activity, marking its beginning in 2023. Most of the papers in the review were also empirical, methodologically divided roughly equally into quantitative, qualitative, and mixed methods. About 20-25 per cent of the publications studied in the review focused on foreign language learning at the tertiary level.

In a systematic review of artificial intelligence in education (at all levels) (Mustafa et al., 2024), the year 2024 is named as a turning point in research, when, according to the authors, AIED is going through a period of transformation and widespread adoption of AI in the learning process.

Thus, it can be seen that each newer review discovers that the increase in the number of publications about AI in education or foreign language learning falls in the last year investigated in the literature analysis (which is also confirmed by the results of the study conducted by the authors of this article). This is due to the fact that modern AI systems are constantly improving, solving more and more complex problems, and becoming more widely implemented in educational processes, in response arousing more and more interest in the academic community.

Most studies focus on the application of AI to teaching English as a foreign language (Ayoutunde et al, 2023), which is certainly due to its widespread use and lingua franca status. In the present study, too, almost all the selected sources appeared to focus on the application of AI in universities for teaching English as a foreign language. This may be due to the fact that the inclusion criterion for the review was the English language of the sources, whereas in the selection process, there were materials in other languages dealing with non-English languages. Another reason could be that today's large language models are most often trained on the vast amount of information presented in English, and are therefore much better suited to helping learn that particular language.

This, incidentally, can be seen as an additional barrier (Suzina, 2021) to a more equal and equitable representation of AI tools for learning different languages in the educational system at the university level.

Regarding the prioritised research methods, it can be seen that the dominant type is empirical research of quantitative or mixed type in the form of questionnaires. Such focus on questionnaires can be explained by their undoubted advantages (Dalati & Gómez, 2018). They allow collecting a large amount of data in a fairly short period of time, the questions and answer options are standardised and therefore easily comparable, questionnaires are anonymous and easily accessible to respondents, and their results can be processed automatically. Another advantage of this method is its easy adaptation to the IMRAD format favoured by many modern scientific journals. At the same time, questionnaires, with their limited depth, do not allow to see those numerous nuances of behaviour of people encountering artificial intelligence in the educational process, which are visible only through direct observation and which do not have numerical expression, but can be identified through empirical qualitative research methods (e.g., participant observation, in-depth interview, case study method). Also, in order to get a more complete, multifaceted picture of how artificial intelligence affects higher education through foreign language learning, it is worthwhile to turn to theoretical qualitative methods that allow us to assess social, ethical, economic, political, and other global aspects.

Implications of the results for researchers and policymakers. The study's findings have several implications for researchers and policymakers who focus on improving the quality of academic research. There are two implications for research in AIHed and foreign language learning. First, it is essential to expand the use of qualitative research methods. These methods are not inferior to quantitative methods, and they have their own unique advantages that cannot be overlooked in light of the rapid development of artificial intelligence. Second, it is important to consider the need for a theoretical framework for research on artificial intelligence in higher education. Without such a framework, quantitative research in the form of questionnaires on small sample sizes appears fragmented and insufficient to serve as a solid basis for further scientific exploration. There are also two implications for policymakers for working with AIHed and foreign language learning. First, it is important to be cautious when introducing AI into foreign language teaching in universities and to base decisions on the results of scientific research. Second, it is essential to take into consideration the existing practical experience of teachers and their opinions when introducing AI in foreign language learning. It is also important to consider their long-term interaction with students in order to maintain the unique, human-centered atmosphere of the universities.

Limitations and future directions. This study has several limitations. It is based on data extracted from three academic databases: *Scopus*, *Google Scholar*, and *The Lens*. Although these databases represent a significant portion of AIHed and foreign language learning, it is clear that some relevant publications have been omitted. Therefore, the findings of this study offer a preliminary overview of current research trends, but they might not fully reflect the whole scope of the field. Further investigations should consider incorporating other academic databases and additional literature (government reports, white papers, policy documents, etc.) in order to achieve a more comprehensive understanding of the subject. Another limitation of this review is the lack of a quality assessment of the included studies. This is because the review covers a wide range of studies, including both theoretical and empirical works using quantitative, qualitative, and mixed methods. As a result, it is difficult to apply common assessment methods that are specific to certain types of methods. In further research, it would be beneficial to focus on theoretical or empirical

studies only and evaluate their quality. Other limitations are related to the choice of research language (only English-written studies) and time frame (2017-2024). Future reviews may focus on selecting studies written in different languages and other publication years.

6. CONCLUSION

The use of artificial intelligence in foreign language teaching in higher education can be called a promising and relevant area of research. Despite the existing limitations of the research (only English language, time frame, a certain set of databases and search words, and lack of access to all suitable works), this review has achieved its goal by solving the set objectives, identifying the key methodological foundations of research in this area. Firstly, the review demonstrates that a significant proportion of AIHed and foreign language learning research employs empirical methods. Secondly, empirical studies in this field rely on quantitative or mixed methods.

The results of this work help to clarify some possible areas of future research and practice. While some authors of other systematic reviews (Law, 2024) say that more quantitative empirical research is needed to better understand the short- and long-term effects of artificial intelligence in foreign language learning in higher education, it seems equally important to increase the number of papers with theoretical and empirical qualitative methods from different fields of knowledge that will allow a broader view of the subject area (e.g. discourse analysis, in-depth interviews, frame analysis, PESTEL analysis, Porter's five forces analysis, etc.). Currently, there is no unified theoretical framework for interpreting the results of numerous narrowly focused quantitative studies, mostly conducted on small samples (up to 100 people). In addition, the use of AI in education, and especially in the field of foreign languages, has a significant impact on society and raises numerous ethical and value issues. As researchers have pointed out (Pilcher & Cortazzi, 2024), qualitative methods are extremely useful in such circumstances, as they allow for a deeper understanding of human behaviour, motivations, and concerns that cannot be expressed in numbers (Taherdoost, 2022), as well as a more complete representation of the human experience in a new social context.

Acknowledgments:

The paper was prepared as part of a study by a research team within the MGIMO University project "Challenges and opportunities for integrating artificial intelligence (henceforth AI) tools into the educational process in language and academic discipline departments".

Conflict of interests:

The authors state that there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. AbuSahyon, A.S.E., Alshorman, O., & Al-Absi, B. (2023). Investigating The Impact of AI-Driven Chatbots On the Acquisition of English as A Foreign Language Among Saudi Undergraduate Students. *International Journal of Membrane Science and Technology*, 10(2), 3075-3088. <https://doi.org/10.15379/ijmst.v10i2.3049>

2. Al Mukhallafi, T.R. (2020). Using artificial intelligence for developing English language teaching/learning: an analytical study from university students' perspective. *International Journal of English Linguistics*, 10(6), 40-53. <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n6p40>
3. Al-Awawdeh, N., Al-Shaboul, I. A., & Saleem Khasawneh, M. A. (2023). Advancing Foreign Language Teaching with AI-assisted models; Insights from Lecturers and University Administrators. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 33, 1491-1506. <https://doi.org/10.59670/jns.v33i.798>
4. Alhalangy, A.G.I., & AbdAlgane, M. (2023). Exploring the impact of AI on the EFL context: A case study of Saudi universities. *Journal of Intercultural Communication*, 23(2), 41-49. <https://doi.org/10.36923/jicc.v23i2.125>
5. Alharbi, M. (2024). The role of artificial intelligence in advancing English as a foreign language teaching at Saudi universities. *World Journal on Educational Technology Current Issues*, 16(3), 181-200. doi:10.18844/wjet.v16i3.9311
6. Alharbi, W. (2023). The Use and Abuse of Artificial Intelligence-Enabled Machine Translation in the EFL Classroom: An Exploratory Study. *Journal of Education and e-learning Research*, 10(4), 689-701. <https://doi.org/10.20448/jeelr.v10i4.5091>
7. Ali, J., Shamsan, M.A.A., Hezam, T., & Mohammed, A.A.Q. (2023). Impact of ChatGPT on learning motivation: Teachers and students' voices. *Journal of English Studies in Arabia Felix*, 2(1), 41-49. <https://doi.org/10.56540/jesaf.v2i1.51>
8. Almelhes, S.A. (2023). A review of artificial intelligence adoption in second-language learning. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(5), 1259-1269. <https://doi.org/10.17507/tpls.1305.21>
9. Al-Shallakh, M.A.I. (2024). Embedding Artificial Intelligent Applications in Higher Educational Institutions to Improve Students' Pronunciation Performance. *Theory and Practice in Language Studies*, 14(6), 1897-1906. <https://doi.org/10.17507/tpls.1406.31>
10. AlTwijri, L., & Alghizzi, T.M. (2024). Investigating the integration of artificial intelligence in English as foreign language classes for enhancing learners' affective factors: A systematic review. *Heliyon*, 10(24), e31053. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31053>
11. Al-Zahrani, A.M., & Alasmari, T.M. (2024). Exploring the impact of artificial intelligence on higher education: The dynamics of ethical, social, and educational implications. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 912. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03432-4>
12. Arabshahi, M., Kafi, Z., Krummacker, D., & Schotten, H.D. (2024). Pattern Recognition of EFL University Students' Online Behaviors through Data Science: Any Investment on English Language Components or Skills?. *Indonesian Journal of EFL and Linguistics*, 9(1), 99-113. <https://doi.org/10.21462/ijeel.v9i1.758>
13. Aydin, S., & Zeinolabedini, M. (2024). Integrating Artificial Intelligence into Foreign Language Learning: Learners' Perspectives. In S. Poyrazli (Ed.), *EJER Congress: 2024 International Eurasian Educational Research Congress, May 21-24, 2024, Kocaeli University, Turkey: Conference Proceedings* (pp. 121-126). Kocaeli: Ani Publishing.
14. Ayotunde, O.O., Jamil, D.I., & Cavus, N. (2023). The impact of artificial intelligence in foreign language learning using learning management systems: a systematic literature review. *Information Technologies and Learning Tools*, 95(3), 215-228. <https://doi.org/10.33407/itlt.v95i3.5233>
15. Azennoud, A. (2024). Enhancing Writing Accuracy and Complexity through AI-Assisted Tools among Moroccan EFL University Learners. *International Journal of Linguistics and Translation Studies*, 5(4), 211-226. <https://doi.org/10.36892/ijlts.v5i4.529>

16. Baskara, F.R., Puri, A.D., & Mbato, C.L. (2024). Exploring the Use of Generative AI in Student-Produced EFL Podcasts: A Qualitative Study. *Language Teaching Research Quarterly*, 43, 81-101. <https://doi.org/10.32038/ltrq.2024.43.05>
17. Bates, T., Cobo, C., Mariño, O., & Wheeler, S. (2020). Can artificial intelligence transform higher education?. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17, 42. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00218-x>
18. Bearman, M., Ryan, J., & Ajjaw, R. (2023). Discourses of artificial intelligence in higher education: A critical literature review. *Higher Education*, 86(2), 369-385. <https://doi.org/10.1007/s10734-022-00937-2>
19. Biju, N., Abdelrasheed, N.S.G., Bakiyeva, Kh., Prasad, K.D.V., & Jember, B. (2024). Which one? AI-assisted language assessment or paper format: An exploration of the impacts on foreign language anxiety, learning attitudes, motivation, and writing performance. *Language Testing in Asia*, 14(1), 45. <https://doi.org/10.1186/s40468-024-00322-z>
20. Bond, M., Khosravi, H., De Laat, M., Bergdahl, N., Negrea, V., Oxley, E., Pham, P., Wang Chong, S., & Siemens, G. (2024). A meta systematic review of artificial intelligence in higher education: A call for increased ethics, collaboration, and rigour. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21, 4. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00436-z>
21. Chang, Y., Wang, X., Wang, J., Wu, Y., Yang, L., Zhu, K., Chen, H., Yi, X., Wang, C., Wang, Y., Ye, W., Zhang, Y., Chang, Y., Yu, P.S., Yang, Q., & Xie, X. (2024). A survey on evaluation of large language models. *ACM transactions on intelligent systems and technology*, 15(3), 39, 1-45. <https://doi.org/10.1145/3641289>
22. Crompton, H., & Burke, D. (2023). Artificial intelligence in higher education: the state of the field. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20, 22. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00392-8>
23. Dalati, S., & Marx Gómez, J. (2018). Surveys and questionnaires. In J. Marx Gómez and S. Mouselli (Eds.), *Modernizing the academic teaching and research environment: Methodologies and cases in business research* (pp. 175-186). Springer International Publishing AG.
24. De la Vall, R.R.F., & Araya, F.G. (2023). Exploring the benefits and challenges of AI-language learning tools. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 10(01), 7569-7576. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v10i01.02>
25. Duong, T., & Suppasetsee, S. (2024). The effects of an artificial intelligence voice chatbot on improving Vietnamese undergraduate students' English speaking skills. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 23(3), 293-321. <https://doi.org/10.26803/ijlter.23.3.15>
26. Gao, Y., Wang, Q., & Wang, X. (2024). Exploring EFL university teachers' beliefs in integrating ChatGPT and other large language models in language education: A study in China. *Asia Pacific Journal of Education*, 44(1), 29-44. <https://doi.org/10.1080/02188791.2024.2305173>
27. Guo, Y., & Wang, Y. (2024). Exploring the Effects of Artificial Intelligence Application on EFL Students' Academic Engagement and Emotional Experiences: A Mixed-Methods Study. *European Journal of Education*, 60(1), e12812. <https://doi.org/10.1111/ejed.12812>
28. Hung, L.Q. (2024) ChatGPT in English Education: A Case Study of Vietnamese English Majors' Perceptions. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 7(4), 108-112. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijms-v7i4p114>

29. Karataş, F., Abedi, F.Y., Ozek Gunyel, F., Karadeniz, D., & Kuzgun, Y. (2024). Incorporating AI in foreign language education: An investigation into ChatGPT's effect on foreign language learners. *Education and Information Technologies*, 29(15), 19343-19366. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12574-6>
30. Khasawneh, M.A.S., & Khasawneh, Y. (2023). The potentials of artificial intelligence in stimulating motivation and improving performance of undergraduates in foreign languages. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 34, 7059-7077. <https://doi.org/10.59670/jns.v34i.2937>
31. Kolegova, I.A., & Levina, I.A. (2024). Using Artificial Intelligence as a Digital Tool in Foreign Language Teaching. *Bulletin of the South Ural State University. Series Education. Educational Sciences*, 16(1), 102-110. <https://doi.org/10.14529/ped240110>
32. Law, L. (2024). Application of generative artificial intelligence (GenAI) in language teaching and learning: A scoping literature review. *Computers and Education Open*, 6, 100174. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2024.100174>
33. Lee, Y.J., & Davis, R.O. (2024). A Case Study of Implementing Generative AI in University's General English Courses. *Contemporary Educational Technology*, 16(4), ep533. <https://doi.org/10.30935/cedtech/15218>
34. Li, J., & Tai, K.W.H. (2024). Examining the Effects of L2 Self-Guides on Chinese University EFL Learners' Attitudes Towards Classroom Language Choice. *English Teaching & Learning*, 48(2), 241-263. <https://doi.org/10.1007/s42321-024-00175-y>
35. Lin, C. (2024). Research on Innovative Models of Second Language Teaching in the Age of Artificial Intelligence. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.2478/amns-2024-0760>
36. McCarthy, J., Minsky, M.L., Rochester, N., Shannon, C.E. (2006). A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence, August 31, 1955. *AI Magazine*, 27(4), 12. <https://doi.org/10.1609/aimag.v27i4.1904>
37. Mustafa, M.Y., Tlili, A., Lampropoulos, G., Huang, R., Jandrić, P., Zhao, J., Salha, S., Xu, L., Panda, S., Kinshuk, López-Pernas, S., & Saqr, M. (2024). A systematic review of literature reviews on artificial intelligence in education (AIED): a roadmap to a future research agenda. *Smart Learning Environments*, 11, 59. <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00350-5>
38. Nemorin, S., Vlachidis, A., Ayerakwa, H.M., & Andriotis, P. (2023). AI hyped? A horizon scan of discourse on artificial intelligence in education (AIED) and development. *Learning, Media and Technology*, 48(1), 38-51. <https://doi.org/10.1080/17439884.2022.2095568>
39. Palomares, S.M.B. (2024). Leveling the Language Field: A Qualitative Study of the Impact of AI on Learning English as a Foreign Language in Higher Education. In K.B. Prager and N. Bilge (Eds.), *Digital Literacy at the Intersection of Equity, Inclusion, and Technology* (pp. 145-177). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2591-9.ch007>
40. Pham, V.P.H., & Le, A.Q. (2024). ChatGPT in language learning: Perspectives from Vietnamese students in Vietnam and the USA. *International Journal of Language Instruction*, 3(2), 59-72. <https://doi.org/10.54855/ijli.24325>
41. Pilcher, N., & Cortazzi, M. (2024). 'Qualitative' and 'quantitative' methods and approaches across subject fields: implications for research values, assumptions, and practices. *Quality & Quantity*, 58(3), 2357-2387. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01734-4>

42. Pokrivcakova, S. (2023). Pre-service teachers' attitudes towards artificial intelligence and its integration into EFL teaching and learning. *Journal of Language and Cultural Education*, 11(3), 100-114. <https://doi.org/10.2478/jolace-2023-0031>
43. Price, G. (2024). Japanese University EFL Student Insights on the Emerging ChatGPT Phenomenon. *International Journal of Education, Learning and Development*, 12(5), 83-100. <https://doi.org/10.37745/ijeld.2013/vol12n583100>
44. Semyonkina, I.A., & Pavlova, T.A. (2024). The Current State and Future Prospects of the Integration of Artificial Intelligence Technologies in Foreign Language Instruction at Universities. *Russian Journal of Education and Psychology*, 15(5), 219-242. <https://doi.org/10.12731/2658-4034-2024-15-5SE-642>
45. Siregar, R., Subagiharti, H., Handayani, D.S., Sutarno, S., Hasibuan, A.L., & Barus, E. (2024). Student Preferences on Using Artificial Intelligence (AI) Platform in Language Learning. *International Journal of Educational Research Excellence (IJERE)*, 3(2), 746-754. <https://doi.org/10.55299/ijere.v3i2.890>
46. Sok, S., & Heng, K. (2024). Opportunities, challenges, and strategies for using ChatGPT in higher education: A literature review. *Journal of Digital Educational Technology*, 4(1), ep2401. <https://doi.org/10.30935/jdet/14027>
47. Suzina, A.C. (2021). English as lingua franca. Or the sterilisation of scientific work. *Media, Culture & Society*, 43(1), 171-179. <https://doi.org/10.1177/0163443720957906>
48. Syahnaz, M., & Fithriani, R. (2023). Utilizing artificial intelligence-based paraphrasing tool in EFL writing class: a focus on Indonesian university students' perceptions. *Scope: Journal of English Language Teaching*, 7(2), 210-218. <https://doi.org/10.30998/scope.v7i2.14882>
49. Taherdoost, H. (2022). What are Different Research Approaches? Comprehensive Review of Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Research, Their Applications, Types, and Limitations. *Journal of Management Science & Engineering Research*, 5(1), 53-63. <https://doi.org/10.30564/jmser.v5i1.4538>
50. Vo, A., & Nguyen, H. (2024). Generative artificial intelligence and ChatGPT in language learning: EFL students' perceptions of technology acceptance. *Journal of University Teaching and Learning Practice*, 21(6). <https://doi.org/10.53761/fr1rkj58>
51. Yaseen, M.G., & Alnakeeb, S.S. (2023). Exploring the evolution of AI integration in English as a foreign language education: A Scopus-based bibliometric analysis (1997-2023). *Mesopotamian Journal of Computer Science*, 2023, 143-158. <https://doi.org/10.58496/MJCSC/2023/019>

About the authors:

Alexandra E. Ulanova, Cand. Sci. (Philosophy), is a Senior Lecturer in the Department of Philosophy named after A. F. Shishkin at MGIMO University, Moscow, Russia. ORCID: 0000-0001-5317-7991

Anastasia V. Buniakova, Cand. Sci. (Economics), is a Senior Lecturer in the English Language Department No. 2 at MGIMO University, Moscow, Russia. ORCID: 0000-0002-9987-9320

Andrei Y. Lazko is a Senior Lecturer in the English Language Department No. 2 at MGIMO University, Moscow, Russia. ORCID: 0000-0002-2740-2558

Received: March 31, 2025.

Accepted: July 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/10.24833/2687-0126-2025-7-3-69-90>

КОНЦЕПТОСФЕРА «МЕДИЦИНА» В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ДИСКУРСАХ (НА МАТЕРИАЛЕ УМК *SPEAKOUT* И *DIE NEUE LINIE 1*)

В.Э. Шукман

*Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева
(Самара, Россия)
shukman.ve@ssau.ru*

А.А. Голубых

*Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева
(Самара, Россия)
golubykh.aa@ssau.ru*

Аннотация: Статья посвящена сопоставительному исследованию вербализации концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах. Актуальность обусловлена необходимостью систематизации медицинских концептов для тех, кто изучает английский и немецкий языки как иностранные, так как бытовая коммуникация на медицинскую тематику важна уже на начальном этапе. Цель – выявить национально-культурные особенности репрезентации данной концептосферы на материале учебно-методических комплексов (УМК) начального уровня *Speakout* (английский) и *Die neue Linie 1* (немецкий). Методология исследования включает дискурсивный, концептуальный и лексико-семантический анализ материала, отобранного методом сплошной выборки. В результате исследования был сделан вывод, что актуализация концептосферы МЕДИЦИНА происходит благодаря медико-ориентированным лингвистическим маркерам, которые являются языковыми единицами разных частей речи и словосочетаниями, репрезентируют ядерные и периферийные концепты, основная функция которых заключается в упорядочивании информации о человеке и его антропоцентрических характеристиках. Еще одним результатом проведенного исследования является то, что на начальном уровне изучения английского и немецкого языков концептосфера МЕДИЦИНА представлена посредством последовательной и логичной актуализации вербальных маркеров, объясняющих основы медицинских знаний, необходимых иностранцам в бытовой коммуникации. Выявлено, что отличительной чертой репрезентации медицинской концептосферы в англоязычном образовательном дискурсе на примере УМК *Speakout*, отражающего современные тенденции в преподавании английского языка, является вербализация концепта-гештальта ОСОЗНАННОЕ ВНИМАНИЕ К МЕЛОЧАМ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ, СЧАСТЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ в связи с особой значимостью данного концепта в когнитивной картине мира англоязычного социума. Особенность актуализации концептосферы МЕДИЦИНА в немецкоязычном образовательном дискурсе на материале УМК *Die neue*

Linie 1 состоит в репрезентации концепта-сценария ПОСЕЩЕНИЕ ВРАЧА, что подчеркивает необходимость владения речевыми действиями для коммуникации в больнице и аптеке. Выводы показывают важность противопоставления концепта ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ и антиконцепта БОЛЕЗНИ И СИМПТОМЫ в исследуемых образовательных дискурсах, что демонстрирует иностранцам закономерность взаимосвязи здоровья и болезни. Научная новизна определяется изучением особенностей вербализации концептосферы МЕДИЦИНА в терминах функционального потенциала языковых единиц, входящих в ее состав, выявлением современных медицинских тенденций в англо- и немецкоязычном образовательных дискурсах на примере исследуемых УМК с применением сопоставительного анализа.

Ключевые слова: концептосфера МЕДИЦИНА, образовательный дискурс, ядерные и периферийные концепты, концепт и антиконцепт, учебно-методический комплекс, начальный уровень изучения языка.

Для цитирования: Шукман, В.Э., Голубых, А.А. (2025). Концептосфера «медицина» в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах (на материале умк *Speakout* и *Die neue Linie 1*). *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(3), 69–90. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-69-90>

1. ВВЕДЕНИЕ

Концептосфера МЕДИЦИНА занимает важное место в когнитивной картине мира носителей любого языка, так как является неотъемлемой частью повседневной жизни. Она приобретает особую актуальность в связи с необходимостью заботиться о здоровье, что включает в себя своевременное лечение заболеваний и ведение здорового образа жизни. Постоянное обогащение знаний в рамках современной англоязычной и немецкоязычной медицинской парадигмы, с одной стороны, и важность систематизации и упорядочивания информации о достижениях медицины в образовательном дискурсе, с другой стороны, определяют проблему данного исследовательского проекта. Это актуально и относительно сферы изучения иностранцами английского и немецкого языков, так как при создании учебно-методических комплексов (УМК) иностранных языков перед авторами стоит задача предложить иностранцам языковые средства для наиболее актуальной и адекватной репрезентации исследуемой концептосферы. В связи с этим существует необходимость ответить на следующие исследовательские вопросы: 1) Какие медицинские лингвистические маркеры актуализируются в процессе вербализации концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах? 2) Каковы функциональные характеристики концептосферы МЕДИЦИНА в обозначенных типах дискурсов? Цель исследования заключается в выявлении особенностей вербализации концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах. Данная цель потребовала решения следующих задач, которые нашли отражение в структуре данного исследования: 1) выделить вербальные репрезентанты медицинских концептов в УМК английского языка *Speakout A1-A2* и немецкого языка *Die neue Linie 1 A1*; 2) провести их дискурсивный, концептуальный, функционально-лингвистический и лексико-семантический анализ; 3) сравнить вербализацию исследуемой концептосферы в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах. Научная новизна и вклад исследования определяются изучением особенностей вербализации и функционирования концептосферы МЕДИЦИНА, выявлением современных тенденций в контексте медицинской тематики в исследуемых типах дис-

курса с применением сопоставительного анализа, а результаты исследования могут служить вспомогательным материалом при создании других УМК, методических пособий к уже существующим УМК, при разработке курсов английского или немецкого языков начального уровня для медицинских работников.

2. АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

В сфере изучения иностранных языков образовательный дискурс как институциональный тип дискурса направлен на передачу обучающимся знаний, развитие у них определенных умений и навыков (Шукман, 2024). Он обозначен нами как «образовательный», так как он, в отличие от педагогического, «охватывает в настоящий момент не только сферу профессиональной подготовки в государственных учебных заведениях, но в принципе любую сферу получения любого образования» (Гончарова, Никитин, 2021, с. 141). Это релевантно, так как иностранные языки могут изучаться разными по возрасту и социальному статусу обучающимися для различных целей в школе, университете, на курсах в языковых школах, онлайн и т.д.

Справедливо утверждение, что «иностраный язык как учебный предмет обладает большим потенциалом в деле обогащения и развития концептуальной системы личности за счёт приобщения к знаниям, опыту, духовным ценностям других народов» (Азмина, 2016, с. 194). Очевидно, что многие знания о мире изучающими иностранный язык уже приобретены, но они могут быть дополнены новыми когнитивными элементами, отражающими специфику культуры, ценностей, социальных норм представителей страны изучаемого языка.

Коммуникативная ситуация обучения иностранному языку обычно строится на основе УМК разных уровней. Они «создают базу для возникновения и функционирования образовательного дискурса как системы ценностно-смысловой коммуникации субъектов образовательного процесса» (Артюхова, 2016). В ходе такой опосредованной коммуникации возникает диалог, хотя и негласный со стороны инокультуры, который осуществляется посредством соприкосновения пространства данной культуры с личностным пространством обучающегося (Карпец, 2010, с. 28). УМК являются средствами коммуникативного взаимодействия и посредниками в передаче иностранцам когнитивного опыта и ценностей представителей другого народа, их представлений о своей стране, языке и бытовании, реализуя в образовательном дискурсе коммуникативную и репрезентативную функции для иностранцев.

Репрезентируя культуры других стран, УМК оказывают серьезное влияние на мировоззренческие и кросскультурные представления своих пользователей (как обучающихся, так и преподавателей), способствуют вхождению в мир иной культуры и его специфику, а также являются важным элементом межкультурной коммуникации и аккультурации (Карпец, 2013, с. 3; Харьковская, 2015). Этот сегмент раскрывает перманентно развивающийся когнитивный потенциал УМК, который видоизменяется вместе с развитием образовательного дискурса, так как дискурс, культура и её концепты неотделимы (Jäger et al., 2016, S. 805).

Обучающиеся, желающие изучать иностранные языки, имеют определенные запросы и потребности, для удовлетворения которых в другой стране им необходимы языковые средства, вербализирующие разные концепты новой для них лингвокультуры. Так, основная цель УМК иностранных языков – научить на обозначенном уровне понимать устные и письменные прецедентные тексты на иностранном языке и выражать свои мысли в устной и письменной форме, вербализировать их, подобрав необходимые языковые средства.

Вербализация концептов оформляется, закрепляется и корректируется в процессе общения преподавателя и обучающихся, группового общения обучающихся в рамках учебной ситуации, строящейся на использовании УМК иностранного языка как методической основы этого процесса. Под вербализацией принято понимать «процесс словесного обозначения явлений, предметов и ситуаций действительности; языковую актуализацию ментальных конструкторов (например, концептов)» (Жукова и др., 2013, с. 53), «отражение опыта в речи» (Коджаспирова, Коджаспиров, 2000, с. 18).

Обычно посредством отбора языковых средств для УМК их авторы транслируют необходимые концепты, предоставляя обучающимся готовые вербальные средства для их выражения. В УМК иностранных языков авторы «вплетают» языковые средства, вербализирующие концепты, непосредственно в определенный контекст их использования в различных ситуациях согласно целям, задачам и уровню изучения языка. Способы вербализации концептов в УМК могут изменяться, так как авторы при переиздании УМК добавляют в них некоторые языковые единицы, обозначающие новые, актуальные реалии и тенденции, или убирают некоторый пласт лексики как устаревший, утративший актуальность.

Опираясь на принципы отбора лексического материала (Гальскова, Гез, 2006, с. 294-296) и цели, обозначенные в самих УМК английского и немецкого языков начального уровня, можно утверждать, что на начальном уровне для иностранцев важны концепты и их репрезентанты, актуальные для повседневной коммуникации и ориентации в жизненных ситуациях. Такими являются концепты из сферы медицины, образующие комплексную концептосферу. При длительном нахождении в другой стране языковые средства, выражающие разные медицинские понятия, являются необходимыми в ситуации лечения какого-либо заболевания и не могут быть проигнорированы при создании УМК иностранного языка.

Совокупность концептов под наименованием МЕДИЦИНА, медицинская концептосфера, включает фактические сведения, ассоциации, образные представления и ценностные установки, связанные в сознании носителя языка с известными ему предметами и явлениями медицинской сферы и здоровья. Медицинские концепты в совокупности формируют концептосферу МЕДИЦИНА определенного народа и языка, характеризуют языковую медицинскую картину мира.

Наша концептуальная система воплощена и символична. Воплощение оказывает влияние на концептуализацию большинства медицинских концептов, относящихся к болезням, признакам, симптомам и частям тела, поскольку они являются частью нашего жизненного опыта; они специализированы, воплощены и имеют лингвистическое выражение по своей природе.

Особое место в медицинской концептосфере принадлежит базовым или ядерным концептам ЗДОРОВЬЕ, БОЛЕЗНИ, ТЕЛО и МЕТОДЫ ДИАГНОСТИКИ И ЛЕЧЕНИЯ – концептам, коммуникативно востребованным и хорошо известным англоязычным, немецкоязычным и русскоязычным носителям медицинской культуры, значимым для них и неоднократно упоминаемым в коммуникации представителей медицинской сферы, а также в общении медицинских работников и пациентов. Стоит отметить, что базовыми или ядерными компонентами выступают фундаментальные категории, объединяющие все сферы медицины и обладающие актуальностью и частотностью употребления, а, следовательно, и особой значимостью для представителя социума в любых дискурсивных практиках, что наделяет их универсальностью. Другие медицинские понятия, взаимодействующие с ядерными концептами следует относить к ближней и дальней периферии концептосферы МЕДИЦИНА, так как они представляют собой когнитивные сегменты менее частотные и обязательные

в употреблении, при этом их важная роль состоит в обогащении содержания медицинской концептосферы, обволакивании ядра (так называемой константы) слоями концептуальных признаков, характеризующих интерпретационное поле медицинских концептов.

Как правило, медицинская концептосфера предполагает сложную языковую базу с преобладанием слов греческого и латинского происхождения, что наделяет ее интернациональным характером, способствует унификации, в связи с чем медицинские термины и терминологические подсистемы становятся основой языков для специальных целей; сочетает научную и бытовую лексику (вследствие антропоцентрического характера медицинской концептосферы происходит проникновение в профессиональный медицинский язык бытовых наименований, присутствующих в коммуникации неспециалистов); вербализуется общеупотребительными и специальными лексическими единицами, при этом специальная лексика подразделяется на стандартную (общенаучные и узкоспециальные языковые единицы) и профессиональную (термины). Исследуемая концептосфера является динамическим образованием, пополняется терминологическими заимствованиями, возникшими в точке соприкосновения медицинской науки с физикой, химией, математикой (генная инженерия, биофизика, медицинская психология, аэрокосмическая медицина, профпатология) и систематически обогащается новыми языковыми единицами вследствие непрерывного обновления знаний в границах современной медицинской парадигмы.

Вышеупомянутые утверждения базируются на анализе ряда лингвистических изысканий, посвященных репрезентации медицинских концептов и концептуализации медицинского знания (Вишнякова и др., 2024; Голубых, 2023; Ельцова, 2021; Олехнович, 2021; Селезнева и др., 2018; Шиканова, 2021; Prieto Velasco & Tercedor Sánchez, 2014). Теоретическая база настоящего исследования предполагает и некоторые работы, посвящённые изучению и описанию медицинских концептов в образовательном дискурсе, а также взаимодействию медицинского и образовательного типов дискурсивного пространства (Габец, 2023, 2021; Golubykh et al., 2020).

Данное исследование проводится с позиций лингвокультурного (концепт как многомерное образование, объединяющее образную, понятийную и ценностную составляющие) и лингвокогнитивного (концепт как глобальная мыслительная единица, квант структурированного знания) подходов к пониманию медицинских концептов, так как они не исключают, а дополняют друг друга: «концепт как ментальное образование в сознании индивида есть выход на концептосферу социума, т.е. в конечном счете на культуру, а концепт как единица культуры есть фиксация коллективного опыта, который становится достоянием индивида» (Карасик, 2002, с. 142).

Стоит обратить внимание, что ряд исследователей отмечает присутствие как концептов, так и антиконцептов в составе медицинской концептосферы, например, пары концептов и противопоставленных им антиконцептов – концепт КОНСТИТУЦИЯ и антиконцепт МИАЗМ; ЗДОРОВЬЕ и БОЛЕЗНЬ; НОРМА и ОТКЛОНЕНИЯ ОТ НОРМЫ (Буженинов, 2017; Новодранова, 2001). Многие современные когнитивно-дискурсивные исследования посвящены изучению и описанию природы антиконцепта, который характеризуется способностью формировать специальные знания и интерпретировать исходный концепт, являясь элементом метаязыка. Антиконцепт основан на противопоставлении (на уровне разных категорий), произведен от концепта и отличается от него более сложной организацией и широкой детальной объективацией (в связи с чем представляет собой более информативный квант знания). В контексте медицинской сферы антиконцепт имеет более обширную терминологическую базу, чем концепт, поскольку для интерпретации концепта необходимо,

чтобы антиконцепт, как элемент метаязыка – языка второго порядка, обладал большими выразительными возможностями, то есть был логически более богатым, чем описываемый с помощью его средств концепт (Боева-Омелечко, 2014; Буженинов, 2017; Новодранова, 2009; Степанов, 2009).

В данной работе концептосфера МЕДИЦИНА представлена отражением основ медицинских знаний Англии и ФРГ в сознании аудитории обучающихся в контексте изучения фундаментальных концептов медицины и здоровья; результатом социального опыта познания медицинской практики и деятельности представителей общества, ассоциированной со сферой медицины и здравоохранения; показателем степени развития медицинской культуры населения Англии и ФРГ.

3. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Репрезентация медицинской концептосферы осуществляется с позиций исследования лингвистических данных образовательного дискурса англоязычного и немецкоязычного социума, основываясь на фактическом материале аутентичных современных УМК *Speakout* и *Die neue Linie 1* начального уровня владения английским и немецким языками (A1, A2) 2022 – 2023 годов издания. В ходе исследования были рассмотрены тексты учебников и рабочих тетрадей, аудио- и видеоматериалов. Данные были собраны методом сплошной выборки англоязычных и немецкоязычных лингвистических маркеров, вербализирующих концептосферу МЕДИЦИНА.

Репрезентативная выборка концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах представлена 482 языковыми единицами (ЯЕ), 240 и 242 ЯЕ соответственно, которые являются существительными, прилагательными, глаголами, а также субстантивными, атрибутивными и глагольными словосочетаниями, функционирующими в текстах дискурса образования в роли англоязычных и немецкоязычных медико-ориентированных лингвистических маркеров.

При анализе эмпирического материала авторы использовали методы концептуального и дискурсивного анализа, а также функционально-лингвистический и лексико-семантический анализ, которые были применены с целью описать общие тенденции вербализации медицинской концептосферы в исследуемых образовательных дискурсах, выявить функциональные характеристики лингвистических маркеров медицинских концептов в данных типах дискурсивного пространства, определить репрезентанты исследуемой концептосферы, актуальные для иностранцев при изучении английского и немецкого языков.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Концептосфера МЕДИЦИНА в англоязычном и немецкоязычном дискурсах образования представлена ядерными и периферийными концептами, элементы которых регулярно взаимодействуют друг с другом. К ядерным концептам, составляющим устойчивый базовый слой медицинской концептосферы, в англоязычном дискурсе относятся концепты HEALTHY LIFESTYLE (ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ) (43,3% английских ЯЕ), ILLNESSES AND SYMPTOMS (БОЛЕЗНИ И СИМПТОМЫ) (21,7% английских ЯЕ), BODY (ТЕЛО) (16,7% английских ЯЕ) – это универсальные устойчивые категории, обладающие высокой частотностью употребления в образовательной дискурсивной практике, занимающие центральное положение в концептуальной системе. В скобках указан процент ЯЕ от общего числа ЯЕ

медицинской тематики в УМК *Speakout* (240 ЯЕ) и *Die neue Linie 1* (242 ЯЕ). На периферии находятся концепты HEALTH/MEDICAL ADVICE AND RECOMMENDATIONS (МЕДИЦИНСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ) (9,2% английских ЯЕ), HEALTHCARE ORGANISATIONS (ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ) (3,3% английских ЯЕ), HEALTHCARE WORKERS (РАБОТНИКИ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ) (3,3% английских ЯЕ), MEDICINES (ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ) (2,5% английских ЯЕ) (см. Рис. 1).

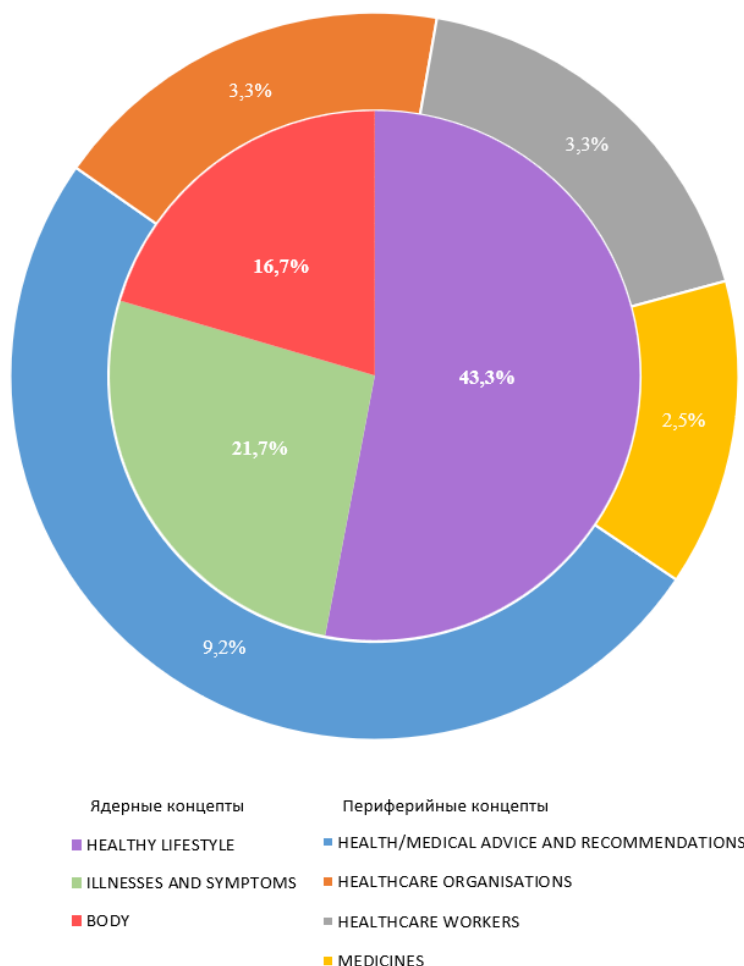


Рис. 1. Процентное соотношение ЯЕ ядерных и периферийных концептов концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном образовательном дискурсе

В немецкоязычном дискурсе в ядро медицинской концептосферы входят концепты GESUNDE LEBENSWEISE (ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ) (31,1% немецких ЯЕ), KRANKHEITEN UND SYMPTOME (БОЛЕЗНИ И СИМПТОМЫ) (18,5% немецких ЯЕ), KÖRPER (ТЕЛО) (14,3% немецких ЯЕ), MEDIKAMENTE (ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ) (6,7% немецких ЯЕ). К периферии относятся концепты ANWEISUNGEN (МЕДИЦИНСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ) (16,8% немецких ЯЕ), MEDIZINISCHE EINRICHTUNGEN UND DOKUMENTE (ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ДОКУМЕНТЫ) (5,9% немецких ЯЕ), MEDIZINISCHES FACHPERSONAL (РАБОТНИКИ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ) (5% немецких ЯЕ), PATIENTEN (ПАЦИЕНТЫ) (1,7% немецких ЯЕ) (см. Рис. 2).

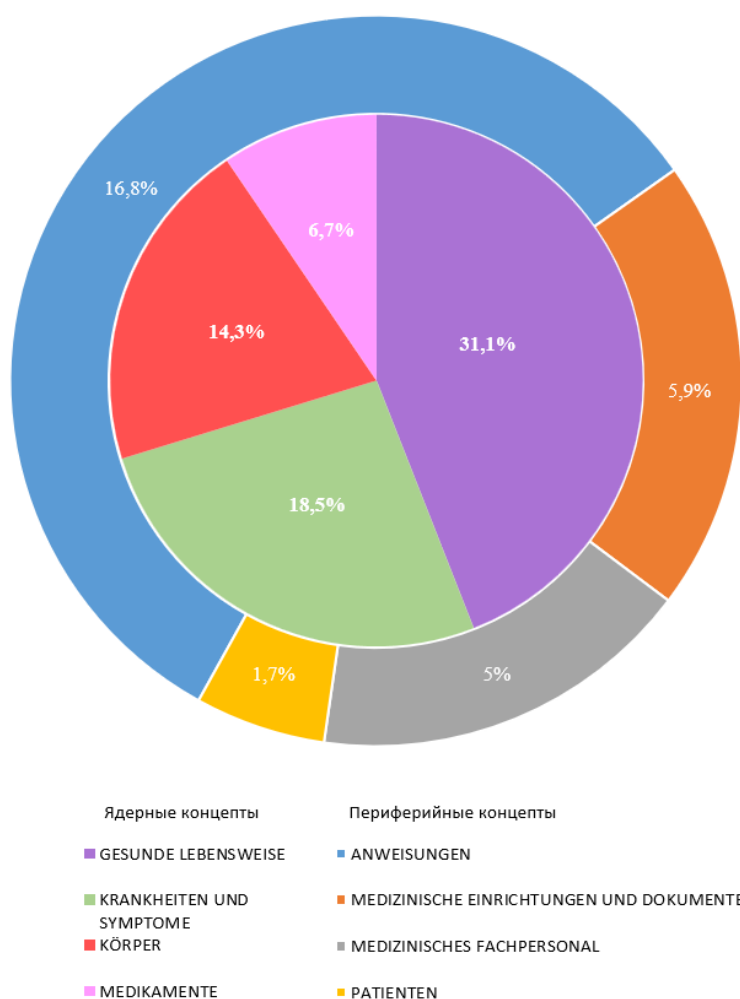


Рис. 2. Процентное соотношение ЯЕ ядерных и периферийных концептов концептосферы МЕДИЦИНА в немецкоязычном образовательном дискурсе

Языковые единицы, вербализирующие периферийные концепты, хаотично перемещаются по семантическому полю исследуемой концептосферы.

4.1. Ядерные концепты

Важно отметить, что в УМК *Speakout* и *Die neue Linie 1* начального уровня красной нитью проходит тема противопоставления здоровья и нездоровья/болезни. Интересно, что находящийся в ядре семантического поля концептосферы МЕДИЦИНА антиконцепт БОЛЕЗНИ И СИМПТОМЫ в рамках исследуемых УМК не только противопоставляется ядерному концепту ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ, который является важной составляющей концепта ЗДОРОВЬЕ (*healthy – unhealthy, to feel good / well – not to feel well / to feel terrible, Es geht mir besser – Mir geht es nicht gut*), но и служит эффективным средством его интерпретации, включая большее разнообразие медицинских терминов и понятий, актуальных на уровне бытового общения, что подтверждается материалом исследования: *cold / die Erkältung, headache / die Kopfschmerzen, stomachache / die Bauchschmerzen, to hurt / wehtun*. При этом они формируют дуальный тип концептов, парное существование которых необходимо для комплексного усвоения основ медицинских знаний в рамках дискурса образования и детальной реализации концептосферы МЕДИЦИНА в сознании индивида, поскольку наличие

концепта ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ является обязательным условием существования антиконцепта БОЛЕЗНИ И СИМПТОМЫ, что является актуальным при изучении английского и немецкого языков начального уровня согласно языковому материалу исследуемых УМК.

Ядерный концепт HEALTHY LIFESTYLE является самым многочисленным конституентом медицинской концептосферы в англоязычном образовательном дискурсе (43,3% ЯЕ), характеризующимся медико-ориентированными лингвистическими маркерами, семантически объединенными компонентом *health*. Концепт включает ЯЕ разных частей речи, а также субстантивные и глагольные словосочетания. Высокой частотностью в рамках исследуемого УМК обладает ЯЕ *healthy* (50) (количество употреблений ЯЕ в рамках исследуемого материала представлено в тексте статьи в скобках относительно англоязычного дискурса). ЯЕ *healthy* встречается в составе следующих словосочетаний: *healthy food* (11), *to be/stay healthy* (7), *to keep fit and healthy* (3), *healthy life* (3), *healthy things* (2), *healthy meal* (2). Особое значение отводится ЯЕ *sport* (69), которая предлагается для изучения как в словосочетаниях (*to do some sport*), так и в составе сложных существительных (*sportspeople*, *sportsperson*, *sportsman*, *sportswoman*), и ЯЕ (*everyday*) *activities* (36), *sleep* (30), *exercise* (29), *to relax* (20).

Ядерный концепт GESUNDE LEBENSWEISE (31,1% ЯЕ) в УМК *Die neue Linie 1* начального уровня связан с речевым действием «сказать, что ты делаешь для здоровья» *die Gesundheit* (2) (*sagen, was man für die Gesundheit macht*) и репрезентирован ЯЕ сфер спорта и здорового питания (*“Fitness und Ernährung”, sagt er, “das sind wichtige Themen für alle”; “Ich kann auch selbst jeden Tag trainieren und esse gesund. Deshalb bin ich auch fast nie krank”*). Количество употреблений ЯЕ в рамках исследуемого материала представлено в тексте статьи в скобках относительно немецкоязычного дискурса. В УМК подчеркнуто, что нужно оставаться в хорошей форме (*Fit bleiben!* (2)), заниматься спортом *der Sport* (8) (*Sport hat er immer besonders gern gemacht*), посещать спортивный зал *das Fitnessstudio* (14) и тренироваться *trainieren* (5) или ходить в бассейн *das Schwimmbad* (3) (*Und dann gehst du trainieren und ich ins Schwimmbad*). Спортивные залы с тренерами любого пола *der/die Trainer/in* (2) предлагают различные тренировки *das Training* (4) и курсы *der Kurs* (2): *der Gruppenkurs* (1), *der Einzelkurs* (1) / *das Einzeltraining* (3), *das Krafttraining* (1), *das Rückentraining* (1), *das Yoga* (4). Плавание *das Schwimmen* (1) предлагается как альтернатива и выражено чаще глаголом *schwimmen* (2). УМК мотивирует бегать (*Er läuft gern...*), особенно на природе *joggen* (2) (*Wir können im Park joggen gehen.*). Прогулка тоже считается активностью, полезной для здоровья, и выражается и существительным *der Spaziergang* (2) и глаголом *spazieren* (2) (*Spazieren gehen ist super*). Освещена и сфера профессионального спорта (*Für Basketball hat er die perfekte Größe, deshalb war er lange in der Schulmannschaft; Und er war sechs Jahre im Fußballverein*) и даже затронута тема работы в данной сфере *der Fußballtrainer* (1), *der Fitnesstrainer* (2).

Знакомство с данным концептом позволяет аудитории обучающихся комплексно охватить тему здоровья и всесторонне изучить ее, корректно сформировав элементарные знания о концепте и представления о языковой медицинской картине мира, благодаря разнообразной лексической базе, подходящей для освоения начальных уровней владения английским и немецким языками.

Особенностью концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном образовательном дискурсе, в отличие от немецкоязычного, является оформление концепта-гештальта THE LITTLE THINGS TO BE HEALTHY AND HAPPY, репрезентанты которого встречаются в разделе “Healthy lives” в УМК *Speakout A1*, что подтверждает принадлежность данного концепта к исследуемой концептосфере. Концепт-гештальт ОСОЗНАННОЕ ВНИМАНИЕ К МЕ-

ЛОЧАМ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ, СЧАСТЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ является комплексной, целостной функциональной мыслительной структурой, упорядочивающей многообразие отдельных явлений в сознании человека (согласно определению концепта-гештальта З.Д. Поповой и И.А. Стернина (Попова, Стернин, 2007)), и включает в себя комплекс мероприятий, направленных на улучшение и сохранение как физического, так и ментального здоровья и обретение счастья и благополучия. В исследуемом УМК английского языка подчеркивается особая значимость данного концепта-гештальта: *“But it’s important to be **healthy** and **happy**... What **little things** do you do every day to be **healthy** and **happy**?”*. Он сочетает в себе такие явления, как физическая активность (*sport* (69), *exercise* (29), *to go to the gym* (12), *to go running* (11), *to go walking* (10), *to keep fit and healthy* (3), *fitness* (1)); сбалансированное питание (*healthy food* (11) / *healthy meal* (2), *good food* (3), *vegetarian* (3 - adj, 1 - n), *green food* (1), *to drink hot water with lemon* (1)); полноценный сон (*sleep* (25 - v, 5 - n)); гигиена, закаливание и отказ от вредных привычек (*activities* (36), *lifestyle* (8) *healthy things* (2)); социальные действия; организация пространства и времени; сенсорное удовольствие (*comfort food* (10) – «вкуснятина для заедания стресса, еда для успокоения нервов, то, что доктор прописал» (Comfort food, n.d.), *rainbow food* (2) – блюда, в состав которых входят разнообразные фрукты и овощи, специально подобранные в соответствии с цветами радуги, такая концепция подчеркивает как внешнюю привлекательность, так и разнообразие питательных веществ и уникальную пользу для здоровья, *photo foodies* (1) – фотографы-гурманы), а также поддержание позитивного психологического состояния (*to relax* (20), *to be/feel relaxed* (8), *to feel good/well* (8), *yoga* (7)), преимущественно с помощью обыденных мелочей (*little things to be healthy and happy*) – умения ценить простые радости, находить смысл в повседневных делах, способствующих становлению гармонии с собой и окружающим миром, обретению чувства внутреннего благополучия, позитивных эмоций, удовлетворения жизнью и ощущения целостности. Так, сочетание нескольких компонентов мы наблюдаем в следующем фрагменте раздела *“Healthy lives”*:

*“... I think I’m **healthy** and I’m **happy**. What little things do I do? Well, for me, the past is important. I go to antique shops and look at old things (and sometimes I buy something!). My friends and I listen to our favourite music from our university days. I look at old photos, for example photos of my childhood, photos of old buildings and photos of actors from old films. I’m in a film club and we watch old films together.”* (Eales & Oakes, 2022, p. 91).

Антиконцепт ILLNESSES AND SYMPTOMS также является одним из ядерных в составе семантического поля концептосферы МЕДИЦИНА и насчитывает 21,7% ЯЕ. Как отмечалось ранее, данный антиконцепт представляет собой действенный инструмент интерпретации концепта HEALTHY LIFESTYLE и вербализируется англоязычными лингвистическими маркерами различных частей речи и словосочетаниями, объединенными семантически компонентом *illness*. Среди проблем со здоровьем *health problems* (4) наиболее распространенной ЯЕ, номинирующей болезнь, является *cold* (17), часто в сочетании *to have got a cold* (*My son isn’t well. He’s got a cold*). В числе словосочетаний, демонстрирующих симптомы простуды (и других недомоганий), предлагаются для изучения следующие: *not to feel well* (3), *to feel terrible* (3), *to feel/be stressed* (3), *to be wrong with* (1), *to have a terrible headache* (1). Симптомы заболеваний, проявляющиеся в боли в различных частях тела, репрезентируют сложные существительные: *headache* (14), *stomachache* (9), *earache* (7), *backache* (5), *toothache* (5), а также субъектно-предикативные сочетания, имеющие в составе существительное, номинирующее часть тела, с глаголом *hurt*: *eyes hurt* (6), *arm hurts* (1).

В УМК *Die neue Linie 1* антиконцепт KRANKHEITEN UND SYMPTOME выражен разными по частеречной принадлежности ЯЕ (18,5% ЯЕ). Прилагательное *krank* (23) присутствует в формулировке самого речевого действия (*sagen, dass man krank ist* (2)), с глаголом *sein* (*Ich bin krank* (3)), с глаголом *aussehen* (*Sie sehen ja richtig krank aus*), с глаголом *schreiben* для обозначения назначения больничного периода (*Ich schreibe Sie krank* (2)). На начальном уровне самой распространенной ЯЕ, репрезентирующей болезнь, является *die Erkältung* (11), которая встречается с глаголом *haben*, демонстрирующим принадлежность (*Ich habe eine Erkältung*). В данном антиконцепте представлены и обозначения соответствующих симптомов: *der Schnupfen* (17), *der Husten* (16), *das Fieber* (29). Симптомами заболеваний являются различные боли *die Schmerzen* (1), локализованные в разных частях тела и выраженные часто композитами: *die Kopfschmerzen* (8), *die Halsschmerzen* (6), *die Ohrenschmerzen* (1), *die Bauchschmerzen* (1). К антиконцепту относится и глагол *wehtun* (13), указывающий на недомогание в части тела (*Mein Kopf tut weh* (2); *Meine Ohren tun weh* (2)). Значение данного глагола может быть усилено наречием *sehr*. Отметим и прилагательное *rot* (4), часто с ЯЕ *ganz* (5) и *sehr* (1) для акцента на обострении симптомов (*Ihr Hals ist sehr rot*; *Deine Nase ist ganz rot*). Среди других глаголов представлены *husten* (2) (*Sergio hustet oft*), *schlafen* (4) (*Am zwanzigsten November hatte mein Vater Fieber... Er hat viel geschlafen*), *nicht arbeiten* (4). Симптоматика болезни может быть выражена следующими прилагательными, наречиями: *gut* с отрицанием *nicht* (10) (*Mir geht es nicht gut* (4)), *nervös* (4), *müde* (1), *schlecht* (1). Отметим и предложение (*Er wollte viel Wasser*), демонстрирующее в качестве симптома жажду.

В рамках УМК данные медико-ориентированные термины, номинирующие проблемы со здоровьем, дополнены изображениями, что объективно повышает прагматическое воздействие на реципиента и способствует усвоению материала. Функциональные характеристики данного антиконцепта в рамках образовательного дискурса заключаются в репрезентации основ медицинских знаний в контексте нездоровья, выражения боли, симптомов недомогания, а также в необходимости обучить широкую публику базовой медицинской терминологии, соответствующей начальным уровням владения английским и немецким языками.

Части тела и органы вводятся для изучения в англоязычном УМК в контексте темы “How to say you *are not well*”, продолжая раскрытие функционирования основной пары концепта HEALTHY LIFESTYLE и антиконцепта ILLNESSES AND SYMPTOMS, закономерно подчеркивая противопоставление здоровья и нездоровья, указывая на исключительную важность первого аспекта и особую внимательность со стороны обучающихся ко второму: *His eyes hurt*. Ядерный концепт BODY насчитывает 16,7% ЯЕ и в первую очередь представлен ЯЕ *body* (7), семантически объединяющей репрезентанты данного концепта и формирующей его название, а также вербализируется англоязычными лингвистическими маркерами, выраженными существительными: *foot* (9) / *pl. feet* (3), *hand* (9), *hair* (8), *head* (6), *leg* (5), *arm* (5), *back* (5), *face* (3), *neck* (3), *tooth* (3) / *pl. teeth* (3), *nose* (2), *mouth* (2), *stomach* (2), *ear* (2), *eye* (2). В УМК *Die neue Linie 1* концепт KÖRPER репрезентирован самим словом *der Körper* (2) и, как в англоязычном дискурсе, названиями основных частей тела *die Körperteile* (5) (14,3% ЯЕ). Это можно видеть в названии самого изучаемого речевого действия (*die Körperteile benennen* (2)). Среди частей тела обнаружены следующие репрезентанты: *der Hals* (13), *der Kopf* (7), *das Ohr* (6), *der Mund* (6), *der Bauch* (5), *der Rücken* (4), *die Nase* (4), *der Finger* (4), *das Bein* (4), *der Fuß* (4), *das Auge* (3), *das Haar* (3), *der Arm* (2), *die Hand* (2), *das Knie* (2). Некоторые представлены в сочетании с притяжательным местоимением *mein*, указывающим на принадлежность (*mein Hals* (2)).

ЯЕ дополнены изображениями для наглядности и улучшения качества понимания и запоминания, что подчеркивает упрощенную схематичность концепта, с наличием формулировок к заданиям: “*Match the parts of the body (1–15) with the photos (A–O).*”, “*Zeigen Sie auf einen Körperteil.*”. Так, исследуемый концепт воспроизводит в сознании обучающихся упрощенную схему человеческого тела, что соответствует их базовым потребностям на начальных уровнях владения английским и немецким языками.

Отличительной чертой немецкоязычного образовательного дискурса является то, что концепт MEDIKAMENTE находится в ядре семантического поля концептосферы МЕДИЦИНА, в то время как в англоязычном образовательном дискурсе концепт MEDICINES расположен на периферии. Концепт MEDIKAMENTE репрезентирован различными ЯЕ (6,7% ЯЕ), необходимыми для лечения человека *die Medikamente* (16). На начальном уровне изучения немецкого языка обычно представлены общие названия разновидностей лекарств: *die Tablette* (20), *der Hustensaft* (5), *die Tropfen* (5), *das Nasenspray* (8). Данные репрезентанты часто употребляются с глаголом *nehmen* (11) в значении принять, в том числе с указанием способа употребления (*Nehmen Sie dreimal täglich je zehn Tropfen morgens, mittags und abends.*). Таким образом, при создании УМК немецкого языка начального уровня особое внимание уделяется средствам лечения болезней, что демонстрирует практическую направленность учебного материала.

4.2. Периферийные концепты

Периферийные концепты семантического поля концептосферы МЕДИЦИНА немногочисленны, насчитывают преимущественно меньшее количество ЯЕ в своем составе, концептуальные элементы подвижны в границах семантического поля медицинской концептосферы, хаотично и незакономерно передвигаются в периферийных слоях и от ядра к периферии; кроме того, лингвистические маркеры периферийных концептов могут зависеть от контекста, при этом их значение уточняется посредством ядерных концептов.

В англоязычном образовательном дискурсе периферийный концепт HEALTH/MEDICAL ADVICE AND RECOMMENDATIONS (9,2% ЯЕ) вербализируется следующими словосочетаниями: *to stay at home (and sleep)* (3), *to take aspirin* (3), *to stay in bed* (2), *to put something cold on sth* (2), *to drink hot water with lemon* (2), *to go to hospital* (1), *to go to a doctor* (1), *to call the doctor* (1), *to ask the doctor a question* (1). Концепт HEALTHCARE ORGANISATIONS (3,3% ЯЕ) представлен существительными *hospital* (20), *pharmacy* (9), *chemist's* (2). Концепт HEALTHCARE WORKERS (3,3% ЯЕ) репрезентируется существительными *doctor* (43), *nurse* (11), *(medical) scientists* (5), а концепт MEDICINES (2,5% ЯЕ) – существительными *aspirin* (4), *painkillers* (1).

Репрезентанты периферийного концепта ANWEISUNGEN (16,8% ЯЕ) в немецкоязычном дискурсе, как и в англоязычном, часто используются в рекомендациях врачей, коллег и друзей обычно с глаголами в повелительном наклонении и модальными глаголами с инфинитивами, что свойственно рекомендациям: *Trink viel Tee* (2); *Schlaf viel* (1); *Sie müssen zu Hause bleiben* (1); *Bleiben Sie drei Tage im Bett* (2). Периферийный концепт MEDIZINISCHE EINRICHTUNGEN UND DOKUMENTE (5,9% ЯЕ) вербализируется следующими ЯЕ: *die Praxis* (24), *die Apotheke* (9). В исследуемом УМК немецкого языка не встречается ЯЕ для обозначения больницы в отличие от УМК английского языка. В ФРГ значимыми являются страховые медицинские организации *die Gesundheitskasse* (1) (*Gesundheitskasse OKA Rheinland*), так как в немецкоязычном образовательном дискурсе подчеркивается необходимость иметь страховой номер *die Versicherungsnummer* (1) и карту *die Versichertenkarte* (15).

Наличие страховой карты является важным при оказании медицинской помощи в ФРГ, что также отражено вербально в УМК (*Vergessen Sie Ihre Versichertenkarte nicht* (2); *Die Versichertenkarte ist wichtig*). Концепт MEDIZINISCHES FACHPERSONAL (5% ЯЕ) репрезентирован следующими ЯЕ: *der Arzt* (27), *die Ärztin* (12), *der Doktor* (8) / *Dr.* (17), *die Fachärztin für Allgemeinmedizin* (2), *der Physiotherapeut* (1). Этому концепту противопоставляется концепт PATIENTEN (1,7% ЯЕ), выраженный на начальном уровне существительными для мужского *der Patient* (5) и женского пола *die Patientin* (5).

Репрезентанты ядерных и периферийных концептов в УМК немецкого языка могут входить в концепт-сценарий ARZTBESUCH (ПОСЕЩЕНИЕ ВРАЧА). Отметим также лингвистический маркер *der Arztbesuch* (1) (само название концепта) и аутентичное немецкое понятие *der Termin* в составе композита *der Arzttermin* (8), что отражает особую пунктуальность немецкоязычного сообщества как отличительную черту.

Взаимодействие ЯЕ периферийных концептов между собой, а также с ядерными концептами в образовательном дискурсе относительно изучения английского и немецкого языков происходит регулярно, что подтверждается примерами текстов УМК:

1. Вербализация ядерного концепта ILLNESSES AND SYMPTOMS во взаимосвязи с периферийным концептом HEALTH/MEDICAL ADVICE AND RECOMMENDATIONS: *When your foot hurts, it's a good idea to put something cold on it* (Eales & Oakes, 2022, p. 73);

2. Связь ядерного концепта ILLNESSES AND SYMPTOMS с периферийными концептами HEALTH/MEDICAL ADVICE AND RECOMMENDATIONS и MEDICINES: *When you've got a bad headache, it's a good idea to take aspirin* (Eales & Oakes, 2022, p. 73);

3. Взаимодействие периферийных концептов HEALTHCARE ORGANISATIONS и HEALTHCARE WORKERS: *His wife's name is Angela and they are both doctors at the local hospital* (Eales & Oakes, 2022a, p. 101);

4. Взаимодействие ядерных концептов MEDIKAMENTE, KRANKHEITEN UND SYMPTOME, KÖRPER: *So, das sind Ihre drei Medikamente: Erstens, die Tabletten sind gegen die Schmerzen im Hals* (Harst et al., 2023, Hörtext 4.10);

5. Вербализация ядерного концепта MEDIKAMENTE во взаимосвязи с периферийным концептом MEDIZINISCHE EINRICHTUNGEN UND DOKUMENTE: *Die Medikamente holen Sie bitte in der Apotheke* (Harst et al., 2023, Videoclip 25);

6. Связь ядерного концепта MEDIKAMENTE с периферийным концептом ANWEISUNGEN: *Nehmen Sie dreimal täglich je zehn Tropfen morgens, mittags und abends* (Harst et al., 2023, Hörtext 4.10).

Данное исследование концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах было проведено на материале двух УМК начального уровня. Новые издания *Speakout* и *Die neue Linie 1* являются современными УМК, основанными на коммуникативном подходе, сопровождаемыми аудио- и видеоматериалами и приложениями для использования в аудитории, онлайн и гибридных системах. Данный формат способствует наиболее полному представлению современной медицинской когнитивной и языковой картин мира в сознании представителей англоязычного и немецкоязычного сообщества. Однако большее количество УМК увеличило бы показательность выборки, что может стать направлением дальнейших исследований. А анализ УМК более высоких уровней может способствовать выявлению лингвистических маркеров, обогащающих концептосферу МЕДИЦИНА в исследуемых образовательных дискурсах от уровня к уровню.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги исследования, отметим наиболее значимые выводы. На начальном уровне изучения английского и немецкого языков вербализация концептосферы МЕДИЦИНА предполагает последовательную и логичную актуализацию лингвистических маркеров, объясняющих основы медицинских знаний. Эти репрезентанты представляют в основном простые медицинские термины и понятия, необходимые иностранцам в коммуникации на медицинскую тематику в бытовых ситуациях. Они принадлежат разным частям речи (существительные, глаголы, прилагательные) и составляют субстантивные и глагольные словосочетания в УМК английского языка и атрибутивные и глагольные словосочетания в УМК немецкого языка.

В процессе вербализации концептосферы МЕДИЦИНА в англоязычном и немецкоязычном образовательных дискурсах на материале УМК *Speakout* и *Die neue Linie 1*, отражающих современные тенденции в преподавании английского и немецкого языков, актуализируются медико-ориентированные лингвистические маркеры, характеризующие ядерные концепты ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ, БОЛЕЗНИ И СИМПТОМЫ, ТЕЛО, а в немецкоязычном дискурсе еще и ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ, которые в англоязычном дискурсе входят в периферию. К периферийным концептам в образовательном дискурсе относятся МЕДИЦИНСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ, МЕДИЦИНСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (в УМК английского языка)/ МЕДИЦИНСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ДОКУМЕНТЫ (в УМК немецкого языка), РАБОТНИКИ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ, ПАЦИЕНТЫ (в УМК немецкого языка). Основная функция концептосферы МЕДИЦИНА в УМК английского и немецкого языков заключается в упорядочении информации о человеке и его антропоцентрических характеристиках с помощью медицинских лингвистических маркеров.

Отличительной чертой англоязычного образовательного дискурса на основе исследуемого УМК является наличие в ядре концептосферы МЕДИЦИНА концепта-гештальта ОСОЗНАННОЕ ВНИМАНИЕ К МЕЛОЧАМ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ, СЧАСТЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ. Это свидетельствует о том факте, что авторы УМК *Speakout* акцентируют внимание на необходимости заботы не только о физическом здоровье, но и о ментальном, пребывания в гармонии с собой и окружающим миром, что выражено в УМК на вербальном уровне. А в немецкоязычном образовательном дискурсе особое внимание уделяется концепту-сценарию ПОСЕЩЕНИЕ ВРАЧА, так как целью разработчиков УМК *Die neue Linie 1* было создание имитации ситуации записи и приема у врача, посещения аптеки. Поэтому репрезентанты ядра и периферии концептосферы МЕДИЦИНА взаимодействуют друг с другом, образуя данный концепт-сценарий. Данные различия заключаются в методических подходах к репрезентации материала для обучающихся. Общим для англоязычного и немецкоязычного дискурсов в рамках исследуемых УМК является противопоставление концепта ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ, который служит основополагающим фактором и главным элементом концепта ЗДОРОВЬЕ, и антиконцепта БОЛЕЗНИ И СИМПТОМЫ. Эти концепты являются ключевыми ядерными компонентами концептосферы МЕДИЦИНА, что демонстрирует иностранцам закономерность взаимосвязи здоровья и болезни.

Конфликт интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азмина (Густомясова) Т.И. Лингвокультурные концепты в обучении иностранным языкам в современном вузе [Электронный ресурс] // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 15. С. 191-195. URL: <http://e-koncept.ru/2016/86939.htm> (дата обращения: 19.05.2025).
2. Арттюхова И.С. Аксиологические основания концептуального анализа образовательного дискурса [Электронный ресурс] // Universum: психология и образование: электрон. научн. журн. 2016. № 9 (27). URL: <https://7universum.com/ru/psy/archive/item/3551> (дата обращения: 19.05.2025).
3. Боева-Омелечко Н.Б. Концепт и антиконцепт как диалектическое единство // Когнитивные исследования языка. 2014. № 18. С. 39-42.
4. Буженинов А.Э. Антиконцепт и концепт как структуры различных категорий в терминологии (на материале гомеопатической терминологии). Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. №3. С. 167-171. <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2017-3-167-171>
5. Вишнякова О.Д., Липгарт А.А., Вишнякова Е.А. Когнитивная модель терминологической системы медицины как динамическая структура // Когнитивные исследования языка. 2024. № 4(60). С. 642-648.
6. Габец А.А. Интердискурсивность как ингерентное свойство институционального дискурса (на примере образовательного дискурса) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. Т. 27. № 4. С. 107–113. <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2021-27-4-107-113>.
7. Габец А.А. Причины и прагматические эффекты интеграции деловой коммуникации с другими видами дискурса // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2023. Т. 29. № 2. С. 127–133. <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-2-127-133>.
8. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений. М: Издательский центр «Академия», 2006.
9. Голубых А.А. Концептосфера MEDICINE в современной англоязычной коммуникации: монография [Электронный ресурс]. Самара: Изд-во Самар. ун-та, 2023. URL: https://repo.ssau.ru/bitstream/Monografii/Konceptosfera-MEDICINE-v-sovremennoi-angloyazychnoi-kommunikacii-107052/1/978-5-7883-1979-7_2023 (дата обращения: 19.05.2025).
10. Гончарова М.А., Никитин В.Н. Институциональность образовательного дискурса в условиях цифровизации // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. Т. 27. № 2. С. 139-145. <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2021-27-2-139-145>
11. Ельцова Л.Ф. К вопросу о средствах номинации профессиональных концептов в языке клинической психологии // Концептуально-терминологическое пространство медицинского знания: Сборник материалов Всероссийской научно-методической конференции, посвященной 50-летию кафедры латинского языка и основ терминологии МГМСУ им. А.И. Евдокимова. М.: Клио, 2021. С. 139-144.
12. Жукова И.Н., Лебедько М.Г., Прошина З.Г., Юзефович Н.Г. Словарь терминов межкультурной коммуникации. М: ФЛИНТА, Наука, 2013.
13. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Научное издательство ВГСПУ «Перемена», 2002.

14. Карпец Е.В. Освоение мира иной культуры в культурно-образовательном пространстве учебника (Автореферат дисс. ... канд. н.). Саранск, 2013.
15. Карпец Е.В. Социокультурное содержание учебника и его влияние на формирование личности [Электронный ресурс] // Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2010. Т. 10, №3. С. 26-30. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnoe-soderzhanie-uchebnika-i-ego-vliyanie-na-formirovanie-lichnosti> (дата обращения: 19.05.2025).
16. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Педагогический словарь: Для студ. высш. и сред. пед. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2000.
17. Новодранова В.Ф. Концепты и антиконцепты в медицине // Проблемы психолингвистики: теория и эксперимент: сборник научных трудов. Российская академия наук, Институт языкознания. М.: Издательский дом «Гуманитарий», 2001. С. 247-251.
18. Новодранова В.Ф. Концепты и антиконцепты и их репрезентация языковыми средствами (на материале медицинской терминологии) // Когнитивные исследования языка. 2009. № 1. С. 140-145.
19. Олехнович О.Г. Речевая репрезентация концепта «лекарство» в документах «Аптекарского приказа» (XVII в.) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2021. № 3. С. 176-180. doi:10.37882/2223-2982.2021.03.24
20. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: «Восток-Запад», 2007.
21. Селезнева Л.В., Лыткина О.И., Люликова А.В., Тортунова И.А. Концептосфера медицины в русской языковой картине мира (на материале медицинского, рекламного, PR-дискурсов) // Мир русского слова. 2018. № 1. С. 35-39. <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2018-11035>.
22. Степанов Ю.С. «Понятие», «Концепт», «Антиконцепт». Векторные явления в семантике // Когнитивные исследования языка. 2009. № 1. С. 22-28.
23. Харьковская А.А. Англоязычный образовательный дискурс: современные тенденции // Профессиональная коммуникация и мультикомпетентность: Сборник научных трудов к 15-летию кафедры английского языка № 5 МГИМО / под ред. Л.К. Раицкой. М.: МГИМО-Университет, 2015. С. 177-181.
24. Шиканова Т.А. К вопросу о базовых категориях концептуального пространства клинической терминологии // Концептуально-терминологическое пространство медицинского знания: Сборник материалов Всероссийской научно-методической конференции, посвященной 50-летию кафедры латинского языка и основ терминологии МГМСУ им. А.И. Евдокимова. М.: Клио, 2021. С. 184-191.
25. Шукман В.Э. Образовательный дискурс в сфере изучения иностранных языков // Актуальные проблемы сопоставительного языкознания и лингводидактики: материалы 31-й Международной научно-практической конференции, г. Москва, 19 апреля 2024 / под общ. ред. А.А. Осиповой. М: МПГУ, 2024. С. 154-159.
26. Comfort food [Электронный ресурс] // Multitran. Словари. URL: <https://www.multitran.com/ru/dictionary/english-russian/comfort%20food> (дата обращения: 15.03.2025).
27. Golubykh A.A., Kharkovskaya A.A., Temkina V.L. Functional characteristics of concept medicine in the English educational discourse // Philological Readings. 2020. Vol. 83. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. P. 642-651. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.04.02.75>

28. Prieto Velasco J.A. & Tercedor Sánchez M. The embodied nature of medical concepts: image schemas and language for PAIN // *Cognitive Processing*. 2014. 15(3). P. 283-296. doi:10.1007/s10339-013-0594-9
29. Jäger L., Holly W., Krapp P., Weber S., Heekeren S. *Sprache - Kultur - Kommunikation / Language - Culture - Communication: Ein internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft / An International Handbook of Linguistics as a Cultural Discipline*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 2016. <https://doi.org/10.1515/9783110224504>

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Eales F., Oakes S. *Speakout A1 Student's Book (Third Edition)*. UK: Pearson Education Limited, 2022.
2. Eales F., Oakes S. *Speakout A2 Student's Book (Third Edition)*. UK: Pearson Education Limited, 2022a.
3. Harst E., Hoffmann L., Kaufmann S., Moritz U., Rodi M., Rohrmann L., Rusch P. *Die neue Linie 1 A1*. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen, 2023.

REFERENCES

1. Artyukhova, I.S. (2016). Aksiologicheskie osnovaniya kontseptual'nogo analiza obrazovatel'nogo diskursa [Axiological foundations of the conceptual analysis of educational discourse]. *Universum: psikhologiya i obrazovanie: elektron. nauchn. zhurn.* [Universum: Psychology and Education: electronic scientific journal], 9(27) (in Russian). <https://7universum.com/ru/psy/archive/item/3551>
2. Azmina (Gustomyasova), T.I. (2016). Lingvokul'turnye kontsepty v obuchenii inostrannym yazykam v sovremennom vuze [Linguistic and cultural concepts in teaching foreign languages in a modern university]. *Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Kontsept»* [Scientific and methodological electronic journal "Concept"], 15, 191-195 (in Russian). <http://e-kontsept.ru/2016/86939.htm>
3. Boeva-Omelechko, N.B. (2014). Kontsept i antikontsept kak dialekticheskoe edinstvo [Concept and anticoncept as a dialectical unity]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive studies of language], 18, 39-42 (in Russian).
4. Buzheninov, A.E. (2017). Antikontsept i kontsept kak struktury razlichnykh kategoriy v terminologii (na materiale gomeopaticheskoy terminologii) [Anticoncept and concept as structures of different categories in homeopathic terminology]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [The Bulletin of Kemerovo State University], 3, 167-171 (in Russian). <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2017-3-167-171>
5. El'tsova, L.F. (2021). K voprosu o sredstvakh nominatsii professional'nykh kontseptov v yazyke klinicheskoy psikhologii [To the question about the means of nomination of professional concepts in the language of clinical psychology]. In V.F. Novodranova (Ed.), *Kontseptual'no-terminologicheskoe prostranstvo meditsinskogo znaniya: Sbornik materialov Vserossiyskoj nauchno-metodicheskoy konferencii, posvyashchjonnnoj 50-letiyu kafedry latinskogo yazyka i osnov terminologii MGMSU imeni A.I. Evdokimova* [The conceptual and terminological space

- of medical knowledge: collection of papers from All-Russian scientific and methodological conference devoted to the 50th anniversary of the Chair of Latin and Basics of Terminology at the A. I. Yevdokimov Moscow State University of Medicine and Dentistry*] (pp. 139-144). Moscow: Klio (in Russian).
6. Gabets, A.A. (2021). Interdiskursivnost' kak ingerentnoe svoystvo institutsional'nogo diskursa (na primere obrazovatel'nogo diskursa) [Interdiscourse as inherent characteristic of institutional discourse (on the example of educational discourse)]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya* [Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology], 27(4), 107–113 (in Russian). <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2021-27-4-107-113>
 7. Gabets, A.A. (2023). Prichiny i pragmaticheskie efekty integratsii delovoy kommunikatsii s drugimi vidami diskursa [Causes and pragmatic effects of business communication integration with other types of discourse]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya* [Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology], 29(2), 127–133 (in Russian). <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-2-127-133>
 8. Galskova, N.D., & Gez, N.I. (2006). *Teoriya obucheniya inostrannym yazykam. Lingvodidaktika i metodika* [Theory of teaching foreign languages. Linguodidactics and methodology]. Moscow: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya» [“Akademiya” publisher] (in Russian). <http://learnteachweb.ru/articles/galskova.pdf>
 9. Golubykh, A.A. (2023). *Kontseptosfera MEDICINE v sovremennoy angloyazychnoy kommunikatsii: monografiya* [The Conceptual Framework MEDICINE in modern English communication: monograph]. Samara: Samara University Publisher (in Russian). https://repo.ssau.ru/bitstream/Monografii/Kontseptosfera-MEDICINE-v-sovremennoi-angloyazychnoi-kommunikatsii-107052/1/978-5-7883-1979-7_2023
 10. Golubykh, A.A., Kharkovskaya, A.A., & Temkina, V.L. (2020). Functional characteristics of concept medicine in the English educational discourse. In A. Pavlova (Ed.), *Philological Readings, vol 83. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences* (pp. 642-651). European Publisher. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.04.02.75>
 11. Goncharova, M.A., & Nikitin, V.N. (2021). Institutsional'nost' obrazovatel'nogo diskursa v usloviyakh tsifrovizatsii [Institutionality of educational discourse in the conditions of digitalization]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya* [Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology], 27(2), 139–145 (in Russian). <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2021-27-2-139-145>
 12. Jäger, L., Holly, W., Krapp, P., Weber, S. & Heekeren, S. (2016). *Sprache - Kultur - Kommunikation / Language - Culture - Communication: Ein internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft / An International Handbook of Linguistics as a Cultural Discipline*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110224504>
 13. Karasik, V.I. (2002). *Yazykovoj krug: lichnost, koncepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena (in Russian).
 14. Karpets, E.V. (2010). Sotsiokul'turnoe sodержanie uchebnika i ego vliyanie na formirovanie lichnosti [Social and Cultural Contents of a Textbook and Their Influence on Forming a Personality]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Ser. Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika* [Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy], 10(3), 26-30 (in Russian). <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnoe-soderzhanie-uchebnika-i-ego-vliyanie-na-formirovanie-lichnosti>

15. Karpets, E.V. (2013). *Osvoenie mira inoy kul'tury v kul'turno-obrazovatel'nom prostranstve uchebnika [Mastering the world of another culture in the cultural and educational space of a textbook]* [Abstract of a Candidate's thesis]. Saransk (in Russian).
16. Kharkovskaya, A.A. (2015). Angloyazychnyj obrazovatelnyj diskurs: sovremennye tendencii [English educational discourse: modern tends and trends]. In L.K. Raitskaya (Ed.), *Professionalnaya kommunikaciya i multikompetentnost: sb. nauch. tr. [Professional communication and multicompetence: collection of scientific papers devoted to the 15th anniversary of the Department of the English language №5, MGIMO]* (pp. 177-181). Moscow: MGIMO (in Russian).
17. Kodzhaspirova, G.M., & Kodzhaspirov, A.Yu. (2000). *Pedagogicheskiy slovar': Dlya stud. vyssh. i sred. ped. ucheb. zavedeniy [Pedagogical dictionary: For students of higher and secondary pedagogical educational institutions]*. Moscow: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya» [“Akademiya” publisher] (in Russian).
18. Multitran. Slovari [Multitran. Dictionaries]. (n.d.). *Comfort food*. <https://www.multitran.com/ru/dictionary/english-russian/comfort%20food> (in Russian).
19. Novodranova, V.F. (2001). Kontsepty i antikontsepty v meditsine [Concepts and anticoncepts in medicine]. *Problemy psikholingvistiki: teoriya i eksperiment: sb. nauch. tr. [Problems of psycholinguistics: theory and experiment: collection of scientific papers]* (pp.247-251). Moscow: Izdatel'skiy dom «Gumanitariy» [“Gumanitariy” publisher] (in Russian).
20. Novodranova, V.F. (2009). Kontsepty i antikontsepty i ikh reprezentatsiya yazykovymi sredstvami (na materiale meditsinskoj terminologii) [Concepts and anticoncepts and their linguistic representation (on medical terminology data)]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka [Cognitive studies of language]*, 1, 140-145 (in Russian).
21. Olekhovich, O.G. (2021). Rechevaya reprezentatsiya kontsepta «lekarstvo» v dokumentakh «Aptekarskogo prikaza» (XVII V.) [Speech representation of the drug concept the documents of the pharmaceutical order of 17th century]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki [Modern Science: actual problems of theory and practice. Series “Humanities”]*, 3, 176-180 (in Russian). doi:10.37882/2223-2982.2021.03.24
22. Popova, Z.D., & Sternin, I.A. (2007). *Kognitivnaya lingvistika [Cognitive linguistics]*. Moscow: AST, “Vostok-Zapad” (in Russian).
23. Prieto Velasco, J.A., & Tercedor Sánchez, M. (2014). The embodied nature of medical concepts: image schemas and language for PAIN. *Cognitive Processing*, 15(3), 283-296. doi:10.1007/s10339-013-0594-9
24. Selezneva, L.V., Lytkina, O.I., Liulikova, A.V., & Tortunova, I.A. (2018). Kontseptosfera meditsiny v russkoy yazykovoy kartine mira (na materiale meditsinskogo, reklamnogo, PR-diskursov) [The medical sphere of concepts in Russian language world-image: as exemplified in medical, advertising, PR discourses]. *Mir russkogo slova [The World of Russian Word]*, 1, 35-39 (in Russian). <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2018-11035>
25. Shikanova, T.A. (2021). K voprosu o bazovykh kategoriakh kontseptual'nogo prostranstva klinicheskoy terminologii [Revisiting the basic categories of conceptual space of clinical terminology]. In V.F. Novodranova (Ed.), *Kontseptual'no-terminologicheskoe prostranstvo meditsinskogo znaniya: Sbornik materialov Vserossijskoj nauchno-metodicheskoy konferencii, posvyashchjonnnoj 50-letiyu kafedry latinskogo jazyka i osnov terminologii MGMSU imeni A.I. Evdokimova [The conceptual and terminological space of medical knowledge: collection*

- of papers from All-Russian scientific and methodological conference devoted to the 50th anniversary of the Chair of Latin and Basics of Terminology at the A. I. Yevdokimov Moscow State University of Medicine and Dentistry*] (pp. 184-191). Moscow: Klio (in Russian).
26. Shukman, V.E. (2024). *Obrazovatel'nyy diskurs v sfere izucheniya inostrannykh yazykov* [Educational discourse in the field of learning foreign languages]. In A.A. Osipova (Ed.), *Aktual'nye problemy sopostavitel'nogo yazykoznaniya i lingvodidaktiki: Materialy XXXI mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Key issues of comparative linguistics and linguodidactics: proceedings of the 31st International scientific-practical conference] (pp. 154-159). Moscow: MPGU (in Russian).
27. Stepanov, Yu.S. (2009). «Ponyatie», «Kontsept», «Antikontsept». *Vektornye yavleniya v semantike* [«Notion», «Concept», «Anticoncept». Vector phenomena in semantics]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive studies of language], 1, 22-28 (in Russian).
28. Vishnyakova, O.D., Lipgart, A.A., & Vishnyakova, E.A. (2024). *Kognitivnaya model' terminologicheskoy sistemy meditsiny kak dinamicheskaya struktura* [Cognitive model of medical terminological system as a dynamic structure]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive studies of language], 4(60), 642-648 (in Russian).
29. Zhukova, I.N., Lebed'ko, M.G., Proshina, Z.G., & Yuzefovich, N.G. (2013). *Slovar' terminov mezhkul'turnoy kommunikatsii* [Dictionary of terms of intercultural communication]. Moscow: FLINTA, Nauka (in Russian).

LIST OF SAMPLE SOURCES

1. Eales, F., & Oakes, S. (2022). *Speakout A1 Student's Book* (Third Edition). UK: Pearson Education Limited.
2. Eales, F., & Oakes, S. (2022a). *Speakout A2 Student's Book* (Third Edition). UK: Pearson Education Limited.
3. Harst, E., Hoffmann, L., Kaufmann, S., Moritz, U., Rodi, M., Rohrmann, L., & Rusch, P. (2023). *Die neue Linie 1 A1*. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen.

Об авторах:

Шукман Виктория Эдуардовна – ассистент кафедры немецкой филологии Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева (Самара, Россия). Область научных интересов: филологические науки, дискурс-анализ, когнитивная лингвистика, прагмалингвистика. ORCID: 0000-0002-5027-147X.

Голубых Анастасия Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева (Самара, Россия). Область научных интересов: филологические науки, дискурс-анализ, когнитивная лингвистика, прагмалингвистика. ORCID: 0000-0003-1724-6931.

Получено: 28 июня 2025 г.

Принято к публикации: 15 августа 2025 г.

THE CONCEPTUAL FRAMEWORK “MEDICINE” IN ENGLISH AND GERMAN EDUCATIONAL DISCOURSES: A CASE STUDY OF *SPEAKOUT* AND *DIE NEUE LINIE 1*

Viktoriya E. Shukman

Samara National Research University

(Samara, Russia)

shukman.ve@ssau.ru

Anastasiya A. Golubykh

Samara National Research University

(Samara, Russia)

golubykh.aa@ssau.ru

Abstract: Medicine holds significant importance in shaping human well-being and societal progress. The conceptual framework MEDICINE is constantly evolving; it is enriched by new linguistic markers. This study presents a comparative analysis of how the conceptual framework MEDICINE is verbalized in English and German educational discourses. Using a methodology of discourse, conceptual, and lexico-semantic analysis, the authors examine all relevant linguistic markers in two beginner-level language textbooks: *Speakout* (English) and *Die neue Linie 1* (German). The research is motivated by the practical need for language learners to acquire basic medical communication skills for their daily life. The results highlight the main function of medically oriented linguistic markers explaining the basics of medical knowledge – it is to organize the information about a person and their anthropocentric characteristics. The principal outcome of this research is a key contrast between English and German educational discourses (a case study of *Speakout* and *Die neue Linie 1*): while English verbalizes the ‘concept-gestalt’ THE LITTLE THINGS TO BE HEALTHY AND HAPPY as a defining feature of the medical conceptual framework, German prioritizes the representation of the ‘concept-scenario’ ARZTBESUCH. The study conceptually justifies the contrasting concept HEALTHY LIFESTYLE and the anticoncept ILLNESSES AND SYMPTOMS in the educational discourses under analysis, highlighting the increasing emphasis on the relationship between health and illness. The study identifies the features of the conceptual framework verbalization through the functional potential of medical linguistic markers. Using comparative analysis of the language material of *Speakout* and *Die neue Linie 1*, it reveals modern medical trends in English and German educational discourses. These findings may serve as foundation for curriculum development for beginner-level language courses targeting medical professionals.

Keywords: conceptual framework MEDICINE, educational discourse, nuclear and peripheral concepts, concept and anticoncept, language teaching and learning kit, the beginner level of language learning.

How to cite this article: Shukman, V.E., Golubykh, A.A. (2025). The Conceptual Framework “Medicine” in English and German Educational Discourses: A Case Study of *Speak-out* and *Die Neue Linie 1. Professional Discourse & Communication*, 7(3), 69–90. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-69-90>

About the authors:

Viktoriya E. Shukman is an Assistant Lecturer in the Department of German Philology at Samara National Research University (Samara, Russia). Her research interests include linguistics, discourse analysis, cognitive linguistics, and pragmalinguistics. ORCID: 0000-0002-5027-147X.

Anastasiya A. Golubykh, Cand. Sci. (Philology), is an Associate Professor in the Department of English Philology at Samara National Research University (Samara, Russia). Her research interests include linguistics, discourse analysis, cognitive linguistics, and pragmalinguistics. ORCID: 0000-0003-1724-6931.

Received: June 28, 2025.

Accepted: August 15, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-91-115>

МЕТАФОРИКА МОТИВАЦИОННОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛО-АМЕРИКАНСКИХ НАПУТСТВЕННЫХ РЕЧЕЙ)

Ю.И. Щербинина

МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия)
y.i.shcherbinina@yandex.ru

А.В. Щербинина

МГИМО МИД России (Москва, Россия)
anv.shcherbinina@gmail.com

Аннотация: Напутственная речь (commencement speech), ключевой жанр мотивационного дискурса, во многом опирается на устойчивый набор концептуальных метафор для реализации прагматического воздействия. Цель настоящего исследования – выделить и систематизировать ключевые метафорические модели, структурирующие данный жанр, при помощи когнитивно-дискурсивного анализа, сочетающего качественные и количественные методы. Материалом исследования послужили речи известных англо-американских спикеров (политиков, актеров, комиков, писателей, певцов, предпринимателей, ученых), а также двух русскоязычных писателей (А. Солженицын, И. Бродский), выступавших перед выпускниками университетов в США и Великобритании в XX и XXI веке. Помимо стертых онтологических и ориентационных метафор, выделено 12 основных групп структурных метафор, основанных на следующих исходных областях переноса (в порядке убывания частотности): путешествие (*journey*), строительство (*construction*), игра (*game*), война (*war*), обучение (*teaching*), книги (*books*), машины (*machines*), растения (*plants*), животные (*animals*), пища (*food*), здоровье (*health/medical metaphors*), свет и тьма (*light and darkness*). Отдельное внимание уделяется связи между профессиональной идентичностью спикеров и характером употребляемых метафор. Рассматриваются как конвенциональные, так и оригинальные метафорические выражения, вербализующие концептуальные переносы. Проведенный качественный и количественный анализ позволяет заключить, что вышеперечисленные метафорические модели формируют дискурсивные практики данного жанра в рамках мотивационного дискурса. Результаты исследования показывают, что метафоры не только преобразуют сложные абстрактные идеи (такие, как успех и неудача, моральные ценности, уроки прошлого, цели личные и глобальные) в понятные образы, но и служат способом укрепления эмоциональной связи с аудиторией, усиливают мотивирующий эффект дискурса, структурируют речь. В статье демонстрируется, какие именно смысловые аспекты доносятся с помощью той или иной метафорической модели, какие функции реализуются, какое воздействие оказывается говорящим. Статья вносит вклад

в изучение взаимодействия языка, культуры и мышления в рамках когнитивно-дискурсивного подхода и может быть полезна для исследователей в области когнитивной лингвистики, риторики, межкультурной коммуникации и дискурс-анализа.

Ключевые слова: концептуальная метафора, метафорические модели, дискурсивные практики, мотивационный дискурс, напутственная/актовая речь.

Для цитирования: Щербинина, Ю.И., Щербинина, А.В. (2025). Метафорика мотивационного дискурса (на материале англо-американских напутственных речей). *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(3), 91–115. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-91-115>

1. ВВЕДЕНИЕ

Концептуальные метафоры занимают важное место в современной лингвистике, позволяя исследовать то, как люди осмысливают реальность через перенос значений от знакомых, конкретных объектов к абстрактным понятиям (Lakoff & Johnson, 2003; Semino, 2008; Kovecses, 2010; Баранов, 2004 и 2004а; Чудинов, 2004 и др.). В контексте мотивационного дискурса этот механизм особенно важен: метафоры позволяют добиться эмоционального резонанса и облегчают передачу основных мыслей аудитории.

Напутственные речи (известные также как актовые речи), адресованные выпускникам колледжей и университетов (*commencement speeches/addresses*), стали классическим жанром мотивационного дискурса в англо-американской традиции, включающим призывы к действию, рассказы о личном опыте и размышления о жизненных ценностях (Галичкина, 2015). Эти речи имеют глубокую культурную значимость, так как они не только помогают вдохновить новое поколение выпускников, но и отражают картину мира и приоритеты общества. Каждая такая речь представляет собой уникальное сочетание риторических приёмов, философских размышлений, социокультурного и исторического контекста, оказывая мощное воздействие на слушателей.

Метафоры в напутственных речах играют ключевую роль, помогая спикерам донести сложные концепты в доступной форме. Они превращают абстрактные идеи, такие как успех, трудности, личностный рост и перемены, в конкретные образы, которые легко запоминаются и находят эмоциональный отклик у слушателей. Метафоры используются, чтобы давать советы, делиться опытом, осмысливать уроки прошлого, ставить задачи на будущее, описывать текущие проблемы, с которыми сталкивается мир в целом, конкретная страна и выпускники, стоящие на пороге нового этапа жизни.

Хотя жанр напутственных речей уже исследовался лингвистами (Галичкина, 2015; Подоляк, 2016; Иванова, 2015, 2017; Кожухова, 2022; Салтанова, 2022), до сих пор не было предпринято попыток систематически изучить метафорику данного жанра мотивационного дискурса и выделить дискурсивные практики, что определяет новизну данной работы. Когнитивно-дискурсивное исследование метафор в напутственных речах предоставляет возможность изучить, как язык отражает и формирует культурные ценности. В данной статье рассматриваются концептуальные метафоры и примеры их языковой реализации в актовых речах, а также то, как они способствуют созданию мотивационного эффекта. Таким образом, исследование вносит вклад в понимание того, как языковые средства, в данном случае, концептуальные метафоры могут быть использованы для достижения максимального воздействия

на аудиторию и формирования определенных установок в сознании слушателей.

2. МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом для данного исследования послужили 25 напутственных речей (около 450 метафорических контекстов), произнесённых известными политиками, предпринимателями, учёными и деятелями культуры и искусства перед выпускниками университетов США и Великобритании в XX и XXI веке. Выборка включала речи таких известных личностей, как Уинстон Черчилль, Джон Кеннеди, Билл Клинтон, Стив Джобс, Опра Уинфри, Джоан Роулинг, Стивен Фрай и др. Именно масштаб и популярность данных личностей, а также многомиллионные просмотры видеозаписей их речей в сети Интернет обусловили их отбор для анализа в рамках данной статьи. Необходимо отметить, что выступлений британских спикеров в подборке меньше (4 из 25), что объясняется большей укорененностью жанра именно в американской традиции, а также широким распространением и доступностью видеоматериалов именно на сайтах американских колледжей и университетов. Самая ранняя речь относится к 1941 году, а самая недавняя – к 2023, что позволяет говорить об устойчивости, воспроизводимости и исторической преемственности данных моделей в напутственных речах. Два русскоязычных писателя – Александр Солженицын и Иосиф Бродский, выступившие на английском языке в американских университетах, – были также включены в подборку. Это позволило проанализировать, как они используют частотные метафорические модели, характерные для напутственных речей в англо-американской традиции, принимая «правила игры» и встраиваясь в определённую риторическую традицию. Для анализа были использованы публично доступные тексты речей, опубликованные в открытых источниках, включая официальные веб-сайты университетов.

Процедура исследования включала в себя следующие этапы:

1. Формирование корпуса текстов: сбор текстов речей и их расшифровка для последующего анализа;
2. Идентификация метафор в соответствии с Metaphor Identification Procedure (Pragglejaz Group, 2007, р. 3): выделение метафорических выражений и их классификация на основе областей-источников проекции;
3. Качественный и количественный анализ: определение наиболее распространённых типов метафор, их функций и влияния на восприятие аудитории.

Данные этапы позволили выявить ключевые тенденции в использовании метафор в напутственных речах и определить их роль в создании мотивационного эффекта. Таким образом, можно говорить о метафорике дискурса – совокупности метафорических моделей, использующихся в данном дискурсе, и об идентификации дискурсивных практик, т.е. метафорических моделей, которые типичны для данного дискурса, формируют его как таковой (Баранов, 2004).

Исследование было проведено в русле когнитивно-дискурсивного подхода с использованием следующих методов: аналитико-синтетический общенаучный метод, метод семантического и контекстуального анализа, метод когнитивного анализа, дискурс-анализ.

3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Если дискурс – это совокупность тематически, культурно или как-либо еще взаимосвязанных текстов, допускающая развитие и дополнение другими текстами (Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике, 1995), текст в сочетании с экстралингвистическим контекстом,

«речь, погруженная в жизнь» (Арутюнова, 1990, с. 136-137), то мотивационный дискурс – это «вербальное взаимодействие адресанта и адресата с целью оказать положительное воздействие на эмоциональную, волевою и деятельностную сферу последнего» (Подольак, 2016), характерное для англоязычного общества. Для данного дискурса особенно важен критерий интенциональности, а мотивация рассматривается как «побуждение к изменению, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения целей» (Панченко, 2023, с. 5). Среди устных жанров англоязычного мотивационного дискурса, хорошо известных и за пределами англо-американского речевого сообщества, можно назвать, например, «pre talk» – речь тренера перед матчем, «keynote speech» – речь известного человека на корпоративном или академическом мероприятии, проповеди, а также интересующая нас в данном исследовании «graduation speech/ commencement speech/ commencement address» (в русскоязычных работах переводимая как «напутственная речь, актовая речь, речь на вручении дипломов») (Прусова, 2022). «Commencement speech» определяется как напутственная речь студентам-выпускникам, которая произносится известным для данной страны человеком или мировой знаменитостью. Основной задачей данного речевого жанра является донесение ценностной информации до слушателей. Вместе с тем, другая задача текстов данного жанра заключается в поздравлении выпускников и создании определенной эмоциональной тональности (Кузьмина, 2020).

Мотивационный дискурс в целом и напутственные речи в частности характеризуются высокой экспрессивностью, активно реализуют функцию воздействия, показывают настроенность оратора на эмпатию, близость к аудитории (*empathetic language*) (Podolyak, 2018). В напутственных речах реализуются следующие задачи: вдохновение и мотивация выпускников на достижение целей, значимых для них самих и для общества, а также выражение эмпатии к их эмоциональному состоянию, что включает признание их волнения, тревоги перед будущим, ожидания взрослой жизни и радости от завершения обучения. Кроме того, эти речи направлены на объяснение значимости решений, которые выпускники будут принимать в своей жизни. При этом каждая из частей напутственной речи преследует свои коммуникативные цели и выполняет разные функции: контактоустанавливающую и аттрактивную (вступление), ретроспективную и информационно-оценочную (основная часть), мотивационную, воодушевляющую и апеллирующую (заключение) (Чернова, 2016). Это один из эпидейктических жанров в англо-американской лингвокультуре, характеризующийся набором определенных коммуникативных стратегий, когнитивных механизмов и ключевых концептов (Костина, 2021).

Также стоит отметить, что напутственные речи можно рассматривать как полидискурсивную практику, т.к. в них присутствуют элементы экзистенциального и дидактического дискурса, поскольку их цель – научить выпускников ориентироваться в жизни и справляться с ее вызовами. В них присутствуют и черты мемуарного дискурса, поскольку многие ораторы делятся личными историями (Иванова, 2017). Как отмечает Д.Р. Фахрутдинова, «жанр напутственной речи, оставаясь институциональным по своему характеру, тяготеет к личностно-ориентированному дискурсу» (Фахрутдинова, 2019, с. 270).

Традиция произнесения речей на выпускных церемониях зародилась в 1736 году в Гарвардском университете, где каждый выпускник был обязан выступить с речью. Однако по мере увеличения числа выпускников стало невозможно предоставить слово каждому, и эту обязанность взяли на себя ректор или другие почетные гости (Иванова, 2015). Сегодня выпускная речь является значимой частью церемонии вручения дипломов и произносится выдающимся спикером, добившимся больших успехов в профессиональной сфере. В качестве

почетных ораторов обычно приглашают государственных и общественных деятелей, известных политиков, ученых, успешных предпринимателей, знаменитых актеров, певцов, писателей или спортсменов.

Напутственная речь следует определенному жанровому канону, являясь публичным выступлением. Это предполагает официальную форму коммуникации, обращение к массовой аудитории, использование публицистического функционального стиля и обсуждение социально значимых тем (Кожухова, 2022). Таким образом, этот жанр характеризуется единством темы, определенной композицией и стилем. Тематически речь сосредоточена на связи прошлого опыта с будущими стремлениями. В композиционном плане она обычно включает выражение благодарности за возможность выступить, философские и лирические размышления о жизни, упоминания о выдающихся выпускниках, личные примеры, юмористические моменты и напутствия. Стилистически речь сочетает элементы личного общения, такие как искренность и лиризм, с торжественностью, соответствующей случаю. Одним из ключевых риторических и когнитивных инструментов в напутственных речах являются метафоры.

Настоящее исследование базируется на теории концептуальной метафоры, разработанной Дж. Лакоффом, М. Джонсоном и их последователями в западной традиции (М. Тернер, Дж. Грейди, А. Гоатли, Р. Гиббс, З. Кевечеш, А. Дейнан, Л. Камерон, Е. Семино, В. Коллер) и рядом отечественных лингвистов (Н.Д. Арутюнова, В.Г. Гак, В.Н. Телия, Е.О. Опарина, А.Н. Баранов, А.П. Чудинов, Е.В. Будаев, В.И. Заботкина, Н.Ф. Крюкова и пр.). Согласно *СМТ* (*Conceptual Metaphor Theory*), процесс метафоризации основан на взаимодействии двух познавательных структур – «источника» и «цели». В ходе этого процесса цель организуется по аналогии с источником, что называется «метафорической проекцией» (*metaphorical mapping*) или «когнитивным отображением» (*cognitive mapping*). Устойчивые соответствия между областью источника и областью цели, закреплённые в языке и культуре данного общества, получили название «концептуальных метафор» (Баранов, 2004а, с. 11). Метафора, по своей сути, является когнитивным явлением, а не исключительно языковым, т.е. представляет собой способ осмысления одной области знаний через другую, а метафорические выражения лишь отражают этот процесс в языке (Semino, 2008). Метафорическое отображение/проекция также соотносится с понятием «метафорической модели», которое трактуется как взаимосвязь между концептуальными сферами, при которой система фреймов сферы-источника используется для структурирования понятийной системы сферы-магнита (Чудинов, 2004, с. 175).

Выделяются такие типы метафор, как структурные, онтологические и ориентационные (Lakoff & Johnson, 2003), где структурные метафоры структурируют один концепт в терминах другого, ориентационные основаны на ориентации нашего тела в пространстве («верх-низ», «внутри-снаружи», «центр-периферия» и пр.), а онтологические позволяют осмыслять события, эмоции, идеи и прочие абстракции как материальные сущности. С точки зрения новизны или «креативности» (Баранов и др., 2004), различают стертые метафоры (фиксируются в словарях и не воспринимаются большинством людей как метафоры), конвенциональные (реализуют частотные метафорические модели, не фиксируются как переносные значения в словарях) и новые/оригинальные метафоры, которые основаны на новых концептуальных переносах либо на оживлении клишированных метафор (Задорнова, Горохова, 2016).

Метафоры в напутственных речах усиливают эффективность коммуникации, превращая нематериальные идеи (личностный рост, успех и стойкость в трудные времена, служение обществу, поиск смысла в жизни) в яркие, понятные образы. Это помогает аудитории визуализировать свои цели, глубже прочувствовать послание и, следовательно, получить толчок к

действию. Таким образом, метафоры – это не просто стилистические приемы; они позволяют ораторам выражать сложные эмоции и стремления в форме, которая глубоко откликается у слушателей, тем самым реализуя основные задачи мотивационного дискурса

4. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках данной статьи мы сосредоточимся на анализе структурных концептуальных метафор, которые структурируют один концепт в терминах другого, отмечая, что онтологические и ориентационные метафоры также встречаются в анализируемом материале (и весьма частотны), однако они в большинстве своем являются стертыми и поэтому не будут подробно рассмотрены в данной статье. Примеры метафор, используемых спикерами в выступлениях, можно сгруппировать следующим образом:

- 1) структурные метафоры (данный раздел включает 12 групп метафор по сфере-источнику метафорического переноса в порядке убывания частотности): JOURNEY, GAME, CONSTRUCTION, TEACHING, WAR, HEALTH/MEDICAL metaphors, MACHINE, BOOK, PLANT, LIGHT AND DARKNESS, FOOD ANIMAL);
- 2) онтологические метафоры: метафоры общего уровня (generic-level) ABSTRACT ENTITIES ARE PHYSICAL ENTITIES и более конкретные манифестации, такие как INTELLECTUAL RESTRICTIONS ARE PHYSICAL RESTRICTIONS, SPIRITUAL VALUE IS MATERIAL VALUE, CHALLENGES ARE PHYSICAL BARRIERS, EMOTIONAL IMPACT IS PHYSICAL IMPACT, EMOTIONAL BURDEN IS PHYSICAL WEIGHT, EMOTIONAL PAIN IS PHYSICAL PAIN, EMOTIONS ARE PHYSICAL EXPERIENCES, EMOTIONAL UNITY IS PHYSICAL UNITY, EMOTIONAL HEALTH IS PHYSICAL HEALTH, MIND (SOUL) IS A CONTAINER;
- 3) ориентационные (PAST IS BEHIND, FUTURE IS AHEAD, HIGH SOCIAL STATUS IS UP, SUCCESS IS UP, FAILURE IS DOWN, GOOD IS UP, BAD IS DOWN, MORAL RIGHTEOUSNESS IS UP, SAD IS DOWN).

Необходимо отметить, что среди проанализированных структурных метафор также много конвенциональных. Однако они выполняют текстообразующую, связывающую функцию и зачастую разворачиваются в речи, обыгрываются, «оживляются», повторяются с вариациями и составляют дискурсивные практики, определяющие метафорику данного дискурса.

С точки зрения количественного анализа выделенные метафоры можно представить в виде следующей таблицы, отражающей частотность того или иного типа метафор и метафорических моделей в напутственных речах.

Таблица 1. Частотность метафорических моделей в напутственных речах

№	Тип метафор	Примеры метафор	Доля от общего числа (%)
1	СТРУКТУРНЫЕ МЕТАФОРЫ (JOURNEY)	LIFE IS A JOURNEY (Life is a Sea Voyage / Life is a Train Trip / Life is a Space Voyage)	23,2%
2	ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ	INTELLECTUAL RESTRICTIONS ARE PHYSICAL RESTRICTIONS, SPIRITUAL VALUE IS MATERIAL VALUE, CHALLENGES ARE PHYSICAL BARRIERS, EMOTIONAL IMPACT IS PHYSICAL IMPACT, EMOTIONAL BURDEN IS PHYSICAL WEIGHT, EMOTIONAL PAIN IS PHYSICAL PAIN, EMOTIONS ARE PHYSICAL EXPERIENCES, EMOTIONAL UNITY IS PHYSICAL UNITY, EMOTIONAL HEALTH IS PHYSICAL HEALTH, MIND (SOUL) IS A CONTAINER	19,5%

№	Тип метафор	Примеры метафор	Доля от общего числа (%)
3	ОРИЕНТАЦИОННЫЕ МЕТАФОРЫ	PAST IS BEHIND, FUTURE IS AHEAD, HIGH SOCIAL STATUS IS UP, SUCCESS IS UP, FAILURE IS DOWN, GOOD IS UP, BAD IS DOWN, MORAL RIGHTEOUSNESS IS UP, SAD IS DOWN	10,6%
4	СТРУКТУРНЫЕ (GAME)	LIFE IS A GAME OF SPORT, LIFE IS A GAME OF CHANCE, LIFE IS A PLAY, LIFE IS A COMPUTER GAME	9,5%
5	СТРУКТУРНЫЕ (CONSTRUCTION)	LIFE IS A BUILDING, THE MIND IS A BUILDING, IDEAS/THEORIES ARE BUILDINGS, INSTITUTIONS ARE BUILDINGS, SOCIETY IS A BUILDING	7,3%
6	СТРУКТУРНЫЕ (TEACHING)	LIFE/HISTORY/FAILURE IS A TEACHER	6,2%
7	СТРУКТУРНЫЕ (WAR)	LIFE IS WAR, ARGUMENT IS WAR	4,8%
8	СТРУКТУРНЫЕ (HEALTH/MEDICAL)	WAR IS A DISEASE, ECONOMIC/SOCIAL PROBLEMS ARE DISEASES, HUMAN VICES ARE DISEASES, TRUTH IS MEDICINE/REMEDY, FAILURE IS A BITTER MEDICINE	3,7%
9	СТРУКТУРНЫЕ (MACHINE)	PEOPLE ARE MACHINES, BRAIN/MIND IS A COMPUTER, SOCIETY IS A MACHINE	3,4%
10	СТРУКТУРНЫЕ (BOOK)	LIFE IS A STORY/BOOK/SCRIPT	3,4%
11	СТРУКТУРНЫЕ (PLANT)	MIND IS A GARDEN, IDEAS ARE PLANTS, ORGANIZATIONS ARE PLANTS	2,9%
12	СТРУКТУРНЫЕ (LIGHT/DARKNESS)	KNOWLEDGE IS LIGHT; IGNORANCE IS DARKNESS; GOODNESS IS LIGHT, EVIL IS DARKNESS	2,4%
13	СТРУКТУРНЫЕ (FOOD)	LIFE IS COOKING, IDEAS ARE FOOD	1,8%
14	СТРУКТУРНЫЕ (ANIMAL)	PEOPLE ARE ANIMALS	1,3%

По областям, которые представляют спикеры в проанализированных речах, их можно разделить следующим образом:

- 1) политика: Уинстон Черчилль, Джордж К. Маршалл, Джон Ф. Кеннеди, Билл Клинтон, Барак Обама, Хиллари Клинтон, Дональд Трамп;
- 2) сфера культуры (певцы, актеры, телеведущие, комики): Мерил Стрип, Опра Уинфри, Джим Керри, Эллен Дедженерес, Конан О'Брайен, Тейлор Свифт, Стивен Фрай;
- 3) литература: Нил Гейман, Дж. К. Роулинг, Энн Ламотт, Дэвид Фостер Уоллес, Стивен Фрай, Александр Солженицын, Иосиф Бродский;
- 4) бизнес и технологии: Билл Гейтс, Стив Джобс;
- 5) наука и образование: Ричард Фейнман, Марк Робер.

Писатели, что вполне предсказуемо, и деятели культуры демонстрируют развитую метафорическую компетенцию в своих речах, используя оригинальные метафорические выражения, в то время как политики чаще употребляют конвенциональные метафоры. Интересно, что напутственные речи, произносимые комиками (стендап-комиками, ведущими), не отличаются риторической продуманностью. Эта характерная особенность их выступлений объясняется стремлением комиков ставить юмор во главу угла, что может снижать дидактический потенциал вступительной речи. Безусловно, способность вызвать смех у аудитории важна, однако чрезмерное увлечение юмором может отвлечь оратора от основной идеи, которая должна найти отклик у выпускников и передать им ценные наставления и руководство для будущей жизни. Также необходимо отметить, что основная профессиональная деятельность оратора влияет на его речь, ее содержание и, как следствие, на выбор метафор. Политики, например, часто используют концептуальные метафоры войны в самых разных контекстах, выходящих

за пределы политического дискурса. Таким образом, характер профессии задает некие когнитивные рамки и влияет на то, как человек воспринимает и интерпретирует окружающий мир.

Итак, остановимся более подробно на основных метафорических моделях.

4.1. Метафоры пути (Journey Metaphors)

Метафоры пути чаще всего используются для описания жизненного опыта в напутственных речах. Жизнь рассматривается как путешествие, где каждая остановка символизирует этап, а дорога полна препятствий. Спикеры используют эту метафору, чтобы мотивировать аудиторию на неуклонное движение вперед и достижение целей. Например: «Have there been *fatal turns and losses of direction* in its development?» (Solzhenitsyn, n.d.); «the *beginning of a remarkable journey* with Microsoft» (Pangambam, 2019); «(...) taking a much more *direct route* to your degrees» (Ibid.); «Never follow *anyone else's path*» (Pangambam, 2016, May 22); «*enjoy the ride*, because the *ride takes you to some* remarkable and unexpected places» (Gaiman, n.d.); «(...) *defining milestone* in a very long and a blessed *journey*» (Winfrey's Commencement address, 2013); «(...) your parents for *steering you in the wrong direction* (Rowling, 2008); «I hope you'll find *your own way* to express your gratitude for *all the steps* and *missteps* that have *led us to this common destination*» (Dailey, 2022); «since then, it's been the *compass* guiding my life» (Ibid.). Можно привести еще десятки подобных примеров в текстах проанализированных речей, которые в основном содержат следующие лексические единицы: *journey, path, route, way, direction, destination, compass, ride, step, milestone, etc.*

На основании рассмотренных выражений можно установить следующие метафорические проекции: начало определённого этапа в жизни соответствует началу путешествия; выбор в жизни – это дорога, по которой мы идем; стремление к цели – это путешествие к определённому месту назначения; усилия, приложенные для достижения этой цели, – это шаги на пути, а ошибки – неверные шаги; делать то, что хотят другие, значит следовать чужим путём; запутаться в жизни значит заблудиться, потерять ориентир; важные события в жизни – это вехи (букв. верстовые столбы); трудности соответствуют неожиданным поворотам или ухабам на дороге; ощущение застоя в жизни соответствует застреванию в колее или яме; упущенная возможность – это ушедший поезд или корабль; то, что придаёт жизни смысл, – это компас, который направляет вас; прекратить искать новые возможности в жизни значит осесть на месте после прибытия в пункт назначения; продолжать прилагать усилия для достижения целей значит продолжать путешествие; достигать своих целей без посторонней помощи значит путешествовать в одиночку; родители – это те, кто отправил вас в путь; люди в вашей жизни, пытающиеся повлиять на ваш выбор, – это те, кто подталкивает вас в определённом направлении (в анализируемых речах это в основном родители или учителя); человек, принимающий решения в жизни, – это тот, кто держит руль (в контексте выпускных речей это относится к юношам и девушкам, которые достаточно зрелы, чтобы взять на себя ответственность за свою жизнь).

Также необходимо отметить, что LIFE IS A JOURNEY может выступать метафорой более высокого уровня для таких метафор, как Life is a Sea Voyage / Life is a Train Trip / Life is a Space Voyage. И хотя большинство встречающихся метафорических выражений конвенциональны, есть случаи оригинальных языковых реализаций данной концептуальной метафоры. Так, например, вместо метафоры компаса, который указывает правильный путь, Опра Уинфри использует GPS («to develop an internal moral, emotional G.P.S. that can tell you which way to go»; «small voice that is the G.P.S. within yourself»; «that actually focused my internal G.P.S.») как текстообразующую метафору (Крюкова, 2000) в своей речи. Оригинальностью отличаются метафоры пути и в речи писателей. Например, Нил Гейман говорит о цели жизни как о дале-

кой горе: «where I wanted to be <...> was a mountain. A distant mountain»; «I could stop, and think about whether it was taking me towards or away from the mountain»; «I knew that as long as I kept walking towards the mountain <...>» (Gaiman, n.d.). Метафора горы разворачивается в речи и также становится текстообразующей.

LIFE IS A JOURNEY относится к дискурсивным практикам в напутственных речах. Данная концептуальная метафора предполагает, что мы все путники, стремящиеся найти свою дорогу. На пути могут быть препятствия, но некий внутренний компас ведет нас и, в конечном счете, приводит к пункту назначения, то есть к цели. Выпускники откликаются на эти метафоры, потому что они находятся в начале следующего этапа жизненного пути и нуждаются в словах поддержки со стороны ролевых моделей, которые признаются, что тоже сбивались с пути, «сходили с рельсов» (“run off the rails”), но в итоге «прокладывали верный курс» и поднимались на вершину своей заветной горы.

4.2. Метафоры игры (Game Metaphors)

Метафоры игры – будь то спортивная, азартная игра или игра актера на сцене (LIFE IS A GAME OF SPORT, LIFE IS A GAME OF CHANCE, LIFE IS A PLAY) – подчёркивают соревновательный характер жизни, эмоциональность, непредсказуемость и необходимость стратегии для получения желаемого результата (в случае спортивной метафоры). В напутственных речах такие метафоры используются для вдохновения и мотивации в контексте принятия вызовов, побед и поражений, а также для обсуждения драматичных перипетий жизни, в особенности ее публичной стороны, если речь идет о театральных метафорах. Можно привести примеры следующих метафорических контекстов: «so many *play dirty*, that so few *win*, that so many *lose*» (Atkins, 2021); «(...) that I had *dropped the baton as it was being passed to me*» (‘You’ve got to find what you love,’ Jobs says, n.d.); «I became my own competition *raising the bar* every year» (Winfrey’s Commencement address, 2013); «Don’t sit *on the sidelines*» (Hillary Rodham Clinton ’69 addressed the Class of 2017 at Wellesley’s 139th Commencement Exercises, n.d.); «we love *setting records*» (Read President Trump’s Liberty University Commencement Speech, 2017); «the times I was told no or wasn’t included, *didn’t make the cut*» (Dailey, 2022). Среди проанализированных метафорических контекстов можно также выделить следующие единицы: *to be ahead of the game*, *to join the game*, *to score big*, *to cross the goal line*, *false starts*, etc. В основе данных метафор лежат следующие проекции: люди – это игроки, а люди, добившиеся успеха, – это чемпионы; добиться целей – значит победить, поставить рекорд; повысить требования и ожидания – значит повысить планку (как в прыжках в высоту); освоение новых навыков соответствует освоению правил игры; нарушение нравственных норм соответствует нечестной игре и т.д. При этом наблюдается некоторая вариативность в концептуализации: например, не только люди, но и эмоции, определяющие нашу жизнь, могут описываться как игроки. Театральные метафоры представлены такими примерами, как *to arrive on the big stage*, *to miss your cue*, *to play a role*, *to be in the limelight*, etc.

Наряду с клишированными метафорами этой группы встречаются и оригинальные, например: «(...) a person of my age is entitled to out-fox any of you at *existential chess*» (Atkins, 2021); «Life is a game with many rules but no referee» (Ibid.); «you could *judo-flip* it to your advantage» (Mark Rober, n.d.); «in my personal and work life, I’ve dealt with my share of *sliding green shells*» (Ibid.). Последний пример заслуживает отдельного внимания как реализация актуальной в наше время метафоры LIFE IS A COMPUTER GAME, с отсылкой к видео игре, в которой игрок может подорваться на снарядах, что образно описывает неожиданные испытания, с которыми мы можем столкнуться в жизни.

Метафоры игры акцентируют внимание на важности не только достижения целей, но и умении справляться с неудачами и учат слушателей принимать жизненные трудности как часть долгого пути, требующего настойчивости и упорства.

4.3. Метафоры строительства (Construction Metaphors)

Следующий частотный источник метафорического переноса – это область строительства. Такие метафоры, как LIFE IS A BUILDING, THE MIND IS A BUILDING, IDEAS/THEORIES ARE BUILDINGS, INSTITUTIONS ARE BUILDINGS, SOCIETY IS A BUILDING, акцентируют внимание на процессе создания стабильных систем и закрепления результатов. В контексте напутственных речей эти метафоры используются для того, чтобы говорить о построении карьеры и успешного будущего. Метафорические выражения, связанные с процессом строительства и результатом (зданием), например *to construct, to build, to rebuild, foundation, door, threshold, window*, фигурируют в следующих контекстах: «as you stand on the threshold of what is sometimes called ‘real life’» (Rowling, 2008); «As you build good lives, you will also be rebuilding our nation» (Read President Trump’s Liberty University Commencement Speech, 2017); «And when the door opens in real life, just walk through it» (Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management, n.d.); «I do think that that event was one of the hinges on which my whole life turned» (Stephen Fry: 2010 Graduation Ceremony Speech, 2010); «the self-examination begins, one looks inward, one opens an interior door» (Dahunsi, 2021); «the doors that once seemed sealed to women are now opened» (Hillary Rodham Clinton ’69 addressed the Class of 2017 at Wellesley’s 139th Commencement Exercises, n.d.).

В основе данных метафор лежат следующие проекции: люди, созидающие свою жизнь, – это строители; начало этапа жизни соотносится с входом в здание (порог или дверь); важные события, определяющие жизнь, – это фундамент здания; достижение целей – это завершение строительства; возможности – это открытые двери; разрушить жизнь – это все равно что разрушить здание и т.д.

В проанализированных примерах обращают на себя внимание случаи оригинальной языковой реализации концептуальных метафор данного типа. Так, в речи Мерил Стрип встречается яркий образ, основанный на метафоре THE MIND IS A BUILDING: «Cobwebs, black, the light bulbs burned out, the airless dank refrigerator of an insanely over-scheduled, unexamined life» (Dahunsi, 2021). Внутренний мир отчаявшегося человека предстает как запущенное, заброшенное помещение, т.е. сознание – это пространство, обставленное в соответствии с настроением и состоянием человека.

Метафоры строительства часто сочетаются с упоминаниями о «фундаменте» и «колоннах/подпорках», которые символизируют базовые ценности и навыки, необходимые для успеха, подчёркивая значимость активного созидания своего будущего на прочных основаниях. В совокупности эти метафоры мотивируют аудиторию на действия, направленные на долгосрочное развитие и преодоление трудностей.

4.4. Метафоры обучения (Teaching Metaphors)

Следующая дискурсивная практика, которая явно выделяется в напутственных речах, – это метафоры обучения (LIFE/HISTORY/FAILURE IS A TEACHER), что предсказуемо, поскольку выпускная церемония связана с завершением образовательного этапа. Метафоры данной группы помогают спикерам передать идею непрерывного роста, познания и самосовершенствования и уроков, которые мы извлекаем из своих ошибок, причем речь идет не только о личном опыте отдельных людей, но и целых стран, общества в целом. Самыми частотными

лексическими единицами, вербализующими метафорический перенос в рамках этой модели, являются лексемы *to teach, to learn, lesson*: «*history teaches us* that enmities between nations as between individuals, do not last forever» (Commencement Address at American University, Washington, D.C., June 10, 1963, n.d.); «I *learned the sad lesson* that improving your odds doesn't guarantee success» (Pangambam, 2019); «(...) what *important lessons I have learned* in the 21 years that have expired between that day and this» (Rowling, 2008); «(...) *learn from every mistake* because every experience, encounter, and particularly *your mistakes are there to teach you* and force you into being more who you are» (Winfrey's Commencement address, 2013) и др. Характерно, что метафоры обучения не видоизменяются и не «оживляются» спикерами, оставаясь клишированными, что говорит об их глубокой укоренённости в данном дискурсе и автоматическом использовании.

4.5. Метафоры войны (War Metaphors)

Метафоры войны (LIFE IS WAR, ARGUMENT IS WAR), наоборот, зачастую оригинально переосмысляются и оживляются, в особенности в речах политиков. Данные метафоры широко используются в напутственных речах, чтобы подчеркнуть необходимость борьбы с собой и с неблагоприятными обстоятельствами за свои цели и стойкости перед лицом жизненных испытаний. Следующие примеры относятся к конвенциональным способам реализации метафорического переноса: «*to combat* ignorance, poverty, and disease» (Commencement Address at American University, Washington, D.C., June 10, 1963, n.d.); «each of you will be *a warrior* for the truth» (Read President Trump's Liberty University Commencement Speech, 2017); «Never stop *fighting for* what you believe in» (Ibid.); «there is a full-fledged *assault on* truth and reason» (Hillary Rodham Clinton '69 addressed the Class of 2017 at Wellesley's 139th Commencement Exercises, n.d.). При этом встречаются примеры оригинальных метафор, основанных на вышеназванном концептуальном переносе: «in the day-to-day *trenches* of adult life, there is actually no such thing as atheism» (This is Water by David Foster Wallace (Full Transcript and Audio), n.d.); «Their economic problems and cultural anxiety must be addressed, or they will continue to sign up to be *foot-soldiers* in the ongoing *conflict* between "us" and "them."» (Hillary Rodham Clinton '69 addressed the Class of 2017 at Wellesley's 139th Commencement Exercises, n.d.); «to find real peace you have to let the *armor* go» (Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management, n.d.). Необходимо отметить, что метафоры войны помогают вызвать эмоциональный отклик и объединить аудиторию, потому что апеллируют к образу общего врага (будь то идеология, наши слабости или несовершенство общественного устройства). Данные метафоры часто сопровождаются призывами к стойкости и силе духа, что особенно актуально для выпускников, стоящих на пороге новых вызовов.

4.6. Медицинские метафоры (Health/Medical Metaphors)

Еще одну группу составляют медицинские метафоры (WAR IS A DISEASE, ECONOMIC/ SOCIAL PROBLEMS ARE DISEASES, HUMAN VICIES ARE DISEASES, TRUTH IS MEDICINE/ REMEDY, FAILURE IS A BITTER MEDICINE). Примерами наиболее частотных единиц, употребляющихся метафорически в рамках данной модели, являются *disease, sickness, symptom, remedy, recovery, rehabilitation, health, medicine, to cure* и др.: «The *remedy* lies in breaking the vicious circle and restoring the confidence of the European people in the economic future of their own countries and of Europe as a whole» (The "Marshall Plan" speech at Harvard University, 5 June 1947, n.d.); «Hastiness and superficiality are *the psychic disease* of the 20th century and more than anywhere else this *disease* is reflected in the press» (Solzhenitsyn, n.d.); «It was

awful tasting medicine, but I guess the *patient* needed it» ('You've got to find what you love,' Jobs says, n.d.). Медицинские метафоры особенно характерны для речей, в которых описываются проблемы общества, страны, данного исторического периода в целом, и реже встречаются в текстах, где речь идет о личном опыте спикера.

4.7. Механистические метафоры (Machine Metaphors)

Механистические метафоры представляют собой образное описание мыслительных и социальных процессов, деятельности человека как хорошо (или плохо) отлаженного механизма (PEOPLE ARE MACHINES, BRAIN/MIND IS A COMPUTER, SOCIETY IS A MACHINE). Эти метафоры помогают объяснить важность гармоничного взаимодействия различных элементов (деталей) жизни, подчёркивая необходимость поддерживать «систему» в рабочем состоянии. Данные метафоры делают акцент на эффективности, функциональности. В свете технологических инноваций параллели между человеческим сознанием и компьютером актуальны как никогда, причем их используют не только ученые и представители бизнеса, связанного с информационными технологиями. Основными единицами, реализующими данный концептуальный перенос, являются *setting(s)*, *to operate*, *hard-wired*, *to design*: «It is our *default setting*, *hard-wired* into our *boards* at birth» (This is Water by David Foster Wallace (Full Transcript and Audio), n.d.); «the so-called real world will not discourage you from *operating* on your *default settings*» (Ibid.); «we've inherited these brains *designed* for social interaction» (Mark Rober, n.d.); «we are *hardwired* to cooperate with other people» (Ibid.). В метафорических выражениях вербализуются следующие концептуальные переносы: человек/его сознание/мозг – это компьютер; базовые человеческие инстинкты, потребности, привычки – это установки параметров по умолчанию; присущие человеку от рождения качества – это предустановленная программа, «зашитая» в нас; изменения, происходящие в человеке, – это изменение настроек.

Кроме компьютера, механистические метафоры могут использовать ассоциации с другими машинами для создания оригинального образа, например: «(...) I had been given this little *vehicle called a body* from which to experience creation. <...> Then I learned that everything outside the *vehicle* was part of me too, and now I drive a convertible. *Top down, wind in my hair*» (Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management, n.d.). Осмысление спикером себя не просто как машины, а как кабриолета с открытым верхом предполагает открытость новому и разрушение границ между индивидуумом и внешним миром.

Механистические метафоры понятны слушателям (т.к. выпускники, как правило, хорошо разбираются в новых технологиях) и обладают высокой степенью адаптивности, вбирая в себя современные технологические концепции, в частности искусственный интеллект. Мотивационный потенциал этих метафор состоит в том, что человек может «спроектировать» и «запрограммировать» свои способности так же, как машины создаются для выполнения определённых задач. Это внушает чувство контроля и уверенности, подводя выпускников к мысли, что они способны оптимизировать свою личную и профессиональную жизнь для достижения наилучших результатов.

4.8. Книжные/текстовые/нарративные метафоры (Book Metaphors)

Данные метафоры (LIFE IS A STORY/BOOK) в напутственных речах тесно связаны с метафорами обучения (поскольку книги зачастую содержат некий урок) и побуждают слушателей задуматься о своей жизни как о произведении, которое они создают сами. Они вдохновляют аудиторию принимать осознанные решения и стремиться к созданию значимой «истории».

Вот некоторые примеры конвенциональных метафор, относящихся к этой модели: «This is not *the end of the tale*» (Roach, 2025); «(...) a part of *the conclusion of this chapter* of your lives and the commencement of your *next chapter*» (Winfrey's Commencement address, 2013); «Today each of you begins *a new chapter*» (Read President Trump's Liberty University Commencement Speech, 2017); «Part of growing up and moving into *new chapters* of your life is about catch and release» (Dailey, 2022). В основе данных метафор лежат следующие переносы: человек, проживающий жизнь, – это автор, пишущий свое произведение; жизненные этапы – это разделы книги, а начало нового этапа – это начало новой главы; неправильная трактовка действий или событий – это неправильное прочтение (misreadings) и т.д. При этом в качестве автора, пишущего текст или сценарий, может выступать не только человек, но и какое-то событие, эмоция, как мы видим в случае развернутой метафоры в речи Джима Кэрри: «The imagination is always manufacturing *scenarios*, both good and bad. (...) Fear is *writing that script*, and the working title is “I'll Never be Enough”» (Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management, n.d.). И тут можно отметить эволюцию метафор, продиктованную новыми реалиями, в которых живут поколения. Если в речи Уинстона Черчилля используется метафора губки, стирающей написанное с доски («Britain, other nations thought, *had drawn a sponge across her slate*» (Pangambam, 2016, May 17)), то в речи Джима Кэрри мы отмечаем метафоры киноповествования, речь идет о метафорическом сценарии нашей жизни.

4.9. Растительные метафоры (Plant Metaphors)

В противоположность механистическим метафорам, метафоры органические, или растительные (MIND IS A GARDEN, IDEAS ARE PLANTS and ORGANIZATIONS ARE PLANTS), в напутственных речах встречаются не так часто. Они акцентируют внимание на процессах роста, развития, проводя параллели между природными циклами и социальными, личностными изменениями. Эти образы помогают слушателям осознать важность последовательных действий, усилий и времени для достижения зрелости, личных и профессиональных целей. К конвенциональным метафорам этой группы относятся следующие примеры: «*fertilize those young minds*» (Dahunsi, 2021); «I'm here *to plant a seed* today. *A seed* that will inspire you to move forward in life with enthusiastic hearts and a clear sense of wholeness» (Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management, n.d.); «From the most humble *roots* you've become a powerhouse in both education and sports» (Read President Trump's Liberty University Commencement Speech, 2017).

4.10. Метафоры света и тьмы (Light and Darkness Metaphors)

Очередную группу составляют метафоры света и тьмы (GOODNESS IS LIGHT, EVIL IS DARKNESS и др.), которые широко используются для обозначения таких оппозиций, как добро и зло, знание и невежество, надежда и отчаяние. Эти образы передают идеи преодоления трудностей и стремления к позитивным изменениям, т.е. к свету: «Divided, the *dark ages* return. United, we can save and guide the world» (Roach, 2025); «Don't let anything stand in the way of the *light* that shines through this form» (Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management, n.d.); «it's often during *the darkest times* when you can do the most good» (Hillary Rodham Clinton '69 addressed the Class of 2017 at Wellesley's 139th Commencement Exercises, n.d.); «Through it all, he kept his faith in God, even *in the darkest depths of despair*» (Read President Trump's Liberty University Commencement Speech, 2017). Безусловно, данные метафоры относятся к клишированным, не подвергаются «оживлению», однако

являются частотными и вызывают эмоциональный отклик за счет контрастности образов света и тьмы, за счет страха и чувства опасности, ассоциирующихся с тьмой, и надежды, которую несет свет.

4.11. Гастрономические метафоры (Food Metaphors)

Гастрономические метафоры (LIFE IS COOKING, IDEAS ARE FOOD) призваны напомнить слушателям о важности «питания» как тела, так и ума. Разговор о еде естественным образом вызывает сенсорные реакции: вкус, запах, зрительные образы и даже тактильные ощущения, что делает речь более запоминающейся и выразительной. Так ораторы делают передаваемые смыслы более «легкоусвояемыми». Приведем некоторые примеры конвенциональных метафор: «you ought to rely on your own *home cooking*, that is, on managing the world yourselves – at least that part of it that lies within your reach» (Atkins, 2021); «you are going to *taste* it [i.e., life], enjoy it and find out the truth about who you are» (Falsani, 2012); «(...) and *savouring* your life» (Ibid.); «there's a world starving for new ideas, new leadership» (Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management, n.d.). Однако необходимо отметить, что гастрономические метафоры не относятся к частотным моделям в анализируемом дискурсе. Предположительно, это связано с тем, что спикеры стремятся быть понятными для широкой аудитории, а традиции, связанные с едой и национальной кухней, являются культурно-специфическими. Кроме того, мотивационный дискурс ориентирован на темы личностного роста, достижений и преодоления трудностей. Метафоры из таких областей-источников, как спорт или война, напрямую вызывают ассоциации с вызовами, победой, соревнованием и упорством. Метафоры, связанные с едой, будучи более камерными, не так эффективны, когда стоит цель сподвигнуть слушателей на активные действия.

4.12. Анималистические метафоры (Animal Metaphors)

Анималистические метафоры (PEOPLE ARE ANIMALS) редко встречаются в напутственных речах, переплетаясь с органическими и гастрономическими. Они часто используются для иллюстрации поведенческих моделей, характеристик или качеств, которые важны для успеха выпускников. Эти образы опираются на интуитивно понятные ассоциации, которые могут также вербализовываться через сравнения (например, советы to “soar like an eagle”, to be as “adaptable as chameleons” и др.). К конвенциональным метафорам относятся, например, следующие: «It is a *jungle* out there» (Atkins, 2021); «I've talked to people *at the top of the food chain*» (Gaiman, n.d.). При этом можно найти и примеры оживления клишированных метафор, как в речи Тейлор Свифт: «We are all *literary chameleons* and I think it's fascinating» (Dailey, 2022). Певица переосмысляет конвенциональную метафору, чтобы выразить мысль о том, что люди адаптируются и меняют стиль общения в разных контекстах. Она сравнивает людей с хамелеонами, известными своей способностью менять цвет, чтобы слиться с окружающей средой, говоря, что люди так же меняют свои «цвета» – то есть способы самовыражения – в зависимости от обстановки или аудитории.

Еще одним удачным примером использования оригинальной анималистической метафоры можно считать следующую цитату из речи американского писателя Дэвида Фостера Уоллеса: «(...) but if you're worried that I plan to present myself here as *the wise, older fish explaining what water is to you younger fish*» (This is Water by David Foster Wallace (Full Transcript and Audio), n.d.). Спикер метафорически описывает себя как человека с большим жизненным опытом, который объясняет что-то фундаментальное, но, возможно, неочевидное для менее опытной аудитории (молодых рыб). Используя эту развернутую метафору, он отсылает слушателей к

типичной тональности многих напутственных речей, в которых люди, добившиеся успеха в какой-либо области, делятся знаниями с выпускниками. Однако Д.Ф. Уоллес сознательно отстраняется от позиции всезнающего наставника. Он подчеркивает, что не хочет выглядеть как человек, который снисходительно делится мудростью с высоты своего положения. Вместо этого он стремится предложить свои наблюдения в более ненавязчивой форме.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённый анализ напутственных речей, являющихся ярким примером англо-американского мотивационного дискурса, позволил выявить совокупность концептуальных метафор, устойчиво реализующихся в данном жанре и формирующих его дискурсивные практики. Были выделены 12 областей-источников метафорического переноса, среди которых наиболее продуктивными оказались метафоры пути, игры, строительства, обучения и войны. Именно они задают композиционно-смысловые векторы и придают высказываниям экспрессивную силу.

Обращает на себя внимание соотношение профессиональной идентичности оратора с преобладающими метафорами: политики часто используют военные метафоры, представители культуры и искусства демонстрируют высокую степень метафорической креативности, в то время как комики, как правило, подчиняют риторику юмору в ущерб концептуальной глубине. Это говорит о том, что метафорика дискурса является не только отражением социокультурного контекста, но и когнитивной проекцией индивидуального опыта.

Выявлено, что, несмотря на широкое использование конвенциональных метафор, многие из них получают вторую жизнь в напутственных речах: спикеры актуализируют, развивают, переосмысливают их, превращая в текстообразующие образы. Это доказывает, что даже клишированные метафоры могут эффективно функционировать в мотивационном дискурсе, если они становятся частью авторской стратегии воздействия.

Таким образом, напутственная речь как жанр мотивационного дискурса демонстрирует сложную метафорическую организацию, в которой концептуальные метафоры выполняют когнитивную, прагматическую, эмоционально-экспрессивную, текстообразующую и воспитательную функции. Исследование показало, что метафора в данном дискурсе выступает как универсальный инструмент смыслопорождения и мотивационного влияния, способствующий трансляции культурных и моральных ценностей, формированию личностных ориентиров и побуждению к действиям. Полученные результаты могут быть использованы при обучении риторике, межкультурной коммуникации и когнитивной лингвистике.

В дальнейшем представляется интересным изучить напутственные речи в русской традиции, пусть и не столь развитой в плане этого жанра, и сравнить метафорику в разных лингвокультурах. Это позволит сделать выводы об универсальности и, наоборот, культуроспецифичности отдельных метафорических моделей.

ОГРАНИЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Несмотря на полученные результаты и выявленные закономерности, настоящее исследование имеет ряд ограничений:

1. Предметно-смысловые ограничения. Исследование сосредоточено на структурных концептуальных метафорах в жанре англоязычных напутственных речей, относящихся к мотивационному дискурсу. Онтологические и ориентационные метафоры, хотя

- и упоминаются, не подвергались детальному анализу ввиду их высокой степени стёртости и автоматизма восприятия.
2. Количественные ограничения. Анализ основывается на выборке из 25 речей, что, с одной стороны, обеспечивает репрезентативность, но, с другой, не позволяет претендовать на исчерпывающий охват всего жанрового разнообразия актовых речей в англо-американской традиции.
 3. Качественные ограничения. В рамках когнитивно-дискурсивного подхода акцент сделан на выявлении частотных метафорических моделей и их когнитивных функций. Однако исследование не охватывает психолингвистический аспект восприятия метафор аудиторией, что может ограничивать интерпретацию их прагматического воздействия.
 4. Историко-временные ограничения. В выборке представлены речи, произнесённые в XX–XXI веках. Это позволяет проследить некоторые тенденции, но не охватывает возможные изменения в метафорике, происходящие в динамике более длительного исторического периода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике. Ок. 9000 терминов. 2-е изд., испр. и доп. (под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского). Москва: Азбуковник, 2001.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136-137.
3. Баранов А.Н. Метафорические модели как дискурсивные практики // Известия Российской Академии наук. Серия литературы и языка. 2004. Т.63. № 1. С. 33-43.
4. Баранов А.Н. Предисловие редактора // Дж. Лакофф, М. Джонсон. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004а. С. 7-22.
5. Баранов А.Н., Михайлова О.В., Сатаров Г.А., Шипова Е.А. Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики. М.: Фонд ИНДЕМ, 2004.
6. Галичкина Е. Н. Напутственная речь выпускникам как речевой жанр // Гуманитарные науки и образование. 2015. № 4 (24). С. 109–113.
7. Задорнова В. Я., Горохова А.В. Метафоры-зомби: приемы “оживления” мертвых метафор и метафорических клише (на материале произведения Т.Э.Лоуренса «Семь столпов мудрости») // Ахмановские чтения 2015: материалы конференции / под ред. Е.В. Михайловской, И.Н. Фоминой. М.: Университетская книга, 2016. С. 155-162.
8. Иванова С. В. Лингвокультурные особенности прецедентного жанра «актовая речь» // Магия ИННО: новое в исследовании языка и методике его преподавания: Материалы Второй научно-практической конференции (Москва, 24–25 апреля 2015 г.). 2015. Том 1. С. 58-64.
9. Иванова С.В. Актовая речь как гибридная полидискурсивная практика // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2017. Т. 21. № 1. С. 141—160. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2017-21-1-141-160>
10. Кожухова И.В. Жанрообразующие и структурные характеристики напутственной речи // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 9 (467). doi:10.47475/1994-2796-2022-10912

11. Костина И. М. Напутственная речь выпускникам: семантика и прагматика (на материале речи Мишель Обамы) // Лингвистика и лингводидактика в свете современных научных парадигм: Сборник научных трудов. Выпуск 4. Иркутск: Иркутский государственный университет, 2021. С. 44-52.
12. Крюкова Н.Ф. Метафорика и смысловая организация текста. Тверь: Твер. Гос. Ун-т, 2000.
13. Кузьмина Н. В. Функционально-коммуникативные особенности текстов жанра «Commencement speech» в английской лингвокультуре // Филология, иностранные языки и медиакommunikation: Материалы симпозиума XV (XLVII) Международной научно-практической конференции, посвященной 45-летию Кемеровского государственного университета, Кемерово, 01–30 апреля 2020 года. Выпуск 21. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2020. С. 452-455.
14. Панченко Н. Н. Мотивационный дискурс: проблемы и перспективы исследования // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. 2023. № 2(2). С. 4-8.
15. Подоляк Ж. И. К вопросу о выделении мотивационного дискурса [Электронный ресурс] // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 5. URL: <https://human.snauka.ru/2016/05/14850> (дата обращения: 12.06.2025).
16. Прусова П. В. Лингвориторические особенности напутственных речей выпускникам высших учебных заведений (на материале речей американских политиков) // Мир - Язык - Человек: Материалы V Международной научно-практической конференции, Владимир, 29 ноября 2023 года. Владимир: ВГУ имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, 2022. С. 327-335.
17. Салтанова П. А. Лингвостилистические особенности речи на церемонии вручения дипломов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 8 (863). С. 91–98. doi:10.52070/2542-2197_2022_8_863_91
18. Фахрутдинова Д. Р. Лингвориторические параметры напутственной речи // Риторика. Лингвистика. 2019. № 14. С. 270-280.
19. Чернова С. В. Классификация основных элементов композиционно-смысловой структуры жанра «напутственная речь выпускникам» // Филологические науки в МГИМО. 2016. № 7(7). С. 181-191.
20. Чудинов А.П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учеб. пособие. Изд-во МГУ, 2004. С. 175-197.
21. Kovecses Z. Metaphor: a practical introduction. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2010.
22. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. The University of Chicago Press, 2003. doi:10.7208/chicago/9780226470993.001.0001
23. Podolyak Zh. I. Spoken Genres of Motivational Discourse // Znanstvena misel journal. 2018. No. 22. Pp. 48–49.
24. Pragglejazz Group. MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. Metaphor and Symbol 22(1): 1–39. 2007. <https://doi.org/10.1080/10926480709336752>
25. Semino E. Metaphor in discourse. Cambridge University Press, 2008.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ВЫБОРКИ

1. 'You've got to find what you love,' Jobs says [Электронный ресурс] // Stanford Report. URL: <https://news.stanford.edu/stories/2005/06/youve-got-find-love-jobs-says> (дата обращения: 13.06.2025).
2. Atkins A. Best Commencement Speeches: Joseph Brodsky [Электронный ресурс] // Atkins Bookshelf. 2021, May 23. URL: <https://atkinsbookshelf.wordpress.com/2021/05/23/best-commencement-speeches-joseph-brodsky/> (дата обращения: 13.06.2025).
3. Bill Clinton at Yale University (2010) [Электронный ресурс] // Commencement DB. URL: <https://whatrocks.github.io/commencement-db/2010-bill-clinton-yale-university/> (дата обращения: 13.06.2025).
4. Commencement Address at American University, Washington, D.C., June 10, 1963. [Электронный ресурс] // John F. Kennedy Presidential Library and Museum. URL: <https://www.jfklibrary.org/archives/other-resources/john-f-kennedy-speeches/american-university-19630610> (дата обращения: 13.06.2025).
5. Conan O'Brien at Dartmouth College (2011) [Электронный ресурс] // Commencement DB. URL: <https://whatrocks.github.io/commencement-db/2011-conan-o'brien-dartmouth-college/> (дата обращения: 13.06.2025).
6. Dahunsi L. Meryl Streep's 2010 Barnard Commencement Speech at Columbia University [Электронный ресурс] // Landre Dahunsi. 2021, June 9. <https://www.lanredahunsi.com/meryl-streeps-2010-barnard-commencement-speech-at-columbia-university/> (дата обращения: 13.06.2025).
7. Dailey, H. Taylor Swift's NYU Commencement Speech: Read the Full Transcript [Электронный ресурс] // Billboard. 2022, May 18. URL: <https://www.billboard.com/music/music-news/taylor-swift-nyu-commencement-speech-full-transcript-1235072824/> (дата обращения: 13.06.2025).
8. Falsani C. Anne Lamott's Commencement Speech at U.C. Berkely: 'You're not your bank account... You are spirit.' [Электронный ресурс] // Sojourners. 2012, June 8. URL: <https://sojo.net/articles/anne-lamotts-commencement-speech-uc-berkeley-you-are-not-your-bank-account-you-are-spirit> (дата обращения: 13.06.2025).
9. Feynman R.P. Some remarks on science, pseudoscience, and learning how to not fool yourself. Caltech's 1974 commencement address [Электронный ресурс] // Caltech Library. URL: <https://calteches.library.caltech.edu/51/2/CargoCult.htm> (дата обращения: 13.06.2025).
10. Gaiman N. Make Good Art [Электронный ресурс] // James Clear. URL: <https://jamesclear.com/great-speeches/make-good-art-by-neil-gaiman> (дата обращения: 13.06.2025).
11. Hillary Rodham Clinton '69 addressed the Class of 2017 at Wellesley's 139th Commencement Exercises [Электронный ресурс] // Wellesley College. URL: <https://www1.wellesley.edu/events/commencement/archives/2017/commencementaddress> (дата обращения: 13.06.2025).
12. Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management [Электронный ресурс] // Rev. URL: <https://www.rev.com/transcripts/jim-carrey-commencement-speech-transcript-2014-at-maharishi-university-of-management> (дата обращения: 13.06.2025).
13. Mark Rober [Электронный ресурс] // Commencement. URL: <https://commencement.mit.edu/index.php/commencement-archive/2023/mark-rober> (дата обращения: 13.06.2025).
14. Obama's full remarks at Howard University commencement ceremony [Электронный ресурс] // Politico. 2016, July 5. URL: <https://www.politico.com/story/2016/05/obamas-howard-commencement-transcript-222931> (дата обращения: 13.06.2025).

15. Pangambam S. Bill Gates' Commencement Speech at Harvard 2007 (Full Transcript) [Электронный ресурс] // The Singju Post. 2019, January 30. URL: <https://singjupost.com/bill-gates-commencement-speech-at-harvard-2007-full-transcript/> (дата обращения: 13.06.2025).
16. Pangambam S. Ellen DeGeneres' 2009 Commencement Speech at Tulane University (Full Transcript) [Электронный ресурс] // The Singju Post. 2016, May 22. URL: <https://singjupost.com/ellen-degeneres-2009-commencement-speech-at-tulane-university-full-transcript/> (дата обращения: 13.06.2025).
17. Pangambam S. Winston Churchill's Address To Harrow School in 1941 (Transcript) [Электронный ресурс]. The Singju Post. 2016, May 17. URL: <https://singjupost.com/winston-churchills-address-to-harrow-school-in-1941-transcript/> (дата обращения: 13.06.2025).
18. Read President Trump's Liberty University Commencement Speech [Электронный ресурс] // Time. 2017, May 13. URL: <https://time.com/4778240/donald-trump-liberty-university-speech-transcript/> (дата обращения: 13.06.2025).
19. Roach J. Commencement history: Winston Churchill addresses Class of 1941 by radio [Электронный ресурс]. University of Rochester. News Centre. 2025, May 1. URL: <https://www.rochester.edu/newscenter/commencement-history-winston-churchill-addresses-graduates-by-radio-from-london/> (дата обращения: 13.06.2025).
20. Rowling J.K. Text of J.K. Rowling's speech. 'The Fringe Benefits of Failure, and the Importance of Imagination' [Электронный ресурс] // The Harvard Gazette. 2008, June 5. URL: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2008/06/text-of-j-k-rowling-speech/> (дата обращения: 13.06.2025).
21. Solzhenitsyn A. A World Split Apart [Электронный ресурс] // The Alexander Solzhenitsyn Centre. URL: <https://www.solzhenitsyncenter.org/a-world-split-apart> (дата обращения: 13.06.2025).
22. Stephen Fry: 2010 Graduation Ceremony Speech [Электронный ресурс] // YouTube. CityCollegeNorwich. 2010, November 9. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=udtPg1KSc3M> (дата обращения: 13.06.2025).
23. The "Marshall Plan" speech at Harvard University, 5 June 1947 [Электронный ресурс]. OECD. URL: <https://www.oecd.org/en/about/history/the-marshall-plan-speech-at-harvard-university-5-june-1947.html> (дата обращения: 13.06.2025).
24. This is Water by David Foster Wallace (Full Transcript and Audio) [Электронный ресурс] // Farnam Street Blog. URL: <https://fs.blog/david-foster-wallace-this-is-water/> (дата обращения: 13.06.2025).
25. Winfrey's Commencement address [Электронный ресурс] // Harvard Gazette. 2013, May 31. URL: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2013/05/winfreys-commencement-address/> (дата обращения: 13.06.2025).

REFERENCES

1. Baranov, A.N., & Dobrovolsky, D.O. (Eds.). (2001). *Anglo-russkij slovar' po lingvistike i semiotike*. Ok. 9000 terminov. 2-e izd., ispr. i dop. [English-Russian Dictionary of Linguistics and Semiotics. 9000 terms. Second edition, revised and extended]. Moscow: Azbukovnik (in Russian).
2. Arutyunova, N.D. (1990). Diskurs [Discourse]. In *Lingvisticheskij entsiklopedicheskij slovar' [Linguistic Encyclopedic Dictionary]* (pp. 136-137). Moscow: Sovetskaya entsiklopediya [Soviet Encyclopedia] (in Russian).

3. Baranov, A.N. (2004). Metaforicheskie modeli kak diskursivnye praktiki [Metaphorical models as discursive practices]. *Izvestiya Rossiiskoi Akademii Nauk. Seriya Literatury i Yazyka* [The Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language], 63(1), 33-43 (in Russian).
4. Baranov, A.N. (2004a). Predislovie redaktora [Editor's foreword]. In G. Lakoff & M. Johnson, *Metafora, kotorymi my zhivym* [Metaphors We Live By] (A.N. Baranov and A.V. Morozova (Trans.) (pp. 7-22). Moscow: Editorial URSS (in Russian).
5. Baranov, A.N., Mikhailova, O.V., Satarov, G.A., & Shipova, E.A. (2004). *Politicheskij diskurs: metody analiza tematicheskoy struktury i metaforiki* [Political discourse: Methods of thematic structure and metaphor analysis]. Moscow: INDEM Foundation (in Russian).
6. Galichkina, E.N. (2015). Naputstvennaya rech' vypuschnikam kak rechevoj zhanr [Commencement speech as a separate genre]. *Gumanitarnye nauki i obrazovanie* [The Humanities and Education], 4(24), 109–113 (in Russian).
7. Ivanova, S.V. (2015). Lingvokul'turnye osobennosti precedennogo zhanra "aktovaya rech'" [Linguocultural Peculiarities of the Precedent Genre of Commencement Speech]. In *Magiya INNO: Novoe v issledovanii yazyka i metodike ego prepodavaniya. Tom 1* [MAGIA INNO: new in language research and teaching methods. Volume 1]: proceedings of the Second scientific and practical conference, Moscow, April 24-25, 2015 (pp. 58-64) (in Russian).
8. Ivanova, S.V. (2017). Aktovaya rech' kak gibridnaya polidiskursivnaya praktika [Commencement speech as a hybrid polydiscursive practice]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Lingvistika* [Russian Journal of Linguistics], 21(1), 141–160 (in Russian). <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2017-21-1-141-160>
9. Kozhukhova, I.V. (2022). Zhanroobrazuyushchie i strukturnye kharakteristiki naputstvennoj rechi [Genre and structure peculiarities of commencement speech]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 9(467), 91-97 (in Russian). doi:10.47475/1994-2796-2022-10912
10. Kostina, I.M. (2021). Naputstvennaya rech' vypuschnikam: semantika i pragmatika (na materiale rechi Mishel' Obamy) [Commencement speech: semantics and pragmatics (based on Michelle Obama's speech)]. In A.V. Fedoryuk (Ed.), *Lingvistika i lingvodidaktika v svete sovremennykh nauchnykh paradigm. Vypusk 4* [Linguistics and Language Teaching in the Light of Contemporary Scientific Paradigms. Issue 4]: Collected Papers (pp. 44–52). Irkutsk: Irkutsk State University (in Russian).
11. Kryukova, N.F. (2000). *Metaforika i smyslovaya organizatsiya teksta* [Metaphor and Semantic Structure of the Text]. Tver: Tver State University (in Russian).
12. Kuzmina, N.V. (2020). Funktsional'no-kommunikativnye osobennosti tekstov zhanra «Commencement speech» v angliyskoy lingvokulture [Functional and communicative features of the texts of the genre "commencement speech" in the English language culture]. In Yu.V. Podkovyrin (Ed.), *Filologiya, inostrannye yazyki i mediakommunikatsii: materialy simpoziuma XV (XLVII) Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchennoy 45-letiyu Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta, Kemerovo, 01–30 aprelya 2020 goda* [Philology, Foreign Languages and Media Communications: Proceedings of the 15th (47th) International Scientific and Practical Conference, dedicated to the 45th Anniversary of Kemerovo State University, Kemerovo, April 1–30, 2020], Vol. 21, 452–455. Kemerovo: Kemerovo State University (in Russian).

13. Panchenko, N.N. (2023). Motivatsionnyj diskurs: problemy i perspektivy issledovaniya [Motivational discourse: issues and prospects of study]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo sotsial'no-pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki [Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University. Philological Sciences]*, 2(2), 4–8 (in Russian).
14. Podolyak, Zh.I. (2016). K voprosu o vydelenii motivatsionnogo diskursa [On the identification of motivational discourse]. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya [Humanities scientific researches]*, 5 (in Russian). <https://human.snauka.ru/2016/05/14850>
15. Prusova, P.V. (2022). Lingvitoricheskie osobennosti naputstvennykh rechey vypusknikam vysshikh uchebnykh zavedeniy (na materiale rechey amerikanskikh politikov) [Linguistic and rhetorical features of parting speeches to graduates of higher educational institutions (based on the speeches of American politicians)]. In E.E. Chikina (Ed.), *Mir – Yazyk – Chelovek: Materialy V Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Vladimir, 29 noyabrya 2023 goda [World – Language – Human: Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference, Vladimir, November 29, 2023]* (pp. 327–335). Vladimir: Vladimir State University named after A. G. and N. G. Stoletov (in Russian).
16. Saltanova, P.A. (2022). Lingvostilicheskie osobennosti rechi na tseremonii vrucheniya diplomov [Lexico-stylistic peculiarities of commencement speech]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities]*, 8(863), 91–98 (in Russian). doi:10.52070/2542-2197_2022_8_863_91
17. Fakhrutdinova, D.R. (2019). Lingvitoricheskie parametry naputstvennoy rechi [Linguistic and rhetorical parameters of commencement speech]. *Ritorika. Lingvistika [Rhetoric. Linguistics]*, 14, 270–280 (in Russian).
18. Chernova, S.V. (2016). Klassifikatsiya osnovnykh elementov kompozitsionno-smyslovoy struktury zhanra “naputstvennaya rech' vypusknikam” [Classification of basic elements of compositional-semantic structure of “commencement speeches”]. *Filologicheskie nauki v MGIMO [Linguistics & Polyglot Studies]*, 7(7), 181–191 (in Russian).
19. Chudinov, A.P. (2004). Kognitivno-diskursivnoe issledovanie metafory v tekstakh SMI [A cognitive-discursive study of metaphor in media texts]. In *Yazyk SMI kak ob'ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya: uchebnoe posobie [Media Language as an Object of Interdisciplinary Study: Coursebook]* (pp. 175–197). Moscow: State University Press (in Russian).
20. Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A Practical Introduction* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.
21. Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press. doi:10.7208/chicago/9780226470993.001.0001
22. Podolyak, Zh.I. (2018). Spoken Genres of Motivational Discourse. *Znanstvena misel Journal*, 22, 48–49.
23. Praggeljaz Group. (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 22(1), 1–39. <https://doi.org/10.1080/10926480709336752>
24. Semino, E. (2008). *Metaphor in Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
25. Zadornova, V.Ya., & Gorokhova, A.V. (2016). Metafor-yombi: priemy “ozhivleniya” mertvykh metafor i metaforicheskikh klishe (na materiale proizvedeniya T.E. Lourensa «Sem' stolpov mudrosti») [The “Revival” of Dead and Clichéd Metaphors in T. E. Lawrence’s “Seven Pillars of Wisdom”]. In E.V. Mikhailovskaya, I.N. Fomina (Eds.), *Akhmanovskie chteniya – 2015: Materialy konferentsii [Akhmanov Readings – 2015: Conference Proceedings]* (pp. 155–162). Moscow: Universitetskaya Kniga (in Russian).

LIST OF SAMPLE SOURCES

1. Atkins, A. (2021, May 23). *Best Commencement Speeches: Joseph Brodsky*. Atkins Bookshelf. <https://atkinsbookshelf.wordpress.com/2021/05/23/best-commencement-speeches-joseph-brodsky/>
2. CityCollegeNorwich. (2010, November 9). *Stephen Fry: 2010 Graduation Ceremony Speech* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=udtPg1KSc3M>
3. Commencement DB. (n.d.). *Bill Clinton at Yale University (2010)*. <https://whatrocks.github.io/commencement-db/2010-bill-clinton-yale-university/>
4. Commencement DB. (n.d.). *Conan O'Brien at Dartmouth College (2011)*. <https://whatrocks.github.io/commencement-db/2011-conan-o'brien-dartmouth-college/>
5. Commencement. (n.d.). *Mark Rober*. <https://commencement.mit.edu/index.php/commencement-archive/2023/mark-rober>
6. Dahunsi, L. (2021, June 9). *Meryl Streep's 2010 Barnard Commencement Speech at Columbia University*. Landre Dahunsi. <https://www.lanredahunsi.com/meryl-streeps-2010-barnard-commencement-speech-at-columbia-university/>
7. Dailey, H. (2022, May 18). *Taylor Swift's NYU Commencement Speech: Read the Full Transcript*. Billboard. <https://www.billboard.com/music/music-news/taylor-swift-nyu-commencement-speech-full-transcript-1235072824/>
8. Falsani, C. (2012, June 8). *Anne Lamott's Commencement Speech at U.C. Berkely: 'You're not your bank account... You are spirit.'* Sojourners. <https://sojo.net/articles/anne-lamotts-commencement-speech-uc-berkely-you-are-not-your-bank-account-you-are-spirit>
9. Farnam Street Blog. (n.d.). *This is Water by David Foster Wallace (Full Transcript and Audio)*. <https://fs.blog/david-foster-wallace-this-is-water/>
10. Feynman R.P. (n.d.). *Some remarks on science, pseudoscience, and learning how to not fool yourself. Caltech's 1974 commencement address*. Caltech Library. <https://calteches.library.caltech.edu/51/2/CargoCult.htm>
11. Gaiman, N. (n.d.). *Make Good Art James Clear*. <https://jamesclear.com/great-speeches/make-good-art-by-neil-gaiman>
12. Harvard Gazette. (2013, May 31). *Winfrey's Commencement address*. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2013/05/winfreys-commencement-address/>
13. John F. Kennedy Presidential Library and Museum. (n.d.). *Commencement Address at American University, Washington, D.C., June 10, 1963*. <https://www.jfklibrary.org/archives/other-resources/john-f-kennedy-speeches/american-university-19630610>
14. OECD. (n.d.). *The "Marshall Plan" speech at Harvard University, 5 June 1947*. <https://www.oecd.org/en/about/history/the-marshall-plan-speech-at-harvard-university-5-june-1947.html>
15. Pangambam, S. (2016, May 17). *Winston Churchill's Address To Harrow School in 1941 (Transcript)*. The Singju Post. <https://singjupost.com/winston-churchills-address-to-harrow-school-in-1941-transcript/>
16. Pangambam, S. (2016, May 22). *Ellen DeGeneres' 2009 Commencement Speech at Tulane University (Full Transcript)*. The Singju Post. <https://singjupost.com/ellen-degeneres-2009-commencement-speech-at-tulane-university-full-transcript/>
17. Pangambam, S. (2019, January 30). *Bill Gates' Commencement Speech at Harvard 2007 (Full Transcript)*. The Singju Post. <https://singjupost.com/bill-gates-commencement-speech-at-harvard-2007-full-transcript/>

18. Politico. (2016, July 5). *Obama's full remarks at Howard University commencement ceremony*. <https://www.politico.com/story/2016/05/obamas-howard-commencement-transcript-222931>
19. Rev. (n.d.). *Jim Carrey Commencement Speech Transcript 2014 at Maharishi University of Management*. <https://www.rev.com/transcripts/jim-carrey-commencement-speech-transcript-2014-at-maharishi-university-of-management>
20. Roach, J. (2025, May 1). *Commencement history: Winston Churchill addresses Class of 1941 by radio*. University of Rochester. News Centre. 2025, May 1. URL: <https://www.rochester.edu/newscenter/commencement-history-winston-churchill-addresses-graduates-by-radio-from-london/>
21. Rowling, J.K. (2008, June 6). *Text of J.K. Rowling's speech. 'The Fringe Benefits of Failure, and the Importance of Imagination'*. The Harvard Gazette. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2008/06/text-of-j-k-rowling-speech/>
22. Solzhenitsyn, A. (n.d.). *A World Split Apart*. The Alexander Solzhenitsyn Centre. <https://www.solzhenitsyncenter.org/a-world-split-apart>
23. Stanford Report. (2005, June 12). *'You've got to find what you love,' Jobs says*. <https://news.stanford.edu/stories/2005/06/youve-got-find-love-jobs-says>
24. Time. (2017, May 13). *Read President Trump's Liberty University Commencement Speech*. <https://time.com/4778240/donald-trump-liberty-university-speech-transcript/>
25. Wellesley College. (n.d.). *Hillary Rodham Clinton '69 addressed the Class of 2017 at Wellesley's 139th Commencement Exercises*. <https://www1.wellesley.edu/events/commencement/archives/2017/commencementaddress>

Информация об авторах:

Юлия Игоревна Щербинина – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языкознания филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия. Область научных интересов: функционирование метафоры в различных типах дискурса. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5948-479X>

Анна Викторовна Щербинина – магистрант факультета международных экономических отношений, МГИМО, Москва, Россия. Область научных интересов: дискурсивные исследования.

Получено: 12 июня 2025 г.

Принято к публикации: 15 августа 2025 г.

METAPHORICAL MODELS IN MOTIVATIONAL DISCOURSE: A STUDY OF ANGLO-AMERICAN COMMENCEMENT SPEECHES

Yulia I. Shcherbinina

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

y.i.shcherbinina@yandex.ru

Anna V. Shcherbinina

MGIMO University (Moscow, Russia)

anv.shcherbinina@gmail.com

Abstract: As a key genre of motivational discourse, the commencement speech relies on a stable set of conceptual metaphors to achieve its pragmatic impact. This study aims to identify and systematize the key metaphorical models that structure this genre, using a cognitive-discursive approach that combines qualitative and quantitative methods. The material includes speeches delivered by prominent Anglo-American speakers (politicians, actors, comedians, writers, singers, entrepreneurs, scientists) as well as two Russian-speaking writers (A. Solzhenitsyn and I. Brodsky), to graduates of universities in the USA and the UK in the 20th and 21st centuries. Apart from fully lexicalized ontological and orientational metaphors, twelve major groups of structural metaphors were identified, based on the following source domains (in descending frequency): journey, construction, game, war, teaching, books, machines, plants, animals, food, health/medicine, light and darkness. Special attention is paid to the correlation between speakers' professional identity and the metaphors they use. The article examines both conventional and original metaphorical expressions that verbalize conceptual mappings. The analysis reveals that these metaphorical models shape the discursive practices of this genre within the broader framework of motivational discourse. The results demonstrate that metaphors not only render complex abstract ideas – such as success and failure, moral values, lessons from the past, personal and global goals – more accessible and vivid, but also serve to strengthen the speaker's emotional connection with the audience, enhance the persuasive effect of discourse, and structure speech. The article demonstrates which facets of meaning are conveyed through each metaphorical model, what functions they perform, and what impact they have. This study contributes to the understanding of how language, culture, and cognition interact in the context of the cognitive-discursive approach and may be of interest to researchers in the fields of cognitive linguistics, rhetoric, intercultural communication, and discourse analysis.

Keywords: conceptual metaphor, metaphorical models, discursive practices, motivational discourse, commencement speech/address.

How to cite this article: Shcherbinina, Yu.I., Shcherbinina, A.V. (2025). Metaphorical Models in Motivational Discourse: A Study of Anglo-American Commencement Speeches. *Professional Discourse & Communication*, 7(3), 91–115. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-91-115>

About the authors:

Yulia I. Shcherbinina — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Department of English Linguistics, Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. Research interests: metaphor functioning in different types of discourse. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5948-479X>

Anna V. Shcherbinina — Master's student, Faculty of International Economic Relations, MGIMO University, Moscow, Russia. Research interests: discourse studies.

Received: June 12, 2025.

Accepted: August 15, 2025.



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

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-116-132>

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НИВХСКОЙ СКАЗКИ «ПОЧЕМУ НА ЗЕМЛЕ ЛЮДЕЙ МАЛО» НА РУССКИЙ И АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫКИ: ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Н.А. Куракина

*БФУ им. И. Канта (Калининград, Россия)
NaPetrusevich1@kantiana.ru*

С.В. Гребнева

*БФУ им. И. Канта (Калининград, Россия)
fffilson@mail.ru*

Аннотация: Актуальность исследования обусловлена критической угрозой исчезновения нивхского языка, а также государственной политикой РФ по сохранению языков малых народов. Фольклор нивхов репрезентирует уникальное мировоззрение, не интегрированное в глобальную повестку, и его перевод становится ключевым инструментом языковой ревитализации и межкультурной коммуникации. Цель статьи – на основе сравнительного анализа выявить и оценить наиболее эффективные переводческие приёмы, обеспечивающие прагматически адекватную передачу этнокультурных и мифологических реалий нивхской сказки «Почему людей на земле мало». Материалом послужил оригинальный текст сказки в обработке В.М. Санги и его переводы на русский и английский языки. Методология сочетает лингвостилистический анализ, прагматическую интерпретацию и сравнительно-сопоставительный метод, дополненный количественным анализом частотности лингвистических средств. В результате исследования были идентифицированы ключевые элементы, передающие прагматический потенциал оригинального текста: ономастические реалии как культурные маркеры, отражающие мифологическое и географическое пространство сказки; аллюзии, сохраняющие глубинные культурные пласты фольклорного текста; звукоподражания и междометия, создающие экспрессивный фон произведения. В ходе анализа приёмов передачи культурно-специфических единиц было установлено, что наиболее эффективными стратегиями являются транслитерация и транскрипция, поскольку они сохраняют аутентичность и этнокультурный колорит. Однако, как показал анализ, для полноценной прагматической адаптации эти приёмы требуют развернутого переводческого комментария. Критический анализ переводов выявил как удачные решения, так и существенные прагматические потери: например, неточный перевод термина «стойбище» как “camp” искажает представление об оседлом быте нивхов, а лексическая унификация понятий «луб» и «береста» обедняет материальную культуру текста. Научная новизна и практическая значимость работы заключаются в том, что это первое комплексное прагматическое исследование данного текста. Его результаты предлагают научно

обоснованные рекомендации для профессиональных переводчиков, работающих с фольклором языков малых народов, и могут быть применены в переводоведении, этнолингвистике и проектах по сохранению культурного наследия.

Ключевые слова: сказка, нивхский язык, нивхская лингвокультура, прагматический потенциал, перевод.

Для цитирования: Куракина, Н.А., Гребнева, С.В. (2025). Особенности перевода нивхской сказки «Почему на земле людей мало» на русский и английский языки: прагматический аспект. *Дискурс профессиональной коммуникации*, 7(3), 116–132. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-116-132>

1. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность настоящего исследования определяется в первую очередь поручением президента РФ, В.В. Путина, о поддержании и сохранении языков малых народов РФ от 19.02.2024 г., а также обращением президента на заседании Совета по реализации государственной политики в сфере поддержки русского языка и языков народов России от 05.11.2024 г., Указом президента РФ от 18.06.2024 г. № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоёмких технологий» (2024), к которым, согласно пункту 17, относится *современный инструментарий исследования и укрепления цивилизационных основ и традиционных духовно-нравственных ценностей российского общества, включая историко-культурное наследие и языки народов Российской Федерации*. На сегодняшний день нивхский народ и язык, как и многие традиционные культуры, находится на грани исчезновения в связи с языковым разнообразием и глобализацией: по утверждению исследователя Екатерины Груздевой, владеющих в полной мере родным языком, осталось очень мало – около 20 человек (Груздева, Тэмина, 2022). Подобная динамика приводит к изменению или искажению народных обычаев, верований, а также фольклорных текстов. Анализ нивхских сказок может поспособствовать сохранению и документированию культурного наследия в первоизданном виде. Поднимаемая в статье проблема также актуальна в свете развития профессиональных компетенций переводчика, работающего с текстами, написанными на языке, находящемся под угрозой исчезновения, а также лингвиста-исследователя, специализирующегося на изучении литературы малых народов в лингвопрагматическом, функциональном, лингвокультурном и страноведческом аспектах.

Цель исследования – установить, какие стратегии перевода позволяют сохранить прагматический потенциал оригинала, не искажая мировоззренческую структуру нивхского фольклора. Исследование направлено на сравнительно-сопоставительный анализ русскоязычного и англоязычного вариантов текста в аспекте прагматической эквивалентности для выявления наиболее и наименее удачных переводческих решений, а также определения переводческих приёмов, позволяющих сохранить функциональную и стилистическую нагрузку без искажения смысла текста оригинала.

Практическая значимость проводимого исследования определяется тем, что его результаты могут быть полезны для переводчиков, поскольку работа предлагает методологически обоснованные рекомендации по переводу фольклорных текстов, написанных на языках ма-

лых народов. Более того, материал статьи может быть использован при составлении лингвокультурных описаний мифов, сказок, легенд в целях культурной и языковой ревитализации языка.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Истоки фольклора, служащего исторической основой художественной культуры, уходят корнями в далекое прошлое. В нём отражены базовые морально-этические ценности народа, которые часто обозначаются как его «душа». Язык фольклора неизменно привлекает интерес исследователей различных дисциплин: литературоведов, историков, этнографов, антропологов и лингвистов. Произведения народной культуры существуют в множестве вариаций и передаются устно из поколения в поколение. К таким фольклорным произведениям относятся народные сказки.

Теоретической основой настоящего исследования выступают классические и современные научные труды, посвящённые вопросам перевода культурно-специфических реалий, фольклорных текстов, а также анализу прагматических аспектов сказок и мифов в межкультурной коммуникации. Выбор источников обусловлен необходимостью комплексного осмысления переводческих стратегий, направленных на сохранение этнокультурного кода текста при его адаптации для иной языковой и культурной аудитории. В первую очередь стоит дать определение понятию «сказка».

По мнению учёного А.Н. Афанасьева, народная сказка (или казка, байка, побасенка) представляет собой эпическое устное художественное произведение, преимущественно прозаическое, волшебное, авантюрного или бытового характера с установкой на вымысел, что отличает сказку от других жанров устной прозы: сказа, предания и былички, от рассказов, преподносимых реципиентам как повествование о действительно имевших место событиях, какими бы маловероятными они не казались (Афанасьев, 1957).

Кроме того, следует отметить работу В. Даниловой, посвящённую передаче культурно-специфических слов. Автор подчёркивает значимость выбора между доместикацией и форенизацией как ключевого аспекта при переводе реалий (Danilova, 2023). Этот подход оказался особенно полезным в рамках нашего исследования, поскольку нивхская сказка изобилует лексикой, не имеющей прямых эквивалентов в английском языке, что требует соблюдения баланса между сохранением оригинальности и обеспечения эмоционального отклика у читателя.

В народных сказках существует множество специфических слов, выражений и реалий, которые будут переводиться на другой язык особым способом. Л.С. Бархударов называет реалиями слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, которых нет в практическом опыте людей, говорящих на ином языке (Бархударов, 1975). Реалии в народных сказках порой могут быть вовсе непереводаемыми или переводаемыми частично: например, в сказке «Сестрица Алёнушка и братец Иванушка» «булатные ножи» переводятся как «knives», потому как понятие «булатный» было известно лишь на Руси (Daniels, 2023). В области перевода реалии обычно функционируют в качестве апеллятивной лексики, однако некоторые лингвисты включают в них не только апеллятивную лексику, но и ономастические реалии, такие как топонимы и антропонимы, названия литературных и художественных произведений, исторические факты и события, связанные с жизнью страны, а также афоризмы –

крылатые выражения народа (Баринова и др., 2016). Стоит понимать, что среди реалий существует определённая классификация. Рассмотрим классификацию реалий С.В. Влахова и С.П. Флорина (2009):

1) Географические реалии (названия объектов физической географии, а также объектов, связанных с деятельностью человека и т.д.);

2) Этнографические реалии (предметы быта, пища, одежда, жильё, транспортные средства, орудия труда, музыка, танцы, фольклор, праздники, обычаи, ритуалы, игры, этнонимы, клички, деньги и т.д.);

3) Общественно-политические реалии (административно-территориальные единицы, населённые пункты и их части, органы власти, политические деятели, общественные движения, степени, учебные заведения, сословные символы и т.д.);

4) Военные реалии (подразделения, звания, оружия и т.д.) (Влахов, Флорин, 2009).

В анализируемой нами сказке нередко встречаются этнографические реалии (например, одежда нивхов, мифологические существа и т.д.), не имеющие точных эквивалентов в английском языке, поэтому их интерпретации уделено особое внимание.

В области ономастики релевантным является труд Е.Е. Петровой, в котором рассматриваются трудности перевода реалий вне ономастического поля на примере русских народных сказок. В работе акцентируется особое внимание на неполной передаче смыслов, свойственных национальному контексту (Петрова, 2017), что напрямую соотносится с анализируемыми нами случаями нивхской лексики, мифологических образов и топонимики.

В основу оценки прагматической эффективности перевода ономастических и этнографических единиц нивхской сказки легли положения, описанные М.Д. Мирджалиловой: автор предлагает систематизированный обзор методов перевода реалий (транслитерация, калькирование, описательный и комментирующий перевод), с акцентом на сохранение этнокультурного фона (Mirjalilova, 2022). Онимы (имена собственные) представляют собой основную сложность перевода, которая сопряжена в первую очередь с тем, что они являются культурно-маркированными единицами (Пуляевская, Гринева, 2021). В настоящее время основными методами перевода имен собственных (или онимов) считаются: 1) прямой перенос исходной формы в переводе; 2) ономастическое соответствие (транскрипция, транслитерация, транспозиция); 3) комментирующий перевод; 4) уточняющий перевод; 5) описательный перевод; 6) функциональная замена (Спачиль, 2021). В нашем исследовании использованы наиболее распространённые методы передачи имён собственных – транскрипция и транслитерация.

Как было упомянуто ранее, наше исследование затрагивает прагматический аспект сказки (Morris, 1971; Leech, 1983). Подход к анализу прагматического потенциала произведения, предложенный З.С. Дотмурзиевой, представляется релевантным и особенно полезным для нашего исследования в связи с четкой структурированностью и возможностью проведения прагматического анализа на одном из уровней реализации прагматического потенциала (фонографическом, лексическом, синтаксическом, общетекстовом) (Дотмурзиева, 2006). В нашем исследовании мы уделяем особое внимание изучению лексического уровня реализации прагматического потенциала, который представлен использованием онимов, звукоподражания и культурно-специфической лексики в тексте изучаемого произведения.

С дальнейшими рекомендациями нашего исследования соотносится труд Э. Гюлюм, посвящённый роли фольклорной памяти в социокультурной трансляции, где автор актуализирует мультиканальность в передаче культурного знания – посредством текста, визуального и аудио рядов, а также контекста (Gülüm, 2023).

3. МЕТОДЫ И МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом настоящего исследования послужила нивхская народная сказка «Почему на земле людей мало» в обработке В.М. Санги (2024). В ходе исследования нами были проанализированы русскоязычный (В.М. Санги) и англоязычный (Д.Д. Иванкович) переводы сказки с целью выявления характерных способов адаптации языковых особенностей сказки. Переводы представлены в одноимённом сборнике В.М. Санги «Почему на земле людей мало» (Санги, 2024). Обращение к данной сказке обосновано несколькими факторами:

- Актуальность проблемы: сказка послужила предметом анализа в контексте угрозы исчезновения языка и нивхской культуры, что напрямую связано с политико-культурными задачами;
- Наличие двух переводов позволяет провести полноценный сравнительный анализ переводческих стратегий;
- Использование в качестве образца для изучения культурных кодов и традиций, поскольку в произведении отражено мировоззрение, верования и образ жизни нивхов;
- Новизна сказки. Впервые сказка была записана, обработана и выпущена в 2024 году издательством «Сахалин – Приамурские ведомости», то есть ранее текст не подвергался научному и переводческому анализу.

В ходе исследования были применены следующие методы исследования: лингвостилистический анализ позволил изучить особенности культурно-специфической лексики сказки; прагматическая интерпретация сказки помогла понять, какие приёмы использует переводчик для создания адекватного прагматического эффекта у иноязычного читателя; сравнительно-сопоставительный метод позволил выявить удачные и неудачные переводческие решения при адаптации сказки для представителей русской культуры и английской культуры; также были применены количественные подсчеты для установления частотности употребления лингвостилистических средств в изучаемой сказке.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Изучим прагматический потенциал сказки на лексическом уровне. Обратимся к выделению ономастических единиц в сказке. В сказочном мире они играют немаловажную роль, так как в первую очередь представляют собой культурный идентификатор, отражая те или иные культурные особенности народа. Во-вторых, они создают атмосферу и являются маркерами определённой локации, указывают на мифологическое пространство сказки. В-третьих, нередко они содержат в себе символическое значение, отсылая нас к образам из других сказок, мифов или легенд. Так, в сказке «Почему на земле людей мало» мы встречаемся со следующими категориями онимов: эндонимы, гидронимы, теонимы, оронимы. Среди эндонимов выделяется оним *Ыл-Миф* – нивхское название острова Сахалин. Использование эндонима помогает локализовать действие сказки в конкретном культурном и географическом пространстве, что важно для глубинного понимания контекста, а также подчёркивает связь нивхов с исторической родиной; гидронимами являются *Пила-Кеу* (Охотское море) и *Мать-кы-Кеу* (Малое море или Татарский пролив). Их использование подчёркивает важность объектов в жизни и мифологии народа, отражая связь с природой, указывая на место обитания богов; имена нивхских богов – *Тол-Ызу* и *Т'айгунд* – отсылают нас к теонимам, которые, в свою очередь, указывают на духовную жизнь нивхов. Их имена

также отражают определённые функции и атрибуты (*Тол-Ызу* – бог моря, *Т'айҕаҥад* – создатель всего живого); Арҕво вал является оронимом, помогающим воссоздать типографическую карту мира произведения: определяется сакральное значение гор в качестве обиталища богов (например, Т'айҕаҥада).

Все онимы, имеющиеся в русском переводе сказки, сохраняют элементы нивхского языка (представлены на языке оригинала), что способствует укреплению нивхской культуры и передаче языкового наследия народа.

Рассмотрим сказочные аллюзии, которые также участвуют в формировании прагматического потенциала на лексическом уровне. Аллюзии в фольклорных произведениях выполняют ряд важных функций, которые способствуют углублению смыслового, культурного и эмоционального содержания текста и способствуют передаче культурного наследия, мифологических представлений и символических значений. Аллюзии часто несут символическое значение, расширяя смысловое поле сказки и добавляя ей дополнительные уровни интерпретации, благодаря чему они могут указывать на скрытые смыслы, связанные с природными явлениями, жизненными циклами или моральными уроками. Более того, аллюзии создают связь между сказкой и другими текстами, мифами или легендами, что расширяет её контекст и делает её частью более широкого культурного дискурса.

Прежде чем перейти к детальному анализу, стоит уделить внимание лингвостилистическим средствам, преобладающим в сказке «Почему на земле людей мало» (частотность их употребления представлена на Рис. 1):



Рис. 1. Частотность лингвостилистических средств в нивхской сказке

Общее количество видов лингвостилистических средств составляет 12, среди которых эндонымы, гидронимы, теонимы, оронимы и аллюзии представляются частотными. Преобладающим является количество аллюзивных отсылок к мифологическим, культурным и историческим контекстам, что ещё раз подчёркивает глубокую связь сказки с другими нивхскими произведениями. Выявлено, что среди онимов особую роль занимают гидронимы, поскольку практически вся деятельность нивхского народа связана с водой, рыбным промыслом, что и нашло отражение в анализируемой нами сказке.

Рассмотрим функционирование культурно-специфической лексики в русском варианте нивхской сказки.

4.1. Культурно-специфическая лексика в русском варианте нивхской сказки

4.1.1 *Тайгнад как центральная мифологическая фигура*

В тексте упоминается имя нивхского бога *Тайгнада*, который, согласно нивхскому преданию, является творцом всего живого, а также земли (*Ых-Миф*) и всех вод. В сказке «*Тайгнад*», записанной со слов старых нивхов, описывается, как *Тайгнад* создал землю и воды: «...а в том месте, где он лежал..., появилось углубление на склоне большой сопки... Эта сопка лежит между Тымовском и Ногликами по реке Тымь» (Тянзина, 2009). Сюжет подчёркивает связь *Тайгнада* с природными ландшафтами, отсылает нас к мифу о сотворении мира, что придаёт тексту более глубокий философский и религиозный подтекст.

4.1.2. *Ых-Миф как символ нивхской идентичности*

В начале сказки упоминается нивхское название острова Сахалин – *Ых-Миф*. Это название отсылает к произведению В.М. Санги «Как родилась земля» (Санги, 2008), основанному на нивхском мифе. В произведении описывается, каким образом был создан остров: над бескрайним морем летала утка Лувр, которая после долгого полёта свила из собственных перьев гнездо на морской глади, где высиживала своих птенцов. Птенцы, в свою очередь, тоже стали вить гнёзда из перьев. Так продолжалось до тех пор, пока гнёзда не слились воедино, создав остров:

«Несметною стала стая,
Гнёзда из перьев множа.
Со временем этим гнёздам
Не стало уже числа...
Соединились гнёзда
И превратились в остров,
Ведь сказано матери грудка
Надёжнее, чем скала.

...

Так родилась земля!

...

Нивхов земля навеки
Зовётся с тех пор Ыхмиф» (Санги, 2008).

Этот миф выявляет связь нивхов с природой и их представление о земле как о живом, одушевлённом существе.

4.1.3. *Гидронимы как отражение географического и культурного контекста*

Упоминание гидронимов, таких как *Пила-Кеу* (Охотское море), *Мать-кы-Кеу* (Малое море, или Татарский пролив) в произведениях В.М. Санги и других нивхских сказках подчёркивает важность водных объектов в жизни нивхов. В рассказе «В Млых-во» Санги (2014) точно описывает географию острова Сахалин, используя как нивхские, так и современные русские названия: «Как-то во время летней рыбалки мы остановились с ночлегом на берегу нерестовой реки Тымь, что несёт свои воды в Пила-керкк – Охотское море» (Санги, 2014).

Гидронимы помогают читателю или слушателю визуализировать место действия, связать его с другими географическими объектами для более детального представления местности, а также способствуют более глубокому пониманию контекста происходящего в сказке.

4.1.4. Бог Тол-Ызн как хозяин моря

Образ Тол-Ызна (в нивхской мифологии – хозяин моря) считается совсем не редкой фигурой нивхских сказок, преданий и легенд. Впервые Тол-Ызн появляется в нивхской легенде, которую связывают с историей обряда кормления духов моря: «Человек шел по берегу моря и увидел молодых мужчин, которые состязались в силе и ловкости. Они, заметив приближающегося к ним чужака, нырнули в воду и превратились в косаток. Человек рассказал об этом своей общине. С тех пор нивхи пытаются задобрить духа-косатку, чтобы тот помогал им загонять рыбу в сети, и рыбалка была удачной (Буравицына, 2023)». Так, легенда нашла отражение и в произведении «Почему на земле людей мало» (Санги, 2024), в котором люди «усердно благодарят» Хозяина Моря за пищу, рыбный улов. Образ Тол-Ызна передаёт представления нивхов о гармонии между человеком и природой, а также о необходимости уважения к духам, управляющим природными явлениями, дающим им все необходимые блага.

Прежде чем перейти к анализу англоязычного варианта сказки, стоит отметить необходимые компетенции, которыми должен обладать переводчик для успешной прагматической адаптации сказочного текста. В первую очередь, работа с фольклорными текстами малых народов требует высокой степени культурной эмпатии, а также способности к компромиссу между дословной передачей и интерпретацией. Стратегия перевода выстраивается на основе принципа функционального эквивалента, при котором сохраняется функция исходного текста. Иными словами, переводчик действует как медиатор между культурами, адаптируя содержание без утраты культурного кода.

Начать анализ стоит вновь с рассмотрения ономастической лексики, которую автор перевода полностью сохранил, опираясь на выделенные В.Н. Комиссаровым наиболее частотные способы перевода имён собственных – транслитерацию и транспозицию (Комиссаров, 1990). По нашему мнению, выбор данных стратегий обусловлен минимизацией смысловых искажений в процессе перевода, а также адаптивностью к английскому языку. Так, имена собственные были трансформированы следующим образом:

- Эндоним *Ыг-Миф* переведён при помощи транслитерации как «Ykhmif». В конце произведения переводчик даёт пояснение на английском языке, что значит это слово (the Sakhalin island).
- Гидронимы *Пила-Кеж* и *Мать-кы-Кеж* переведены одновременно транслитерацией и транскрипцией – «Pila kershk», «Myt'ki kershk». Более того, переводчик опускает знак «дефис» при передаче нивхских онимов на английский язык. Это происходит из-за различия в языковых нормах: так, английский язык больше стремится к упрощению написания, что мы можем наблюдать в данном переводе.
- Ороним *Аркво вал* переведён транслитерацией: «Arkvo Val».
- В переводе теонимов *Тол-Ызн* и *Т'айгнад* переводчик вновь прибегает к использованию транслитерации: «Tol-Yzn» и «Taygnad», соответственно.

В приведённых примерах использование транслитерации и транскрипции для передачи нивхских онимов на английский язык обусловлено несколькими ключевыми факторами, делающими эти методы наиболее удачными: так, затрагивается вопрос сохранения фонетической и графической идентичности. Нивхский язык содержит уникальные звуки, не име-

ющие аналогов в английском языке, а потому именно эти два способа позволяют наиболее точно передать звукобуквенные составляющие слов, сохраняя узнаваемость оригинала, а также адаптировать непривычные для англоязычного читателя звуки (звук [ɣ] приближен к [k] + [ʃ]). Кроме того, немаловажную роль играют комментарии для тех или иных слов, которые переводчик даёт либо после основного текста (как в случае с «Ykhmif»), либо в самом тексте (то же самое мы можем наблюдать как в оригинальной сказке, так и в её русскоязычной версии): «...its back and is washed by the Myt'ki kershk – Small Sea (Tatar Strait)» (Санги, 2024). Таким образом, как упоминалось нами ранее, наиболее удачными вариантами перевода являются именно транскрипция и транслитерация. Если бы переводчик принял решение переводить данные ономастические реалии при помощи, например, калькирования («Mother River» вместо «Myt'ki kershk»), этот приём разрушил бы связь с оригинальной культурой, а потому перевод не считался бы удачным. Приведённые выше примеры – это ключевые символы культуры и маркеры мифологического пространства, которые хранят в себе представления народа о мире, человеке и божественном порядке, их потенциальная потеря может повлечь за собой утрату сакральности и мифологичности, а значит, изменить прагматический эффект от данного произведения у англоязычного читателя.

Стоит также отметить, что сказка изобилует реалиями, свойственными лишь для небольшой территории (коей и является Сахалинская область), а потому, подбирая эквивалент в английском языке, переводчику необходимо проявить предельную внимательность. Так, не совсем удачным является перевод понятия «стойбище» (селение, посёлок оседлых народностей Приамурья и Сахалина), которое переводчик передал как «camp»: «Из селений сохранились только два *стойбища*, отдаленные друг от друга» – «As for villages, only two *camp*s, distant from each other, survived» (Санги, 2024). Переводчиком был предложен вариант «camp», основными значениями которого являются:

1. a place where people live temporarily in tents or temporary buildings;
2. a place where children go in the summer and take part in sports and other activities;
3. a place where people are kept in temporary buildings or tents, especially by a government and often for long periods;
4. a place where soldiers live while they are training or fighting;
5. a group of people who have the same ideas about something and oppose people with other ideas;
6. one of the sides in a competition and the people connected with it (Camp noun, n.d.).

Более того, слово «camp» подразумевает место селения кочевых племён, каковыми нивхи не являлись и не являются и по сей день. Следовательно, данный вариант не может быть релевантным, поскольку ведёт к значимым переводческим потерям, нарушая представление потенциального читателя о быте народа, что влияет на общее восприятие сказки. По нашему мнению, наиболее подходящим вариантом может выступать «settled village», что обозначает оседлую деревню. Порой становится невозможным подбор эквивалентной лексики в английском языке, например, в следующем предложении: «Его брат и сестра еще спали, одетые в одежду из *луба деревьев*, в шапках из *бересты*». В представленном предложении переводчику не удалось подобрать наиболее удачный вариант адаптации в английском языке, так как в полученном варианте мы имеем дело с лексическим повтором, который в данном случае будет являться неуместным, если мы сравним его с оригиналом и русскоязычной версией сказки: «His brother and sister were still asleep, dressed in clothes made of *birch bark*, wearing *birch bark hats*» (Санги, 2024). Более того, неточность перевода искажает понимание о двух разных материалах древесины и, как следствие, обедняет культурный

пласт, вновь связанный с традиционным бытом народа. По нашему мнению, наиболее удачным вариантом перевода является слово «bast» со значением «the strong inner bark of certain plants that can be used for making textiles» (Bast meaning, n.d.) для «луба деревьев» с сохранением первоначального варианта «birch bark» для «бересты», что способствует воссозданию этнографической точности, а также указывает англоязычному читателю на уникальность описываемой культуры.

Также стоит отметить сохранение переводчиком оригинального звукоподражания: «Однажды утром старший брат из первого стойбища вышел из дома и слышит, как со стороны захода солнца раздается то ли пение, то ли крик: «Кор-р-р» и «Торо-ро-ро-ро» – «One morning the eldest brother from the first camp came out of the house and heard either singing or shouting from the direction of sunset: «Cor-r-r» and «Toro-ro-ro-ro-ro» (Санги, 2024). В данном примере звукоподражания передают эмоциональный фон сказки; их потеря или замена банальным «Roar!» обезличивает источник звука и лишает текст этнической окраски, что может грозить потерей стилистической оригинальности и функциональной нагрузки. Лучшим переводческим решением будет являться сохранение оригинальной формы междометий, переданных при помощи транслитерации, с добавлением сносок для пояснения их значения. Данный приём делает текст более интригующим и стилистически выразительным для англоязычного читателя, не предлагая читателю упрощённую интерпретацию.

Далее мы перейдём к рассмотрению передачи сказочных аллюзий в англоязычном варианте сказки.

4.2. Сказочные аллюзии в англоязычном варианте сказки

4.2.1. Образ бога Тайгнада

В оригинале сказки упоминается имя нивхского бога Тайгнада, который сотворил всё живое на земле. В англоязычном переводе имя бога, как было сказано ранее, передано при помощи транслитерации (вместо калькирования, например, *Great Creator*) и, насколько это было возможно, приближено к оригиналу сказки с сохранением пояснения, богом чего является *Тайгнад* и каким образом он общается со своими творениями: «The man guessed that the hare and squirrel were messengers of Taygnad, the creator of live beings» (Санги, 2024). Уточнение заполняет возможные лакуны в фоновых знаниях англоязычного читателя о нивхской мифологии. Помимо этого, аллюзивность передана через контекст (*messengers of Taygnad*), что помогает поддерживать мифологическую логику оригинала, где животные выступают медиаторами между божеством и земными существами, а также помогает создать интертекстуальную связь с универсальными архетипами (тотемные посредники в иных культурах, например, в культуре индейцев), облегчая восприятие произведения, не прибегая к упрощению культурного своеобразия. Следовательно, в данном случае переводчику удалось сохранить и передать аллюзивность, избежав этноцентричного упрощения.

4.2.2. Ых-Миф

Ключевую роль в сказке играет нивхская земля «Ых-Миф» или «остров Сахалин». Поскольку земля фигурирует в заглавии произведения, было бы некорректно опустить оним в англоязычной версии сказки. Вновь прибегнув к транслитерации («Ykhmif»), переводчик даёт пояснение к названию, оставляя сноску в конце основного текста («Ykhmif – the Sakhalin island»), что упрощает понимание контекста сказки. Несмотря на контекст, в котором используется эндоним («In ancient times, when our land was born – Ykhmif, its position

was different: the western shore was the eastern one and the eastern shore was the western one» (Санги, 2024) – указание времени зарождения земли, какой она была первоначально), а также удачно переданный ключевой мифологический мотив (переворот земли), по нашему мнению, аллюзия на другое произведение не является довольно очевидной, поскольку переводчик не даёт пояснения, что «Ых-Миф» – мифологическая земля нивхского фольклора, а не просто название, взятое из языка оригинала для обозначения географического объекта, хотя прозрачно намекает на это определённым артиклем «the», стилистически подчёркивая, что другого «Ых-Мифа» не существует. Данное упущение затрудняет поиск информации, которая в дальнейшем может заинтересовать неискушённого в нивхской культуре иностранного реципиента, а потому перевод нуждается в дополнении в виде сноски, например: «Ykhmif is the mythological name of Sakhalin Island in Nivkh folklore, often associated with the origin of the Earth and its cosmological shifts».

4.2.3. Гидронимы

Гидронимы также были полностью переданы на английский язык при помощи транскрипции и транслитерации («the Pila kershk», «the Myt'ki kershk») с дальнейшими пояснениями («the Sea of Okhotsk», «Small Sea (Tatar Strait)» (Санги, 2024)). В целом сохранена референция на реальную географию острова Сахалин, но, чтобы усилить прагматический эффект, следовало бы добавить в сноски краткие пояснения (например, *the Pila kershk* – *the Sea of Okhotsk*, literally “Great Sea”, поскольку «Pila» переводится как «большой» или «широкий», а «kershk» – «море», «морской», вариант «Great Sea» считается наиболее удачным). Корректная передача гидронимов критична для понимания культурного контекста, поскольку с водой связан весь быт нивхов.

4.2.4. Бог Тол-Ызн

Имя бога *Тол-Ызна*, которое упомянуто ранее, было передано на английский язык при помощи транслитерации («Tol-Yzn») с пояснением в тексте сказки («the Master of the Sea» (Санги, 2024), что формирует у иностранного читателя понимание, что «Тол-Ызн» – не просто выдуманный персонаж сказки, а, возможно, герой мифа или легенды, на что и намекает краткое пояснение. Но, как и в предыдущих случаях, контекст не до конца пояснён: возможно, для более точной передачи прагматического аспекта следовало бы добавить, где это уместно в тексте (либо в сноске), контекст: *for the Nivkh people, the sea was not just water, but a living being that was governed by its own laws*. Использование образа Тол-Ызна показывает то, что в традиционной культуре природа и мифология не могут существовать отдельно. Упущение этих деталей в переводе обедняет текст.

Во всех четырёх случаях переводчик выбирает транслитерацию с минимальными комментариями, что является правильной стратегией для минимизации упущений в переводе. Однако, чтобы достичь желаемого прагматического эффекта, следует расширить пояснения, добавив сноски и примечания, а также избегать калькирования и универсальных аналогов.

5. ВЫВОДЫ

Проведённое исследование позволило выявить ключевые стратегии перевода нивхской сказки «Почему на земле людей мало», направленные на сохранение её прагматического потенциала и этнокультурного своеобразия. Основные итоги работы подтверждают, что наиболее эффективными приёмами передачи культурно-специфических реалий на английский

и русский языки являются транслитерация и транскрипция, дополненные переводческим комментарием. Данные приёмы позволяют минимизировать смысловые потери и сохранить уникальность нивхской культуры. Важно также отметить, что русскоязычный текст сохраняет культурно-бытовую специфику через точные термины, в то время как в английском варианте наблюдаются некоторые языковые неточности (например, перевод слова «стойбище» как «camp»). Анализ переводческих решений показал, что выбор приёма должен учитывать как лингвистические, так и культурные аспекты, чтобы избежать искажений мировоззренческой структуры оригинала.

Определены наиболее оптимальные переводческие приёмы, обеспечивающие прагматическую адекватность, проведён сравнительный анализ русскоязычного и англоязычного вариантов текста. Практическая значимость работы заключается в разработке рекомендаций для переводчиков, работающих с фольклорными текстами малых народов, а также в предложении методов сохранения культурного наследия через перевод.

Для дальнейших исследований предлагаются следующие направления:

- Расширение корпусного анализа нивхских фольклорных текстов, включая создание параллельных корпусов оригиналов и переводов;
- Изучение мультимодальных подходов к переводу, таких как интеграция визуальных и аудиоматериалов, для более полной передачи культурного контекста;
- Углублённое исследование прагматических трансформаций в переводах текстов других малых народов России, что может способствовать развитию межкультурного диалога.

Перспективы дальнейших исследований мы видим в расширении методологической базы и применении технологий для документирования и популяризации фольклора малых народов.

Конфликт интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Афанасьев А.Н. Народные русские сказки А. Н. Афанасьева. Народные русские сказки А. Н. Афанасьева: в 3-х томах. М.: Государственное издательство художественной литературы, 1957.
2. Баринова И.А., Нестерова Н.М., Сергутина Д.А. О реалиях русской народной сказки и проблеме их перевода или beyond the thrice-nine land // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. №5(59). Ч.1. С. 49-53.
3. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. М.: «Международ. отношения», 1975.
4. Буравицына Н.А. Праздник кормления духа воды Толь-ыз [Электронный ресурс] // Николаевская районная библиотека. 09 июня 2023. URL: <https://niklibrary.ru/news/prazdnik-kormleniya-dukha-vody-tol-yz> (дата обращения: 08.06.2025).
5. Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе. Изд-е 4-е. М.: «Р.Валент», 2009.

6. Груздева Е.Ю., Тэмина М.Г. Родовые этнонимы нивхов // Этнографическое обозрение. 2022. № 2. С. 69–94. <https://doi.org/10.31857/S0869541522020051>
7. Дотмурзиева З.С. Прагматика англоязычного художественного текста и проблемы прагматики его перевода (Автореферат дис. ... канд. филол. наук). Пятигорск: Изд-во Пятигорского гос. ун-та, 2006.
8. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высшая школа, 1990.
9. Петрова Е.Е. Проблематика перевода реалий, находящихся вне ономастического поля (на материале переводов русских народных сказок на английский язык) // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. №11-2(65). С. 36-38. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2017.65.081>
10. Пуляевская В.Р., Гринева М.С. К вопросу о способах перевода имён собственных с английского на русский язык [Электронный ресурс] // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. 2021. № 01(69). URL: <https://scipress.ru/philology/articles/k-voprosu-o-sposobakh-perevoda-imyon-sobstvennykh-s-anglijskogo-na-russkij-yazyk.html> (дата обращения: 14.04.2025).
11. Санги В.М. В Млых-во [Электронный ресурс] // Библиотека электронной литературы в формате fb2. 2014. URL: <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%A1/sangi-vladimir-mihajlovich/legendi-ih-mifa/16> (дата обращения: 08.06.2025).
12. Санги В.М. Миф т'амдир панд. Как родилась земля [Электронный ресурс]/ пер. Н. Тарасова // Библиотека нивхского школьника «Я читаю с бабушкой». Южно-Сахалинск: Лукоморье, 2008. URL: <https://www.calameo.com/read/005108258867aff169792> (дата обращения: 14.04.2025).
13. Санги В.М. Почему на земле людей мало = Янгур на мен миф нигвнгир авлид. Нивхские легенды / пер. на англ. язык Д.Д. Иванкович; пер. на якутский язык А.Н. Жиркова; пер. на японский язык Ю. Тахары; пер. на корейский язык А.А. Нарынской. Южно-Сахалинск: Изд-во «Сахалин – Приамурские ведомости», 2024.
14. Спачиль О.В. Имя собственное в литературном переводе: учеб. пособие. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021.
15. Тянзина Н.Я. Сказки бабушки Ныгвик [Электронный ресурс]. Южно-Сахалинск: Лукоморье, 2009. URL: <https://www.calameo.com/read/0051082586b1c8c162797> (дата обращения 14.04.2025).
16. Указ Президента Российской Федерации от 18.06.2024 № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоемких технологий» [Электронный ресурс] // Официальное опубликование правовых актов. 18 июня 2024 года. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202406180018?index=1> (дата обращения: 08.06.2025).
17. Bast meaning [Электронный ресурс] // Meanings of words in the English language from A to Z. URL: <https://www.azmeanings.com/en/bast> (дата обращения: 14.04.2025).
18. Camp noun [Электронный ресурс] // Oxford Learner's Dictionaries. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/camp_1?q=camp (дата обращения 14.04.2025).
19. Daniels G. Tale Summary. “Sister Alionushka and Brother Ivanushka.” The falcon under the hat: Russian merry tales and fairy tales, Selected and translated by Guy Daniels, New York: Funk & Wagnalls; 1969, pp. 61-66 [Электронный ресурс] // Fairy Tales at CU Boulder.

- University Libraries. 22.02.2023. URL: <https://www.colorado.edu/projects/fairy-tales/the-falcon-under-the-hat/sister-alionushka-and-brother-ivanushka> (дата обращения: 08.06.2025).
20. Danilova V. Translation of culture-specific words in literary texts // *New Voices in Translation Studies*. 2023. Vol. 28. № 1. doi:10.14456/nvts.2023.14
21. Gülüm E. Folkloric memory: (Re)connecting the dots for broader perspectives // *Memory Studies*. 2023. Vol. 16. № 6. P. 1466-1483. <https://doi.org/10.1177/17506980231204175>
22. Leech G. *Principles of Pragmatics*. London: Routledge, 1983. <https://doi.org/10.4324/9781315835976>
23. Mirjalilova M.J. Methods of translating cultural realias [Электронный ресурс] // *Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development*. 2022. Vol. 4. P. 542-545. URL: <https://sjird.journalspark.org/index.php/sjird/article/view/171/170> (дата обращения: 08.06.2025).
24. Morris Ch.W. *Writings on the General Theory of Signs*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 1971. <https://doi.org/10.1515/9783110810592>

REFERENCES

1. Afanasyev, A.N. (1957). *Narodnye russkie skazki A. N. Afanas'eva. Narodnye russkie skazki A. N. Afanas'eva: v 3-kh tomakh [Russian folk tales retold by A.N. Afanasyev. Russian folk tales retold by Afanasyev: in 3 volumes]*. Moscow, Russia: Gosudarstvennoe izdatel'stvo khudozhestvennoy literatury [State publisher of fiction literature] (in Russian).
2. Barinova, I.A., Nesterova, N.M., & Sergutina, D.A. (2016). O realiyakh russkoy narodnoy skazki i probleme ikh perevoda ili beyond the thrice-nine land [On the realities of a Russian folk tale and the problem of their translation or beyond the thrice-nine land]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philology. Theory and Practice]*, 5(59), part 1, 49-53 (in Russian).
3. Barkhudarov, L.S. (1975). *Yazyk i perevod: Voprosy obshchei i chastnoi teorii perevoda [Language and translation: issues of general and specific translation theory]*. Moscow, Russia: Mezhdunarodnye otnosheniya [International relations] (in Russian).
4. Buravitsyna, N.A. (2023, June 9). Prazdnik kormleniya dukha vody Tol-yz [Feeding the Water Spirit Tol-yz celebration]. *NikLibrary* (in Russian). <https://niklibrary.ru/news/prazdnik-kormleniya-dukha-vody-tol-yz>
5. Danilova, V. (2023). Translation of culture-specific words in literary texts. *New Voices in Translation Studies*, 28(1). doi:10.14456/nvts.2023.14
6. Dotmurzieva, Z.S. (2006). *Pragmatika angloyazychnogo khudozhestvennogo teksta i problemy pragmatiki ego perevoda [Pragmatics of English literary text and issues of its translation]* [Abstract of candidate's thesis]. Pyatigorsk, Russia: Pyatigorsk State University Press (in Russian).
7. Gruzdeva, E.Yu., & Temina, M.G. (2022). Rodovye etnonimy nivkhov [Clan Names of the Nivkh]. *Etnograficheskoe obozrenie [Ethnographic Review]*, 2, 69-94 (in Russian). <https://doi.org/10.31857/S0869541522020051>
8. Gülüm, E. (2023). Folkloric memory: (Re)connecting the dots for broader perspectives. *Memory Studies*, 16(6), 1466-1483. <https://doi.org/10.1177/17506980231204175>
9. Komissarov, V.N. (1990). *Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty): Ucheb. dlya in-tov i fak. inostr. yaz. [Theory of translation (linguistic aspects): a coursebook for institutes and departments of foreign languages]*. Moscow, Russia: Vysshaya shkola (in Russian).

10. Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315835976>
11. Meanings of words in the English language from A to Z. (n.d.). *Bast meaning*. <https://www.azmeanings.com/en/bast>
12. Mirjalilova, M. J. (2022). Methods of translating cultural realias. *Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development*, 4, 542-545. <https://sjird.journalspark.org/index.php/sjird/article/view/171/170>
13. Morris, Ch. W. (1971). *Writings on the General Theory of Signs*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110810592>
14. Ofitsial'noe opublikovanie pravovykh aktov [Official publication of legal acts]. (2024, June 18). *Ukaz Prezidenta Rossiiskoi Federatsii ot 18.06.2024 № 529 «Ob utverzhdenii prioritetnykh napravlenii nauchno-tekhnologicheskogo razvitiya i perechnya vazhneishikh naukoemkikh tekhnologii»* [The order by the President of the Russian Federation № 529 dated 18th of June, 2024, "On the definition of the prioritized directions of scientific-technological development and the list of most important science technologies"] (in Russian). <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202406180018?index=1>
15. Oxford Learner's Dictionaries. (n.d.). Camp noun. In *Oxford Learner's Dictionaries*. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/camp_1?q=camp
16. Petrova, E.E. (2017). Problematika perevoda realii, nakhodyashchikhsya vne onomasticheskogo polya (na materiale perevodov russkikh narodnykh skazok na angliiskii yazyk) [Problem of realia translation outside the onomastic field (Based on the translation of Russian folk tales into English)]. *International Research Journal*, 11-2(65), 36-38 (in Russian). <https://doi.org/10.23670/IRJ.2017.65.081>
17. Pulyaevskaya, V.R., & Grineva, M.S. (2021). K voprosu o sposobakh perevoda imyon sobstvennykh s angliyskogo na russkiy yazyk [On the issue of ways of translating proper names from English into Russian]. *Filologicheskii aspekt: mezhdunarodnyi nauchno-prakticheskii zhurnal* [Philological Aspect: International Scientific-Practical Journal], 1(69) (in Russian). <https://scipress.ru/philology/articles/k-voprosu-o-sposobakh-perevoda-imyon-sobstvennykh-s-angliyskogo-na-russkiy-yazyk.html>
18. Sangi, V.M. (2008). *Mif t'amdir pand. Kak rodilas' zemlya* [Mif t'amdir pand. How the Earth was born] (N. Tarasov, Trans.). Yuzhno-Sakhalinsk: Lukomor'e (in Russian). <https://www.calameo.com/read/005108258867aff169792>
19. Sangi, V.M. (2014). V Mlykh-vo [In Mlykh-vo]. *Biblioteka elektronnoi literatury v formate fb2* [The library of electronic literature in the fb2 format] (in Russian). <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%A1/sangi-vladimir-mihajlovich/legendi-ih-mifa/16>
20. Sangi, V.M. (2024). *Pochemu na zemle lyudei malo = Yangur Һа мен миф нӛвҥгир авlid. Nivkhskie legendy* [Why there are few people on Earth. Yangur Һа мен миф нӛвҥгир авlid. Nivkh legends] (D.D. Ivankovich, Trans. into English; A.N. Zhirkov, Trans. into Yakut; Yu. Takhara, Trans. into Japanese; A.A. Narynskaya, Trans. into Korean). Yuzhno-Sakhalinsk: Sakhalin-Priamurskie vedomosti (in Russian).
21. Daniels, G. (2023, February 22). *Tale summary: "Sister Alionushka and Brother Ivanushka."* In *The falcon under the hat: Russian merry tales and fairy tales* (Selected and translated by G. Daniels, originally published 1969, Funk & Wagnalls, pp. 61–66). Fairy Tales at CU Boulder. University Libraries. <https://www.colorado.edu/projects/fairy-tales/the-falcon-under-the-hat/sister-alionushka-and-brother-ivanushka>

22. Spachil', O.V. (2021). *Imya sobstvennoe v literaturnom perevode: uchebnoe posobie [Proper names in literary translation: A textbook]*. Krasnodar, Russia: Kuban State University (in Russian).
23. Tyanzina, N.Ya. (2009). *Skazki babushki Nygvik [Tales of Granny Nygvik]*. Yuzhno-Sakhalinsk: Lukomor'e (in Russian). <https://www.calameo.com/read/0051082586b1c8c162797>
24. Vlahov, S.I., & Florin, S.P. (2009). *Neperevodimoe v perevode. Izd-e 4-e. [Untranslatable in translation. 4th edition]*. Moscow, Russia: R. Valent (in Russian).

Информация об авторах:

Куракина Наталья Александровна – кандидат филологических наук, доцент, доцент Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта, Россия, Калининград. Сфера научных интересов: прагмалингвистика, когнитивная лингвистика, фоносемантика. ORCID ID: 0000-0001-6696-2227.

Гребнева Софья Владимировна – студентка выпускного курса направления «Лингвистика» Балтийского Федерального университета имени Иммануила Канта, Россия, Калининград.

Получено: 16 апреля 2025 г.

Принято к публикации: 10 июля 2025 г.

PRAGMATIC ASPECTS OF TRANSLATING THE NIVKH FAIRY TALE “WHY THERE ARE FEW PEOPLE ON EARTH” INTO RUSSIAN AND ENGLISH

Natalia A. Kurakina

Immanuel Kant Baltic Federal University (Kaliningrad, Russia)

NaPetrusevich1@kantiana.ru

Sofia V. Grebneva

Immanuel Kant Baltic Federal University (Kaliningrad, Russia)

fffilson@mail.ru

Abstract: This study's relevance is driven by the critical endangerment of the Nivkh language and the Russian Federation's state policies aimed at preserving minority languages. Nivkh folklore embodies a unique worldview not integrated into globalized cultural discourse, making its translation a key instrument for language revitalization and intercultural communication. The aim of this paper is to identify and evaluate, through comparative analysis, the most effective

translation techniques for the pragmatically adequate rendering of ethnocultural and mythological realia in the Nivkh fairy tale “Why There Are Few People on Earth.” The empirical material consists of the original tale as adapted by V.M. Sangi and its published Russian and English translations. The methodology combines linguo-stylistic analysis, pragmatic interpretation, and a comparative approach, supplemented by a quantitative analysis of the frequency of linguistic devices. The results identify key elements conveying the original’s pragmatic potential: onomastic realia as cultural markers defining the mythological and geographical space; allusions preserving deep cultural layers of the folklore text; and onomatopoeia and interjections that create the work’s expressive background. The analysis reveals that transliteration and transcription are the most effective strategies, as they preserve authenticity and ethnocultural specificity. However, to achieve full pragmatic adaptation, these techniques require detailed translator’s commentary. A critical analysis of the translations revealed both successful solutions and significant pragmatic losses: for example, the inaccurate translation of the term *stoybishche* (стойбище) as “camp” distorts the concept of the Nivkh’s sedentary lifestyle, while the lexical unification of *lub* (люб) and *beresta* (береста) impoverishes the text’s material culture. The study’s novelty and practical significance lie in its being the first comprehensive pragmatic analysis of this text. Its findings offer evidence-based recommendations for professional translators working with minority-language folklore, with applications in translation studies, ethnolinguistics, and cultural heritage preservation projects.

Keywords: fairy tale, Nivkh language, Nivkh linguaculture, pragmatic potential, translation.

How to cite this article: Kurakina, N.A., Grebneva, S.V. (2025). Pragmatic Aspects of Translating the Nivkh Fairy Tale “Why there Are Few People on Earth” into Russian and English. *Professional Discourse & Communication*, 7(3), 116–132. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2025-7-3-116-132>

About the authors:

Natalia A. Kurakina, Cand. Sci. (Philology), is an Associate Professor at Immanuel Kant Baltic Federal University in Kaliningrad, Russia. Her research interests include pragmalinguistics, cognitive linguistics, and phonosemantics. ORCID iD: 0000-0001-6696-2227.

Sofia V. Grebneva is an undergraduate student in the Department of Linguistics at Immanuel Kant Baltic Federal University in Kaliningrad, Russia.

Received: April 16, 2025.

Accepted: July 10, 2025.