



Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Пятигорский государственный университет»



Институт иностранных языков
и международного туризма

Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования

**г. Пятигорск
2018 г.**

УДК 81*1 (08)
ББК 81я43
Я 41

Печатается по решению
редакционно-издательского совета
Пятигорского государственного
университета

Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования: Материалы II международной научно-практической конференции. В 2 частях. Часть I. – Пятигорск: ПГУ, 2018. – 417 с.

В сборник вошли материалы II международной научно-практической конференции «Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования», состоявшейся в ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет» 19-20 апреля 2018 года. Издание содержит результаты научных исследований отечественных и зарубежных учёных по проблемам межъязыковой и межкультурной коммуникации в период глобализации; наиболее существенным вопросам профессиональной лингводидактики в системе современного высшего образования; важнейшим аспектам интеллектуальных информационных систем и прикладной лингвистики.

Редакционная коллегия:

канд. филол. наук, профессор З.А. Заврумов (ответственный редактор);
доктор пед. наук, профессор А.М. Акоюнц;
канд. филол. наук, профессор А.В. Киселева;
канд. филол. наук, доцент М.Ю. Гетманская.

Рецензенты:

А.В. Фахрутдинова, доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой иностранных языков для социально-гуманитарного направления ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»;
Н.Г. Складрова, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики английского языка ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет».

ISBN 978-5-4220-0921-3
ISBN 978-5-4220-0960-2 (ч.1)

© Пятигорский государственный университет, 2018
© Коллектив авторов, 2018

II международная научно-практическая конференция
«Язык и культура в эпоху интеграции научного знания
и профессионализации образования»

Кауфова И.Б., Кауфова Л.А. ОБРАЗ ВРАГА В БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ	54
Кузнецова М.С. НЕКОТОРЫЕ МОДЕЛИ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ МЕТАФОР НА ПРИМЕР РЕЧИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ США	61
Курилина К.О., Проскурина А.В. ОБРАЗ ЯЗЫКА В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ)	68
Маджаева С.И. СЛЕНГ КАК ИНДИКАТОР ЯЗЫКОВОГО РАЗВИТИЯ	75
Мельникова Е.Н. ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ИНОКУЛЬТУРНОМ СОЦИУМЕ	78
Мухина И.К. АССОЦИАТИВНО-ОБРАЗНЫЕ И СУБЪЕКТИВНО- МОДАЛЬНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СМЫСЛЫ ОППОЗИТИВНЫХ КОНЦЕПТОВ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ	85
Пильгун Е.В. ОППОЗИЦИЯ «СВОЙ»-«ЧУЖОЙ» КАК КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА ИДЕОЛОГИЗАЦИИ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ В КРИЗИСНОМ ДИСКУРСЕ	92
Хайн Э. СМЕШАННЫЙ ЯЗЫК РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕРЕСЕЛЕНЦЕВ В ГЕРМАНИИ	99
Чеботарская И.В. ЯЗЫК НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ СМИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ОБЪЕКТИВНОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ (НА	107

II международная научно-практическая конференция
«Язык и культура в эпоху интеграции научного знания
и профессионализации образования»

**ASSOCIATIVE AND FIGURATIVE AND SUBJECTIVE-MODAL
ESTIMATED MEANINGS OF APPOSITIVE CONCEPTS
AS MEANS OF FORMATION
OF NATIONAL AND CULTURAL IDENTITY**

Abstract: this article is devoted to generalization of cognitive signs of concepts «Childhood»- «Old age», entering the contrast relations. The further periphery of mental essence of appositive concepts «Childhood»- «Old age» consists of the cognitive signs expressing ideas of associative and figurative and subjective-modal estimated meanings, represented in lexical and phraseological units and paremias. In these concepts it is shown revealed within cognitive linguistics as dominating at representation of categories in language consciousness the principle of an oppositiveness.

Keywords: concept, conceptualization, appositive concepts, cognitive signs, contrast relations.

УДК 81'42

*Е.В. Пильгун, старший преподаватель,
Минский государственный лингвистический университет*

**ОППОЗИЦИЯ «СВОЙ»-«ЧУЖОЙ»
КАК КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА
ИДЕОЛОГИЗАЦИИ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ
В КРИЗИСНОМ ДИСКУРСЕ**

Аннотация: в статье освещаются результаты исследования использования оппозиции «свой»-«чужой» в кризисном дискурсе. Целью данной статьи является обосновать применение оппозиции «свой»-«чужой» на материале английской, французской и русской прессы как одной из коммуникативных тактик идеологизации массового сознания в кризисных ситуациях.

Ключевые слова: кризисный дискурс, идеологизация массового сознания, оппозиция «свой»-«чужой», коммуникативные тактики и приёмы, стратегии коммуникативного воздействия.

II международная научно-практическая конференция «Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования»

Идеологизация массового мнения в обществе посредством кризисного дискурса протекает с помощью различных аспектов воздействия. Одним из таких аспектов становится употребление компонентов, разделяющих общество на «своих» и «чужих». Фактически оппозиция «свой»–«чужой» является одним из основных факторов идеологизации массового сознания. В условиях современной геополитической ситуации, когда целые страны подвержены конфронтации и выяснению отношений в борьбе за мировое господство, четкое разграничение «своего» и «чужого» в прессе используется как для выстраивания коммуникативного барьера, так, для сглаживания «острых углов» в коммуникации между оппонентами, странами, народами, государствами.

С целью выявления эффективности и успешности идеологизированной коммуникации в условиях кризисов, было изучено 1779 статей на английском языке, 1763 статьи на французском, 1695 статей на русском и 2002 статьи, взятых из американской прессы. Для выявления, каким образом отношения «свой–чужой» представлены в кризисном дискурсе, а также насколько часто звучат названия стран при описании в прессе того или иного кризиса, было подсчитано количество употреблений слов *we 'мы', they 'они', France 'Франция', Europe 'Европа', Russia 'Россия', USA (America) 'США Америка', Britain 'Британия', I 'я'* по разным типам кризисов. Результаты для английского (Великобритания) и французского языков приведены в таблице 1, для английского (США) и русского в таблице 2, а также визуализированы на рисунках 1 и 2 демонстрирующих частотность употребления компонентов, выражающих оппозицию «свой»–«чужой» в британской прессе и европейской прессе на французском языке:

	экономический		социальный		гуманитарный		естественный		техногенный	
	Engl	FR	Engl	FR	Engl	FR	Engl	FR	Engl	FR
Мы	424	309	27	82	1601	444	144	31	39	12
Они	427	189	15	43	1335	339	102	20	22	15
Франция	49	116	62	34	301	355	28	16	6	12
Евро-	86	80	47	62	1361	776	83	49	7	16

**II международная научно-практическая конференция
«Язык и культура в эпоху интеграции научного знания
и профессионализации образования»**

па			1	1						
Россия	198	94	53	12	93	24	10	1	6	5
США, Аме- рика	33	0	77	3	8	0	12	0	2	0
Бри- гания	0	1	40 41	14 68	1539	65	755	0	42	0
Наша страна	4	8	53	10	25	4	1	0	0	0
Я	347	136	17 28	33 5	778	158	973	14 7	33	83

Таблица 1 – Частотность употребления компонентов, выражающих оппозицию свой-чужой в британской прессе и европейской прессе на французском языке.

Приведённые данные в таблице 4 демонстрируют, что количество употреблений местоимения *we (nous) – they (ils)* 'мы-они' в английском языке преобладает в статьях о социальном кризисе в 4 раза, гуманитарном в 3 раза, а в экологическом – в почти 5 раз, по сравнению со статьями на французском. А так как употребление местоимений *we (nous) – they (ils)* 'мы-они' являются одним из основных способов репрезентации отношений «свой»-«чужой», это позволяет сделать вывод о том, что социальный, гуманитарный и экологический кризисы используются чаще для идеологизированного воздействия в английском языке, чем во французском. Использование оппозиции фрагментирует восприятие читателей и на подсознательном уровне устанавливает разграничение между «своими» и «чужими».

Словосочетание *our country (notre pays)* 'наша страна' используется минимально в двух языках, но вместо этого возрастает количество употреблений названий стран. В английском языке название Британии в сообщениях о социальном, гуманитарном и экологическом кризисах фигурирует гораздо чаще, многократно превышая появление названия Франции во французском языке. Данный факт показывает, что Великобритания и Франция, освещая данные типы кризисов, концентрируется на своей стране, оставляя достаточно нейтральными по отношению к друг другу и другим сверхдержавам.

II международная научно-практическая конференция «Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования»

Отношения «свой»–«чужой» при описании техногенного кризиса не проявляются, так как техногенные кризисы зачастую сопровождаются большим количеством жертв, и практически не используются для выяснения отношений в англоязычном и франко-язычном дискурсе.

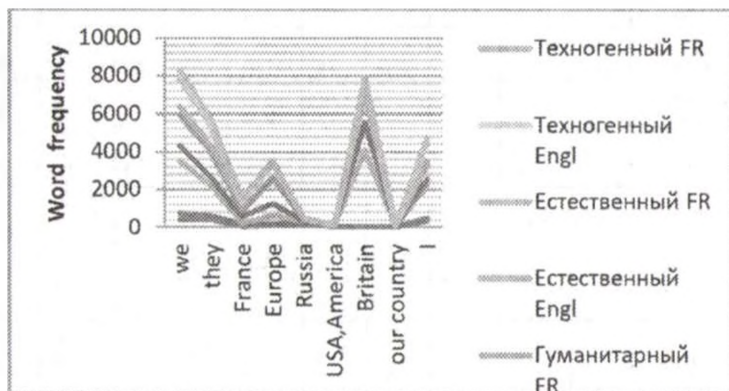


Рис 1. График частотности употребления компонентов, выражающих оппозицию свой-чужой в британской прессе и европейской прессе на французском языке.

Кривые, описывающие разные типы кризисов на графике (рисунок 1), как в английском, так и во французском языках, имеют очень похожие направления изгибов, как при рассмотрении с точки зрения разницы языков, так и с точки зрения разных кризисов. Это может означать, что независимо от типа кризиса, и французская (европейская), и английская пресса используют одни и те же подходы к позиционированию себя и своего оппонента, при передаче отношений «свой»–«чужой».

Для сравнения рассмотрим те же самые отношения на примере американского варианта английского языка и русского языка. Таблица 4, визуализированная на рисунке 2, демонстрирует совсем другую картину. Так как Европа и Великобритания стоят «по одну сторону баррикад», США и Россия представляют диаметрально противоположные идеологические взгляды, соответственно, просматривается и ориентация на противопоставление «себя» и «чу-

II международная научно-практическая конференция «Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования»

жих» при описании кризисных ситуаций, отличающаяся от европейской.

	экономический		социальный		гуманитарный		естественный		техногенный	
	РУС	США	РУС	США	РУС	США	РУС	США	РУС	США
Мы	99	305	274	811	107	934	354	927	10 3	295
Они	66	317	37	610	48	1167	78	922	11 2	305
Франция	2	3	143 4	86	13	228	75	8	-	41
Европа	5	98	320	300 8	423	2488	10	13	10	28
Россия	89	147	54	142	54	148	323	4	31 5	156
США, Америка	36	54	223	5	56	76	465	75	11 8	10
Британия	3	5	207	248 4	2	171	-	4	9	10
Наша страна	-	6	-	20	2	13	-	4	-	3
Я	37	180	122	447	42	356	98	580	44	294

Таблица 2. Частотность употребления компонентов, выражающих отношение свой-чужой, в русской американской прессе.

На примере всех кризисов необходимо отметить увеличение использования местоимения "we" 'мы' в американском английском и гораздо меньшее количество его употребления в русском языке. В американском варианте оно превышено в 2-8 раз по сравнению с русским, что, конечно, свойственно американскому и кризисному и политическому дискурсам в целом, так как одной из ценностей нации является единство народа, выполнение долга [2, с. 44]. Компонент «they» 'они', в свою очередь, имеет практически одинаковое количественное употребление в американском кризисном дискурсе. Однако, конкретизация названия страны и местоимения воздействует на население страны, закладывая в подсознание дифференциацию между «своими» и «всеми остальными», а также понимание при-

II международная научно-практическая конференция «Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования»

частности и участию страны в международных отношениях, особой роли в этих отношениях.

В российском кризисном дискурсе повествование идёт в основном в отношении своей страны, что выражено в употреблении компонента «они», который практически в 2 раза ниже, чем частотность употреблений компонента «мы». Описание ведётся в отношении тех стран, где находится эпицентр кризиса. Замечен интерес к деятельности геополитического соперника, что видно по числу употреблений слов «США, Америка» в русской качественной прессе на примере социально кризиса. Статьи об этом типе кризиса, в основном, посвящены тематике Брекзита, однако, количество упоминаний Великобритании даже немного ниже, чем США.

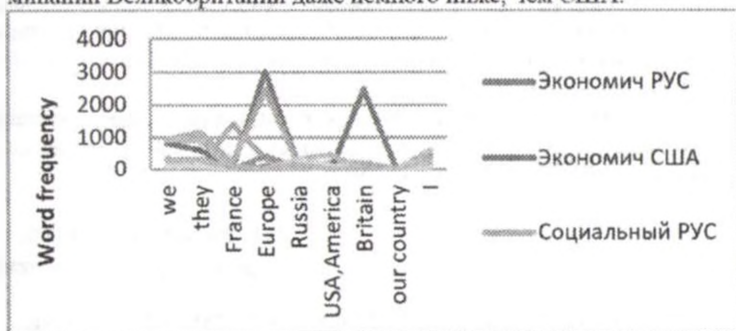


Рис 2. График частотности употребления компонентов, выражающих оппозицию «свой»-«чужой» в русской и американской прессе.

Местоимение «I» 'я' имеет большое число появлений в статьях, но в основном оно даётся в цитатах официальных лиц и экспертов. В статьях-обзорах, статьях-комментариях выявляются случаи его употребления при раскрытии авторского мнения на ситуацию.

Таким образом, говоря об идеологизации массового сознания в кризисном дискурсе, необходимо отметить важность использования базовой оппозиции «свой»-«чужой», выступающей в качестве одной из тактик. В таком случае употребление лексических компонентов «мы»-«они» и названий стран рассматривается как приём, регламентирующий данную тактику. Использование компонентов «мы»-«они» и названий стран, особенно в сочетаниях с оценочны-

II международная научно-практическая конференция «Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования»

ми характеристиками. по отношению к той или иной кризисной ситуации обладает весомым воздействующим эффектом. способным создать как позитивный, так и негативный образ страны, власти [1]. Это сказывается на формировании положительного или отрицательного образа своей страны/страны-оппонента и напрямую зависит от окружающей коммуникативной среды и оценочности, приносимой автором в тексты о кризисах.

Библиографический список

1. Багтян А.Ю., Аванесян Н.К. Дискурсивная компетенция и её основные характеристики // Новые идеи в лингвистике XXI века: Актуальные проблемы и тенденции в рамках современных направлений лингвистической мысли. Межвузовский сборник научных трудов, посвящённый памяти профессора Л.П. Бердниковой. - Пятигорск: ПГЛУ, 2016. - С. 30-41.
2. Пильгун Е. В. Лингвистические и социокультурные особенности политического дискурса американского варианта английского языка – Минск: РИВШ, 2016. – 76 с.

*E.V. Pilgun, Senior Lecturer,
Minsk State Linguistic University*

OPPOSITION "OWN"- "ALIEN" IN CRISIS DISCOURSE AS A COMMUNICATIVE TACTIC OF PEOPLE'S CONSCIOUSNESS IDEOLOGIZING IN CRISIS DISCOURSE

Abstract: the article highlights the results of the study of the opposition "own" - "alien" in crisis discourse. The purpose of this article is to justify the usage of the opposition "own" - "alien" in English, French and Russian newspapers as one of the communicative tactics of people's consciousness ideologizing in crisis situations.

Keywords: crisis discourse, ideologization of mass consciousness, opposition "own"- "alien", communicative tactics and methods, communication strategies.