



РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А. И. ГЕРЦЕНА  
HERZEN STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY of RUSSIA

ISSN 2686-830X

**ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА  
И СОВРЕМЕННОЕ  
ГУМАНИТАРНОЕ ЗНАНИЕ**

**LANGUAGE STUDIES & MODERN HUMANITIES**

**T. 7 № 4 2025**

**Vol. 7 No. 4 2025**



1797

Российский государственный педагогический  
университет им. А. И. Герцена  
Herzen State Pedagogical University of Russia

ISSN 2686-830X (online)  
[languagestudies.ru](http://languagestudies.ru)  
<https://www.doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4>  
2025. Том 7, № 4  
2025. Vol. 7, no. 4

## Исследования языка и современное гуманитарное знание

### Language Studies and Modern Humanities

Регистрационный номер СМИ ЭЛ № ФС 77 – 74269,  
выдан Роскомнадзором 09.11.2018

Рецензируемое научное издание

Журнал открытого доступа

Учрежден в 2018 году

Выходит 4 раза в год

16+

Mass Media Registration Certificate EL No. FS 77 – 74269,  
issued by Roskomnadzor on 9 November 2018

Peer-reviewed journal

Open Access

Published since 2018

4 issues per year

16+

#### Редакция

*Главный редактор*

В. А. Андреева (Санкт-Петербург, Россия)

*Зам. главного редактора*

З. М. Чемодурова (Санкт-Петербург, Россия)

*Ответственный редактор*

И. В. Фролова (Санкт-Петербург, Россия)

*Ответственный секретарь*

Н. В. Николаева (Санкт-Петербург, Россия)

#### Editorial Team

*Editor-in-chief*

Valeria A. Andreeva (St Petersburg, Russia)

*Deputy Editor-in-chief*

Zinaida M. Chemodurova (St Petersburg, Russia)

*Executive Editor*

Irina V. Frolova (St Petersburg, Russia)

*Assistant Editor*

Nina V. Nikolaeva (St Petersburg, Russia)

#### Редакционная коллегия

А. В. Ачкасов (Санкт-Петербург, Россия)

Н. В. Баграмова (Санкт-Петербург, Россия)

Е. А. Гончарова (Санкт-Петербург, Россия)

Д. О. Добровольский (Москва, Россия)

М. Н. Еленевская (Хайфа, Израиль)

М. Журавицки (Эссен, Германия)

О. Н. Иванищева (Мурманск, Россия)

В. Ю. Клейменова (Санкт-Петербург, Россия)

О. А. Невзорова (Казань, Россия)

В. А. Разумовская (Красноярск, Россия)

А. Сальмон (Генуя, Италия)

Ю. В. Сергаева (Санкт-Петербург, Россия)

О. Суте (Париж, Франция)

С. В. Чебанов (Санкт-Петербург, Россия)

Чжэн Тиу (Шанхай, КНР)

#### Editorial Board

Andrey V. Achkasov (St Petersburg, Russia)

Nina V. Bagramova (St Petersburg, Russia)

Evgenia A. Goncharova (St Petersburg, Russia)

Dmitrij O. Dobrovol'skij (Moscow, Russia)

Maria N. Yelenevskaya (Haifa, Israel)

Michael Szurawitzki (Essen, Germany)

Olga N. Ivanishcheva (Murmansk, Russia)

Viktoria Yu. Kleymenova (St Petersburg, Russia)

Olga A. Nevzorova (Kazan, Russia)

Veronica A. Razumovskaya (Krasnoyarsk, Russia)

Laura Salmon (Genoa, Italy)

Julia V. Sergaeva (St Petersburg, Russia)

Olivier Soutet (Paris, France)

Sergey V. Chebanov (St Petersburg, Russia)

Zheng Tiwu (Shanghai, China)

Издательство РГПУ им. А. И. Герцена  
191186, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48  
E-mail: [izdat@herzen.spb.ru](mailto:izdat@herzen.spb.ru)  
Телефон: +7 (812) 312-17-41

Объем 3,32 Мб

Подписано к использованию 26.12.2025

При использовании любых фрагментов ссылка  
на журнал «Исследования языка и современное  
гуманитарное знание» и на авторов материала  
обязательна.

Publishing house of Herzen State Pedagogical  
University of Russia  
48 Moika Emb., Saint Petersburg 191186, Russia  
E-mail: [izdat@herzen.spb.ru](mailto:izdat@herzen.spb.ru)  
Phone: +7 (812) 312-17-41

Published at 26.12.2025

The contents of this journal may not be used in any way  
without a reference to the journal “Language Studies  
and Modern Humanities” and the author(s) of the material  
in question.

Редактор М. А. Куракина  
Корректор Г. А. Янковская  
Оформление обложки О. В. Рудневой  
Верстка Д. В. Романовой



Санкт-Петербург, 2025

© Российский государственный

педагогический университет им. А. И. Герцена, 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Лингвистика и междисциплинарные исследования языка .....</b>	<b>191</b>
<i>Бузунов Н. Н.</i> Неологизмы-эвфемизмы в названиях профессий (на материале французского языка) .....	191
<i>Иваненко В. М., Копчук Л. Б.</i> Креативное использование немецкого языка в поликодовом тексте праздничного дискурса .....	197
<i>Литвишко О. М.</i> Лингво-когнитивные механизмы упрощения англоязычных юридических текстов .....	205
<i>Остроумова А. В.</i> Функции и средства вербализации эмоций в тексте англоязычной автобиографии .....	218
<i>Терехова Е. Б.</i> Приемы и способы моделирования образа адресата в немецкоязычной антитабачной рекламе для молодежи .....	226
<i>Терещук А. А., Митракова В. С.</i> Религиозные мотивы в текстах выступлений президента Аргентины Х. Милея .....	235
<b>Перевод и переводоведение .....</b>	<b>245</b>
<i>Миргородская М. Е.</i> Особенности межъязыковой эквивалентности в переводе специализированной офтальмологической терминологии .....	245

## CONTENTS

<b>Linguistics and applied aspects of language studies.....</b>	<b>191</b>
<i>Bouzounov N. N.</i> Neologisms-euphemisms in the names of professions (based on the material of the French language).....	191
<i>Ivanenko V. M., Kopchuk L. B.</i> Creative use of the German language in the polycode text of the festive discourse.....	197
<i>Litvishko O. M.</i> Linguistic and cognitive mechanisms of simplification of English-language legal texts.....	205
<i>Ostroumova A. V.</i> Functions and means of verbalization of emotions in English-language autobiography.....	218
<i>Terekhova E. B.</i> The personalization of persuasion: Methods for constructing the recipient's image in German-language anti-smoking campaigns for youth.....	226
<i>Tereshchuk A. A., Mitrakova V. S.</i> Religious motifs in the speeches of the President of Argentina J. Milei.....	235
<b>Practice and theory of translation and interpreting.....</b>	<b>245</b>
<i>Mirgorodskaya M. E.</i> Features of interlanguage equivalence in the translation of specialized ophthalmological terminology.....	245



УДК 811.133.1

EDN BCQXBZ

<https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-191-196>

## Неологизмы-эвфемизмы в названиях профессий (на материале французского языка)

Н. Н. Бузунов <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Московский государственный педагогический университет,  
119571, Россия, г. Москва, пр. Вернадского, д. 88

### Сведения об авторе

Николай Николаевич Бузунов,  
SPIN-код: 1847-9553,  
e-mail: [bicolas@bk.ru](mailto:bicolas@bk.ru)

**Для цитирования:** Бузунов, Н. Н. (2025) Неологизмы-эвфемизмы в названиях профессий (на материале французского языка). *Исследования языка и современное гуманитарное знание*, т. 7, № 4, с. 191–196. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-191-196> EDN BCQXBZ

**Получена** 21 мая 2025; прошла рецензирование 10 июля 2025; принята 08 сентября 2025.

**Финансирование:** Исследование не имело финансовой поддержки.

**Права:** © Н. Н. Бузунов (2025). Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Аннотация.** Сегодня реклама вакансий развивается параллельно с развитием высоких технологий. Стремясь привлечь соискателей на рабочие места, рекрутеры тщательно разрабатывают предложения и используют для достижения цели все возможные средства. Первый признак этого стремления можно увидеть в названиях профессий: в то время как одни названия соответствуют специализации профессий, другие предстают в качестве эвфемистических заменителей для названий тех должностей, которые недостаточно ценятся обществом, что, однако, не отвечает реальной неологической потребности. Из-за подобных неологизмов-эвфемизмов объявления отличаются непрозрачностью, которая обусловлена их слабым информационным содержанием и влиянием языка рекламы. Чаще всего эвфемизмы в названиях профессий используются для придания значимости или привлекательного характера этим должностям, а также, в меньшей степени, для смягчения привычных названий, к которым большинство относится негативно. Неологизмы-эвфемизмы со значением смягчения ретушируют отрицательные коннотации, которыми часть общества наделяет стандартные названия низкооплачиваемых профессий, либо профессий, недооцененных в современном обществе. Посредством перифразы образуются новые выражения, которые косвенно называют «низкостатусные профессии», выделяя их достоинства. Цель употребления эвфемистических неологизмов со значением валоризации — повысить ценность традиционных профессий. Новые названия формулируются утонченным языком, который более свойствен рекламному маркетингу, нежели предложениям о работе. Работодатели стремятся представить названия профессий в виде технических терминов, из которых первый относится к обязанности, а второй указывает на специальность. Цель статьи — исследование факторов, влияющих на эвфемизацию названий профессий во французском языке, и разновидностей эвфемистических неологизмов.

**Ключевые слова:** неологизм, эвфемизм, неология формы, политкорректность, валоризация, смягчение негативной коннотации

# Neologisms-euphemisms in the names of professions (based on the material of the French language)

N. N. Bouzounov ✉<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Moscow Pedagogical State University, 88, Vernadsky Ave., Moscow 119571, Russia

## Author

Nikolay N. Bouzounov,  
SPIN: 1847-9553, e-mail:  
[bicolas@bk.ru](mailto:bicolas@bk.ru)

**For citation:** Bouzounov, N. N. (2025) Neologisms-euphemisms in the names of professions (based on the material of the French language). *Language Studies and Modern Humanities*, vol. 7, no. 4, pp. 191–196. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-191-196> EDN BCQXBZ

**Received** 21 May 2025; reviewed 10 July 2025; accepted 08 September 2025.

**Funding:** The study did not receive any external funding.

**Copyright:** © N. N. Bouzounov (2025). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under CC BY License 4.0.

**Abstract.** Nowadays, job advertising is developing in parallel with the development of high technologies. In an effort to attract job seekers, recruiters carefully develop their proposals and use all possible means to achieve the goal. The first sign of this desire can be seen in the names of professions: while some names correspond to the specialization of professions, others appear as euphemistic substitutes for the names of those positions that are insufficiently appreciated by society, which, however, does not meet the real neological need. Due to such neologisms, euphemisms, ads are characterized by opacity, which is due to their weak informational content and the influence of the advertising language. Most often, euphemisms in the names of professions are used to give importance or an attractive character to these positions, as well as, to a lesser extent, to soften familiar names, which most people treat negatively. Neologisms-euphemisms with the meaning of mitigation retouch the negative connotations that a part of society gives to the standard names of low-paying professions or professions that are underestimated in modern society. Through the periphrasis, new expressions are formed, which indirectly name low-status professions, highlighting their advantages. The purpose of euphemistic neologisms with the meaning of valorization is to enhance the value of traditional professions. New names are formulated in a sophisticated language that is more typical of advertising marketing than job offers. Employers tend to present the names of professions in the form of technical terms, of which the first refers to a duty, and the second indicates a specialty. The aim of our article is to investigate the factors influencing the euphemization of professional names in French, as well as the types of euphemistic neologisms.

**Keywords:** neologism; euphemism; neology of form; political correctness; valorization; mitigation of negative connotation

## Введение

В современном мире реклама вакансий развивается параллельно с высокими технологиями и расширением использования интернета. Через Всемирную паутину объявления о вакансиях становятся доступными для пользователей без ограничений во времени и пространстве. Для предприятий, не располагающих достаточным объемом финансовых ресурсов, их распространение через цифровое пространство менее затратно. Соискатели, которые владеют цифровыми технологиями, соответственно, тратят меньше усилий по поиску работы. В результате этого происходит перенос рынка труда в интернет и развитие онлайн-платформ для трудоустройства. Стремясь привлечь соискателей, рекрутеры тщательно разрабатывают свои предложения и используют для достижения цели все средства.

Первый признак этого стремления можно увидеть в названиях профессий: если одни названия отражают их специализацию, то другие

замещают наименования должностей, которые «страдают от недостатка внимания» (Derecker 2013). Подобные эвфемизмы делают объявления о работе сложными для восприятия соискателями, так как они непрозрачны и недостаточно информативны (Bonhomme 2012).

Для эвфемизации названий профессий используются, как правило, синтагматические соединения, перифразы, аббревиатуры и лексические заимствования, которые можно объединить под термином «эвфемистические неологизмы». Во французском языке выделяют три вида неологизмов-эвфемизмов:

- 1) обозначающие новые профессии, для которых отсутствует наименование в языке (неология формы): *community manager* (координатор онлайн-сообщества) или *web-designer* (веб-дизайнер);
- 2) заменяющие устаревшие названия должностей, которые больше не подходят для их обозначения: *account manager* (аккаунт-менеджер), заменяющий *chef comptable* (главный бухгалтер) или *property manager* (проперти-менеджер),

замещающий *gestionnaire immobilier* (управляющий недвижимостью). Английские названия создают у соискателей образ идеальной и модной профессии, поэтому именно англицизмы часто выполняют функцию заменителей аналогичных старых названий, так как являются привлекательными для соискателей;

- 3) направленные на пропаганду названий профессий, ставших обыденными (из-за частоты использования, устаревания). Такие неологизмы, по мнению рекламодателей, способствуют повышению значимости этих профессий благодаря броским наименованиям: *technicien de maintenance aéronautique* (техник по обслуживанию авиационной техники) вместо *mécanicien d'entretien d'avion* (авиамеханик);
- 4) направленные на смягчение негативного восприятия у многих людей низкооплачиваемых профессий или так называемых «черных» занятий (Courthéoux 1998): *technicien du bureau* (офисный техник) вместо *secrétaire administratif* (административный секретарь) (в отличие от термина *secrétaire*, термин *technicien* не указывает на подчинение одного сотрудника другому, но относится к квалифицированному специалисту), *agent de collecte* (агент по сборке мусора) вместо *éboueur* (мусорщик). Далее мы подробнее рассмотрим эвфемистические неологизмы с функцией валоризации и с функцией смягчения.

### Эвфемистические неологизмы с функцией смягчения

Названия «семейных» профессий (*aide à domicile* (помощник по дому)) или парамедицинских (*aide-soignant* (сиделка)) устаревают по мере роста опыта и специализации людей, выполняющих новые функции. Одновременно появляются неологизмы, которые отражают эту эволюцию и смягчают социальные коннотации терминов. Так, например, слово *aide* в названиях *aide-soignant* и *aide à domicile* относится к любому лицу, который помогает другому человеку, которому он, как правило, подчиняется. И именно этот статус субординации маскируют слова *assistant* (ассистент) или *accompagnant* (сопровождающий). Хотя они относятся к одному и тому же человеку, который помогает другому, использование, скажем, термина *assistant* имеет тенденцию к большей нейтральности, так как *assistant* определяется как человек, который assiste другому в области здравоохранения или научных исследований, без ссылки на си-

туацию подчинения. Таким образом, новый термин *assistant de soins en gérontologie* (помощник по геронтологическому уходу), который пришел на замену *aide-soignant*, обозначает новую функцию, которая выходит за рамки примитивной помощи пожилым людям, находящимся в зависимом состоянии. *ASG (assistant de soins en gérontologie)* оказывает поддержку пожилым людям, дает им советы, обеспечивает комфорт, автономию и хорошие жизненные условия. Аналогичным образом, термин *accompagnant* (в перифразе *accompagnant d'élève en situation de handicap* — сопровождающий студента с ОВЗ) получает распространение и приходит на замену *auxiliaire de vie scolaire* (школьный помощник). Слово *accompagnant* является общим термином, который объединяет несколько практик, каждая из которых представляет собой определенную форму сопровождения: советовать, помогать, обучать, направлять. Однако в самом термине есть значение некоего обмена, общения. Он отсылает к идее совместных действий, смещая акцент с идеи помощи человеку с ограниченными возможностями на идею сотрудничества. Задача *accompagnant d'élève en situation de handicap* — поддержать ученика с ОВЗ, облегчить его обучение и способствовать его интеграции в школьную среду, присоединяясь к нему без подтекста «помощи одного человека другому».

По мнению Ж.-К. Буланже, у работников складывается впечатление, что новые наименования их профессий, которые мало ценятся обществом, способствуют продвижению по карьерной лестнице (Boulangier 2000). Например, *femme de ménage* (горничная) или *aide-ménagère* (помощница по хозяйству) «переквалифицированы» в *auxiliaire de vie sociale* (помощник в социальной жизни) — новый эвфемизм, который делает акцент на роли компаньона, сопровождающего человека, о котором заботятся, стараясь создать максимально возможный комфорт и наилучшее содержание домашнего пространства. Выражения *vie* (жизнь) и *vie sociale* (социальная жизнь) придают значимость тем, кто посвящает себя наименее привлекательным задачам (ведение домашнего хозяйства и гигиена), таким образом, акцент ставится на выполнение социально и морально значимой работы, а также на поддержку и сопровождение.

Таким же образом некоторые офисные должности и профессии, связанные с ручным трудом, приобретают иные названия, отличные от первоначальных. Наиболее типичный случай представляет профессия секретаря. Большинство представителей данной профессии испытывают

дискомфорт в связи с недостатком собственной значимости и стремятся к большему социальному уважению, маскируя свою реальную должность за броским эвфемизмом (Dury 2012).

Так, например, термин *secrétaire* (секретарь) часто заменяется другими названиями: *agent / assistant administratif* (административный агент / ассистент); *agent de bureau* (офисный агент); *assistant de gestion administrative* (ассистент по административному управлению); *assistant polyvalent* (универсальный помощник); *technicien de bureau* (офисный техник).

Здесь термин *assistant* смягчает образ иерархических отношений, существующих между сотрудниками, так как призван выполнять те же функции, что и человек, которому он ассистирует. Термин *agent* относится к любому лицу, выполняющему функцию в госсекторе или в частном секторе. Термин *technicien* относится к человеку, который знает или практикует определенную технику, или к квалифицированному профессионалу. Таким образом, выражения *agent administratif*, *agent de bureau*, *technicien de bureau* маскируют любые следы субординации.

Сфера уборки и технического обслуживания также сделала шаг вперед, что выражается в появлении новых терминов, за которыми исчезают стандартные названия. Размытый, более абстрактный характер этих нео-эвфемизмов приводит к смягчению нелицеприятного образа, который складывается у части общества по отношению к представителям этого сектора (Jaubert 2012).

Термин *nettoyeur / balayeur* (уборщик / подметальщик) заменяется на такие названия, как *agent d'entretien (de propreté / de nettoyage)* (агент по уборке); *agent de propreté et d'hygiène* (агент по уборке и гигиене); *technicien d'entretien* (техник по уборке); *technicien de maintenance industrielle* (техник по обслуживанию промышленных предприятий). *Eboueur* (мусорщик) на *agent de collecte (de déchets)* (агент по сборке отходов) или *équipier de collecte* (член бригады по сборке мусора). *Recycleur* (переработчик отходов) становится *technicien du traitement des déchets* (техником по переработке отходов).

Неологизмы-эвфемизмы со значением смягчения способствуют ретушированию негативных коннотаций, которыми часть общества наделяет стандартные названия вышеупомянутых профессий. Именно посредством перифразы образуются новые выражения, которые косвенно называют низкостатусные профессии, выделяя их достоинства. Ввиду применяемых эффектов их часто путают с эвфемистическими неологизмами валоризации, о которых пойдет речь ниже.

## Эвфемистические неологизмы с функцией валоризации

Чтобы повысить ценность традиционных профессий, новые названия формулируются утонченным, пафосным языком, который более свойствен рекламному маркетингу, нежели предложениям о работе. Работодатели стремятся представить названия профессий в виде технических терминов, из которых первый — относится к обязанности, а второй — указывает на искомую специальность. *Agent* (агент), *équipier* (член команды), *opérateur* (оператор), *technicien* (техник), *gestionnaire* (управляющий), *conseiller* (советник) — эти названия имеют тенденцию постепенно замещать термин *employé* (служащий / работник) во многих сферах деятельности, например: *employé de restauration* (работник общепита) заменяется на *agent de restauration* (агент общепита); *employé d'accueil* (сотрудник стойки регистрации) — *agent d'accueil et d'information* (агент по приему и информации); *employé de commerce* (коммерческий служащий) — *agent de commerce* (коммерческий агент).

По мнению работодателей, название должности *employé de restauration* слишком открыто демонстрирует отношения подчинения. Следовательно, оно заменяется на *agent de restauration*, в котором сделан акцент на функции исполнителя (*agent*) или роль посредника, которую играет лицо, ответственное за определенные поручения (*agent*). Хотя это лицо выполняет работу под контролем вышестоящего сотрудника, субординация как бы отходит на задний план (Dury 2012).

Названия профессий ручного труда также подвергаются обновлению, в результате которого *mécanicien* (механик), *électricien* (электрик) и другие заменяются на *technicien*, *agent* и *opérateur*:

- *mécanicien d'entretien d'avion* (авиамеханик) — *technicien de maintenance aéronautique* (техник по обслуживанию авиационной техники); *mécanicien auto / moto* (авто- / мотомеханик) — *technicien de maintenance automobile / moto* (техник по обслуживанию автомобилей / мотоциклов); *plombier* (сантехник) / *ascensoriste* (лифтер) — *monteur en installation sanitaire* (монтер сантехнического оборудования) / *monteur en ascenseur* (монтер лифта);
- *scieur* (пильщик) — *technicien de scierie* (техник по распилке);
- *porcher* (свиновод) — *agent d'élevage en production porcine* (агент по разведению свиней);

— *forgeron* (кузнец) — *opérateur de forge* (оператор по кузнечному делу).

Замечено, что частные сайты используют эвфемизмы, чтобы обозначать ремесленные профессии. Для повышения значимости этих профессий рекламодатели используют новые, иногда чрезмерно валоризирующие перифразы:

- *boucher* (мясник) / *pâtissier* (кондитер) / *épiciier* (бакалейщик) заменяют на *vendeur spécialisé en alimentation* (продавец, специализирующийся на продуктах питания);
- *teinturier* (красильщик) / *blanchisseur* (отбеливатель) на *technicien d'entretien des articles textiles* (техник по уходу за текстильными товарами);
- *coiffeur* (парикмахер) на *styliste-visagiste* (стилист-визажист) или *conseiller en image* (консультант по имиджу);
- *prothésiste ongulaire* (мастер маникюра); на *styliste ongulaire* (маникюрный стилист);
- *relieur* (переплетчик) на *opérateur des médias imprimés* (оператор печатных СМИ).

Если так называемые «средние» и «черные» профессии, которые вызывают определенные подозрения или сомнения относительно методов выполнения работ, приобретают новые эвфемистические названия, то они получают известность и определенное признание в обществе (Courthéoux 1998). Примером служат замены:

- *gardien de magasin* (магазинный охранник) — *inspecteur de magasin* (магазинный инспектор);
- *gardien de prison* (тюремный охранник) — *surveillant d'établissement pénitentiaire* (надзиратель исправительного учреждения);
- *assistant funéraire* (похоронный агент) — *conseiller funéraire* (похоронный консультант).

В обществе складывается впечатление, что новые эвфемизмы повышают до более высоко-

го ранга сотрудников, исполняющих подобную работу (*inspecteur de magasin*) или повышают значение некоторых функций (*conseiller funéraire*).

## Заключение

Таким образом, мы выяснили, что в современном французском языке неологизмы с функцией эвфемизации все чаще используются для обозначения многих видов работ, идет ли речь о профессиях, унижительных в глазах тех, кто ими занимается, или о профессиях, связанных с перспективными областями. В первом случае профессии переименовываются с использованием «смягчающих» средств, чтобы сгладить или свести на нет негативное отношение к ним в обществе и скрыть отношения подчинения. Во втором — эвфемизмы создают у соискателя престижный и модный образ традиционных профессий. Неологизмы-эвфемизмы — это актуальная реальность в современном обществе, которое с их помощью стремится скрыть неблагодарный характер некоторых профессий, повысить значимость нуждающихся в признании профессий, предложить привлекательные рабочие места (часто рискуя исказить наименование профессий). При этом главной целью работодателя является привлечение лучших кандидатов.

## Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

## Conflict of Interest

The author declares that there is no conflict of interest, either existing or potential.

## References

- Bonhomme, M. (2012) La réception de l'euphémisme: entre réussite et échec interactif [The reception of euphemism: Between success and failure interactive]. In: M. Bonhomme, M. de La Torre, A. Horak (eds.). *Études pragmatico-discursives sur l'euphémisme [Pragmatic-discursive studies on euphemism]*. Frankfurt am Main: Peter Lang, pp. 73–88. (In French)
- Boulangier, J.-Cl. (2000) Un épisode des contacts de langues: la néobienséance langagière et le néodiscours lexicographique [An episode of language contacts: the new linguistic awareness and the new lexicographic discourse]. In: M. R. Simoni-Aurembou (ed.). *Français du Canada — Français de France: Actes du cinquième Colloque international de Bellême du 5 au 7 juin 1997 [French from Canada — French from France: Proceedings of the fifth international conference in Bellême from June 5 to 7, 1997]*. Berlin; New York: De Gruyter Publ., pp. 307–324. <https://doi.org/10.1515/9783110936872.307> (In French)
- Courthéoux, J.-P. (1998) Sur les euphémismes de professions et de la société [About euphemisms of professions and society]. *Droit Social*, no. 7–8, pp. 696–703. (In French)

- Depecker, L. (2013) Aperçu sur l'imaginaire des métiers [Overview on the imagination of professions]. *ELA. Études de linguistique appliquée — Applied Linguistics Studies*, no. 171, pp. 297–305. <https://doi.org/10.3917/ela.171.0297> (In French)
- Dury, P. (2012) Le sentiment d'un besoin néologique chez les experts pour remplacer un terme à connotation péjorative: Quelques exemples tirés du domaine médical [The feeling of a neological need among experts to replace a term with derogatory connotations: Some examples from the medical field]. *Neologica*, no. 6, pp. 81–93. (In French)
- Jaubert, A. (2012) Un précieux moins-disant. La pragmatique de l'euphémisme conversationnel [A valuable understatement. The pragmatics of conversational euphemism]. In: M. Bonhomme, M. de La Torre, A. Horak (eds.). *Études pragmatico-discursives sur l'euphémisme. Estudios pragmático-discursivos sobre el eufesimismo [Pragmatic-discursive studies on euphemism]*. Frankfurt am Main: Peter Lang Publ., pp. 91–102. (In French)



УДК 811.112.2

EDN IJXRVW

<https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-197-204>

## Креативное использование немецкого языка в поликодовом тексте праздничного дискурса

В. М. Иваненко<sup>1</sup>, А. Б. Копчук

<sup>1</sup> Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,  
191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48

### Сведения об авторах

Валерия Михайловна Иваненко,  
SPIN-код: 1752-8451, e-mail:  
[ivanenko.valeriia.m@yandex.ru](mailto:ivanenko.valeriia.m@yandex.ru)

Любовь Борисовна Копчук,  
SPIN-код: 4530-5619,  
ResearcherID: Z-3938-2019,  
ORCID: 0000-0002-1885-2047,  
e-mail: [lkopchuk@herzen.spb.ru](mailto:lkopchuk@herzen.spb.ru)

**Для цитирования:** Иваненко, В. М.,  
Копчук, А. Б. (2025) Креативное  
использование немецкого языка  
в поликодовом тексте праздничного  
дискурса. *Исследования языка  
и современное гуманитарное  
знание*, т. 7, № 4, с. 197–204.  
[https://doi.org/10.33910/2686-  
830X-2025-7-4-197-204](https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-197-204) EDN IJXRVW

**Получена** 19 сентября 2025;  
прошла рецензирование  
30 сентября 2025; принята  
29 ноября 2025.

**Финансирование:** Исследование  
не имело финансовой поддержки.

**Права:** © В. М. Иваненко,  
А. Б. Копчук (2025). Опубликовано  
Российским государственным  
педагогическим университетом  
им. А. И. Герцена. Открытый доступ  
на условиях [лицензии СС BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**Аннотация.** Рассматриваются вопросы креативного использования языка в немецкоязычном поликодовом тексте, а именно в онлайн-открытках ко дню рождения. В рамках праздничного дискурса поздравляющие стремятся использовать весь арсенал имеющихся у них средств для положительного воздействия на поздравляемого, на его эмоциональный отклик и при этом выделиться среди других поздравляющих адресата, желая обозначить себя с наиболее выгодной и лучшей стороны. Как показал анализ языкового материала, в открытках ко дню рождения авторами используются механизмы и принципы языковой игры, приводящие к возникновению самой языковой игры, а также иных средств лингвокреативности, из которых наиболее часто используются метафора и игра слов. В поздравительных открытках наиболее часто обнаруживаются такие принципы языковой игры, как принцип ассоциативного наложения, принцип ассоциативной провокации, имитация и аллюзивный принцип. Каждый из них возникает за счет механизмов контекстуальной актуализации значений слова и формально-семантического варьирования, благодаря чему реализуется установка на комический эффект, а вместе с тем и положительное воздействие на адресата. При использовании механизмов и принципов языковой игры, а также при образовании средств лингвокреативности текстовая часть практически во всех случаях неотделима от визуальной. В тексте поздравления она выступает в качестве смыслообразующего компонента, то есть вступает с текстовой частью в интегративные, дополнительные отношения и отношения двойного кодирования. Кроме того, подчеркивается роль культурного контекста в немецкоязычных сообществах, где в такие открытки часто интегрированы культурноспецифичные элементы, современные цифровые тренды, усиливающие эмоциональную связь между отправителем и получателем. Это позволяет достичь большей оригинальности и запоминаемости поздравлений в эпоху цифровой коммуникации.

**Ключевые слова:** лингвокреативность, языковая игра, праздничный дискурс, поликодовый текст, поздравляющий, поздравляемый

# Creative use of the German language in the polycode text of the festive discourse

V. M. Ivanenko <sup>1</sup>, L. B. Kopchuk <sup>✉1</sup>

<sup>1</sup> Herzen State Pedagogical University of Russia, 48 Moika Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

## Authors

Valeria M. Ivanenko,  
SPIN: 1752-8451, e-mail:  
[ivanenko.valeriia.m@yandex.ru](mailto:ivanenko.valeriia.m@yandex.ru)

Lyubov B. Kopchuk,  
SPIN: 4530-5619,  
ResearcherID: Z-3938-2019,  
ORCID: 0000-0002-1885-2047,  
e-mail: [lkopchuk@herzen.spb.ru](mailto:lkopchuk@herzen.spb.ru)

**For citation:** Ivanenko, V. M.,  
Kopchuk, L. B. (2025) Creative use  
of the German language in the  
polycode text of the festive discourse.  
*Language Studies and Modern  
Humanities*, vol. 7, no. 4, pp. 197–204.  
[https://doi.org/10.33910/2686-  
830X-2025-7-4-197-204](https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-197-204) EDN  
IJXR/VW

**Received** 19 September 2025;  
reviewed 30 September 2025;  
accepted 29 November 2025.

**Funding:** The study did not receive  
any external funding.

**Copyright:** © V. M. Ivanenko,  
L. B. Kopchuk (2025). Published  
by Herzen State Pedagogical  
University of Russia. Open access  
under [CC BY License 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Abstract.** The paper discusses the issues of creative use of language in the German-language polycode text, namely in online birthday cards. Within the framework of the festive discourse, congratulators strive to use the entire arsenal of means available to them for a positive impact on the person being congratulated, on his emotional response, and at the same time stand out from other congratulators, identify themselves from the most advantageous and best side. As the analysis of the language material has shown, the authors of birthday cards use the mechanisms and principles of language game, leading to the emergence of the language game itself, as well as other means of linguistic creativity, of which metaphor and pun are most often used. In greeting cards, such principles of language game as the principle of associative overlap, the principle of associative provocation, imitation and the allusive principle are most often found. Each of these principles arises due to the mechanism of contextual actualization of word meanings and the mechanism of formal semantic variation. Due to each of them, the setting for a comic effect is realized, and at the same time, a positive effect on the addressee. When using the mechanisms and principles of the language game, as well as when forming the means of linguistic creativity, the visual part is in almost all cases inseparable from the textual part. In the text of a birthday greeting, this part acts as a semantic component, i. e. it enters into integrative, complementary and double-coding relationships with the text part. In addition, the role of the cultural context in German-speaking communities is emphasized, where such postcards often integrate culturally specific elements and modern digital trends that enhance the emotional connection between the sender and recipient. This allows you to achieve greater originality and memorability of greetings in the era of digital communication.

**Keywords:** language creativity, language game, festive discourse, polycode text, addressee, addresser

## Введение

Целью работы является выделение средств лингвокреативности, используемых в немецкоязычных открытках ко дню рождения.

Данная цель предполагает решение следующих задач:

- представить характеристику понятий *праздничный дискурс* и *лингвокреативность*;
- выявить средства лингвокреативности в языковом материале;
- определить роль визуальной части открытки в образовании лингвокреативных элементов.

В качестве языкового материала, обладающего лингвокреативным потенциалом, были отобраны 100 онлайн-открыток ко дню рождения, размещенные на немецкоязычных онлайн-ресурсах (Amazon.de 2025; Freshideen 2025; Geburtstagssprueche-welt.de 2025; Radbag.de 2025).

Теоретической основой работы послужили труды таких отечественных и зарубежных ученых, как Ю. С. Степанов, А. А. Кибрик (дискурс), Ю. А. Эмер (праздничный дискурс), Д. Б. Бурменская, Р. Кайуа (праздник), Т. А. Гридина (языковая игра), А. М. Ариас (поликодовый текст) (Ариас 2011; Бурменская 2011; Гридина 2008; Кайуа 2003; Кибрик 2009; Степанов 1995; Эмер 2011).

Данное исследование обладает высокой степенью актуальности, поскольку проводилось в рамках современного направления — лингвистики креатива. Лингвокреативность рассматривается не только как присущая человеку способность, но и как важное средство воздействия на адресата в ситуации праздника. Научная новизна исследования обуславливается тем, что в настоящее время отсутствуют исследования, посвященные изучению немецкоязычного праздничного дискурса.

Результаты работы могут быть применены для дальнейших исследований в области

лингвокреативности, а также в разработке таких учебных дисциплин, как стилистика и лингвистика текста, и в практике преподавания немецкого языка, что определяет практическую значимость данного исследования.

## Обсуждение и результаты

### Понятие «праздничный дискурс»

Как не существует единого определения праздничного дискурса, так и не существует общепринятого определения понятия «дискурс». Для дискурса необходимо наличие, в первую очередь, коммуникантов, а вместе с тем и их личностных характеристик, их намерений, определяющих использование ими различных стратегий, тактик в акте коммуникации, который может быть устным или письменным; также важна сама ситуация общения, которая задает как вербальное, так и невербальное поведение, начиная от коммуникации в определенный период времени, заканчивая ее результатом. То есть дискурс — это «единство двух сущностей — процесса языковой коммуникации и получающегося в ее результате объекта, т. е. текста <...> ... дискурс можно изучать и как разворачивающийся во времени процесс, и как структурный объект» (Кибрик 2009, 4). Каждый дискурс особенный, «это первоначально особое использование языка, <...> ... для выражения особой ментальности <...> ... особое использование влечет активизацию некоторых черт языка и, в конечном счете, особую грамматику и особые правила лексики» (Степанов 1995, 38). Таким образом, дискурс представляет собой социально-коммуникативное явление, активизирующее уникальное речевое поведение коммуникантов, меняющееся в зависимости от ситуации. Соответственно, ситуация праздника предполагает наличие праздничного дискурса.

Определение праздничного дискурса предложено в статье Ю. А. Эмер: «Праздничный дискурс — особый тип речевой ритуальной групповой деятельности, в которой текстовый континуум предстает как эстетически обработанный и детерминированный социокультурной ситуацией» (Эмер 2011, 53). Однако данное определение не является исчерпывающим, поскольку тексты любого дискурса являются эстетически обработанными и детерминированными социокультурной ситуацией. Следовательно, *праздничный дискурс* представляет собой особый коммуникативный процесс, ядром которого являются праздник и коммуниканты, а именно поздравляющий и поздравляемый, участвующие в символично-ритуальной деятель-

ности, заданной рамками того или иного праздника и имеющей как вербальную, так и невербальную формы. Поскольку акт коммуникации является центральным, и как процесс, и как «продукт», то последний предстает как текстовая реализация речевых актов пожелания и поздравления. Тексты жанра «*пожелание*» могут включать в себя только речевой акт пожелания, в связи с чем представляются наиболее строгими по наполнению, а тексты жанра «*поздравление*» включают в себя как речевой акт пожелания, так и поздравление, а также дополнительные речевые акты (комплимент, похвала, напутствие и др.).

### Понятие «лингвокреативность»

В настоящее время отсутствует единое определение понятия «лингвокреативность». Объясняется это актуальностью, многогранностью и неизученностью данной темы. Под лингвокреативностью зачастую понимают изменение языковых форм: «...лингвистическая креативность — это своеобразная модификация языковых форм для речевой (дискурсивной) фиксации существующей материальной и иной действительности» (Абдуллаева 2021, 377). В данной дефиниции указано, что изменение языковых форм служит фиксацией всего, что окружает человека. Но это свойственно не только лингвокреативности, но и языку в целом.

Для толкования данного явления необходимы критерии для выявления самой языковой креативности, что на данный момент не представляется возможным, поскольку креативность индивидуальна и плохо соотносима с жесткими критериями оценки. Также важно понимать, что лингвокреативность априори присуща не только человеку, но и языку. В нем самом заложены механизмы креативного использования.

Языковое творчество расположено в области повседневного использования языка (Navkić et al. 2023, 83). Разумеется, креативность в обращении с языком присуща авторам художественных произведений, однако она свойственна и обычным людям в межличностном общении. Границы лингвокреативности размыты: она может начинаться с детского стихотворения на Рождество, а закончиться случайной шуткой в разговоре.

Следовательно, под лингвокреативностью можно понимать творческий когнитивно-коммуникативный процесс деятельности человека, результатом которого является преодоление стандарта и создание нового в языке, а значит, и в культуре.

### *Структура праздника «день рождения»*

Каждому празднику, по мнению Роже Кайуа, свойственны одни и те же нормы и правила. Это «танцы, пение, поглощение пищи, питье» (Кайуа 2003, 219). Важным правилом, который выделяет Р. Кайуа в качестве отдельной функции праздника, является «принцип» воздержания: «...своей неумеренностью коллективные восторги выполняют также и эту функцию — наступают как резкая вспышка после долгого и строгого сжатия» (Кайуа 2003, 221). Умеренность перед этой «резкой вспышкой», как правило, наблюдается во всем: в потреблении пищи, напитков, в межличностном взаимодействии и т. д. Накануне праздника люди сдержаны в потреблении и взаимодействии, чтобы в момент праздника насладиться этим с особой силой. Можно сказать, что такое намерение приводит не просто к объединению коллектива, но и к долгожданной «разрядке», именуемой Р. Кайуа «вспышкой».

К этим же нормам относится и выделяемый «язык ритуала, понятный только для „своих“» (Бурменская 2011, 10). Таким образом, для любого праздника характерны не только особые поведение, состояние и самоощущение, но и иная речь, отличающаяся от повседневной. Во-первых, повседневная речь обычно ориентирована на передачу информации, решение каких-либо бытовых задач или поддержание повседневного взаимодействия, где преобладают нейтральный регистр, простой синтаксис и прямолинейность в формулировках. В отличие от этого праздничная речь эмоционально-экспрессивна: она направлена на создание положительного эффекта, укрепление социальных связей и вызов отклика у адресата. В данном случае активно используются стилистические средства, являющиеся элементами лингвокреативности и имеющие определенные функции в рамках дискурса. Во-вторых, праздничная речь часто следует ритуальным нормам: она включает фиксированные речевые формулы, клише и традиции (например, пожелания здоровья, успеха и счастья). Это отличает ее от спонтанной повседневной речи, в которой доминирует вариативность, зачастую обусловленная контекстом.

«Язык ритуала, понятный только для своих», относится к коду коммуникации, который функционирует внутри закрытой группы или сообщества. Такой язык включает внутренние отсылки, шутки, аллюзии или даже сленг, понятные только участникам события — тем, кто разделяет общий опыт, историю или культурный фон. Например, в семейном празднике таковыми

могут быть прозвища, ссылки на прошлые события или выражения, известные только «своим». Это создает ощущение эксклюзивности, усиливает групповую идентичность и исключает, соответственно, «чужих», делая коммуникацию более приватной и эмоционально насыщенной. В поликодовых текстах такой язык часто интегрируется с визуальными элементами, усиливая эффект «кода для своих». Таким образом, эти компоненты праздника являются частями праздничного дискурса.

В рамках празднования дня рождения выстраивается определенная структура, состоящая из поздравляемого (именинника), поздравляющих (родственников, друзей, коллег, возлюбленных, знакомых и др.) и их невербальной и вербальной деятельности. Вербальная деятельность поздравляющих включает тексты жанров «пожелание» и «поздравление».

Наиболее репрезентативным является текст поздравления, а сам речевой акт поздравления, реализуемый в рамках текстов данного жанра, тяготеет к высокому уровню языковой креативности. Лингвокреативность есть нечто большее, чем «игра» со знаками языка. Это особая деятельность человека, связанная с его внутренним креативным потенциалом. Границы пространства данной деятельности достаточно широки, что позволяет реализовать себя как индивидуальность, отразив собственное Я через язык и в языке.

Используя средства лингвокреативности, поздравляющие стремятся выделить себя среди других, чтобы создать положительный имидж. Кроме того, важным является и постановка поздравляемого в центр конструируемого праздника мира, что обуславливает еще одну цель креативного использования языка — эмоциональное воздействие. Адресанту важно выразить исключительно положительные эмоции чувства.

### *Характерные черты поздравительных открыток ко дню рождения*

Одной из популярных форм поздравления стал поликодовый текст, а именно открытка онлайн-формата, которая в условиях доминирования интернет-коммуникаций стала более востребована, чем материальная открытка. Кроме того, онлайн-открытки предоставляют широкие возможности для креативности, в связи с чем возникает индивидуализация поздравления, поскольку каждый может создать собственную поздравительную открытку, «обладающую потенциалом для „большой творческой и эмоциональной работы“» (перевод наш. — В. И., А. К.) (Makhortykh, Sydorova 2019, 3).

При анализе языкового материала были выявлены общие черты, присущие открыткам, отправляемым ко дню рождения.

1. **Ориентация на поздравляемого.** При поздравлении с днем рождения в центре всегда находится адресат. Любая открытка, направляемая имениннику, используется адресантом с целью эмоционального воздействия благодаря заложенному в текст открытки результату лингвокреативной деятельности, например шутки, метафоры, гиперболы.
2. **Интегративные, дополнительные отношения и отношения двойного кодирования между визуальной и текстовой частями открыток** (Ариас 2011, 63–64). В большинстве случаев текстовая часть поздравления неотделима от визуальной части открытки в той или иной степени, что указывает на равное участие обеих частей в образовании продукта лингвокреативного процесса.
3. **Реализация принципов и, соответственно, механизмов языковой игры.** Равное участие текстовой и визуальной частей поздравления (см. п. 2) не просто приводит к возникновению продукта, а к использованию механизмов языковой игры, базирующихся не только на тексте, но и на изображении открытки. Использование языковой игры также является ключом к возникновению комического эффекта.
4. **Установка на достижение комического эффекта.** Текстовое и визуальное наполнение открытки, а также их взаимодействие на основе механизмов и принципов языковой игры приводят к эффекту комического. Шутка как результат является центром каждой из проанализированных открыток ко дню рождения. Это подтверждает установки адресанта на эмоциональное воздействие на поздравляющего.
5. **Минимальное присутствие речевого акта поздравления в тексте открытки.** В большинстве открыток речевой акт поздравления либо отсутствует, либо реализуется на английском языке: *happy birthday!* (с днем рождения!) На немецком языке встречается редко: *herzlichen Glückwunsch (zum Geburtstag)!* (поздравляю (с днем рождения)!); *alles Gute zum Geburtstag!* (Наилучшие пожелания ко дню рождения!).
6. **Отсутствие указания на пол адресата.** В большинстве поздравлений отсутствует акцентуация на половой принадлежности поздравляемого. В случаях, когда все-таки есть указание на пол, оно присутствует в визуальной части открытки: либо изображается женщина, либо животное женского пола.

### Роль языковой игры в поздравительных открытках ко дню рождения

Во всех открытках воздействие на адресата и комический эффект проявляются благодаря языковой игре, которую Т. А. Гридина определяет, как «форму лингвокреативного мышления, которое основано на ассоциативных механизмах и проявляет способность говорящих к намеренному использованию языкового кода в разных ситуациях речевой деятельности». Такое понимание языковой игры расставляет акценты не на новизне формы или нарушении нормы, а подчеркивает важность личности, ее языковой креативности как «инструмента» (Гридина 2008, 4).

В проанализированном материале наиболее репрезентативным из принципов языковой игры является **принцип ассоциативного наложения**, заключающийся в «актуализации, сближении, сопоставлении, противопоставлении ассоциатов» (Гридина 2008, 39), то есть один из ассоциатов служит фоном для восприятия другого, благодаря чему возникает двуплановость игрового кода.

Например, в открытке (рис. 1) визуальная часть связана с вербальной и буквально вскрывает имплицитный механизм переноса при образовании метафорического значения *alter Sack* (старик). При этом пожелание *Herzlichen*



Рис. 1. Пример реализации принципа ассоциативного наложения  
(Источник: <https://freshideen.com/diy-ideen/lustige-geburtstagssprueche-fuer-maenner.html>)

Fig. 1. An example of the implementation of the principle of associative overlap  
(URL: <https://freshideen.com/diy-ideen/lustige-geburtstagssprueche-fuer-maenner.html>)

*Glückwunsch* (Поздравляю) отступает на второй план содержания, так как расположено в смятом виде и «не на уровне глаз». Таким образом, внимание акцентируется именно на возрасте поздравляемого. При этом эффект комического возникает в результате двуплановости игрового кода, который подчеркивает в данном случае парадокс между стандартной формой и значением знака и новой ассоциативной обработкой языкового образования.

Вторым наиболее часто встречающимся в поздравлениях с днем рождения является **принцип ассоциативной провокации**, «моделирующий ассоциативный контекст актуализации языкового знака, не соответствующий ожиданиям адресата» (Гридина 2008, 39). Это означает, что поздравляемый при первоначальном прочтении открытки считает заложенный в нее провокативный смысл, ведущий к возникновению шуток, но при этом зачастую граничащий с оскорблением. Т. А. Гридина называет данный код языковой игры «провокативным» (Гридина 2008, 39–40). Поскольку существует вероятность оскорбления, например, при невнимательном выборе открытки со стороны адресанта, их использование требует продуманности и осторожности.

Например, основное содержание, а именно эксплицитное поздравление с днем рождения, отсутствует на открытке (рис. 2). В данном случае сам речевой акт поздравления реализуется при помощи языковой игры. Эффект двойного смысла создается благодаря приему аллюзивной отсылки к прототипу. Фраза *mein Beileid* (мой соболезнования) актуализирует смысл поздравления прототипической фразы *Meine Glückwünsche* (Мои поздравления) и одновременно отсылает к буквальному плану описываемой ситуации. Это указывает на использование принципа ассоциативного наложения, а вместе с тем и на реализацию игры слов. В целом очевидно, что изображенная на открытке женщина удивляется и даже ужасается возрасту адресата, что указывает на причину ее соболезнований. Эффект реализации принципа ассоциативной провокации усиливается при помощи наречия *so* с графически удвоенной гласной.

Одним из редко используемых принципов в открытках является **имитация**, под которой понимается «воспроизведение черт изображаемого с применением приемов „остранения“: пародирования, стилизации, акцентирования черт изображаемого на основе гиперболизации или литоты и т. п.» (Гридина 2008, 39).

В открытке (рис. 3), помимо метафоры пути, имплицитно раскрываемой в визуальной части,



Рис. 2. Пример реализации принципа ассоциативной провокации (Источник: <https://freshideen.com/diy-ideen/lustigegeburtstagssprueche-fuer-maenner.html>)

Fig. 2. An example of the implementation of the principle of associative provocation (URL: <https://freshideen.com/diy-ideen/lustigegeburtstagssprueche-fuer-maenner.html>)



Рис. 3. Пример реализации принципа имитации (Источник: <https://freshideen.com/diy-ideen/lustigegeburtstagssprueche-fuer-maenner.html>)

Fig. 3. An example of the implementation of the principle of imitation (URL: <https://freshideen.com/diy-ideen/lustigegeburtstagssprueche-fuer-maenner.html>)

обнаруживается и принцип имитации, заключающийся в стилизации и акцентировании черт изображаемого. Явно взрослый мужчина изображен веселым, катающимся на детском велосипеде, что делает его счастливым. Данное изображение вызывает воспоминания из детства у поздравляемого за счет изображенного гиперболизированного фрагмента из детства, подтверждающегося словами: *Alles, was Spaß macht, hält jung* (Все, что доставляет удовольствие, делает тебя молодым), в которых раскрывается метафора «Молодость — это веселье».

Таким же редко используемым в поздравлениях с днем рождения в онлайн-открытках является **аллюзивный принцип**. Как правило, в основу аллюзивного принципа положены прецедентные тексты, феномены, ситуации. Но наиболее важным при использовании данного принципа является то, что эти прототипические объекты служат «для новой ассоциативной обработки» (Гридина 2008, 6). Такими прототипическими объектами могут быть не только прецедентные тексты, феномены и т. д., но и существующие в действительности объекты, как, например, дорожный знак (рис. 4), известный всем взрослым.

Открытка (рис. 4) представляет собой иконический знак. Поскольку для иконического знака характерно отражение облика реально существующих вещей, то в данном случае числовое обозначение возраста материализуется. Населенный пункт *Nochjung* (еще молодой), перечеркнутый в дорожном знаке, остался позади, и теперь поздравляемый отправляется в пункт под названием *Dreißig* (тридцать). При этом стилистически сниженный композит *Altesau* (старая свинья) буквально означает «старик». Такая открытка, безусловно, требует дополнительного текстового сопровождения, но эффект шуток, создаваемый за счет иконичности и нестандартности лексики, сочетается с метафорой пути, свойственной поздравлениям с днем рождения и возникшей именно благодаря аллюзивному принципу языковой игры.

### Заключение

Таким образом, в большинстве случаев в представленных поликодовых текстах между вербальной и невербальной частями наблюдаются дополнительные отношения, то есть вербальный компонент поясняет, уточняет или конкретизирует смысл визуального компонента, а также интегральные отношения, при которых вербальный компонент невозможно отделить от визуального без потери смысла обоих компонентов.



Рис. 4. Пример реализации аллюзивного принципа (Источник: <https://www.amazon.de/stores/page/3CB330FC-EF1B-402D-8780-6C80634609E7?ingress=-3>)

Fig. 4. An example of the implementation of the allusive principle (URL: <https://www.amazon.de/stores/page/3CB330FC-EF1B-402D-8780-6C80634609E7?ingress=3>)

Наименее актуализированными в поликодовых текстах ко дню рождения оказываются оппозиционные отношения между этими двумя компонентами.

Важным при использовании открыток является не столько речевой акт поздравления или пожелания, сколько положительное эмоциональное воздействие на адресата с помощью шуток. Фактически вся вербальная часть открытки базируется на механизмах языковой игры. Наиболее часто встречающимися механизмами языковой игры в проанализированном материале являются ассоциативное наложение, провокация и интеграция, что приводит к использованию таких средств лингвокреативности, как метафоры, гиперболы, окказионализмы и игра слов.

### Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

### Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest, either existing or potential.

### Вклад авторов

Авторы внесли равный вклад в подготовку публикации.

### Author Contributions

Authors contributed equally to the submission.

## Литература

- Абдуллаева, Ч. Б. (2021) Лингвокреативность в контексте антропоцентризма. *Бюллетень науки и практики*, т. 7, № 3, с. 375–379. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/64/50>
- Ариас, А.-М. (2011) Поликодовый текст как семиотико-семантическое и эстетическое знаковое единство (на примере немецкой карикатуры). *Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов*, № 6 (72), с. 62–64.
- Бурменская, Д. Б. (2011) Праздник как средство самосохранения социальной группы. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. Чита: Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им. Н. Г. Чернышевского, 23 с.
- Гридина, Т. А. (2008) *Языковая игра в художественном тексте*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 165 с.
- Кайуа, Р. (2003) *Миф и человек. Человек и сакральное*. М.: ОГИ, 293 с.
- Кибрик, А. А. (2009) Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов. *Вопросы языкознания*, № 2, с. 3–21.
- Степанов, Ю. С. (1995) Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности. В кн.: Ю. С. Степанов (ред.). *Язык и наука конца XX века: сборник статей*. М.: Институт языкознания РАН, с. 35–73.
- Эмер, Ю. А. (2011) Праздничный дискурс: когнитивно-дискурсивное исследование. *Вестник Томского государственного университета. Филология*, № 4 (16), с. 53–68.
- Havkić, A., Kassem, A., Settineri, J. (2023) Wie sagt man Dinge, die man (noch) nicht sagen kann? Zur Kreativität von Lernaltersprache. In: J. Balzer, M. Schmid, Z. Kalkan-Aydin, S. Jeuk (eds.). *Workshop Deutsch als Zweitsprache, Migration und Mehrsprachigkeit*, vol. 16, pp. 82–103. <https://doi.org/10.18452/25596>
- Makhortykh, M., Sydorova, M. (2019) Animating the subjugated past: Digital greeting cards as a form of counter-memory. *Visual Communication*, vol. 21, no. 1, pp. 28–52. <https://doi.org/10.1177/1470357219890636>

## Sources

- Amazon.de*. (2025) [Online]. Available at: [www.amazon.de](http://www.amazon.de) (accessed 10.02.2025). (In German)
- Freshideen*. (2025) [Online]. Available at: [www.freshideen.com](http://www.freshideen.com) (accessed 10.02.2025). (In German)
- Geburtstagssprueche-Welt.de*. (2025) [Online]. Available at: [www.geburtstagsprueche-welt.de](http://www.geburtstagsprueche-welt.de) (accessed 10.02.2025). (In German)
- Radbag.de*. (2025) [Online]. Available at: [www.radbag.de](http://www.radbag.de) (accessed 10.02.2025). (In German)

## References

- Abdullaeva, Ch. B. (2021) Lingvokreativnos' v kontekste antropotsentrizma [Linguocreativity in the anthropocentric context]. *Byulleten' nauki i praktiki — Bulletin of Science and Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 375–379. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/64/50> (In Russian)
- Arias, A.-M. (2011) Polikodovyy tekst kak semiotiko-semanticheskoe i esteticheskoe znakovoe edinstvo (na primere nemetskoj karikatury) [A policode text as a semiotic-semantic and aesthetic sign unity (using as an example a german caricature)]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov*, no. 6 (72), pp. 62–64. (In Russian)
- Burmenskaya, D. B. (2011) *Prazdnik kak sredstvo samosokhraneniya sotsial'noj gruppy* [A holiday as a means of self-preservation of a social group]. *Extended abstract of the PhD dissertation (Philosophy)*. Chita: N. G. Chernyshevsky Zabaikalsky State Humanitarian Pedagogical University, 23 p. (In Russian)
- Caillois, R. (2003) *Mif i chelovek. Chelovek i sakral'noe* [Le mythe et l'homme. L'homme et le sacre]. Moscow: OGI Publ., 296 p. (In Russian)
- Emer, Yu. A. (2011) Prazdnichnyj diskurs: kognitivno-diskursivnoe issledovanie [Festive discourse: a cognitive-discursive study]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, no. 4 (16), pp. 53–68. (In Russian)
- Gridina, T. A. (2008) *Yazykovaya igra v khudozhestvennom tekste* [Language play in fiction]. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University Publ., 166 p. (In Russian)
- Havkić, A., Kassem, A., Settineri, J. (2023) Wie sagt man Dinge, die man (noch) nicht sagen kann? Zur Kreativität von Lernaltersprache. In: J. Balzer, M. Schmid, Z. Kalkan-Aydin, S. Jeuk (eds.). *Workshop Deutsch als Zweitsprache, Migration und Mehrsprachigkeit*, vol. 16, pp. 82–103. <https://doi.org/10.18452/25596> (In German)
- Kibrik, A. A. (2009) Modus, zhanr i drugie parametry klassifikatsii diskursov [Mode, genre, and other parameters of discourse classification]. *Voprosy yazykoznaniiya*, no. 2, pp. 3–21. (In Russian)
- Makhortykh, M., Sydorova, M. (2019) Animating the subjugated past: Digital greeting cards as a form of counter-memory. *Visual Communication*, vol. 21, no. 1, pp. 28–52. <https://doi.org/10.1177/1470357219890636> (In English)
- Stepanov, Yu. S. (1995) Al'ternativnyj mir, Diskurs, Fakt i printsip Prichinnosti [Alternative World, Discourse, Fact and the Principle of Causality]. In: Yu. S. Stepanov (ed.). *Yazyk i nauka kontsa XX veka: sbornik statej* [Language and Science of the late 20<sup>th</sup> century: A collection of articles]. Moscow: Institute of linguistics of RAS Publ., pp. 35–73. (In Russian)



УДК 81

EDN IVCYLF

<https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-205-217>

## Лингво-когнитивные механизмы упрощения англоязычных юридических текстов

О. М. Литвишко ✉<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Пятигорский государственный университет, 357532, Россия, г. Пятигорск, пр. Калинина, д. 9

### Сведения об авторе

Ольга Михайловна Литвишко,  
SPIN-код: 6539-2336,  
Scopus AuthorID: 57224895519,  
ResearcherID: ABC-9290-2020,  
ORCID: 0000-0001-8430-8501,  
e-mail: [info@pgu.ru](mailto:info@pgu.ru)

### Для цитирования:

Литвишко, О. М. (2025)

Лингво-когнитивные механизмы  
упрощения англоязычных  
юридических текстов.

*Исследования языка и современное  
гуманитарное знание*, т. 7, № 4,  
с. 205–217. [https://doi.org/10.33910/  
2686-830X-2025-7-4-205-217](https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-205-217)

EDN IVCYLF

Получена 30 мая 2025; прошла  
рецензирование 13 октября 2025;  
принята 29 октября 2025.

**Финансирование:** Исследование  
не имело финансовой поддержки.

**Права:** © О. М. Литвишко (2025).  
Опубликовано Российским  
государственным педагогическим  
университетом им. А. И. Герцена.  
Открытый доступ на условиях  
[лицензии CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Аннотация.** Рассмотрена актуальная проблема преодоления текстовой сложности и когнитивных барьеров при восприятии юридического английского языка неспециалистами. В условиях глобальной демократизации языка, обусловленных в том числе глобализацией и цифровой трансформацией правового поля, возрастает потребность в упрощении англоязычных юридических текстов, которые характеризуются терминологической насыщенностью, синтаксической сложностью и высокой степенью абстракции, что затрудняет понимание правовых норм неспециалистами. Цель работы заключается в разработке и обосновании лингво-когнитивных механизмов упрощения юридических текстов, что позволит одновременно повысить их доступность для широкой аудитории и сохранить точность правового содержания. Достижение поставленной цели требует проведения анализа существующих подходов к упрощению юридических текстов на английском языке, выявления основных лингвистических и когнитивных факторов сложности англоязычного юридического текста, разработки технологий лексико-семантического и морфосинтаксического упрощения с учетом характерных для языка права механизмов когнитивного восприятия. Научная новизна исследования заключается в комплексном применении лингвистических и когнитивных стратегий для упрощения юридических текстов на английском языке. В практической части работы представлен анализ фрагмента юридического текста и его преобразование с использованием разработанных технологий и когнитивных стратегий — фреймового анализа, концептуальной категоризации, в результате которого демонстрируется эффективность предложенного подхода. Полученные результаты могут найти практическое применение в совершенствовании методов преподавания юридического английского языка и дальнейшей разработке механизмов упрощения профессиональных текстов.

**Ключевые слова:** юридический английский язык, упрощение текста, сложность текста, когнитивные барьеры, юридический дискурс, демократизация языка

# Linguistic and cognitive mechanisms of simplification of English-language legal texts

O. M. Litvishko <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Pyatigorsk State University, 9 Kalinin Ave., Pyatigorsk 357532, Russia

## Author

Olga M. Litvishko, SPIN: 6539-2336,  
Scopus AuthorID: 57224895519,  
ResearcherID: ABC-9290-2020,  
ORCID: 0000-0001-8430-8501,  
e-mail: [info@pgu.ru](mailto:info@pgu.ru)

**For citation:** Litvishko, O. M. (2025) Linguistic and cognitive mechanisms of simplification of English-language legal texts. *Language Studies and Modern Humanities*, vol. 7, no. 4, pp. 205–217. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-205-217>  
EDN IVCYLF

**Received** 30 May 2025;  
reviewed 13 October 2025;  
accepted 29 October 2025.

**Funding:** The study did not receive any external funding.

**Copyright:** © O. M. Litvishko (2025).  
Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under CC BY License 4.0.

**Abstract.** The present study is devoted to the urgent problem of overcoming textual complexity and cognitive barriers in the perception of legal English by non-specialists. In the context of the global democratization of language, caused, among other things, by globalization and the digital transformation of the legal field, there is an increasing need to simplify English-language legal texts, which are characterized by terminological abundance, syntactic complexity and a high degree of abstraction, which makes it difficult for non-specialists to understand legal norms. The aim of the work is to develop and substantiate linguistic and cognitive mechanisms for simplifying legal texts, which will simultaneously increase their accessibility to a wide audience and preserve the accuracy of the legal content. Achieving this goal requires analyzing existing approaches to simplifying legal texts in English, identifying the main linguistic and cognitive complexity factors of an English-language legal text, and developing technologies for lexico-semantic and morphosyntactic simplification, taking into account the mechanisms of cognitive perception characteristic of the language of law. The scientific novelty of the research lies in the complex application of linguistic and cognitive strategies to simplify legal texts in English. The practical part of the paper presents an analysis of a fragment of a legal text and its transformation using the developed technologies and cognitive strategies — frame analysis, conceptual categorization, as a result of which the author demonstrates the effectiveness of the proposed approach. The results obtained can find practical application in improving methods of teaching legal English and further developing mechanisms for simplifying professional texts.

**Keywords:** legal English, simplification of text, text complexity, cognitive barriers, legal discourse, democratization of language

## Введение

Смена социокультурной парадигмы, наряду с процессами интернационализации и глобализации, способствовали распространению в современной лингвистике идей демократизации языка, в наиболее общем виде выражающихся в «сближении устной и письменной форм речи, смешении стилей речи, повышении экспрессивности речи, проникновении единиц языка обиходно-бытовой сферы общения в общественно-политическую сферу общения, усилении действия тенденции экономии языковых средств и т. п.» (Бреусова 2017, 128). Действительно, различные профессиональные типы дискурса в разной степени испытали влияние данной тенденции. Например, язык СМИ, политический дискурс, а также литературный язык подверглись «наиболее сильной нивелировке языка и упрощениям в нем» в результате воздействия экстралингвистических факторов, таких как смена культурно-идеологических установок, изменение состава социума, что

также сопровождается «крупнейшими изменениями контингента носителей (т. е. социально-го субстрата)» (Поливанов 1968, 139).

Юридический английский язык не стал исключением на пути к общему упрощению и снижению формализма в построении высказываний, о чем свидетельствует активно развивающееся с 1970-х годов в англоязычных и европейских странах движение *Plain English*, подразумевающее «выдвижение теоретических обоснований необходимости и возможности упрощения официально-деловых текстов с целью сделать их доступными для понимания абсолютному большинству пользователей языка» и изложение официальных документов доступным языком, «избегая канцеляризмов и специальной терминологии, без потерь для смыслового и правового содержания текстов» (Осокина, Афанасьев 2023, 80).

Не вызывает сомнений тот факт, что юридический английский язык как один из типов специализированного языка отличается высокой степенью сложности (Литвишко 2023а; Литвишко

2023b), что проявляется в его лексико-семантических и морфосинтаксических характеристиках (Litvishko et al. 2025), затрудняя его понимание неспециалистами. Действительно, сложность юридического английского языка неоднократно подвергалась критике, а сам язык характеризовался как «неясный, напыщенный и скучный» (Mellinkoff 2024, 25–29), «многословный, <...> избыточный, <...> тяжеловесный, <...> архаичный, напыщенный и нечеткий» (Goldstein, Lieberman 2003, 3). Полагаем, что в данной характеристике не обошлось без преувеличений, однако, по существу, юридический английский язык в самом деле можно справедливо охарактеризовать как исключительно трудный для восприятия, поскольку такие его особенности, как терминологическая насыщенность, синтаксическая усложненность и высокая степень абстракции создают существенные барьеры для понимания.

В современном обществе, где правовая грамотность становится все более востребованной, возникает необходимость в упрощении юридического языка, чтобы сделать его доступным для понимания широкой аудиторией.

Упрощение, или адаптация, профессиональных текстов, является актуальной проблемой лингвистических и лингводидактических исследований, что подтверждается многочисленными научными публикациями по теме (Бесценная и др. 2020; Бреусова 2017; Дьякова 2009; Коротышев 2017; Мыскин, Кудрявцев 2022; Чапаева 2013). Учитывая тот факт, что под адаптацией часто понимается переводческий прием\*, мы намеренно уходим от использования данного термина, отдавая предпочтение термину «упрощение», поскольку исследование не ставит своей целью рассмотрение вопросов перевода англоязычного юридического текста на русский или любой другой язык и межъязыкового сопоставления.

## Методы и материал

Анализ релевантной научной литературы показал, что работы российских исследователей посвящены двум основным темам:

1) развитие движения за упрощение юридического английского языка / «за» и «против» консерватизма юридического английского языка (Волков 2024; Давыдова 2023; Кокора 2024; Костоварова 2023; Осокина, Афанасьева 2023);

2) юридический английский язык как *lingua franca* профессионального общения (Хижняк 2021; Яроцкая 2018).

Отечественные авторы анализируют различные подходы к проблеме упрощения, разрабатывают методы работы с профессиональными юридическими текстами, однако не предлагают каких-либо конкретных технологий упрощения непосредственно самих текстов.

Зарубежными исследователями накоплен достаточной большой теоретический опыт в осмыслении исследуемой проблемы, а также в разработке технологий и методов упрощения (Assy 2011; Cutts 2020; Darville, Reid 1985; Garner 2023; Gowers et al. 1986; Martineau 1991; Randall 2014; Zariski 2014), однако нельзя сказать, что в англоязычном академическом сообществе присутствует единая позиция по данному вопросу. Главным контраргументом выступает мнение о том, что эффективное применение закона требует специальных знаний, которые выходят далеко за рамки понимания значения слов, используемых для его передачи (Assy 2011; Penman 1992), т. е. проблема труднодоступности юридических текстов заключается не столько в сложности языка, сколько в сложности предметной области, т. е. права.

Цель проводимого исследования состоит в разработке и обосновании лингво-когнитивных механизмов упрощения англоязычных юридических текстов, что будет способствовать повышению их доступности для широкой аудитории путем коррекции когнитивных искажений и снижения когнитивных барьеров.

Под искажениями в рамках исследования понимаются нарушения восприятия и понимания юридических текстов, которые вызваны ограничениями человеческой памяти, внимания и интерпретации. Когнитивные барьеры определяются как психологические факторы восприятия, затрудняющие усвоение сложных юридических конструкций. Использование механизмов упрощения, описанных в данном исследовании, нацелено на минимизацию когнитивных барьеров посредством лингвистических преобразований текста на уровне семантики, синтаксиса и его концептуальной структуры. Используемые когнитивные инструменты включают фреймовый анализ (Goffman 1986) и концептуальную категоризацию (Лакофф 2004; Филясова 2024; Langacker 2000).

Достижение указанной цели требует применения таких методов исследования, как контент-анализ и лексико-семантический анализ для выявления лексических маркеров сложности; контент-анализ и синтаксический анализ

\* Отметим, что нам знакомо широкое значение адаптации как любого преобразования текста, создающего предпосылки для адекватного и полного понимания этого текста читателем, однако считаем, что в контексте настоящего исследования «упрощение» является наиболее приемлемым термином.

для определения синтаксической сложности; структурный анализ; фреймовый анализ и концептуальная категоризация.

Контент-анализ, используемый в исследовании, носит качественный характер и сочетается с элементами структурного анализа. Основой определения маркеров лексической и синтаксической сложности выступают: система трудностей юридического английского языка, описанная в работе «Язык права» (Mellinkoff 2024); список рекомендаций по использованию простого языка для юристов, приведенный в книге *Plain English for Lawyers* («Простой английский для юристов») (Wydick 2005); система маркеров лексической и синтаксической сложности, разработанная коллективом российских авторов по результатам анализа и систематизации трудностей юридического английского языка (Litvishko et al. 2025).

Сочетание используемых методов обеспечивает системное выявление элементов, представляющих трудности в восприятии и способствующих повышению когнитивной нагрузки на читателя.

## Результаты и обсуждения

Прежде чем рассмотреть лингво-когнитивные механизмы упрощения юридических текстов на английском языке, кратко остановимся на его особенностях, которые делают его трудным для восприятия.

### Лингвистические факторы сложности юридического английского языка

Анализ различных источников показал, что в рамках юридического дискурса можно выделить ряд параметров на разных уровнях языка, которые можно рассматривать как факторы языковой сложности данного типа профессионального дискурса.

Приводимый ниже пример — образец письма с предложением об урегулировании задолженности:

*If you accept my offer, please send written confirmation to my address listed above. Once I receive your written confirmation, I will mail payment to your organization within five business days. If you wish to discuss this settlement, I can be reached at (insert daytime phone number with area code). However, please understand that I will not make any payment until receiving written confirmation that you accept my offer.*

[Если вы принимаете мое предложение, пожалуйста, отправьте письменное подтверждение по указанному выше адресу. После получения вашего

письменного подтверждения я отправлю платеж вашей организации в течение пяти рабочих дней. Если вы хотите обсудить этот вопрос, вы можете связаться со мной по телефону (укажите номер телефона с кодом города). Однако, пожалуйста, имейте в виду, что я не произведу никакого платежа до получения письменного подтверждения о принятии вами моего предложения] (Free sample debt settlement offer letter).

В приведенном примере фиксируем использование стандартных фраз-клише: *listed above* (указанное выше); *within five business days* (в течение пяти рабочих дней); *I can be reached at* (со мной можно связаться по адресу). Как отмечают исследователи (Cutts 2020; Mellinkoff 2024), для юридического английского языка характерно использование речевых клише; данная особенность обусловлена влиянием латинского канцелярского стиля письменной речи, а также стремлением к формализации языка изложения вне зависимости от того, к какой отрасли права относится текст документа. Типичными особенностями юридической лексики также являются термины, профессионализмы, терминологизированные единицы, устойчивые юридические словосочетания, местоименные наречия, биномальные фразы, заимствованные слова, архаизмы, абстрактные слова (Литвишко, Черноусова 2018; Чернышев 2016; Ширяева и др. 2023).

Синтаксические особенности юридического английского языка также обусловлены влиянием латинского канцелярского стиля. В приведенном выше примере наблюдаем использование условных предложений, придаточного предложения времени, дискурсивного маркера *however* (однако), что в целом характерно для юридических текстов так же, как и ряд других средств, включая вводные и обособленные обороты, простые распространенные предложения со множественными однородными членами, уточнения и пояснения, несколько уровней подчинительной связи (Литвишко 2023а; Литвишко, Черноусова 2018; Чернышев 2016; Ширяева и др. 2023; Litvishko et al. 2025).

Несмотря на универсальность синтаксических конструкций, используемых в представленном примере, отметим, что они приобретают специфическую сложность вследствие обилия номинализаций (*confirmation, payment, settlement*) (подтверждение, оплата, расчет) и сложных логических связей, а сочетание условных предложений, маркера *however* в сопровождении сложных уточнений и формальных условий, выраженных серией придаточных предложений в составе одного сложноподчиненного

предложения, требует повышенных когнитивных усилий для правильной интерпретации.

### *Когнитивные аспекты юридического английского языка*

Сложность юридического английского языка обусловлена не только его лингвистическими особенностями, но и когнитивными процессами, связанными с восприятием юридического текста. Исследователи отмечают, что мозг человека лучше воспринимает информацию, которая совпадает с его предыдущим опытом; подается в виде четких, структурированных блоков; подкрепляется примерами и/или визуализацией. Здесь особой актуальностью обладает теория об «ожиданиях читателя» (*reader expectation*), предложенная Дж. Гопеном: «...информация понимается легче и единообразнее, если она размещена там, где большинство читателей ожидают ее найти» (Goren, Swan 1990, 550). Не меньший интерес в данном контексте представляет «ориентированный на аудиторию подход к написанию текстов» (*audience-centered writing*) Дж. Уильямса: говоря о способах и стратегиях восприятия и понимания текста потенциальным читателем, исследователь отмечает, что «то, что мы ищем на странице, — это сигналы, которые помогают нам понять, какие части наших предварительных знаний следует включить в текст и как мы можем интегрировать прочитанное с имеющимися у нас знаниями» (Williams, Bizup 2016, 114). Разделяя данное мнение, Т. Голдстейн и Дж. К. Либерман приводят пример таких ожиданий — логический порядок изложения, фиксированный порядок слов в английском языке, отмечая, что «при толковании значения предложения все образованные читатели, владеющие английским языком, полагаются на правила и условности, касающиеся порядка слов, соответствия формул, знаков препинания и тому подобного. Предложения, которые не соответствуют этим ожиданиям читателя, будут неправильно истолкованы или проигнорированы» (Goldstein, Lieberman 2003, 108).

При этом отметим, что юридические тексты часто нарушают эти принципы: они абстрактны, насыщены отсылками к связанным с ними нормативным актам и требуют от читателя предварительных знаний, которые отсутствуют у неспециалиста. Поэтому трудности при чтении и толковании текстов законов или договоров могут возникать даже у грамотных людей.

Право, как известно, опирается на четкие категории, такие как, например, вина, преступление, не дающие повода для двусмысленности

в оценке действий. Однако даже незначительные изменения формулировок могут изменить восприятие того или иного деяния как специалистом, так и неспециалистом. Использование когнитивных стратегий может выступать эффективным механизмом, способствующим коррекции когнитивных искажений и снижению когнитивных барьеров.

Так, например, при помощи фреймового анализа представляется возможным выделить в тексте ключевые смысловые и структурные элементы (фреймы). Толкование сложных юридических понятий при помощи фреймов активизирует ассоциативные цепочки. Учитывая, что «социальные рамки обеспечивают фоновое понимание событий» (Goffman 1986, 22), объяснение через знакомые адресату ситуации, сценарии и сравнение с известными ему понятиями упрощает интерпретацию сложных юридических текстов.

Использование концептуальной категоризации помогает упростить терминологию и выстроить иерархию понятий, представленных в тексте. Сложные термины можно заменить более простыми лексемами, а раскрытие системы связей между используемыми понятиями дает возможность адресату различать в тексте более важные и менее важные понятия.

### *Механизмы упрощения англоязычного юридического текста*

Ключевыми механизмами упрощения англоязычного юридического текста выступают снижение лексической и синтаксической сложности, а также когнитивные стратегии: фреймовый анализ и концептуальная категоризация. Рассмотрим каждый из механизмов более подробно.

В качестве эффективного механизма снижения лексической и синтаксической сложности юридического текста на английском языке предлагаем использовать разработанные нами технологии лексико-семантического и морфосинтаксического упрощения, использование которых доказало свою эффективность в процессе преподавания дисциплины «Иностранный язык в сфере юриспруденции» на 2–3-м курсах Юридического института Пятигорского государственного университета. Продемонстрируем данные технологии на примере преобразования текстов кейса по теме «*Litigation and Arbitration*» (Судебные разбирательства и арбитраж) из учебника *Introduction to International Legal English* (Введение в международный юридический английский язык) (Krois-Lindner, Firth 2008, 122–123).

Технологии лексико-семантического и морфосинтаксического упрощения включают алгоритм действий, представленный в таблице 1.

Документом, на основе которого студенты должны разработать вариант решения проблемы, представленной в кейсе, выступает *Equal Pay Act* (1970). В учебнике приводится следующий фрагмент из юридического документа:

*(4) A woman is to be regarded as employed on like work with men if, but only if, her work and theirs is of the same or a broadly similar nature, and the differences (if any) between the things she does and the things they do are not of practical importance in relation to terms and conditions of employment; and accordingly in comparing her work with their regard shall be had to the frequency or otherwise with which any such differences occur in practice as well as to the nature and extent of the differences.*

[Женщина должна рассматриваться как работающая наравне с мужчинами, если, но только если, ее работа и их работа носят одинаковый или в целом сходный характер, и различия (если таковые имеются) между тем, что она делает, и тем, что делают они, не имеют практического значения в отношении к условиям найма; и, соответственно,

при сравнении ее работы с ними следует учитывать частоту или иное проявление любых таких различий на практике, а также характер и степень этих различий] (Krois-Lindner, Firth 2008, 123).

Перейдем к работе с текстом по указанному в таблице алгоритму.

Первый этап — анализ языкового материала.

Контент-анализ: в тексте разъясняется принцип равной оплаты труда для мужчин и женщин с акцентом на выявление различий в выполняемой работе, их частоты и значимости.

Лексический анализ выявил использование профессиональных терминов: *'be employed'* (быть трудоустроенным), *'like work'* (равноценная работа), *'terms and conditions'* (условия), *'employment'* (занятость, найм); лексических единиц, свойственных формальному стилю изложения: *'be regarded'*, *'of the same or a broadly similar nature'*, *'in relation to, accordingly'*, *'regard shall be had'*.

Выявленные термины и юридические обороты речи представляют определенные трудности в восприятии неспециалистами, поскольку их правильное понимание требует специализированных знаний. Так, в частности,

Табл. 1. Алгоритм действий в рамках технологий упрощения

Этап I. Анализ языкового материала	
1. Контент-анализ и лексический анализ	1. Контент-анализ и синтаксический анализ
2. Выявление маркеров лексической сложности в тексте	2. Выявление маркеров синтаксической сложности в тексте
Этап II. Работа со справочным материалом	
1. Работа со словарями — поиск общеупотребительных эквивалентов	1. Работа с таблицей синтаксических трудностей — выбор вариантов преодоления трудностей
Этап III. Лексико-семантическое / синтаксическое упрощение	
1. Замена сложных юридических элементов общеупотребительными	1. Замена сложных синтаксических конструкций на более простые
2. Проверка соответствия общеупотребительных эквивалентов контексту	2. Проверка соответствия используемых конструкций контексту

Table 1. Algorithm of activities within the technologies of simplification

Stage I. Analysis of language material	
1. Content analysis and lexical analysis	1. Content analysis and syntax analysis
2. Identification of lexical complexity markers in the text	2. Identification of syntactic complexity markers in the text
Stage II. Working with reference material	
1. Working with dictionaries — searching for common equivalents	1. Working with the table of syntactic difficulties — choosing ways to overcome difficulties
Stage III. Lexico-semantic / syntactic simplification	
1. Replacing complex legal elements with commonly used ones	1. Replacing complex syntactic constructions with simpler ones
2. Checking whether the common equivalents used correspond to the context	2. Checking whether the constructions used correspond to the context

полагаем, что биномиальная фраза ‘*terms and conditions*’ вызовет непонимание, поскольку, по сути, компоненты в ней являются синонимами, соответственно, использование второго компонента не несет смысла, его использование избыточно (Гросс, Шевченко 2024, 92). Модальный глагол *shall*, по мнению некоторых исследователей имеющий «расплывчатую семантику» (Крапивкина 2016, 115), может быть ассоциирован с будущим временем, а не как глагол долженствования, соответственно, его использование может вызвать двусмысленность толкования правовой нормы. В данной связи отметим, что в рамках «Движения за простой английский» в ряде стран, в частности в Австралии, Новой Зеландии и ЮАР, активно распространяется тенденция полного отказа от использования глагола *shall* в юридических документах (*shall-free legislation*) (Garzone 2013, 69). Использование конструкции ‘*to be to*’ как эквивалента модального глагола долженство-

вания также может стать причиной неправильного понимания текста.

Анализ факторов синтаксической сложности англоязычного юридического текста позволил выделить ряд проблем, с которыми сталкиваются непрофессионалы, а также разработать способы их решения (табл. 2).

Синтаксический анализ исследуемого текста выявил использование страдательного залога, условного предложения, пояснения. По структуре фрагмент представляет собой сложноподчиненное предложение с несколькими уровнями подчинительной связи. Также отметим, что предложение содержит 94 слова, что слишком много даже для юридического языка. Как справедливо отмечают Т. Голдстейн и Дж. Либерман, «чем длиннее ваши предложения и чем больше идей они содержат, тем меньше вероятность того, что ваши читатели поймут, усвоят или запомнят ваши тезисы» (Goldstein, Lieberman 2003, 108). Безусловно, предложение такой длины,

Табл. 2. Синтаксические проблемы и варианты их решения

Проблема	Вариант решения
Избыточные слова и фразы	Устранить лишнюю информацию
Сложноподчиненное предложение с несколькими уровнями подчинительной связи	Разбить длинное предложение на несколько коротких, убедившись, что каждое короткое содержит одну мысль
Номинализация	Заменить на глагольные формы
Страдательный залог	Заменить на действительный залог
Двойное отрицание	Заменить на утверждение
Однородные члены с непараллельными конструкциями	Заменить на однородные члены с одинаковой грамматической структурой
Длинные цепочки предлогов	Переформулировать предложения
Инверсия	Переформулировать предложения
Вводные/обособленные обороты, в том числе в середине предложения	Разделить на несколько фрагментов

Table 2. Problems in syntax and options to solve them

Problem	The solution option
Redundant words and phrases	Remove unnecessary information
A compound sentence with several levels of subordination	Break a long sentence into several short ones, making sure that each short sentence contains one thought
Nominalization	Replace with verb forms
Passive voice	Replace with Active voice
Double negation	Replace with a statement
Homogeneous parts with non-parallel constructions	Replace with homogeneous parts with the same grammatical structure
Long chains of prepositions	Reformulate sentences
Inversion	Reformulate sentences
Introductory phrases / parentheses, including in the middle of a sentence	Split into several fragments

осложненное терминами и юридическими оборотами, будет представлять для неспециалистов существенные трудности в понимании.

Далее поясним, как когнитивные стратегии могут использоваться в качестве механизма упрощения.

Прежде всего, в процессе анализа текста предлагается идентифицировать и классифицировать фреймы для того, чтобы понять, какие тематические группы понятий содержатся в тексте и как они связаны между собой. Далее необходимо разделить предложения в тексте на более простые части в соответствии с выделенными фреймами и пояснить связи между ними, используя доступные понятия. Сложные формулировки при этом заменяются упрощенными концептуальными категориями.

Работа с данным фрагментом текста с использованием когнитивных стратегий как механизма упрощения включала следующие действия:

1) выявление главных фреймов. Ключевыми фреймами в данном фрагменте текста являются следующие: критерий занятости, характер работы, отличия в работе мужчин и женщин, значимость этих отличий — влияние на условия труда и оплату, частота различий в выполнении задач;

2) разделение исходного предложения на части в соответствии с выделенными фреймами. Обращаем внимание на связи между ними, параллельно с этим выделяем все случаи лексической и синтаксической сложности, которые требуют упрощения:

— критерий занятости: *A woman is to be regarded as employed on like work with men;*

— характер работы: *A woman is employed on like work with men, work of the same or a broadly similar nature;*

— отличия в работе мужчин и женщин: *the differences (if any) between the things she does and the things they do;*

— значимость отличий: *the differences (if any) between the things she does and the things they do are not of practical importance in relation to terms and conditions of employment;*

— частота различий в выполнении задач: *regard shall be had to the frequency or otherwise with which any such differences occur in practice as well as to the nature and extent of the differences.*

Анализ взаимосвязей между фреймами позволил разработать матрицу связей (табл. 3), в которой выделяются следующие виды: прямая связь и взаимозависимость (B) / *interdependence* (I), опосредованная связь (C) / *connection* (C), зависимость полноты понимания фрейма от значения другого фрейма (З) / *dependence* (D). Пересечение в матрице критерия с самим собой обозначено «—».

Далее следует этап концептуальной категоризации, в результате чего сложные выражения и конструкции заменяются на упрощенные варианты.

Учитывая предложенные в таблице 2 варианты решения выявленных в исследуемом тексте проблем, а также осуществив подбор общепотребительных эквивалентов для используемых в тексте терминов на основе результатов фреймового анализа и концептуальной

Табл. 3. Матрица связей между главными фреймами в тексте

Критерии	Критерий занятости	Характер работы	Отличия	Значимость отличий	Частота
Критерий занятости	—	B	З	З	З
Характер работы	B	—	B	C	C
Отличия	З	B	—	B	C
Значимость отличий	З	C	B	—	C
Частота	З	C	C	C	—

Table 3. Matrix of links between the main frames in the text

Criteria	Employment	Work nature	Differences	Significance	Frequency
Employment	—	I	D	D	D
Work nature	I	—	I	C	C
Differences	D	I	—	I	C
Significance	D	C	I	—	C
Frequency	D	C	C	C	—

категоризации, предлагаем следующий вариант преобразования текста:

*A woman's work should be considered equal to a man's work when their jobs are essentially the same or very similar, and any differences in their duties don't significantly influence their pay or working conditions. When making this comparison, it is necessary to consider how often these differences occur in practice, and how important these differences are.*

[Женский труд следует считать равным мужскому, если их обязанности по сути одинаковы или очень похожи, а любые различия в их обязанностях не оказывают существенного влияния на заработную плату или условия труда. При проведении такого сравнения необходимо учитывать, как часто эти различия встречаются на практике и насколько они важны.]

С позиций морфосинтаксического упрощения отметим, что снижение уровня сложности достигается в приведенном варианте путем перехода к действительному залогу — страдательный залог в юридических текстах усложняет понимание последовательности событий за счет увеличения дистанции между субъектом действия и результатом. Замена модального глагола *shall* на *should* способствует сохранению юридической обязательности, избегая при этом возможности двусмысленного толкования.

Текст, преобразованный с использованием разработанных нами технологий, а также с учетом когнитивных стратегий, содержит два предложения, которые вместе включают 57 слов. Первоначальное длинное предложение разбито на два более коротких, что позволяет мысленно разделить информацию на два блока. В первом дается определение равнозначной работе при помощи общеупотребительных лексических единиц — *equal, same, similar*. Во втором представлено пояснение того, при каких условиях должны учитываться различия в работе мужчины и женщины — их частотность проявления и значимость.

Помимо замены терминов на общеупотребительные лексические единицы и морфосинтаксического преобразования — замены страдательного залога действительным, устранения

условного предложения с отрицанием, в упрощенном варианте текста наблюдается четкое структурирование информации, при этом ее раскрытие происходит постепенно — сначала поясняется базовое правило сравнения, а затем уточняются его критерии. Когнитивная нагрузка снижена за счет упрощения синтаксических конструкций, конкретизации абстрактных формулировок и введения знакомых неспециалисту лексических единиц. Информация представлена с соблюдением логической последовательности изложения, существенные условия выражены точно, юридический смысл сохранен.

## Заключение

В результате проведенного исследования успешно апробирована комплексная процедура упрощения англоязычного юридического текста, включающая технологии лексико-семантического и морфосинтаксического упрощения текста с применением когнитивных стратегий фреймового анализа и концептуальной категоризации, что позволило не только упростить исследуемый текст с точки зрения его лексических и синтаксических особенностей, но также минимизировать когнитивные барьеры, повысив доступность правовой информации с сохранением юридической точности исходного текста. Перспективы исследования видятся во внедрении полученных результатов в практику преподавания юридического английского языка, расширении корпуса и апробации данной технологии на большем объеме материалов, представляющих различные типы профессионального дискурса.

## Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

## Conflict of Interest

The author declares that there is no conflict of interest, either existing or potential.

## Литература

- Бесценная, В. В., Федяева, Е. В., Воробьев, Р. А. (2020) Адаптация профессионально ориентированных текстов делового стиля в военном вузе: проблемы и пути решения. *Вестник ОмГПУ. Гуманитарные исследования*, № 2 (27), с. 120–123. <https://doi.org/10.36809/2309-9380-2020-27-120-123>
- Бреусова, Е. И. (2017) Графико-орфографическое оформление современных текстов как проявление демократизации и интернационализации языка. *Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета*, № 9, с. 128–135.

- Волков, Д. А. (2024) Концепция простого юридического языка — основной вектор развития юридической техники англосаксонских стран. *НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право*, т. 49, № 1, с. 63–70. <https://doi.org/10.52575/2712-746X-2024-49-1-63-70>
- Гросс, М. А., Шевченко, Е. Б. (2024) Анализ понятий «биномиал» и «дублет» в контексте исследований юридического английского. *Современные исследования социальных проблем*, т. 16, № 3, с. 89–101. <https://doi.org/10.12731/2077-1770-2024-16-3-435>
- Давыдова, М. А. (2023) Языковые правила юридической техники: разумность, обязательность, эффективность. *Юрислингвистика*, № 27 (38), с. 49–55. [https://doi.org/10.14258/leglin\(2023\)27099](https://doi.org/10.14258/leglin(2023)27099)
- Дьякова, А. А. (2009) *Интердискурсивная адаптация текста. Диссертация на соискание степени кандидата филологических наук*. Волгоград, Волгоградский государственный педагогический университет, 189 с.
- Кокора, Ю. В. (2024) Язык как средство правовой коммуникации: способы достижения функциональной эквивалентности посредством интертекстуальных связей. *Вестник АГУ. Серия 2: Филология и искусствоведение*, № 2 (337), с. 82–88. <https://doi.org/10.53598/2410-3489-2024-2-337-82-88>
- Коротышев, А. В. (2017) *Технология отбора и лингводидактической адаптации художественных текстов в целях обучения русскому языку как иностранному. Диссертация на соискание степени кандидата педагогических наук*. М., МГУ им. М. В. Ломоносова, 236 с.
- Костоварова, В. В. (2023) Простой английский в юридической коммуникации: история становления и особенности. *Сервис plus*, т. 17, № 2, с. 48–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8232423>
- Крапивкина, О. А. (2016) Многозначность глагола shall как проблема интерпретации и перевода юридических документов. *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*, № 3, с. 114–121. <https://doi.org/10.17238/issn2227-6564.2016.3.114>
- Лакофф, Дж. (2004) *Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении*. М.: Языки славянской культуры, 792 с.
- Литвишко, О. М. (2023а) Исследование англоязычных юридических текстов с позиций дискурсивной комплексологии. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, № 3, с. 76–90. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-3-76-90>
- Литвишко, О. М. (2023б) Лексические факторы лингвистической сложности в юридическом дискурсе. *Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики*, № 16, с. 149–156.
- Литвишко, О. М., Черноусова, Ю. А. (2018) Лингвистические особенности языка международных политико-правовых текстов (на материале международных конвенций). *Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики*, № 11, с. 34–41.
- Мыскин, С. В., Кудрявцев, В. Т. (2022) Обобщенный алгоритм когнитивно-смыслового преобразования профессиональных педагогических текстов. *Организационная психоллингвистика*, № 4 (20), с. 10–31.
- Осокина, С. А., Афанасьева, О. А. (2023) История разработки и степень сформированности концепции «простого языка» в англоязычной юрислингвистике. *Юрислингвистика*, № 29 (40), с. 78–85. [https://doi.org/10.14258/leglin\(2023\)2913](https://doi.org/10.14258/leglin(2023)2913)
- Поливанов, Е. Д. (1968) *Статьи по общему языкознанию: Избранные работы*. М.: Наука, 376 с.
- Филясова, Ю. А. (2024) Концептуализация и категория концепта в когнитивной теории Р. Лангакера и Л. Таали: интеграция когнитивных и языковых структур. *Теоретическая и прикладная лингвистика*, т. 10, № 2, с. 173–190.
- Хижняк, С. П. (2021) Особенности формирования двух официальных страт языка права в английском языке. *Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики*, № 2, с. 8–18. <https://doi.org/10.15593/2224-9389/2021.2.1>
- Чапаева, Л. Г. (2013) Демократизация литературного языка: исторические параллели. *Международный научно-исследовательский журнал*, № 12 (19), с. 119–121.
- Чернышев, А. В. (2016) Юридический дискурс и его основные характеристики. *Слово.ру: Балтийский акцент*, № 2, с. 22–28.
- Ширяева, Т. А., Милетова, Е. В., Мосесова, М. Э. (2023) *Язык права сквозь призму международных соглашений*. М.: Проспект, 168 с.
- Яроцкая, Л. В. (2018) «Аутентичность» в контексте использования английского языка как lingua franca профессионального юридического общения. *Вестник МГЛУ. Образование и педагогические науки*, № 6 (814), с. 171–177.
- Assy, R. (2011) Can the law speak directly to its subjects? The limitation of plain language. *Journal of Law and Society*, vol. 38, no. 3, pp. 376–404.
- Cutts, M. (2020) *Oxford guide to plain English*. New York: Oxford University Press, 342 p.
- Darville, R., Reid, G. (1985) *Preparing information on the law: guidelines for writing, editing and designing*. Ottawa: Canadian Law Information Council, pp. 24–41.
- Garner, B. A. (2023) *Legal writing in plain English*. Chicago: University of Chicago Press, 336 p.
- Garzone, G. (2013) Variation in the use of modality in legislative. Focus on shall. *Journal of Pragmatics*, vol. 57, pp. 68–81. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.008>

- Goffman, E. (1986) *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press, 612 p.
- Goldstein, T., Lieberman, J. K. (2003) *The lawyer's guide to writing well*. Los Angeles: University of California Press, 287 p.
- Gopen, G. D., Swan, J. A. (1990) The science of scientific writing. *American Scientist*, vol. 78, no. 6, pp. 550–558.
- Gowers, E., Greenbaum, S., Whitcut, J. (1986) *The complete plain words*. London: H.M.S.O Publ., 288 p.
- Langacker, R. W. (2000) *Grammar and conceptualization*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter Publ., 427 p.
- Litvishko, O., Shiryayeva, T., Golubovskaya, E., Mekeko, N. (2025) Why English legal discourse is difficult to understand. *International Journal of Arabic-English Studies*, vol. 25, no. 1, pp. 403–430. <https://doi.org/10.33806/ijaes.v25i1.675>
- Martineau, R. J. (1991) *Drafting legislation and rules in plain English*. Saint Paul: West Group Publ., 180 p.
- Mellinkoff, D. (2024) *The language of the law*. Oregon: Resource Publ., 540 p.
- Penman, R. (1992) Plain English: wrong solution to an important problem. *Australian Journal of Communication*, vol. 19, no. 3, pp. 1–19.
- Randall, J. (2014) Tackling “Legalese”: How linguistics can simplify legal language and increase access to justice. In: J. Emonds, M. Janebova (eds.). *Language Use and Linguistic Structure. Vol. 3*. Olomouc: Olomouc Modern Language Series Publ., pp. 239–254.
- Williams, J. M., Bizup, J. (2016) *Style: Lessons in clarity and grace*. London: Pearson Publ., 256 p.
- Wydick, R. C. (2005) *Plain English for Lawyers*. Durham: Carolina Academic Press, 139 p.
- Zariski, A. (2014) *Legal literacy. An introduction to legal studies*. Edmonton: Athabasca University Press, 220 p.

## Sources

- Debt Collection Letter Samples (for Debtors) — Guide & Tips. (2025) *Word templates online*. [Online]. Available at: <https://www.wordtemplatesonline.net/debt-letter-template/> (accessed 15.04.2025). (In English)
- Krois-Lindner, A., Firth, M. (2008) *Introduction to international legal English*. Cambridge: Cambridge University Press, 160 p. (In English)

## References

- Assy, R. (2011) Can the law speak directly to its subjects? The limitation of plain language. *Journal of Law and Society*, vol. 38, no. 3, pp. 376–404. (In English)
- Bestsennaya, V. V., Fedyayeva, E. V., Vorob'ev, R. L. (2020) Adaptatsiya professional'no orientirovannykh tekstov delovogo stilya v voennom vuze: problemy i puti resheniya [Adaptation of professionally oriented texts of formal language in a military university: problems and solutions]. *Vestnik Omsk State Pedagogical University. Humanitarian research* — *Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian research*, no. 2 (27), pp. 120–123. <https://doi.org/10.36809/239-9380-2020-27-120-123> (In Russian)
- Breusova, E. I. (2017) Grafiko-ortograficheskoe oformlenie sovremennykh tekstov kak proyavlenie demokratizatsii i internatsionalizatsii yazyka [Graphic and orthographic design of modern texts as manifestation of democratization and internationalization of the language]. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta* — *The Herald of South-Ural state Humanities-Pedagogical University*, no. 9, pp. 128–135. (In Russian)
- Chapaeva, L. G. (2013) Demokratizatsiya literaturnogo yazyka: istoricheskie paralleli [Democratization of Literary Language: Historical Parallels]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal* — *International Research Journal*, no. 12 (19), pp. 119–121. (In Russian)
- Chernyshev, A. V. (2016) Yuridicheskij diskurs i ego osnovnye kharakteristiki [Legal discourse and its main characteristics]. *Slovo.ru: Baltijskij aktsent* — *Slovo.ru: Baltic accent*, no. 2, pp. 22–28. (In Russian)
- Cutts, M. (2020) *Oxford guide to plain English*. New York: Oxford University Press, 342 p. (In English)
- D'yakova, A. A. (2009) *Interdiskursivnaya adaptatsiya teksta [Interdiscursive text adaptation]. PhD dissertation (Philology)*. Volgograd, Volgogradskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet, 189 p. (In Russian)
- Darville, R., Reid, G. (1985) *Preparing information on the law: guidelines for writing, editing and designing*. Ottawa: Canadian Law Information Council Publ., pp. 24–41. (In English)
- Davydova, M. L. (2023) Yazykovye pravila yuridicheskoy tekhniki: razumnost', obyazatel'nost', effektivnost' [Linguistic Rules of Legal Technique: Reasonableness, Obligation, Efficiency]. *Yurisljngvistika* — *Legal Linguistics*, no. 27 (38), pp. 49–55. [https://doi.org/10.14258/leglin\(2023\)27099](https://doi.org/10.14258/leglin(2023)27099) (In Russian)
- Filyasova, Yu. A. (2024). Kontseptualizatsiya i kategoriya kontsepta v kognitivnoj teorii R. Langakera i L. Talmi: integratsiya kognitivnykh i yazykovykh struktur [Conceptualization and the category of concept in R. Langacker's and L. Talmy's cognitive theory: Integration of cognitive and linguistic structures]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* — *Theoretical and Applied Linguistics*, vol. 10, no. 2, pp. 173–190. (In Russian).
- Garner, B. A. (2023) *Legal writing in plain English*. Chicago: University of Chicago Press, 336 p. (In English)

- Garzone, G. (2013) Variation in the use of modality in legislative. Focus on shall. *Journal of Pragmatics*, vol. 57, pp. 68–81. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.008> (In English)
- Goffman, E. (1986) *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press, 612 p. (In English)
- Goldstein, T., Lieberman, J. K. (2003) *The lawyer's guide to writing well*. Los Angeles: University of California Press, 287 p. (In English)
- Gopen, G. D., Swan, J. A. (1990) The science of scientific writing. *American Scientist*, vol. 78, no. 6, pp. 550–558. (In English)
- Gowers, E., Greenbaum, S., Whitcut, J. (1986) *The complete plain words*. London: H.M.S.O Publ., 288 p. (In English)
- Gross, M. A., Shevchenko, E. B. (2024) Analiz ponyatij “binomial” i “doublet” v kontekste issledovanij yuridicheskogo anglijskogo [Analyzing the concepts of “binomial” and “doublet” in the context of legal English studies]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem — Modern Studies of Social Issues*, vol. 16, no. 3, pp. 89–101. <https://doi.org/10.12731/2077-1770-2024-16-3-435> (In Russian)
- Khizhnyak, S. P. (2021) Osobennosti formirovaniya dvukh ofitsial'nykh strat yazyka prava v anglijskom yazyke [Specifics of formation of two official strata of the legal English language]. *Vestnik PNIPU. Problemy yazykoznanija i pedagogiki — PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, no. 2, pp. 8–18. <https://doi.org/10.15593/2224-9389/2021.2.1> (In Russian)
- Kokora, Yu. V. (2024) Yazyk kak sredstvo pravovoj kommunikatsii: sposoby dostizheniya funktsional'noj ekvivalentnosti posredstvom intertekstual'nykh svyazej [Language as a tool of legal communication: intertextuality of lexical units as a way to achieve functional equivalence]. *Vestnik AGU. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie — The Bulletin of the Adyge State University, the series “Philology and the Arts”*, no. 2 (337), pp. 82–88. <https://doi.org/10.53598/2410-3489-2024-2-337-82-88> (In Russian)
- Korotyshchev, A. V. (2017) *Tekhnologiya otbora i lingvodidakticheskoy adaptatsii khudozhestvennykh tekstov v tselyakh obucheniya russkomu yazyku kak inostrannomu [Technology of selection and linguodidactic adaptation of literary texts for teaching Russian as a foreign language]. PhD dissertation (Pedagogy)*. Moscow, Lomonosov Moscow State University, 236 p. (In Russian)
- Kostovarova, V. V. (2023) Prosto anglijskij v yuridicheskoy kommunikatsii: istoriya stanovleniya i osobennosti [Plain English in legal communication: the history of formation and features]. *Servis plus — Service plus*, vol. 17, no. 2, pp. 48–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8232423> (In Russian)
- Krapivkina, O. A. (2016) Mnogoznachnost' glagola shall kak problema interpretatsii i perevoda yuridicheskikh dokumentov [Ambiguity of shall as a hurdle for interpreters of the law and translators of legal texts]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki — Vestnik of Northern (Arctic) Federal University Series “Humanitarian and Social Sciences”*, no. 3, pp. 114–121. <https://doi.org/10.17238/issn2227-6564.2016.3.114> (In Russian)
- Lakoff, Dzh. (2004) *Zhenshchiny, ogon' i opasnye veshchi: Chto kategorii yazyka govoryat nam o myshlenii [Women, fire and dangerous things: What categories reveal about the mind]*. Moscow: Yazyki slavyanskoj kul'tury Publ., 792 p. (In Russian)
- Langacker, R. W. (2000) *Grammar and conceptualization*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter Publ., 427 p. (In English)
- Litvishko, O. M. (2023a) Issledovanie angloyazychnykh yuridicheskikh tekstov s pozitsij diskursivnoj kompleksologii [The Research of Legal Discourse Based on Discourse Complexology]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki — Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, no. 3, pp. 76–90. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-3-76-90> (In Russian)
- Litvishko, O. M. (2023b) Leksicheskie faktory lingvisticheskoy slozhnosti v yuridicheskom diskurse [Lexical factors of linguistic complexity in legal discourse]. *Professional'naya kommunikatsiya: aktual'nye voprosy lingvistiki i metodiki*, no. 16, pp. 149–156. (In Russian)
- Litvishko, O. M., Chernousova, Yu. A. (2018) Lingvisticheskie osobennosti yazyka mezhdunarodnykh politiko-pravovykh tekstov (na materiale mezhdunarodnykh konventsij) [Linguistic peculiarities of the language of international political-legal texts (based on international conventions)]. *Professional'naya kommunikatsiya: aktual'nye voprosy lingvistiki i metodiki*, no. 11, pp. 34–41. (In Russian)
- Litvishko, O., Shiryayeva, T., Golubovskaya, E., Mekeko, N. (2025) Why English legal discourse is difficult to understand. *International Journal of Arabic-English Studies*, vol. 25, no. 1, pp. 403–430. <https://doi.org/10.33806/ijaes.v25i1.675> (In English)
- Martineau, R. J. (1991) *Drafting legislation and rules in plain English*. Saint Paul: West Group Publ., 180 p. (In English)
- Mellinkoff, D. (2024) *The language of the law*. Oregon: Resource Publ., 540 p. (In English)
- Myskin, S. V., Kudryavtsev, V. T. (2022) Obobshchennyj algoritm kognitivno-smyslovogo preobrazovaniya professional'nykh pedagogicheskikh tekstov [Generalized algorithm of cognitive-semantic transformation of professional pedagogical texts]. *Organizatsionnaya psikholingvistika — Conceptual Issue of Organizational Psycholinguistics*, no. 4 (20), pp. 10–31. (In Russian)

- Osokina, S. A., Afanas'eva, O. A. (2023) Istoriya razrabotki i stepen' sformirovannosti kontseptsii "prostogo yazyka" v angloyazychnoj yurisingvistike [History and current state of the plain English concept in legal linguistics in English-speaking countries]. *Yurisingvistika — Legal Linguistics*, no. 29 (40), pp. 78–85. [https://doi.org/10.14258/leglin\(2023\)2913](https://doi.org/10.14258/leglin(2023)2913) (In Russian)
- Penman, R. (1992) Plain English: wrong solution to an important problem. *Australian Journal of Communication*, vol. 19, no. 3, pp. 1–19. (In English)
- Polivanov, E. D. (1968) *Stat'i po obshchemu yazykoznaniyu: Izbrannye raboty* [Articles on general linguistics: Selected works]. Moscow: Nauka Publ., 376 p. (In Russian)
- Randall, J. (2014) Tackling "Legalese". How linguistics can simplify legal language and increase access to justice. In: J. Emonds, M. Janebova (eds.). *Language Use and Linguistic Structure. Vol. 3*. Olomouc: Olomouc Modern Language Series Publ., pp. 239–254. (In English)
- Shiryaeva, T. A., Miletova, E. V., Mosesova, M. E. (2023) *Yazyk prava skvoz' prizmu mezhdunarodnykh soglashenij* [The language of law through the prism of international agreements]. Moscow: Prospekt Publ., 168 p. (In Russian)
- Volkov, D. A. (2024) Kontseptsiya prostogo yuridicheskogo yazyka — osnovnoj vektor razvitiya yuridicheskoy tekhniki anglosaksonskikh stran [The Concept of Simple Legal Language as the Main Vector in the Development of Legal Technology in Anglo-Saxon Countries]. *NOMOTHETIKA: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo — NOMOTHETIKA: Philosophy. Sociology. Law*, vol. 49, no. 1, pp. 63–70. <https://doi.org/10.52575/2712-746X-2024-49-1-63-70> (In Russian)
- Williams, J. M., Bizup, J. (2016) *Style: Lessons in clarity and grace*. London: Pearson Publ., 256 p. (In English)
- Wydick, R. C. (2005) *Plain English for Lawyers*. Durham: Carolina Academic Press, 139 p. (In English)
- Yarotskaya, L. V. (2018) "Autentichnost'" v kontekste ispol'zovaniya anglijskogo yazyka kak lingua franca professional'nogo yuridicheskogo obshcheniya [Authenticity in the context of using English as lingua franca of legal professional communication]. *Vestnik MGLU. Obrazovanie i pedagogicheskie nauki — Vestnik of Moscow State Linguistic University. Education and pedagogical studies*, no. 6 (814), pp. 171–177. (In Russian)
- Zariski, A. (2014) *Legal literacy. An introduction to legal studies*. Edmonton: Athabasca University Press, 220 p. (In English)



УДК 811.11-112

EDN ZIUFOZ

<https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-218-225>

## Функции и средства вербализации эмоций в тексте англоязычной автобиографии

А. В. Остроумова ✉<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,  
191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48

### Сведения об авторе

Анна Владимировна Остроумова,  
SPIN-код: 5542-7550,  
ResearcherID: ABU-8219-2022,  
ORCID: 0000-0002-7365-9952,  
e-mail: [anna-ostroumova@yandex.ru](mailto:anna-ostroumova@yandex.ru)

### Для цитирования:

Остроумова, А. В. (2025) Функции и средства вербализации эмоций в тексте англоязычной автобиографии. *Исследования языка и современное гуманитарное знание*, т. 7, № 4, с. 218–225. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-218-225> EDN ZIUFOZ

**Получена** 31 мая 2025; прошла рецензирование 22 сентября 2025; принята 28 октября 2025.

**Финансирование:** Исследование не имело финансовой поддержки.

**Права:** © А. В. Остроумова (2025). Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии CC BY 4.0.

**Аннотация.** Рассматриваются функции и средства вербализации эмоциональных состояний, связанных с воспоминаниями о событиях, местах или временных периодах прошлого, в частности эмоционального состояния ностальгии на примере текста писательской автобиографии. Автобиография рассматривается как подтип мнемонического текста, обладающего всеми его текстотипологическими характеристиками и обращенного преимущественно к прошлому субъекта повествования. Дается обоснование актуальности вопроса языкового выражения эмоций в тексте воспоминаний, обращается внимание на взаимосвязь когнитивных структур памяти и эмоций. Рассматривается вопрос о прагматических установках в отношении соотношения фикциональности (вымысла) и документальности текстов воспоминаний, и выдвигается тезис о том, что для успешной интерпретации данного типа текстов более актуальна достоверность смыслов и эмоций, нежели достоверность фактов. Как одно из средств передачи образов прошлого рассматривается ретроспективная эмоциональная ситуация, которая в соответствии со стратегиями моделирования прошлого выполняет реставрирующую, рефлексирующую и поэтическую функции. Анализируется и обобщается дефиниционный реестр понятия «ностальгия», в результате чего ностальгия рассматривается в статье как амбивалентное ретроспективное эмоциональное состояние, оказывающее непосредственное влияние на текст автобиографии и имеющее потенциал в сфере самоидентификации субъекта посредством текста. Функции, которые выполняют ретроспективные эмоциональные ситуации, рассматриваются на примере текста литературной (писательской) автобиографии *Self-Consciousness: Memoirs* Джона Апдайка. Подчеркивается, что реализация поэтической функции может задействовать те же средства эмоциональной объективации прошлого, которые участвуют в эмоциональной реставрации и эмоциональной рефлексии. Делается вывод о том, что ретроспективная эмоциональная ситуация реализует креативные стратегии моделирования прошлого и побуждает читателя к творческой интерпретации.

**Ключевые слова:** вербализация эмоций, эмоциональная ситуация, ностальгия, ретроспекция, память, автобиография, фикциональность, интерпретация

# Functions and means of verbalization of emotions in English-language autobiography

A. V. Ostroumova ✉<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Herzen State Pedagogical University of Russia, 48 Moika Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

## Author

Anna V. Ostroumova,  
SPIN: 5542-7550,  
ResearcherID: ABU-8219-2022,  
ORCID: 0000-0002-7365-9952,  
e-mail: [anna-ostroumova@yandex.ru](mailto:anna-ostroumova@yandex.ru)

**For citation:** Ostroumova, A. V. (2025) Functions and means of verbalization of emotions in English-language autobiography. *Language Studies and Modern Humanities*, vol. 7, no. 4, pp. 218–225. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-218-225> EDN ZIUFOZ

**Received** 31 May 2025;  
**reviewed** 22 September 2025;  
**accepted** 28 October 2025.

**Funding:** The study did not receive any external funding.

**Copyright:** © A. V. Ostroumova (2025). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under [CC BY License 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Abstract.** The article examines the functions and means of verbalization of emotional states associated with memories of events, places or time periods of the past, in particular, the emotional state of nostalgia using the example of the text of a writer's autobiography. An autobiography is considered as a subtype of a mnemonic text, possessing all its textotypological characteristics and addressing mainly the past of the subject of the narrative. The article stresses the relevance of the issue of linguistic expression of emotions in memoir; attention is drawn to the interrelation of memory and emotions. The author considers the pragmatics of fictional and factual components of memoir and suggests that the reliability of meanings and emotions is more relevant for successful interpretation of memoir than the reliability of facts. A retrospective emotional situation is considered as one of the means of conveying images of the past, which, in accordance with the strategies of modeling the past, performs restorative, reflective and poetic functions. The author analyzes and summarizes the definitional register of the concept "nostalgia", hence nostalgia is considered as an ambivalent retrospective emotional state that has a direct impact on autobiographical text and has potential for self-identification through the text. The functions performed by retrospective emotional situations are considered with the literary autobiography "Self-Consciousness" by John Updike as an example. It is emphasized that the realization of the poetic function can use the same linguistic means of expression that are involved in emotional restoration and emotional reflection. It is concluded that a retrospective emotional situation implements creative strategies for modeling the past and encourages the reader to make creative interpretations.

**Keywords:** verbalization of emotions, emotional situation, nostalgia, flashback, memory, autobiography, fictionality, interpretation

## Введение

Человек во всех своих проявлениях стоит в центре комплекса гуманитарных наук на современном этапе, а проблема субъективности в языке и речевой деятельности выходит на первый план. В рамках литературного творчества выделяется целый пласт произведений, структурной основой которых выступает субъективность автора, в то время как повествование, казалось бы, ведется об объективных фактах реальности. К таким литературным произведениям относятся мемуары. В литературе этого жанра память автора является основным источником фактов и организующей силой повествования. Тип повествования, в основе которого лежат процессы воссоздания фактов и обстоятельств личного прошлого опыта, т. е. процессы вербализации памяти, в лингвистике относят к мнемоническому типу повествования (Нюбина 2000).

Настоящее исследование посвящено изучению репрезентации субъективного эмоционального

опыта, в частности эмоционального состояния ностальгии, в мнемоническом тексте. Цель исследования заключается, во-первых, в описании интерпретационного потенциала вербализации эмоций в текстах памяти; во-вторых, в уточнении терминов «ретроспективная эмоциональная ситуация» и «ностальгия»; в-третьих, в выявлении некоторых особенностей функционирования ретроспективных эмоциональных ситуаций в автобиографическом тексте. Рассмотрение стратегий моделирования прошлого, направленных не только на воспроизведение эмоционального опыта адресантом (автором), но и на его адекватную передачу и восприятие реципиентом, представляется актуальным направлением в области лингвистики эмоций (Piotrovskaya, Trushchelev 2022).

Иллюстративным материалом исследования выступает сборник автобиографических эссе известного американского писателя, поэта и критика XX века Джона Апдайка *Self-Consciousness: Memoirs* («Самосознание: мемуары») (Updike 1990).

## Когнитивный и прагматический аспекты взаимосвязи эмоций и памяти в отношении текстов воспоминаний

Актуальность изучения и лингвистического анализа эмоциональных состояний в текстах памяти, в частности автобиографии, продиктована связью памяти и эмоций как когнитивных процессов. Изучение памяти, ее типологизация, выделение эмоциональной или аффективной памяти в классических работах по психологии как способности запоминать и воспроизводить чувства; разграничение эмоциональной и автобиографической памяти, а также рассмотрение эмоционального аспекта в системе автобиографической памяти и описание эмоционально окрашенных «ярких» воспоминаний в современных работах В. В. Нурковой (Нуркова 2000); гипотеза о связи эмоционального образа с речевым выражением и развитие эмотиологии в научных трудах В. И. Шаховского (Шаховский 2008); изучение механизмов воспроизведения в памяти человека следов его эмоциональных переживаний и их языковой репрезентации в исследованиях О. Е. Филимоновой (Филимонова 2007), — все это указывает на непосредственное влияние эмоций при воссоздании картин прошлого в ретроспективе.

Эмоциональный компонент текстов воспоминаний играет важную роль не только в когнитивном аспекте, но и в прагматическом. Обращаясь к текстам памяти как текстам нон-фикшн, результату непредвзятого и кропотливого документирования, квинтэссенции личного опыта и уникального знания, читатель подсознательно выражает доверие прошлому и отодвигает на второй план вопрос о достоверности. Тем не менее достоверность мнемонических текстов относительна, что связано с онтологической невозможностью автореференции субъекта: человек не равен себе, поскольку постоянно находится в динамике, также и автор воспоминаний, прибегающий в процессе описания себя к категории персонажа, не равен себе ни в настоящем, ни в прошлом.

Помимо этого, различные объективные факторы (произвольное и непроизвольное забывание, спутанность сознания, замалчивание, намеренное запутывание читателя) препятствуют абсолютной фактологической подлинности мемуарной литературы и ставят ее в особое, промежуточное, положение между документальной и художественной литературой. Принципиальная жанровая гетерогенность выделя-

ется Л. М. Ньюбиной как текстотипологическая характеристика мнемонического повествования (Ньюбина 2000). По словам Л. Я. Гинзбург, «фактические отклонения... не отменяют ни установку на подлинность как структурный принцип произведения, ни из него вытекающие особые познавательные и эмоциональные возможности. Этот принцип делает документальную литературу документальной; литературой же как явлением искусства ее делает эстетическая организованность. Для эстетической значимости не обязателен вымысел и обязательна организация — отбор и творческое сочетание элементов, отраженных и преобразованных словом» (Гинзбург 1971, 10).

Вместе с тем художественный вымысел берет начало в обыденной реальности. Так, говоря о жизнеподобии вымысла и принимая во внимание положение В. Изера о том, что собственно отбор элементов реальности и является элементом вымысла в тексте, В. Ю. Клейменова делает вывод о фикциональности как текстовой универсалии и вымысле как универсальном механизме построения текста любой текстотипологической направленности (Клейменова 2011). При этом определение статуса текста как фикционального или фактуального, по мнению исследователей, может зависеть и от интенций адресанта, и от того, какую функцию ему приписывает реципиент. Таким образом, тексты воспоминаний не могут существовать в отрыве от коммуникативной ситуации взаимодействия автора и читателя. Рассматривая тексты воспоминаний в коммуникативном аспекте в свете теории речевых актов, необходимо учитывать, что поскольку «успешность речевого акта достигается при соблюдении условий истинности и искренности» (Фокина 2023, 140), успешность интерпретации текстов воспоминаний будет зависеть от соблюдения этих условий. Основная функция мемуаров заключается в удовлетворении потребности читателя в индивидуализированной и достоверной исторической информации, не преломленной через авторитет, поэтому установка на достоверность является обязательной для мемуарного текста, как мы писали ранее (Остроумова 2007).

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что для данного типа текстов более важна достоверность не фактологическая, а достоверность смысловая и эмоциональная. Перед автором мемуаров встают существенные задачи: как чужое сделать родным, как «вливать» воспоминания в чужую душу.

## Стратегии моделирования прошлого

Для адекватной репрезентации эмоционального субъективного опыта самопознания и самоидентификации в мнемоническом тексте автор прибегает к определенным стратегиям моделирования прошлого. Данные стратегии реализуются на уровне ретроспективных высказываний, представляющих различные эмоциональные обращения к прошлому, которые выполняют несколько функций, соответствующих этим стратегиям: реставрирующую, рефлексивную и поэтическую.

Реставрирующая стратегия направлена на синхронизацию переживания прошлого и настоящего опыта, восстановление образа прошлого в деталях и укрепление связи с ним. Рефлексирующая стратегия позволяет дать оценку прошлому с позиции настоящего и установить различия между ними. Поэтическая стратегия реализуется с целью вызвать сопереживание у читателя и передать ему уникальный эмоциональный опыт, побудить его к интерпретации в предлагаемом автором ключе. Интерпретация в данном случае понимается как творческий акт, ведущий, по замечанию Р. Монсальве, «к созданию нового, независимого явления: очередной виток спирали рождает калейдоскоп явлений, которым, возможно, нет числа» (Щирова и др. 2023, 173). Реставрирующая и рефлексивная стратегии реализуются за счет средств эмоциональной и рациональной объективации, которые одновременно с этим выполняют поэтическую функцию и участвуют в реализации поэтической стратегии моделирования прошлого опыта.

Одним из средств передачи образов прошлого в тексте является *ретроспективная эмоциональная ситуация*. В своей монографии В. И. Шаховский пишет: «Под категориальными эмоциональными ситуациями понимаются типичные жизненные (реальные или в художественном изображении) ситуации, в которых задействованы эмоции коммуникантов: речевых партнеров, наблюдателя или читателя» (Шаховский 2008, 130). Рассматривая эмотивность как полистатусную когнитивную категорию, О. Е. Филимонова использует термин «эмотивная ситуация» — «реальная или вымышленная ситуация, в которой кто-то испытывает определенные эмоции» (Филимонова 2007, 241). По мнению О. Е. Филимоновой, она характеризуется рядом параметров (субъектный, эмотивный, каузальный, темпоральный, локативный и др.). Понимая под ретроспекцией «припоминание и анализ лично наблюдавшихся и пережитых событий,

собственных действий и переживаний; рассказ о них» (Большой психологический словарь 2007), мы можем говорить о ретроспективной эмоциональной ситуации как коммуникативной ситуации, в которой кто-то испытывает определенные эмоции в связи с ретроспективно направленной деятельностью сознания в совокупности семантических и функциональных особенностей ее языковой экспликации. Необходимо отметить, что для текста автобиографии как мнемонического текста характерна фрагментарность и дискретность сюжета и композиции (Нюбина 2000), поэтому эмоциональное содержание текста представлено разнообразием эмоциональных ситуаций. Одним из эмоциональных состояний автора, репрезентированном в тексте автобиографии, является эмоциональное состояние ностальгии. Остановимся подробнее на определении этого понятия.

Впервые термин «*nostalgia*» появился в трудах швейцарского врача И. Хофера в 1688 году, когда он описывал заболевание швейцарских солдат, служивших наемниками вдали от своей родины, и студентов, исцелявшихся сразу после возвращения домой (Психология: иллюстрированный словарь 2000). В энциклопедическом словаре Ф. А. Брокгауза и И. А. Эфрона говорится о подавленном состоянии духа, вызванным тоской по родине, сопровождающимся потерей аппетита, истощением, бессонницей, меланхолией, и о том, что не всегда возвращение на родину излечивает ее (Малый энциклопедический словарь 1994). Толковые словари приводят следующие определения: «тоска по родине, а также вообще тоска по прошлому» (Толковый словарь русского языка 2024); «[от греч. *nóstos* — возвращение домой и *álgos* — страдание]. 1. Книжн. Тоска по родине, по родному дому. 2. Разг. Тоска о прошлом, о пережитом, об утраченном» (Большой толковый словарь русского языка 2000); «Книжн. Чувство тоски по родному дому, по утраченной по разным причинам родине (чаще всего в связи с эмиграцией). Разг. Чувство тоски о прошлом, о пережитом, об утраченном» (Большой толковый словарь русских существительных 2008). Медицинские словари описывают ностальгию как болезнь: «болезненное чувство тоски по родине, принимающее иногда форму тяжелого невротического или психотического состояния» (Толковый словарь психиатрических терминов 1996).

Обобщенную дефиницию понятию «ностальгия» дает новейший философский словарь: «комплекс устойчивых долговременных негативных психических переживаний экзистенциального характера, могущий носить различную

содержательную нагрузку, а также быть сопряженным с предельно разнородными ассоциациями. Традиционно ностальгия сочетается с состоянием одиночества, грусти, ощущением взаимной отчужденности от себя самого, с одной стороны, и своего социального окружения вкуче со средой обитания, с другой стороны» (Новейший философский словарь 1999). Выделяются пространственный, социальный и временной вид ностальгии. В этом же словаре ностальгия определяется как «универсалия культуры, отражающая острое переживание прошлого в качестве утраты» (Новейший философский словарь 1999). Интересно, что Большая российская энциклопедия не содержит термина «ностальгия», но предлагает другой термин — «саудаде» (португ. *saudade*) — амбивалентное эмоциональное переживание, которое можно описать как светлую печаль, ностальгию по безвозвратно утерянному, томление по неосуществимому, сожаление о бренности счастья; важная составляющая национальной идентичности и характера португальцев и бразильцев» (Большая российская энциклопедия 2023).

Англоязычные источники более единодушны в определении понятия и придерживаются схожих определений, как видно из представленных дефиниций:

1. *Affectionate and often sentimental feeling experienced when remembering past times, places, and experiences, especially those with happy personal associations. The feeling may also connote a desire to return to past times and places or wishing that they could be experienced again. Feelings of nostalgia are often triggered when people encounter a familiar smell or sound, when they speak to others, or when they feel lonely* [Нежное и зачастую сентиментальное чувство, испытываемое при воспоминании о прошлых временах, местах и событиях, особенно тех, которые вызывают приятные ассоциации. Это чувство может также подразумевать желание вернуться в прошлое или пережить его снова. Чувство ностальгии часто возникает, когда люди сталкиваются со знакомым запахом или звуком, разговаривают с другими людьми или чувствуют себя одинокими] (здесь и далее перевод мой. — А. В.) (Encyclopedia Britannica 2025).
2. *A feeling of happiness mixed with sadness when you think about things that happened in the past* [Чувство счастья, смешанное с грустью, когда вы думаете о событиях, произошедших в прошлом] (Cambridge Dictionary 2025).
3. *A sad feeling mixed with pleasure when you think of happy times in the past* [Чувство грусти, смешанное с удовольствием, когда вы вспоминаете счастливые моменты прошлого] (Oxford Dictionary 2025).

Исходя из перечисленных дефиниций, мы будем рассматривать ностальгию как амбивалентное ретроспективное эмоциональное состояние, оказывающее непосредственное влияние на текст воспоминаний, особенно текст автобиографии, где субъект воспоминаний темпорально удален от объекта описания. Помимо этого, идея о том, что ностальгическое переживание вызывается «ощущением взаимной отчужденности от себя самого», то есть утратой связи с прошлыми образами «Я», указывает на связь ностальгических переживаний с процессом самоидентификации.

### Функции и средства вербализации эмоциональных образов прошлого

Рассмотрим ретроспективную эмоциональную ситуацию и средства эмоциональной объективации прошлого на примере текста литературной (писательской) автобиографии *Self-Consciousness: Memoirs* Дж. Апдайка (Updike 1990). Ситуация связана с эмоциональной темой «возвращение». Согласно сюжету, во время перелета автор по воле случая теряет багаж, ему приходится менять планы и маршрут, так он оказывается на улицах родного города Шиллингтона в ожидании машины, на которой должны привезти потерянные чемоданы. В этот момент его охватывают воспоминания о детстве.

Для эмоциональной темы «возвращение» характерно переживание повтора ситуации прошлого с одновременным переживанием присутствия и утраты. Выполняя **реставрирующую функцию**, она отображает стремление автора автобиографии воссоединиться с прошлым. В первом примере она вербализована с помощью наречия времени *still* с семантикой продолжения действия и синхронизации и одновременно предложной группой, подчеркивающей сложность преодоления времени:

*Pennsylvania accent which after all these years away still strikes me exactly the same note* [Пенсильванский акцент, который после всех этих лет разлуки вызывает во мне те же чувства и так же близок] (Updike 1990, 3).

Во втором примере наречие *still* взаимодействует со стилистическим приемом сравнения, апеллирующим к идее о сакральности прошлого, усиливая эмоциональный разрыв:

*<...> these houses still wore on their pillars <...> the attached hardware needed to hook up an awning, but painted over, disused, like some religious custom whose significance has been forgotten* [<...> на этих

домах до сих пор были металлические конструкции, необходимые для крепления навеса, но они были покрашены, брошены, словно какой-то религиозный обряд, значение которого было забыто] (Updike 1990, 8).

В третьем примере наречие *still*, указывающее на связь с прошлым, повторяется, предвзято длинную номинативную цепочку в форме риторического вопроса, перечисляя атрибуты Рождественского праздника, волновавшие персонажа в детстве:

<...> *what had been Henry's Variety Store in the 1940s was still a Variety Store <...> Did children still marvel within <...> a slow pinwheel galaxy of altering candies, cards, and artifacts, of back-to-school tablets, footballs, <...> baseballs, flags, and firecrackers?* [<...> универсальный магазин, который в 1940-х годах носил название *Henry's Variety Store*, остался универсальным магазином <...> Так же ли дети удивлялись <...> медленно вращающейся галактике сменяющих друг друга конфет, открыток и изделий, табличек с надписью «Снова в школу», футбольных мячей, <...> бейсбольных мячей, флагов и петард?] (Updike 1990, 9)

Данный риторический вопрос является вопросом только по форме, однако он имплицитно передает стремление преодолеть необратимость времени ускорением внутреннего времени персонажа и загромождением текста номинациями предметов из прошлого.

Далее ретроспективная эмоциональная ситуация выполняет **функцию рефлексии**. Непреодолимость времени, безвозвратная утрата прошлого вызывает эмоцию печали, которая выражена эксплицитно и имплицитно следующими лексическими единицами: *sadly other, bygone, empty, barren, no more, no longer, ceased, torn up, paved over, slightly foreign, gone, replaced, moved, decamped, dead, dim, dark, vanished* (несколько раз), *nostalgia* [к сожалению, другой, ушедший в прошлое, опустевший, брошенный, больше нет, больше не, исчезнувший, разломаны, заасфальтированы, немного незнакомая, разрушен, заменен, переехали, сбежали, мертвые, тусклый, темный, исчезли, ностальгия].

Еще одна функция, которую выполняет ретроспективная эмоциональная ситуация, — это **поэтическая функция**, ориентированная на прагматическую установку автора «вызвать сходное чувство у читателя», установку на эмпатию. Особенностью реализации этой функции в текстах воспоминаний является то, что она может задействовать те же средства, которые участвуют в эмоциональной реконструкции

и эмоциональной рефлексии. В данных фрагментах, чтобы более объемно передать отношение к родным местам, автор апеллирует к памяти чувств читателя (слуховой, обонятельной, осязательной, пространственно-ориентационной):

1. *I remembered the smell of wax in its halls and the sound of locker doors slamming* [Я вспомнил запах воска в ее коридорах и звук хлопающих дверок от шкафчиков] (Updike 1990, 38).
2. *The freshly unpacked leaves of spring made a comforting roof over my head* [Свежие распустившиеся весенние листья устроили уютную крышу над моей головой] (Updike 1990, 38).
3. *I crossed Franklin Street, and the territory warmed, for I was drawing opposite our old house <...> When I was quite young my mother had persuaded him to give me painting lessons, on our side porch beneath the grape arbor* [Я перешел Франклин Стрит, и вокруг стало теплее, потому что я рисовал напротив нашего старого дома <...> Когда я был совсем маленьким, моя мать уговорила его давать мне уроки живописи на крыльце нашей боковой веранды под виноградом] (Updike 1990, 19).

Описание физических ощущений комфорта и тепла, вызванных воспоминанием, позволяет читателю «кожей» почувствовать эмоции автора.

Апдайк завершает первую главу автобиографии эмоциональным образом физического срастания с городом, где он родился и провел детство.

*I had propelled my body through the tenderest parts of a town that was also somewhat my body* [Я прогнал свое тело через самые нежные части того города, который в каком-то смысле тоже был моим телом] (Updike 1990, 40).

Теплота чувств к Шиллингтону и общий позитивный эмоциональный тон отражены и в названии, которое автор выбрал для главы, посвященной детству, — «*A soft spring night in Shillington*» [«Теплый весенний вечер в Шиллингтоне»].

## Выводы

Таким образом, ретроспективная эмоциональная ситуация может рассматриваться как важный элемент в структуре совместного проживания автором и читателем прошлого опыта через текст. Выполняя различные функции, она реализует креативные стратегии моделирования прошлого с учетом установки на успешную интерпретацию вербализованных в тексте

эмоциональных состояний, в частности амбивалентного состояния ностальгии. Автор автобиографии побуждает читателя к творческой интерпретации, временному погружению в мир «другого» и одновременно в мир его собственных воспоминаний.

## Словари

- Ностальгия. (1996) *Толковый словарь психиатрических терминов*. [Электронный ресурс]. URL: <https://psyinst.moscow/biblioteka/?part=article&id=1261> (дата обращения 30.05.2025).
- Ностальгия. (1999) *Новейший философский словарь*. [Электронный ресурс]. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_new\\_philosophy/836/НОСТАЛЬГИЯ](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/836/НОСТАЛЬГИЯ) (дата обращения 30.05.2025).
- Ностальгия. (2000) *Большой толковый словарь русского языка*. [Электронный ресурс]. URL: [https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts[]=42) (дата обращения 30.05.2025).
- Ностальгия. (2000) *Психология: иллюстрированный словарь*. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.persev.ru/nostalgiya> (дата обращения 30.05.2025).
- Ностальгия. (2008) *Большой толковый словарь русских существительных*. [Электронный ресурс]. URL: [https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts\[\]=50](https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts[]=50) (дата обращения 30.05.2025).
- Ностальгия. (2024) *Толковый словарь русского языка*. [Электронный ресурс]. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=17266> (дата обращения 30.05.2025).
- Ретроспекция. (2007) *Большой психологический словарь*. [Электронный ресурс]. URL: <https://psychological.slovaronline.com/1579-RETROSPEKTSIYA> (дата обращения 30.05.2025).
- Саудаде. (2023) *Большая российская энциклопедия*. [Электронный ресурс]. URL: <https://bigenc.ru/c/saudade-128f72?v=8338072> (дата обращения 30.05.2025).
- Тоска по родине. (1994) *Малый энциклопедический словарь*. [Электронный ресурс]. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz\\_efron/102158/Тоска](https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/102158/Тоска) (дата обращения 30.05.2025).
- Nostalgia. (2025) *Cambridge Dictionary*. [Online]. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/nostalgia> (accessed 30.05.2025).
- Nostalgia. (2025) *Encyclopedia Britannica*. [Online]. Available at: <https://www.britannica.com/science/nostalgia> (дата обращения 30.05.2025).
- Nostalgia. (2025) *Oxford Dictionary*. [Online]. Available at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/nostalgia?q=nostalgia> (accessed 30.05.2025).

## Литература

- Гинзбург, А. Я. (1971) *О психологической прозе*. Л.: Советский писатель, 464 с.
- Клейменова, В. Ю. (2011) Фикциональность и вымысел в тексте. *Известия РГПУ им. А. И. Герцена*, № 143, с. 94–102.
- Нуркова, В. В. (2000) *Свершенное продолжается: психология автобиографической памяти личности*. М.: Изд-во УРАО, 315 с.
- Нюбина, Л. М. (2000) *Поэтика и прагматика мнемонического повествования. Автореферат диссертации на соискание степени доктора филологических наук*. СПб., РГПУ им. А. И. Герцена, 36 с.
- Остроумова, А. В. (2007) Проблема достоверности и субъективности в мнемоническом повествовании. В кн.: Т. С. Нифанова (ред.). *Диалог языков и культур: теоретический и прикладной аспекты*. Т. 2. Архангельск: Изд-во Поморского университета, с. 91–98.
- Филимонова, О. Е. (2007) *Эмоциология текста: анализ репрезентации эмоций в английском тексте*. СПб.: Книжный Дом, 447 с.
- Фокина, М. С. (2023) Моделирование речевого поведения в лингвистической игре JUST A MINUTE. В кн.: Т. И. Воронцова, Н. Ю. Зайцева, Е. А. Жеребина (ред.). *LXXVI Герценовские чтения. Иностранные языки: сборник научных статей международной научной конференции*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, с. 138–144.
- Шаховский, В. И. (2008) *Лингвистическая теория эмоций*. М.: Гнозис, 414 с.
- Щирова, И. А., Гурочкина, А. Г., Гончарова, Е. А. и др. (2023) *Понять другого: проблемы интерпретации текста в современной науке*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 196 с.
- Piotrovskaya, L. A., Trushchelev, P. N. (2022) Communicating recipient's emotions: Text-triggered interest. *Training, Language and Culture*, vol. 6, no. 1, pp. 60–74. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2022-6-1-60-74>

## Sources

Updike, J. (1990) *Self-Consciousness*. New York: Fawcett books Publ., 288 p. (In English)

## Dictionaries

- Nostal'giya [Nostalgia]. (1996) *Tolkovyy slovar' psikhiatricheskikh terminov [Dictionary of psychological terms]*. [Online]. Available at: <https://psyinst.moscow/biblioteka/?part=article&id=1261> (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Nostal'giya [Nostalgia]. (1999) *Novejshij filosofskij slovar' [Newest philosophical dictionary]*. [Online]. Available at: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_new\\_philosophy/836/НОСТАЛЬГИЯ](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy/836/НОСТАЛЬГИЯ) (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Nostal'giya [Nostalgia]. (2000) *Bol'shoj tolkovyy slovar' russkogo yazyka [The great dictionary of Russian language]*. [Online]. Available at: [https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts[]=42) (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Nostal'giya [Nostalgia]. (2000) *Psikhologiya: illyustrirovannyj slovar' [Psychology: Illustrated dictionary]*. [Online]. Available at: <https://www.persev.ru/nostalgiya> (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Nostal'giya [Nostalgia]. (2008) *Bol'shoj tolkovyy slovar' russkikh sushchestvitel'nykh [Dictionary of Russian nouns]*. [Online]. Available at: [https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts\[\]=50](https://gramota.ru/poisk?query=ностальгия&mode=slovari&dicts[]=50) (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Nostal'giya [Nostalgia]. (2024) *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka [Dictionary of Russian language]*. [Online]. Available at: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=17266> (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Nostalgia. (2025) *Cambridge Dictionary*. [Online]. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/nostalgia> (accessed 30.05.2025). (In English)
- Nostalgia. (2025) *Encyclopedia Britannica*. [Online]. Available at: <https://www.britannica.com/science/nostalgia> (accessed 30.05.2025). (In English)
- Nostalgia. (2025) *Oxford Dictionary*. [Online]. Available at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/nostalgia?q=nostalgia> (accessed 30.05.2025). (In English)
- Retrospektiya [Retrospection]. (2007) *Bol'shoj psikhologicheskij slovar' [The Great psychological dictionary]*. [Online]. Available at: <https://psychological.slovaronline.com/1579-RETROSPEKTSIYA> (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Saudade [Saudade]. (2023) *Bol'shaya Rossijskaya entsiklopediya [The Great Russian Encyclopedia]*. [Online]. Available at: <https://bigenc.ru/c/saudade-128f72?v=8338072> (accessed 30.05.2025). (In Russian)
- Toska po rodine [Yearning]. (1994) *Malyj entsiklopedicheskij slovar' [Small encyclopedic dictionary]*. [Online]. Available at: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz\\_efron/102158/Тоска](https://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/102158/Тоска) (accessed 30.05.2025). (In Russian)

## References

- Filimonova, O. E. (2007) *Emotsiologiya teksta: analiz reprezentatsii emotsij v anglijskom tekste [The emotiology of text: analysis of emotion representation in the English text]*. Saint Petersburg: Knizhnyj Dom Publ., 447 p. (In Russian)
- Fokina, M. S. (2023) Modelirovanie rechevogo povedeniya v lingvisticheskoj igre JUST A MINUTE [Modelling of speech behaviour in English language game JUST A MINUTE]. In: T. I. Vorontsova, N. Yu. Zajtseva, E. A. Zherebina (eds.). *LXXVI Gertsenovskie chteniya. Inostrannye yazyki [LXXVI Herzen Readings. Foreign Languages]*. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia Publ., pp. 138–144. (In Russian)
- Ginzburg, L. Ya. (1971) *O psikhologicheskoi proze [On psychological prose]*. Leningrad: Sovetskij pisatel' Publ., 464 p. (In Russian)
- Klejmenova, V. Yu. (2011) Fiksional'nost' i vymysel v tekste [Fictionality and fiction in text]. *Izvestiya Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena — Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, no. 143, pp. 94–102. (In Russian)
- Nurkova, V. V. (2000) *Svershennoe prodolzhaetsya: psikhologiya avtobiograficheskoi pamyati lichnosti [Past continuous: The psychology of autobiographical memory]*. Moscow: URAO Publ., 315 p. (In Russian)
- Nyubina, L. M. (2000) *Poetika i pragmatika mnemonicheskogo povestvovaniya [Poetics and pragmatics of mnemonic narrative]. Extended abstract of the PhD dissertation (Philology)*. Saint Petersburg, Herzen State Pedagogical University of Russia, 36 p. (In Russian)
- Ostroumova, A. V. (2007) Problema dostovernosti i sub'ektivnosti v mnemonicheskom povestvovanii [The problematisation of reliability and subjectiveness in mnemonic narrative]. In: T. S. Nifanova (ed.). *Dialog yazykov i kul'tur: teoreticheskij i prikladnoj aspekt [Dialogue of languages and cultures: theoretical and applied aspects]*. Arkhangel'sk: Pomor University Publ., vol. 2, pp. 91–98. (In Russian)
- Piotrovskaya, L. A., Trushchelev, P. N. (2022) Communicating recipient's emotions: Text-triggered interest. *Training, Language and Culture*, vol. 6, no. 1, pp. 60–74. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2022-6-1-60-74> (In English)
- Shakhovskij, V. I. (2008) *Lingvisticheskaya teoriya emotsij [Linguistic theory of emotions]*. Moscow: Gnozis Publ., 414 p. (In Russian)
- Shchirova, I. A., Gurochkina, A. G., Goncharova, E. A. et al. (2023) *Ponyat' drugogo: problemy interpretatsii teksta v sovremennoj nauke [To understand the other: problems of text interpretation in modern science]*. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia Publ., 196 p. (In Russian)



УДК 811.112.2

EDN SDCBZW

<https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-226-234>

## Приемы и способы моделирования образа адресата в немецкоязычной антитабачной рекламе для молодежи

Е. Б. Терехова <sup>✉1</sup>

<sup>1</sup> Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,  
191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48

### Сведения об авторе

Елизавета Борисовна Терехова,  
SPIN-код: 8410-0364;  
ORCID: 0009-0008-2648-3430;  
e-mail: [yelizaveta\\_terekhova@internet.ru](mailto:yelizaveta_terekhova@internet.ru)

**Для цитирования:** Терехова, Е. Б. (2025) Приемы и способы моделирования образа адресата в немецкоязычной антитабачной рекламе для молодежи.

*Исследования языка и современное гуманитарное знание*, т. 7, № 4, с. 226–234. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-226-234>  
EDN SDCBZW

**Получена** 28 июня 2025; прошла рецензирование 22 июля 2025; принята 6 августа 2025.

**Финансирование:** Исследование не имело финансовой поддержки.

**Права:** © Е. Б. Терехова (2025). Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Аннотация.** Конструирование образа идеального реципиента выступает важным механизмом повышения эффективности социальной рекламы, обеспечивая идентификацию адресата с рекламным посланием и активизацию когнитивных процессов, способствующих формированию устойчивой мотивации к отказу от вредных привычек, в частности от курения. Рассматриваются ключевые механизмы реализации моделирования образа адресата в антитабачной рекламе через призму ее направленности референтной группе молодежи. Особое внимание уделяется образу адресата как ключевому элементу рекламного воздействия, направленного на переосмысление представлений о курении и снижении его социальной приемлемости среди молодежи. Актуальность исследования определяется интенсивным развитием медиакоммуникаций и увеличением количества профилактических рекламных кампаний, обращенных на формирование здорового образа жизни и предотвращение распространения вредных привычек среди молодежи, в частности курения. В связи с этим особую значимость приобретает исследование того, каким образом рекламные тексты соотносятся с социокогнитивными ожиданиями целевой группы. Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов для разработки и адаптации эффективных социальных рекламных сообщений, ориентированных на молодежную аудиторию. Полученные выводы могут быть использованы в процессе создания рекламных кампаний, направленных на снижение социальной приемлемости вредных привычек среди молодежи. Материалы исследования представляют научный интерес для специалистов в области медиалингвистики, дискурс-анализа, социо- и психолингвистики, а также для практиков, занимающихся разработкой и реализацией социальных рекламных кампаний, ориентированных на молодежную аудиторию.

**Ключевые слова:** рекламная коммуникация, социальная реклама, адресат, персуазивность

# The personalization of persuasion: Methods for constructing the recipient's image in German-language anti-smoking campaigns for youth

E. B. Terekhova <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Herzen State Pedagogical University of Russia, 48 Moika Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

## Author

Elizaveta B. Terekhova,  
SPIN: 8410-0364;  
ORCID: 0009-0008-2648-3430;  
e-mail: [yelizaveta\\_terekhova@internet.ru](mailto:yelizaveta_terekhova@internet.ru)

**For citation:** Terekhova, E. B. (2025) The personalization of persuasion: Methods for constructing the recipient's image in German-language anti-smoking campaigns for youth. *Language Studies and Modern Humanities*, vol. 7, no. 4, pp. 226–234. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-226-234> EDN SDCBZW

**Received** 28 June 2025; reviewed 22 July 2025; accepted 6 August 2025.

**Funding:** The study did not receive any external funding.

**Copyright:** © E. B. Terekhova (2025). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under [CC BY License 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Abstract.** Constructing the image of the ideal recipient serves as an important mechanism for increasing the effectiveness of social advertising. It ensures the identification of the target audience with the advertising message and stimulates cognitive processes that contribute to the formation of stable motivation to abandon harmful habits, particularly smoking. This article explores the key mechanisms used to model the image of the recipient in anti-smoking advertisements, viewed through the lens of targeting a youth reference group. The goal of the article is to analyze the image of the recipient in terms of its alignment with the cognitive attitudes and behavioral patterns of the target audience. Special attention is given to the recipient's image as a key element of advertising influence aimed at rethinking perceptions of smoking and reducing its social acceptability among young people. The relevance of the study is determined by the rapid development of media communications and the growing number of preventive advertising campaigns aimed at promoting healthy lifestyles and preventing the spread of harmful habits such as smoking among youth. In this context, studying how advertising messages correspond to the sociocognitive expectations of the target group becomes particularly important. The practical significance of the study lies in the potential to apply its findings in the development and adaptation of effective social advertising messages targeting young audiences. The conclusions can be used in the creation of advertising campaigns aimed at reducing the social acceptability of harmful habits among youth. The research materials are of scholarly interest to specialists in media linguistics, discourse analysis, socio- and psycholinguistics, as well as to practitioners involved in the design and implementation of youth-oriented social advertising campaigns.

**Keywords:** advertising communication, social advertising, recipient, persuasion

## Введение

Коммерческая реклама традиционно занимает важное место в научных исследованиях, посвященных персуазивной коммуникации (Голоднов 2010; Горячев 2010; Гридина 2013; Иссерс 2009; Лазарева 2003; Соколова 2014; Формановская 2002 и др.), в то время как тексты социальной рекламы, в особенности адресованные молодежной аудитории, остаются на периферии научного интереса, что указывает на наличие исследовательской лакуны, восполнение которой имеет не только теоретическое, но и прикладное значение.

Основополагающим признаком любого высказывания, в том числе и рекламного, является «его обращенность к кому-либо, его адресованность» (Бахтин 2000, 292); высказывание «с самого начала строится с учетом возможных ответных реакций, ради которых оно, в сущности, и создается» (Бахтин 2000, 292). В связи

с этим образ адресата в коммуникативном пространстве рекламы представляет собой особый интерес. Целью настоящей статьи является анализ образа адресата в социальной рекламе для молодежи на предмет его соответствия когнитивным установкам и поведенческим паттернам целевой аудитории.

## Материалы, методы, теоретический обзор

Интерлокутивный характер рекламной коммуникации, обусловленный интеграцией в акт иллокуции прогнозируемого адресантом эффекта воздействия, — перлокуции, предполагает осуществление рекламного воздействия посредством «целенаправленно конструируемых образов» (Горячев 2010, 32). В наибольшей степени это характерно для дискурса социальной рекламы, основная задача которой изменить поведенческие установки и ценностные ориентации

реципиента. Так, грамотно смоделированный образ адресата приобретает ключевое значение, поскольку эффективность рекламной коммуникации напрямую зависит от степени идентификации реципиента с транслируемыми нормами, установками и образом жизни.

Формирование образа потенциального реципиента зависит от «активной роли автора по отношению к концепции адресата» (Иссерс 2009, 76). Прибегая к использованию различных стратегий и тактик воздействия, продюсер рекламного текста моделирует определенный сценарий интерпретации рекламы адресатом. В связи с этим О. С. Иссерс отмечает: «Искусство стратегии состоит в том, чтобы результаты мыслительной работы воплотились в конкретные действия, которые на этапе реализации замыслов позволили бы добиться высокой эффективности. Следовательно, стратегический подход предполагает творческую деятельность индивида» (Иссерс 2009, 217) для достижения его коммуникативной цели.

Одним из основополагающих понятий в дискурсе социальной рекламы выступает понятие «коммуникативная перспектива», под которой следует понимать «возможность вызвать желаемые последствия в реальности» (Клюев 2002, 18). Как «дискурс активного воздействия» рекламный дискурс предполагает «преодоление коммуникативного неприятия адресата» (Голоднов 2010, 13).

В связи с этим продюсер рекламы формирует модель «идеального реципиента», что позволяет адаптировать речевое воздействие к социокультурным, когнитивным, поведенческим характеристикам и ожиданиям конкретной целевой аудитории. Под идеальным реципиентом понимается репрезентируемая в структуре рекламного текста модель представителя целевой аудитории, обладающего совокупностью типичных экстралингвистических характеристик, таких как возраст, пол, социальный статус, уровень образования, национально-культурные особенности и система ценностей (Голоднов 2003, 19). Таким образом, соответствие образа идеального реципиента механизмам восприятия и процессам самоидентификации реального адресата является ключевым условием эффективности рекламной коммуникации.

В дискурсе социальной рекламы, направленной на отказ от вредных привычек, конструирование образа идеального реципиента приобретает особую значимость, поскольку требует не просто информирования, но и глубокой вовлеченности адресата в процесс восприятия и переоценки личных установок. Акцент с ма-

нипулятивных практик зачастую смещается на создание содержательных и социально значимых обращений, способствующих формированию осознанной реакции у представителей конкретных социальных групп. При этом важно отметить, что молодежная аудитория обладает высокой степенью чувствительности к попыткам внешнего навязывания норм, поэтому эффективное рекламное воздействие требует также обращения к эмоциям, идентичностям и поведенческим сценариям, с которыми молодые люди могут себя соотнести (Терехова 2024, 558).

В настоящей статье рассматриваются тактики моделирования личности адресата в немецкоязычной антитабачной рекламе, ориентированной на молодежную аудиторию. Эмпирическую базу исследования составили материалы немецкоязычных антитабачных рекламных кампаний, реализованные на территории Австрии и Германии.

В качестве основного метода исследования использовался дискурсивный анализ, позволяющий выявить прагматические, семантические и лингвостилистические особенности репрезентации образа адресата в дискурсе антитабачной рекламы. В рамках дискурсивного анализа применялись следующие частные методы:

- 1) контент-анализ, направленный на систематизацию вербальных элементов, связанных с моделированием образа адресата;
- 2) семантический анализ ключевых лексических единиц, отражающих идеологические и ценностные ориентиры молодежи, транслируемые в рекламных текстах;
- 3) элементы когнитивно-прагматического анализа, позволившие интерпретировать коммуникативные установки рекламных сообщений с учетом специфики восприятия молодежной аудиторией.

## **Результаты и обсуждение**

Эффективность воздействия в рекламном дискурсе достигается через языковое моделирование социально значимых для молодежи ролей и идентичностей, в частности успешного, здорового, физически активного, финансово независимого и социально интегрированного индивида. Рекламная кампания «Rauchfrei» (рис. 1), инициированная австрийским фондом медицинского страхования, апеллирует к молодым людям через образ молодой девушки, которая ведет активный образ жизни и репрезентирует социально одобряемую модель поведения, противопоставляя ее стереотипному образу курильщика, который является объектом осуждения.

Рекламный текст «*Du stinkst, du nervst. Du kannst mich mal!*» («Ты воняешь, ты раздражаешь. Да пошел ты!») носит провокационный характер и строится на негативной оценке никотинозависимого представителя молодого поколения. Лексемы *stinken* (вонять) и *nerven* (раздражать) обозначают физиологический и коммуникативный дискомфорт, вызванный курением; их негативная коннотация создает эффект социальной изоляции и предполагаемой дезинтеграции курильщиков из значимой группы людей, ведущих здоровый образ жизни. Разговорное выражение «*Du kannst mich mal!*» («Да пошел ты!»), являющееся конвенционально грубой формой отторжения, только подчеркивает дихотомию «здоровый» и «нездоровый» образ жизни и способствует укреплению мотивации молодежи к отказу от вредной привычки. Вследствие чего потенциальный реципиент рекламного текста может отождествлять себя как с образом для подражания, так и с объектом, к которому обращается реклама, что стимулирует его к переосмыслению собственного поведения. Сочетание социальной стигматизации курильщика с позитивным представлением о здоровом образе жизни способствует эмоциональному вовлечению адресата и усиливает эффект воздействия.

Другим примером использования модели идеального реципиента является антитабачная рекламная кампания бывшего министра здравоохранения Австрии Алоиса Штёгера (рис. 2–4), в которой ключевым элементом воздействия становится создание образа социально привлекательного антипода курильщика. Рекламные плакаты строятся на дихотомической структуре, в которой курение изображается как негативное явление, а отказ от него — как признак социального признания и финансового успеха.

Анализируемая реклама строится на контрастном противопоставлении двух четко представленных групп: некурящие молодые люди, социально интегрированные, счастливые, финансово грамотные и независимые, и курящие, изолированные от общества, непривлекательные, финансово неграмотные. Эта дихотомия последовательно реализуется как на лингвистическом, так и на экстралингвистическом уровне.

Центральный слоган рассматриваемых рекламных плакатов построен по модели математического уравнения *Rauchen = X* (курение = X), что придает утверждению характер категоричного суждения и исключает возможность его альтернативной интерпретации. Такая формула заголовков приравнивает курение к негативным характеристикам, тем самым закрепляя его



Рис. 1. Рекламная кампания «Rauchfrei» (Источник: [www.Rauchfrei.at](http://www.Rauchfrei.at))

Fig. 1. Advertising campaign “Rauchfrei” (URL: [www.Rauchfrei.at](http://www.Rauchfrei.at))



Рис. 2. Рекламная кампания министерства здравоохранения Австрии (Источник: <https://images.app.goo.gl/QTbPj3dp2dPv54xQA>)

Fig. 2. Advertising campaign of the Austrian Ministry of Health (URL: <https://images.app.goo.gl/QTbPj3dp2dPv54xQA>)

в сознании адресата как социально неодобряемое поведение. Для привлечения внимания адресата математический знак равенства изображен в виде тлеющих сигарет.

Каждый из трех плакатов раскрывает разные аспекты негативных последствий курения:

1. *Rauchen = grauslich* (курение = мерзко). Курение как физически неприятное и социально изолирующее поведение.
2. *Rauchen = uncool* (курение = не круто). Курение как препятствие для социальных контактов и групповой принадлежности.
3. *Rauchen = sauteuer* (курение = дико дорого). Курение как экономически нецелесообразная и финансово обременительная модель поведения.

Пейоративные прилагательные *grauslich* (мерзкий), *uncool* (не крутой) и *sauteuer* (дико дорогой), относящиеся к молодежному жаргону, инициируют немедленную эмоциональную реакцию реципиента и препятствуют нейтральному восприятию темы курения. Интеграция в рекламный текст лексических единиц, характерных для молодежного жаргона, способствует активации механизмов социальной идентификации, в рамках которой адресат воспринимает рекламное послание как принадлежащее «своему» социальному кругу, что способствует укреплению доверия адресата к транслируемой информации.

Следует отметить, что высокий персуазивный потенциал рассматриваемых рекламных плакатов обусловлен их поликодовой природой, включающей взаимодействие вербальных и невербальных компонентов. Невербальные элементы функционируют в рамках бинарной оппозиции, противопоставляя социально приемлемые и неприемлемые модели поведения (рис. 2). На переднем плане изображена влюбленная и счастливая молодая пара, демонстрирующая тесный физический контакт, тогда как фигура курящего молодого человека, сидящего в стороне, выступает в роли социально изолированного субъекта:

*Rauchen = grauslich. Raucher stinken! Genieße dein rauchfreies Leben, anstatt einsam mit dem Glimmstängel auf der Parkbank zu sitzen. Wer nicht raucht, hat auch in der Liebe bessere Chancen* [Курение = мерзко. Курильщики воняют! Наслаждайся жизнью без сигарет, вместо того чтобы сидеть в одиночестве на скамейке с папироской. Кто не курит — у того и в любви больше шансов].

Обобщающая негативная категоризация «*Raucher stinken!*» («Курильщики воняют!») способствует формированию устойчивого от-

рицательного отношения к курящим. Особого внимания заслуживает использование сниженной лексики, в частности существительного *Glimmstängel* (папироска), обладающего пренебрежительным оттенком, что дополнительно снижает нормативный статус курения или вовсе дискредитирует его.

На следующем плакате (рис. 3) молодая девушка с сигаретой стоит на балконе, в то время как ее подруги весело проводят время на вечеринке.

Следующий визуальный образ представляет молодого человека, демонстрирующего свой новый телефон как символ финансового благополучия; в то же время другой юноша тратит свои последние деньги на сигареты, что формирует представление о курении как об экономически невыгодной привычке (рис. 4).

Нормативные утверждения: «*Wer nicht raucht, hat mehr vom Leben*» («Кто не курит, тот получает от жизни больше»), «*Wer nicht raucht, verpasst auch nichts von der Party*» («Кто не курит, тот ничего не упускает на вечеринке») и «*Wer nicht*



Рис. 3. Рекламная кампания министерства здравоохранения Австрии (Источник: <https://images.app.goo.gl/JPAVBWNR5WAAQtwr9>)

Fig. 3. Advertising campaign of the Austrian Ministry of Health (URL: <https://images.app.goo.gl/JPAVBWNR5WAAQtwr9>)



Рис. 4. Рекламная кампания министерства здравоохранения Австрии (Источник: <https://images.app.goo.gl/XBSTLid4N9tXpfkD6>)

Fig. 4. Advertising campaign of the Austrian Ministry of Health (URL: <https://images.app.goo.gl/XBSTLid4N9tXpfkD6>)

*raucht, hat auch in der Liebe bessere Chancen*) («Кто не курит, у того и в любви больше шансов») преподносятся как объективные истины. Императивные конструкции, такие как «*Genieße dein rauchfreies Leben*» («Наслаждайся жизнью без курения») и «*Hab Spaß und feiere mit deinen Freundinnen*» («Развлекайся и веселись с подругами»), формируют позитивный поведенческий сценарий отказа от курения, представленный как социально предпочтительный и приносящий определенную выгоду. В то же время предложенные альтернативы: «*anstatt einsam mit dem Glimmstängel auf der Parkbank zu sitzen*» («вместо того чтобы сидеть в одиночестве с папироской на скамейке»), «*anstatt am Balkon herumzustehen*» («вместо того чтобы торчать на балконе») и «*Urlaub, Handy oder cooles Outfit*» («отпуск, телефон или модный прикид») подчеркивают контраст между социально одобряемым и неодобряемым образом жизни.

Экспертное высказывание бывшего министра здравоохранения Австрии Алоиса Штёгера, расположенное в нижней части плакатов:

«*Nicht rauchen lohnt sich auf jeden Fall!*» («Жизнь без курения в любом случае того стоит!»), является классическим примером апелляции к авторитету и направлено на легитимацию рекламного послания посредством государственной и профессионально-медицинской поддержки, что усиливает персуазивный потенциал рекламного сообщения.

Следует отметить, что степень развития рекламного дискурса и отношение к нему со стороны потребителей варьируется в разных культурных контекстах. Так, «в России реклама пока еще развивающаяся область, а для создателей немецких рекламных текстов важно преодолеть негативное отношение потребителя к рекламе» (Гузь, Пигина 2013, 90). Это обуславливает необходимость применения в немецкоязычной социальной рекламе стратегий и тактик воздействия, направленных не только на передачу содержания, но и на снятие «коммуникативной настороженности». В таких условиях моделирование позитивного образа адресата приобретает двойную функцию: с одной стороны, оно служит средством вовлечения и самоидентификации, с другой — способствует легитимации самого рекламного послания как социально значимого и приемлемого.

Таким образом, в приведенных выше рекламных текстах именно образ адресата является ключевым инструментом для осуществления стигматизации курения. Модель идеального реципиента, привлекательного, финансово независимого и некурящего, последовательно выстраивается через пейоративную лексику, дихотомические конструкции и визуальные контрасты, что делает рекламное послание четким и действенным.

В ряде рекламных плакатов антитабачной кампании «*Rauchfrei. Bist du dabei?*» (рис. 5–7) также встречается образ «идеального адресата», который моделируется адресантом посредством апелляции к значимым для молодежной аудитории ценностям: физической активности, выносливости и социальной интеграции. Необходимо подчеркнуть, что под «идеальным адресатом» следует понимать сконструированный образ представителя молодого поколения, обладающего характеристиками, нормативно одобряемыми в молодежной среде. Этот образ не обязательно соответствует реальному адресату, однако он служит ориентиром, с которым адресат хотел бы себя отождествлять.

В слоганах «*Wer's sportlich allen zeigen will, bleibt rauchfrei*» («Кто хочет показать всем свою спортивную форму — не курит»), «*Wer mithalten will, bleibt rauchfrei*» («Кто хочет не отставать

от других — не курит»), «*Wer nicht aus der Puste kommen will, bleibt rauchfrei*» («Кто не хочет задохнуться — не курит») содержатся высказывания с выраженной прагматической установкой, структурированные по схеме условного суждения, где отказ от курения представлен как необходимое условие для достижения социально одобряемых целей.

Вербальный и невербальный компоненты рекламного плаката (рис. 5) функционируют в тесной взаимосвязи, образуя единую структуру воздействия. Изображение двух юношей, играющих в баскетбол, сопровождается элементами, актуализирующими идею динамики и силы: спортивная одежда и активная жестикуляция. Рекламный текст «*Wer's sportlich allen zeigen will, bleibt rauchfrei*» («Кто хочет показать всем свою спортивную форму — не курит») представляет отказ от курения как условие достижения успеха в спорте и признания в молодежной среде. Таким образом, адресат интерпретирует отказ от курения как поведенческую норму, соответствующую идеалу социально активного и физически успешного молодого человека.

Рекламный плакат (рис. 6) репрезентирует образ девушки с скейтбордом, маркером принадлежности к урбанистической молодежной субкультуре. Визуальная репрезентация представительницы молодежной субкультуры не случайна, поскольку «смысл [рекламного сообщения] становится личным, только если попадает в мотивационное поле индивида и является близким, релевантным для него» (Глухова 2013). Именно такие атрибуты молодежной идентичности, как скейтборд, ассоциируются с независимостью, активностью и стремлением к самовыражению.

Рекламный текст «*Wer mithalten will, bleibt rauchfrei*» («Кто хочет не отставать от других — не курит») акцентирует внимание на необходимости соответствия современным трендам и требованиям социальной среды. Отказ от курения преподносится как признак вовлеченности в молодежные практики и способности «быть на волне», что усиливает мотивацию идентификации реципиента с предложенной моделью поведения.

Следующий рекламный плакат (рис. 7) демонстрирует молодую пару; юноша надувает матрас, что интерпретируется как метафора физической выносливости. Вербальный компонент «*Wer nicht aus der Puste kommen will, bleibt rauchfrei*» («Кто не хочет задыхаться — не курит») содержит элемент иронии, однако в своей основе акцентирует внимание на способности



Рис. 5. Рекламная кампания «Rauchfrei. Bist du dabei?» (Источник: <https://images.app.goo.gl/pYBhJkAtugkTo9rR7>)

Fig. 5. Advertising campaign “Rauchfrei. Bist du dabei?” (URL: <https://images.app.goo.gl/pYBhJkAtugkTo9rR7>)



Рис. 6. Рекламная кампания «Rauchfrei. Bist du dabei?» (Источник: <https://images.app.goo.gl/jMW8QByCvuzZAPnP8>)

Fig. 6. Advertising campaign “Rauchfrei. Bist du dabei?” (URL: <https://images.app.goo.gl/jMW8QByCvuzZAPnP8>)



Рис. 7. Рекламная кампания «Rauchfrei. Bist du dabei?» (Источник: <https://images.app.goo.gl/hm2c7z84oMXDZhkg9>)

Fig. 7. Advertising campaign “Rauchfrei. Bist du dabei?” (URL: <https://images.app.goo.gl/hm2c7z84oMXDZhkg9>)

некурящего справляться с повседневными задачами без чувства усталости. Так в сознании реципиента формируется положительный образ энергичного и здорового субъекта, противополо-

ставляемого образу курильщика как физически слабого и утомленного.

## Заключение

В ходе анализа немецкоязычных антитабачных рекламных кампаний было установлено, что использование дихотомических оппозиций, пейоративной лексики, визуальных и вербальных контрастов способствует формированию устойчивого негативного отношения к курению, одновременно предлагая молодежи позитивные альтернативы, ассоциирующиеся с успешной социальной реализацией. Представленные рекламные кампании учитывают не только особенности восприятия молодежной аудитории, но и ее чувствительность к навязчивым или авторитарным формам убеждения. В связи с этим особую роль приобретает использование жаргонной лексики и визуальных кодов, способных создать ощущение принадлежности и доверия к рекламному сообщению.

Таким образом, каждый из проанализированных рекламных плакатов демонстрирует реализацию моделирования образа адресата, соответствующего социальным ожиданиям и нормам молодого поколения: активного, здорового, энергичного, финансово успешного и привлекательного. Курение, напротив, ассоциируется с социальной изоляцией, экономическими потерями и снижением физической активности. Эффективность подобной рекламы заключается в том, что потенциальный реципиент получает возможность не только осознать риски, связанные с курением, но и эмоционально включиться в процесс самоидентификации с позитивным, социально одобряемым образом.

## Литература

- Бахтин, М. М. (2000) *Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук*. СПб.: Азбука, 332 с.
- Глухова, Д. С. (2013) Творческая стратегия социальной рекламы (на примере ВИЧ/СПИД-кампаний). *Медиаскоп*, № 3. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1381> (дата обращения 01.06.2025).
- Голоднов, А. В. (2003) *Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы)*. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата филологических наук. СПб., РГПУ им. А. И. Герцена, 23 с.
- Голоднов, А. В. (2010) *Персуазивная коммуникация: стратегии и тактики воздействия (на материале современной немецкоязычной рекламы)*. СПб.: Астерион, 243 с.
- Горячев, А. А. (2010) *Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации. Диссертация на соискание степени кандидата филологических наук*. СПб., РГПУ им. А. И. Герцена, 296 с.
- Гридина, Т. А. (2013) *Лингвистика креатива-1*. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного педагогического университета, 369 с.
- Гузь, М. Н., Пигина, Н. В. (2013) Интертекст как средство воздействия на адресата рекламного текста. *Studia Linguistica*, № 22, с. 316–326.
- Иссерс, О. С. (2009) *Речевое воздействие*. М.: Флинта; Наука, 223 с.

- Клюев, Е. В. (2002) *Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия*. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 316 с.
- Лазарева, Э. А. (2003) Дискурс рекламы: инвариант и варианты. *Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности*, № 1, с. 151–165.
- Соколова, О. В. (2014) *Типология дискурсов активного воздействия: поэтический авангард, реклама и PR*. М.: Гнозис, 304 с.
- Терехова, Е. Б. (2024) Эвфемизация как средство реализации категории персуазивности в текстах немецкоязычной социальной рекламы для детей и молодежи. В кн.: К. Г. Антонян, П. А. Бавина, Н. А. Бочарова и др. (ред.). *Студент — Исследователь — Учитель: тезисы докладов 25 Межвузовской студенческой научной конференции*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, с. 556–559.
- Формановская, Н. И. (2002) *Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход*. М.: Русский язык, 216 с.

## References

- Bakhtin, M. M. (2000) *Avtor i geroj: K filosofskim osnovam gumanitarnykh nauk [Author and Hero: Towards the Philosophical Foundations of the Humanities]*. Saint Petersburg: Azbuka Publ., 332 p. (In Russian)
- Formanovskaya, N. I. (2002) *Rechevoe obshchenie: kommunikativno-pragmaticheskij podkhod [Speech Communication: A Communicative-Pragmatic Approach]*. Moscow: Russkij yazyk Publ., 216 p. (In Russian)
- Glukhova, D. S. (2013) Tvorcheskaya strategiya sotsial'noj reklamy (na primere VICH/SPID-kampanij) [Creative strategy for Public Service Advertising (a study of HIV/AIDS campaigns)]. *Mediascope — Mediaskop*, no. 3. [Online]. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/1381> (accessed 01.06.2025). (In Russian)
- Golodnov, A. V. (2003) *Lingvopragmaticheskie osobennosti persuazivnoj kommunikatsii (na primere sovremennoj nemetskoyazychnoj reklamy) [Linguistic and Pragmatic Features of Persuasive Communication (Based on Contemporary German-language Advertising)]*. Extended abstract of the PhD dissertation (Philology). Saint Petersburg, Herzen State Pedagogical University of Russia, 23 p. (In Russian)
- Golodnov, A. V. (2010) *Persuazivnaya kommunikatsiya: strategii i taktiki vozdejstviya (na materiale sovremennoj nemetskoyazychnoj reklamy) [Persuasive Communication: Strategies and Tactics of Influence (Based on Contemporary German-language Advertising)]*. Saint Petersburg: Asterion Publ., 243 p. (In Russian)
- Goryachev, A. A. (2010) *Modelirovanie rechevogo vozdejstviya v reklamnoj kommunikatsii [Modeling Speech Impact in Advertising Communication]*. PhD dissertation (Philology). Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia, 296 p. (In Russian)
- Gridina, T. A. (2013) *Lingvistika kreativna-1 [Linguistics of Creativity — 1]*. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University Publ., 369 p. (In Russian)
- Guz', M. N., Pigina, N. V. (2013) Intertekst kak sredstvo vozdejstviya na adresata reklamnogo teksta [Intertext as a tool of influence on recipient of advertising text]. *Studia Linguistica*, no. 22, pp. 316–326. (In Russian)
- Issers, O. S. (2009) *Rechevoe vozdejstvie [Speech Influence]*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ., 223 p. (In Russian)
- Klyuev, E. V. (2002) *Rehevaya kommunikatsiya: uspeshnost' i rehevogo vzaimodejstviya [Speech Communication: Success in Speech Interaction]*. Moscow: RИPOL CLASSIC Publ., 316 p. (In Russian)
- Lazareva, E. A. (2003) Diskurs reklamy: invariant i varianty [Advertising Discourse: Invariant and Variants]. *Psikholingvisticheskie aspekty izucheniya rechevoj deyatel'nosti — Psycholinguistic aspects of the study of speech activity*, no. 1, pp. 151–165. (In Russian)
- Sokolova, O. V. (2014) *Tipologiya diskursov aktivnogo vozdejstviya: poeticheskij avangard, reklama i PR [Active Effect Discourses: Poetic Avant-garde, Advertising and PR]*. Moscow: Gnosis Publ., 304 p. (In Russian)
- Terekhova, E. B. (2024) Evfemizatsiya kak sredstvo realizatsii kategorii persuazivnosti v tekstakh nemetskoyazychnoj sotsial'noj reklamy dlya detej i molodezhi [Euphemization as a means of persuasion in German social advertising for children and youth]. In: K. G. Antonyan, P. A. Bавина, N. A. Bocharova et al. (eds.). *Student — Issledovatel' — Uchitel': tezisy dokladov 25 Mezhvuzovskoj studencheskoj nauchnoj konferentsii [Student — Researcher — Teacher: abstracts of reports of the 25<sup>th</sup> Interuniversity Student Scientific Conference]*. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia Publ., pp. 556–559. (In Russian)



УДК 811.134.2

EDN LJXXDI

<https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-235-244>

## Религиозные мотивы в текстах выступлений президента Аргентины Х. Милея

А. А. Терещук <sup>1</sup>, В. С. Митракова <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,  
191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48

### Сведения об авторах

Андрей Андреевич Терещук,  
SPIN-код: [1210-6319](#),  
Scopus AuthorID: [57196032112](#),  
ResearcherID: [R-5417-2019](#),  
ORCID: [0000-0001-8838-9302](#),  
e-mail: [atereschuk@herzen.spb.ru](mailto:atereschuk@herzen.spb.ru)

Валерия Сергеевна Митракова,  
e-mail: [imvaleriem@gmail.com](mailto:imvaleriem@gmail.com)

Для цитирования: Терещук, А. А.,  
Митракова, В. С. (2025)

Религиозные мотивы в текстах  
выступлений президента  
Аргентины Х. Милея. *Исследования  
языка и современное гуманитарное  
знание*, т. 7, № 4, с. 235–244.  
[https://doi.org/10.33910/2686-  
830X-2025-7-4-235-244](https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-235-244) EDN  
LJXXDI

Получена 9 июня 2025; прошла  
рецензирование 23 сентября 2025;  
принята 23 сентября 2025.

**Финансирование:** Исследование  
не имело финансовой поддержки.

**Права:** © А. А. Терещук,  
В. С. Митракова (2025).

Опубликовано Российским  
государственным педагогическим  
университетом им. А. И. Герцена.  
Открытый доступ на условиях  
лицензии CC BY 4.0.

**Аннотация.** Произведен анализ религиозных мотивов в текстах публичных выступлений действующего президента Аргентины Хавьера Милея. Его выступления отличаются ярко выраженной экспрессивностью и агональностью. Актуальность работы обусловлена тем, что эта тема не являлась предметом научных исследований, несмотря на значимость религиозных элементов в современном правопопулистском дискурсе даже на фоне глобальных тенденций к секуляризации. Материалом для анализа послужили 86 текстов выступлений Х. Милея, произнесенных им в первый год правления (декабрь 2023 г. — декабрь 2024 г.) и опубликованных на официальном сайте администрации президента Аргентины. Основной целью исследования является выявление и интерпретация религиозных мотивов, под которыми понимаются прямые или скрытые цитаты из сакральных текстов, упоминания Бога или тех или иных религиозных практик. В проанализированных текстах были зафиксированы более 100 отсылок к религиозной тематике, 99 из которых связаны с авраамическими религиями. Основным источником религиозных отсылок в речах политика является Ветхий Завет, в особенности Первая книга Маккавейская и книга Исход. Установлено, что религиозные мотивы не только сопровождают заключительные части выступлений, но и интегрируются в их основное содержание, выступая не случайными элементами, а инструментами аргументации политико-экономических тезисов и апелляции к ценностной картине мира широкой аудитории. Приходим к выводу, что использование религиозных мотивов в текстах Х. Милея представляет собой осознанную стратегию, направленную на усиление персуазивного потенциала его выступлений.

**Ключевые слова:** политический дискурс, популизм, религиозный дискурс, Милей, Аргентина, испанский язык

## Religious motifs in the speeches of the President of Argentina J. Milei

A. A. Tereshchuk <sup>1</sup>, V. S. Mitrakova <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Herzen State Pedagogical University of Russia, 48 Moika Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

### Authors

Andrei A. Tereshchuk,  
SPIN-code: 1210-6319,  
Scopus AuthorID: 57196032112,  
ResearcherID: R-5417-2019,  
ORCID: 0000-0001-8838-9302,  
e-mail: [atereschuk@herzen.spb.ru](mailto:atereschuk@herzen.spb.ru)

Valeria S. Mitrakova,  
e-mail: [imvaleriem@gmail.com](mailto:imvaleriem@gmail.com)

### For citation:

Tereshchuk, A. A., Mitrakova, V. S. (2025) Religious motifs in the speeches of the President of Argentina J. Milei. *Language Studies and Modern Humanities*, vol. 7, no. 4, pp. 235–244. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-235-244>  
EDN LJXXDI

Received 9 June 2025; reviewed 23 September 2025; accepted 23 September 2025.

**Funding:** The study did not receive any external funding.

**Copyright:** © A. A. Tereshchuk, V. S. Mitrakova (2025). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under CC BY License 4.0.

**Abstract.** This article is dedicated to the analysis of religious motifs in the public speeches by President of Argentina Javier Milei whose political discourse belongs to the right-wing populist strand and is characterised by pronounced expressiveness and agonality. The relevance of this study stems from the fact that the use of religious themes in the speeches of this politician has not yet been the subject of academic research, despite the continuing significance of religious elements in contemporary right-wing populist discourse, even against the backdrop of global secularisation trends. The material for the analysis consists of 86 speeches delivered by J. Milei during the first year of his presidency (December 2023 — December 2024) and published on the official website of the Office of the President of Argentina. The primary objective of the study is to identify and interpret religious motifs, understood as direct or implicit quotations from sacred texts, references to God or various religious practices. The analysis revealed 101 references to religious themes in J. Milei's speeches, the vast majority of which (99) are associated with the Abrahamic religions. The main source of religious references in J. Milei's discourse is the Old Testament, particularly the First Book of Maccabees and the Book of Exodus. It has been established that religious motifs are not limited to the concluding parts of the speeches but are integrated into their core content, serving not as incidental elements but as tools for supporting political and economic arguments, and for appealing to the audience's value system. Based on the conducted analysis, it is concluded that the use of religious motifs in J. Milei's speeches represents a deliberate strategy aimed at enhancing the persuasive potential of his political discourse.

**Keywords:** political discourse, populism, religious discourse, Milei, Argentina, Spanish language

Одной из характеристик политического дискурса, под которым понимается языковое выражение общественной практики в политической сфере (Ларионова 2023, 75), является персуазивность, то есть тенденция «оказывать влияние (в том числе и скрытое), а следовательно, осуществлять одностороннее, однонаправленное действие в отношении адресата» (Воронина 2023, 18). В современном западном секуляризованном обществе политический дискурс чаще всего оказывается отграниченным от религиозного (Chilton 2004, 165). Представляется, что исключение религиозных мотивов обусловлено тем фактом, что для существенной части аудитории в западных странах религия играет второстепенную роль в формировании ценностной картины мира, представляющей собой часть языковой картины мира, которая моделируется «в виде взаимосвязанных оценочных суждений» (Карасик 2000, 21). В свою очередь, под языковой картиной мира понимается «естественный продукт сознания, возникающий в результате взаимодействия мышления, окружающей действи-

тельности и языка» (Николаева, Фаблинова 2019, 238).

В то же время, как писал Д. Веннер, «большинство людей, „не имеющих религий“, продолжают носить в себе остатки религиозности. Они бессознательно отдают дань ритуалам и символам, которые относятся к религиозной ментальной структуре» (Веннер 2018, 25–26). В современном западном политическом дискурсе религиозные элементы могут сохраняться в виде отдельных речевых формул и клише, утративших свое сакральное значение. Отметим, что секуляризация не означает потерю представлений о «священном» или вытеснение религии наукой. Эти представления о «священном», как показывает С. Л. Фирсов, просто переходят в область социальной сферы (Фирсов 2022).

В последние годы политическая система стран Европы и Латинской Америки переживает существенные изменения, связанные с ростом популярности ряда партий, которые часто определяются как популистские. Для популизма характерно деление социума на «добро» и «зло»,

на противоположные и взаимоисключающие силы. «Зло» в популистском дискурсе обычно представлено «оторванной от народа» элитой (Harteveld et al. 2021, 4). Популизм бывает как левым, так и правым, то есть критика современной демократии может идти с обоих флангов политического спектра. Правый популизм отмечен «ориентацией на националистические настроения, поддержку культурной идентичности, укрепление закона и порядка» (Галочкин 2024, 25). В правом популистском дискурсе критике иногда подвергается и секуляризм современного общества, то есть правые популисты могут использовать тему религии для привлечения избирателей.

Одним из современных политиков, чей дискурс часто классифицируется как популистский, является Хавьер Милей (г. р. 1970), ставший президентом Аргентины в декабре 2023 года. Глава государства определяет себя как «либертарианца» и «анархо-капиталиста» и отличается «крайне экстравагантным поведением и внешним видом, а также агрессивным стилем выступлений» (Ворожейкина 2023, 223). Конечно, эмоциональность характерна для политического дискурса в целом (Немцева, Мелик-Карамянц 2024, 96), однако эмоциональность выступлений Х. Милей представляется чрезмерной даже на фоне остальных испаноязычных политиков. Он выступает за ультралиберальную модель в экономике, стремится свести к минимуму роль государства в экономической жизни и выступает за приватизацию государственных компаний. При этом в идеологии президент Аргентины отличается крайним консерватизмом, подвергает критике феминизм, «прогрессивную» ('woke') культуру, движение «зеленых». По оценке Т. Е. Ворожейкиной, «в социальном плане его позиции являются не просто консервативными, но во многих отношениях откровенно реакционными» (Ворожейкина 2023, 225). Х. Милей так пишет в своей книге «Путь либертарианца»: «...основной вызов этическим ценностям капитализма и свободного рынка идет со стороны марксистов, социалистов и коммунистов» (Milei 2022, 144). Принимая во внимание идеологию Х. Милей, можно предположить, что важную роль в его дискурсе играют религиозные мотивы.

Ранее в работах, рассматривающих политический дискурс Х. Милей, была проанализирована метафорика его текстов (Caruncho 2024) и агональность выступлений (в том числе употребление лексики с негативным коннотативным значением по отношению к своим противникам) (Ariza et al. 2023, 8; Ariza 2024, 77, 83), кроме того, дискурс политика был сопоставлен с дру-

гими разновидностями консервативного дискурса (Annunziata et al. 2024, 14). Обращение к религиозной тематике в выступлениях Х. Милей до сих пор не становилось предметом научного исследования. При этом в зарубежной публицистике появился целый ряд статей, посвященных отношению президента Аргентины к религии: являясь католиком, в выступлениях он неоднократно заявлял о симпатиях к иудаизму.

В настоящей статье мы обращаемся к анализу религиозных мотивов в текстах речей Х. Милей. В качестве источника были использованы тексты официальных выступлений президента Аргентины за период с 10 декабря 2023 года по 10 декабря 2024 года, то есть за первый год пребывания Х. Милей во главе государства. Было рассмотрено 86 текстов, все они размещены в интернете, на сайте администрации президента Аргентины (Casa Rosada 2025).

Под религиозными мотивами будут пониматься прямые или скрытые цитаты из сакральных текстов, упоминания Бога или тех или иных религиозных практик. В настоящей работе мы рассматриваем и Библию, и Тору как сакральные тексты, которые отражают не авторское видение мира, но предлагают читателю ответ на «абсолютные вопросы», реализуют религиозную функцию языка (Пашков 2024, 168). Важно подчеркнуть, что термин «сакральный текст» не является синонимом к понятию «религиозный текст»: сакральный текст репрезентирует священное знание для представителей определенной конфессии (например, Библия) и лежит в основе религиозных текстов, функционирующих в рамках религиозного дискурса (например, «Исповедь» Блаженного Августина) (Пашков 2023, 92). Таким образом, представляется обоснованным определять отсылки Х. Милей к сакральным текстам как «религиозные мотивы», а не как «сакральные».

Для анализа религиозных мотивов в выступлениях Х. Милей необходимо дать характеристику его речевому портрету, то есть описанию индивидуальных особенностей человека в области коммуникации (Дойникова 2024, 481). Как было отмечено выше, для его выступлений характерна экспрессивность и высокий уровень агрессивности по отношению к оппонентам. Для высказываний Х. Милей характерно употребление целого ряда лексических единиц с отрицательным коннотативным значением, часть из которых свойственна именно для идиостиля аргентинского политика и его сторонников. Так, Х. Милей часто использует лексему *casta* (каста) применительно к сочувствующей

левым идеям части политической элиты Аргентины (Annunziata et al. 2024, 28). Отметим, что данная лексема в первую очередь характерна для левопопулистского испаноязычного дискурса. Другие примеры эмоционально окрашенной лексики, которую использует Х. Милей по отношению к противникам: *econo-chantas* (экономические мошенники), *siniestro* (плохой человек; также: находящийся по левую сторону), *apartheid* (апартеид) и др. Лексема *apartheid* применяется Х. Милеем не по отношению к режиму, существовавшему в Южной Африке, но применительно к политике более левых правительств Аргентины. В последние годы лексема *apartheid* регулярно встречается в испаноязычном правопопулистском дискурсе и употребляется с пейоративным коннотативным значением (Терещук 2020, 830).

Для речи Х. Милея также характерны отклонения от языковой нормы, частотное использование сленговой лексики. Было бы несправедливо обвинять главу аргентинского государства в «неграмотности»: как пишет Е. А. Гончарова, «часто в основе намеренных отклонений речевого субъекта от общепринятого использования языковых единиц, а также от правил речевого этикета лежит творческий элемент, или лингвокреативность пользователей языка» (Гончарова 2023, 183). Используя в своих выступлениях такие лексемы, как *laburo* (работа), *chorro* (вор) или *berretada* (глупость), Х. Милей создает себе образ «человека из народа». Многие употребляемые политиком слова не только характерны в первую очередь для разговорно-сниженного регистра коммуникации, но и являются аргентинизмами, которые могут быть непонятны для многих носителей испанского языка из других стран. Впрочем, использование диалектизмов не является уникальным для идиостиля Х. Милея; во многих видах персуазивной коммуникации в разных языках сейчас активно используются «региональные языковые нормы» (Гузъ, Пигина 2023, 858). Одновременно с употреблением аргентинской лексики в речи Х. Милея отмечается и использование англицизмов, характерное для современной неформальной коммуникации на испанском языке (Ивлиева 2022, 539).

К разговорно-сниженному регистру относится знаменитая речевая формула, которую Х. Милей использует для завершения своих выступлений: «¡Viva la libertad, carajo!» (в сильно смягченном варианте перевода: «Да здравствует свобода, черт побери!» [здесь и далее перевод наш. — А. Т., В. М.]). Эта фраза фиксируется в 55 из 86 (63,95 %) проанализированных

выступлений Х. Милея. Эффект от использования обценной лексики в официальных речах президента усиливается от того, что в большинстве случаев перед произнесением этой формулы Х. Милей использует перефразированную цитату из Библии. В 39 случаях (45,34 %) «¡Viva la libertad, carajo!» сопровождается формулой «Que Dios bendiga a los argentinos y que las fuerzas del cielo nos acompañen» («Да благословит Господь аргентинцев и да пребудут с нами силы небесные»), которая может использоваться в разных вариантах в зависимости от контекста, например: «Que Dios bendiga al mundo libre» («Да благословит Господь свободный мир»). Эта речевая формула представляет собой отсылку к Первой книге Маккавейской: «En una batalla, la victoria no depende del número de soldados, sino del poder que viene del cielo» (в русском синодальном переводе: «Ибо не от множества войска бывает победа на войне, но с неба приходит сила», 1 Мак, 3:19). Еще в двух случаях формула «¡Viva la libertad, carajo!» предваряется другими отсылками к религиозной тематике. Важно подчеркнуть, что сочетание элементов испанского разговорного языка с религиозными мотивами не является уникальным для идиостиля Х. Милея, примеры такого рода фиксируются еще в староиспанском языке (Иванова 2013, 174) и в текстах XIX века (Терещук 2024, 115–116).

Использование религиозных мотивов в выступлениях Х. Милея неслучайно. Как указывает О. С. Чеснокова, «на формирование аргентинской нации оказали влияние массовые миграции европейцев» (Чеснокова 2023, 155), вследствие чего аргентинцы представляют собой одну из наиболее европеизированных наций Латинской Америки, для культуры которой характерно не только испанское влияние, но также итальянское и французское. В то же время в формировании романской (и особенно испанской) языковой картины мира большую роль играет концепт «Религия» (Немцева 2015; 2018). Несмотря на отмеченные выше тенденции к секуляризации в современном обществе, религия продолжает занимать важное место в жизни многих аргентинцев, кроме того, для страны характерно мирное сосуществование большого количества конфессиональных групп и общин (Navarro Floria 2023). Включая религиозные мотивы в свои выступления, Х. Милей пытается завоевать симпатии большей части избирателей в Аргентине.

Религиозные мотивы не только фиксируются в концовке выступлений, но и присутствуют в основной части большинства текстов Х. Милея. В 86 проанализированных текстах мы выделили

101 отсылку к религиозной тематике. За исключением двух, они относятся к авраамическим религиям. Первое исключение — упоминание понятия *karma* (карма), относящегося к индийской религиозной философии. Как известно, идея кармы «гарантирует, что все происходящее в мире находится в соответствии с неизменным законом причины и следствия» (Элиаде 1987, 97). Впрочем, в современном западном обществе слово *karma* часто упоминается без прямой связи с идеей сансары и без привязки к индийской традиции, то есть оно теряет свое религиозное содержание и становится синонимом к лексемам «судьба», «воздаяние». Второй пример — использование лексемы *chamanismo* (шаманизм), которая также теряет религиозную семантику и служит для определения неэффективных действий по управлению экономикой. Строго говоря, оба примера не являются элементами религиозного дискурса.

подавляющее большинство отсылок к религиозной тематике относится к Ветхому Завету. Важно подчеркнуть, что большая часть Ветхого Завета, который представляет собой сакральный текст для христианства, также является священной книгой в иудаизме (Танах). В Танах не входят некоторые второканонические книги, которые включены в Ветхий Завет. Так, в Танах не включается вышеупомянутая Первая книга Маккавейская, ссылки на которую фиксируются в проанализированных текстах 54 раза (в том числе 49 раз в концовке выступлений).

Из других ветхозаветных книг Х. Милей чаще всего цитирует книгу Исход (в иудаизме — «Шемот/Шмот»), отсылки к которой встречаются в его выступлениях 11 раз. Отметим, что в двух случаях он напрямую упоминает источник цитаты, используя при этом лексему *Shemot* (Шемот). Хотя некоторые из проанализированных текстов были обращены к аудитории, относящейся к иудейской культурной традиции, слово *Shemot* употребляется Х. Милеем в речах, ориентированных на аргентинскую публику и посвященных вопросам экономики. В обоих случаях он пояснил свои слова, используя вариант названия этой книги, распространенный в христианской традиции, «*Si ustedes van y leen el libro de Shemot, o sea, el segundo libro del Pentateuco, es decir, el Éxodo*» («Если вы пойдете и прочтаете книгу Шемот, то есть вторую книгу Пятикнижия, то есть Исход»). Таким образом, Х. Милей включает в выступление, обращенное к аудитории, большую часть которой составляют христиане, культуроним из иудейской лингвокультуры, который затем соотносится с христианской ценностной картиной мира.

Ссылки на ветхозаветный текст в выступлениях Х. Милей не являются застывшими формулами, не имеющими отношения к содержанию всего текста. Наоборот, автор использует религиозные мотивы для обоснования своих идей о современной политике и экономике. Так, в выступлении 5 сентября 2024 года он цитирует слова известного американского экономиста М. Фридмана, который говорил, что «не бывает такого явления, как бесплатный обед», и иллюстрирует их примером из книги Исход, в соответствии с которой не все представители еврейского народа согласились покинуть Египет вместе с Моисеем; многие предпочли остаться и получить «бесплатную» рыбу. По мнению Х. Милей, ценой этой «бесплатной» рыбы была их свобода.

Исход и Первая книга Маккавейская — не единственные источники отсылок к Ветхому Завету в проанализированных текстах. Также Х. Милей упоминает царя Соломона (3 раза), иерусалимский Храм (1), историю Давида и Голиафа (1), ветхозаветного патриарха Иакова (1), Вавилонское пленение (1), книгу пророка Исаии (1), книгу пророка Даниила (1). Два раза он ссылается на Первую книгу Маккавейскую, но цитирует отрывок, который идет сразу после вышеупомянутой фразы про «силы небесные» (1 Мак, 3:19): «*Ellos nos atacan, llenos de insolencia y de impiedad para exterminarnos a nosotros, a nuestras mujeres y a nuestros hijos, y para apoderarse de nuestros despojos*» («Они идут против нас во множестве надменности и нечестия, чтобы истребить нас и жен наших и детей наших, чтобы ограбить нас», 1 Мак, 3:20). Эти цитаты встраиваются в нарратив Х. Милей, посвященный актуальной политической ситуации, — силами, которые, по словам президента, собираются «ограбить нас», являются его политические противники внутри Аргентины.

Кроме того, Х. Милей два раза использует образ Левиафана — чудовища, упоминаемого в Ветхом Завете. При этом очевидно, что аргентинский политик имеет в виду не только библейского морского змея, но и сочинение Т. Гоббса «Левиафан» (1651). Английский философ, изображая государство, сравнивал его с чудовищем из Библии. Аналогичным образом Х. Милей, для дискурса которого характерна резкая критика вмешательства государства в экономику, сравнивает государственный аппарат с Левиафаном. В выступлении 11 ноября 2024 года он заявляет: «*El Leviatán argentino, que llamamos Estado*» («Аргентинский Левиафан, которого мы называем государством»). Другое упоминание Левиафана звучит в выступлении 24 сентября 2024 года на Генеральной Ассамблее ООН,

в ходе которого Х. Милей подверг критике деятельность Организации Объединенных Наций, заявив, что она, хотя изначально была задумана как «*un escudo para proteger el Reino de los Hombres*» («щит, чтобы защищать Царство Человеческое») — тоже ссылка на Ветхий Завет (книга пророка Даниила): «*el Dios Altísimo domina sobre el reino de los hombres*» («над царством человеческим владычествует Всевышний Бог», Дан, 5: 21), — со временем превратилась в «*un Leviatán de múltiples tentáculos*» (в «Левиафана со множеством щупалец»). Для воздействия на аудиторию политик сопрягает образ библейского чудовища с Левиафаном Т. Гоббса.

Все ветхозаветные книги, которые цитирует Х. Милей, за исключением Первой книги Маккавейской, входят в Танах, то есть религиозные мотивы в его выступлениях относятся и к христианской, и к иудейской традиции. О симпатиях президента Аргентины к иудаизму говорит и упоминание целого ряда культуронимов, характерных для иудейской лингвокультуры: *Talmud* (Талмуд — сборник священных текстов), *Janucá* (Ханука — праздник), *Pesaj* (Песах — праздник), *rabino* (раввин — толкователь Талмуда и Торы), *parashá* (параша — фрагмент текста Торы). Показательно, что в одном случае (21 июля 2024 г.) антропоним «Моисей» он передает на испанском языке в форме, принятой иудейской традицией (Moshé), а не в христианской (Moisés). Как известно, при употреблении в межкультурной коммуникации имена собственные часто приобретают идеологическую и политическую компоненту (Белогазова, Кабакчи 2024, 229). Данные культуронимы употребляются главой государства в выступлениях перед разными аудиториями и на темы, не связанные с иудаизмом. Интересно, что в выступлении 6 марта 2024 года Х. Милей назвал раввина А. Вахниша «*mi rabino*» («мой раввин»). Употребляя в данном случае притяжательное местоимение первого лица, политик подчеркивает собственную значимость в культурном пространстве иудаизма; в таких случаях происходит «неоправданное возвышение автора произведения» (Яковлева 2014, 228). Очевидно, что человек, который не является иудеем, не может иметь «своего» раввина.

При избылии ссылок на Ветхий Завет в выступлениях Х. Милей практически отсутствуют отсылки к Новому Завету. В проанализированных текстах мы не зафиксировали ни одной прямой цитаты из Нового Завета. Однако некоторые из высказываний политика могут быть интерпретированы как интертекстуальное влияние новозаветного текста. Так, выступая в Мадриде 21 июня 2024 года, Х. Милей сказал: «*Nuestro*

*objetivo no es darle pescado a la gente. Nuestro objetivo es enseñarles a pescar, enseñarles a ser un empresario. Y si pueden, que tengan su propia empresa de pesca*» («Наша задача — это не дать людям рыбу. Наша задача — научить их ловить ее, научить их быть предпринимателями. И если получится, то пусть у них будет собственная кампания по рыбной ловле»). Данный пример является отсылкой к евангельскому эпизоду, когда Иисус встречается рыбаков (и будущих апостолов) Петра и Андрея и говорит им: «*Venid en pos de mí, y os haré pescadores de hombres*» («идите за Мною, и Я сделаю вас ловцами человеков», Мф. 4: 19). Как и в вышеприведенном примере из М. Фридмана, отсылка к библейскому тексту служит для иллюстрации идей в Х. Милей в области экономической политики.

## Заключение

Проведенный анализ показал, что в текстах официальных выступлений президента Аргентины Х. Милей регулярно встречаются отсылки к религиозной тематике. Чуть меньше, чем в половине проанализированных текстов, в завершающей части выступления религиозные мотивы сочетаются с употреблением обценной лексики, которая служит для усиления воздействия на аудиторию. Х. Милей регулярно включает в свои выступления скрытые или прямые цитаты из Ветхого Завета, а также употребляет некоторые культуронимы, характерные для иудейской языковой картины мира. При этом религиозные мотивы в его текстах относятся не только к иудаизму: президент Аргентины часто ссылается на ветхозаветные тексты, не входящие в Танах, то есть являющиеся сакральными только для христианской традиции, а не для иудейской. Причины подобного использования религиозных мотивов в официальных выступлениях заслуживают отдельного анализа. Можно предположить, что, ссылаясь на некоторые тексты, являющиеся сакральными и для христианства, и для иудаизма, Х. Милей пытается подчеркнуть общность иудейской и христианской религиозных культур и показывает свои симпатии к государству Израиль.

## Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

## Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest, either existing or potential.

## Вклад авторов

А. А. Терещук — сбор и анализ материала, систематизация результатов, разработка методики исследования, подготовка текста.

В. С. Митракова — сбор и анализ материала, систематизация результатов, подготовка текста.

## Author Contributions

A. A. Tereshchuk collected and analyzed sources, systematized results, developed the methodology and approaches, prepared the text of the article.

V. S. Mitrakova collected and analyzed sources, systematized results, prepared the text of the article.

## Литература

- Белоглазова, Е. В., Кабакчи, В. В. (2024) Имена собственные в языке, переводе и переводе культуры. *Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке*, т. 21, № 1, с. 225–232. <https://doi.org/10.31079/1992-2868-2024-21-1-225-232>
- Веннер, Д. (2018) *История и традиция европейцев. 30000 лет идентичности*. М.: Тотенбург, 346 с.
- Ворожейкина, Т. Е. (2023) «Да здравствует свобода, черт подери!». *Неприкосновенный запас*, № 6 (152), с. 221–232.
- Воронина, Л. В. (2023) Когнитивные механизмы персуазивности политического дискурса. *Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология*, т. 15, № 1, с. 17–27. <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2023-1-17-27>
- Галочкин, А. Е. (2024) Синтаксическая позиция «народа» в политическом дискурсе левого и правого популизма (Опыт синтаксического анализа на основе NLP). *Филологические науки в МГИМО*, т. 10, № 2, с. 23–37. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2024-2-39-23-37>
- Гончарова, Е. А. (2023) Стиль как реляционная поливалентная категория. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание*, т. 22, № 4, с. 180–191. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.4.14>
- Гузь, М. В., Пигина, Н. В. (2023) Отражение национальной и региональной идентичности в немецкоязычном рекламном тексте. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, т. 16, № 3, с. 852–859. <https://doi.org/10.30853/phil20230092>
- Дойникова, М. И. (2024) Анализ индивидуального речевого портрета федерального канцлера Олафа Шольца. *Мир науки, культуры, образования*, № 2 (105), с. 480–483. <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2024-2105-480-483>
- Иванова, Н. В. (2013) К вопросу о проявлениях разговорного языка в «Чудесах Богоматери» Гонсало де Берсео. В кн.: *Человек и его Язык. Материалы юбилейной XVI Международной конференции научной Школы-Семинара им. А. М. Скрелиной*. СПб.: Скифия, с. 173–176.
- Ивлиева, Е. А. (2022) Основные приемы лингвистической экономии в интернет-дискурсе (на материале испанских социальных сетей). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, т. 15, № 2, с. 537–542. <https://doi.org/10.30853/phil20220064>
- Карасик, В. И. (2000) Этнокультурные типы институционального дискурса. В кн.: *Этнокультурная специфика речевой деятельности*. М.: Изд-во Института научной информации по общественным наукам РАН, с. 19–32.
- Ларионова, М. В. (2023) *Лингвосемиотика испанского политического дискурса в пространстве интернеткоммуникации. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук*. М., МГИМО, 458 с.
- Немцева, К. И. (2015) К вопросу об истории формирования лексико-семантического поля «религия» в романских языках (на материале испанского и французского языков). *Проблемы истории, филологии, культуры*, № 3 (49), с. 444–451.
- Немцева, К. И. (2018) Роль религии в культурно-историческом становлении Испании. В кн.: В. В. Старостенко, О. В. Дьяченко (ред.). *Религия и общество–12: Сборник научных статей*. Могилев: Могилевский государственный университет им. А. А. Кулешова, с. 211–213.
- Немцева, К. И., Мелик-Карамянц, К. С. (2024) Эмотивность публичных выступлений испанских политиков. *На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания*, № 1 (28), с. 95–100.
- Николаева, Н. В., Фаблинова, А. А. (2019) Языковая картина мира в текстах исповедальной лирики американской поэзии XX века. *Известия РГПУ им. А. И. Герцена*, № 192, с. 237–243.
- Пашков, С. М. (2023) Сакральность как фактор текстообразования в религиозной коммуникации. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика*, № 1, с. 90–99. <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2023-1-90-99>
- Пашков, С. М. (2024) Сакральный, художественный и религиозно-художественный тексты: опыт текстотипологического анализа. *Верхневолжский филологический вестник*, № 1 (36), с. 163–170.
- Терещук, А. А. (2020) Языковая идеология испанской партии «Vox». *Вестник Удмуртского университета. Серия: История и филология*, т. 30, № 5, с. 828–836. <https://doi.org/10.35634/2412-9534-2020-30-5-828-836>

- Терещук, А. А. (2024) Религиозный компонент в карлистском политическом дискурсе в 1830-е годы. *Исследования языка и современное гуманитарное знание*, т. 6, № 2, с. 111–120. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2024-6-2-111-120>
- Фирсов, С. Л. (2022) «Еврейский вопрос» как «русский»: проблема «секуляризации сознания» в эпоху Серебряного века. *Церковь и время*, т. 100, № 3, с. 25–100.
- Чеснокова, О. С. (2023) Песенный дискурс аргентинских футбольных болельщиков сквозь призму национальной идентичности. *Вопросы современной лингвистики*, № 4, с. 154–165. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2023-4-154-165>
- Элиаде, М. (1987) *Космос и история*. М.: Прогресс, 313 с.
- Яковлева, Е. В. (2014) Виды индексальной референции в испанском языке. *Древняя и Новая Романия*, № 14, с. 224–232.
- Annunziata, R., Ariza, A., Romina, V., Torres, S. (2024) La politización antipolítica. análisis del fenómeno de Javier Milei. *Revista SAAP: Sociedad Argentina de Análisis Político*, vol. 18, no. 1, pp. 13–42. <https://doi.org/10.46468/rsaap.18.1.a1>
- Ariza, A. (2024) La “casta” y los “argentinos de bien”: narrativa electoral de Javier Milei. *Revista Más Poder Local*, no. 57, pp. 68–86. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.239>
- Ariza, A., March, V., Torres, S. (2023) La Comunicación política de Javier Milei en TikTok. *Intersecciones en Comunicación*, vol. 2, no. 17, pp. 1–16. <https://doi.org/10.51385/ic.v2i17.182>
- Caruncho, L. (2024) El héroe de la libertad: un análisis discursivo de los cierres de campaña presidencial de Javier Milei en el año 2023. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, vol. 29, no. 1, pp. 43–74.
- Casa Rosada. Presidencia. (2025) [Online]. Available at: <https://www.casarosada.gob.ar/> (accessed 26.05.2025).
- Chilton, P. (2004) *Analysing political discourse: Theory and practice*. London; New York: Routledge Publ., 226 p.
- Harteveld, E., Mendoza, P., Rooduijn, M. (2021) Affective polarization and the populist radical right: Creating the hating? *Government and Opposition*, vol. 54, no. 4, pp. 702–727. <https://doi.org/10.1017/gov.2021.31>
- Milei, J. (2022) *El camino del libertario*. Buenos Aires: Planeta Publ.; Libro digital Publ., 327 p.
- Navarro Floria, J. G. (2023) Religion and Migration: The Argentine Experience. *Pushkin Leningrad State University Journal*, no. 3, pp. 228–241. [https://doi.org/10.35231/18186653\\_2023\\_3\\_228](https://doi.org/10.35231/18186653_2023_3_228)

## References

- Annunziata, R., Ariza, A., Romina, V., Torres, S. (2024) La politización antipolítica. análisis del fenómeno de Javier Milei [Anti-political politicization: An analysis of the phenomenon by Javier Milei]. *Revista SAAP: Sociedad Argentina de Análisis Político — SAAP Magazine: Argentine Society of Political Analysis*, vol. 18, no. 1, pp. 13–42. <https://doi.org/10.46468/rsaap.18.1.a1> (In Spanish)
- Ariza, A. (2024). La “casta” y los “argentinos de bien”: narrativa electoral de Javier Milei [ The “caste” and the “good Argentines”: Javier Milei’s electoral narrative]. *Más Poder Local*, no. 57, pp. 68–86. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.239> (In Spanish)
- Ariza, A., March, V., Torres, S. (2023) La Comunicación política de Javier Milei en TikTok [The political communication of Javier Milei on TikTok]. *Intersecciones en Comunicación*, vol. 2, no. 17, pp. 1–16. <https://doi.org/10.51385/ic.v2i17.182> (In Spanish)
- Beloglazova, E. V., Kabakchi, V. V. (2024) Imena sobstvennye v yazyke, perevode i perevode kul'tury [Proper names in language, translation and cultural translation]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki na Dal'nem Vostoke — The Humanities and Social Studies in the Far East*, vol. 21, no. 1, pp. 225–232. <https://doi.org/10.31079/1992-2868-2024-21-1-225-232> (In Russian)
- Caruncho, L. (2024). El héroe de la libertad: un análisis discursivo de los cierres de campaña presidencial de Javier Milei en el año 2023 [The hero of freedom: A Discursive analysis of Javier Milei’s 2023 presidential campaign closing statements]. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, vol. 29, no. 1, pp. 43–74. (In Spanish)
- Casa Rosada. Presidencia [Casa Rosada. Presidency]. (2025) [Online]. Available at: <https://www.casarosada.gob.ar/> (accessed 26.05.2025). (In Spanish).
- Chesnokova, O. S. (2023) Pesennyj diskurs argentinskikh futbol'nykh bolel'shchikov skvoz' prizmu natsional'noj identichnosti [Song discourse of Argentine football fans through the prism of national identity]. *Voprosy sovremennoj lingvистики — Key Issues of Contemporary Linguistics*, no. 4, pp. 154–165. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2023-4-154-165> (In Russian)
- Chilton, P. (2004) *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London; New York: Routledge Publ., 226 p. (In English)
- Dojnikova, M. I. (2024) Analiz individual'nogo rechevogo portreta federal'nogo kantslera Olafa Shol'tsa [Speech portrait analysis of federal chancellor Olaf Scholz]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, no. 2 (105), pp. 480–483. <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2024-2105-480-483> (In Russian)
- Eliade, M. (1987) *Kosmos i istoriya [Space and history]*. Moscow: Progress Publ., 313 p. (In Russian)

- Firsov, S. L. (2022) “Evrejskij vopros” kak “russkij”: problema “sekulyarizatsii soznaniya” v epokhu Serebryanogo veka [“Jewish Question” as a “Russian”: Problem of “Secularization of Consciousness” in the Silver Age]. *Tserkov' i Vremya — Church and Time*, vol. 100, no. 3, pp. 25–100. (In Russian)
- Galochkin, A. E. (2024). Sintaksicheskaya pozitsiya “naroda” v politicheskom diskurse levogo i pravogo populizma (Opyt sintaksicheskogo analiza na osnove NLP) [The syntactic position of the “people” in the political discourse of left and right populism (NLP-based syntactic analysis experience)]. *Filologicheskie nauki v MGIMO — Linguistics & Polyglot Studies*, vol. 10, no. 2, pp. 23–37. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2024-2-39-23-37> (In Russian)
- Goncharova, E. A. (2023) Stil' kak relyatsionnaya polivalentnaya kategoriya [Style a relational polyvalent category]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2, Yazykoznanie — Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, vol. 22, no. 4, pp. 180–191. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.4.14> (In Russian)
- Guz', M. V., Pigina, N. V. (2023) Otrazhenie natsional'noj i regional'noj identichnosti v nemetskoyazychnom reklamnom tekste [Reflection of national and regional identity in the german-language advertising text]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki — Philology. Theory & Practice*, vol. 16, no. 3, pp. 852–859. <https://doi.org/10.30853/phil20230092> (In Russian)
- Harteveld, E., Mendoza, P., Rooduijn, M. (2021) Affective polarization and the populist radical right: Creating the hating? *Government and Opposition*, vol. 54, no. 4, pp. 703–727. <https://doi.org/10.1017/gov.2021.31> (In English)
- Ivlieva, E. A. (2022) Osnovnye priemy lingvisticheskoi ekonomii v internet-diskurse (na materiale ispanskikh sotsial'nykh setei) [Main techniques of linguistic economy in internet discourse (by the material of Spanish social networks)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki — Philology. Theory & Practice*, vol. 15, no. 2, pp. 537–542. <https://doi.org/10.30853/phil20220064> (In Russian)
- Ivanova, N. V. (2013) K voprosu o proyavleniyakh razgovornogo yazyka v “Chudesakh Bogomateri” Gonsalo de Berseo [On the Manifestations of spoken language in Gonzalo de Berceo’s “Miracles of the Virgin Mary”]. In: *Chelovek i ego Yazyk. Materialy yubilejnoj XVI Mezhdunarodnoj konferentsii nauchnoj Shkoly-Seminara im. L. M. Skrelinoj [Man and his language. proceedings of the 16<sup>th</sup> anniversary international conference of the L. M. Skrelina scientific school-seminar]*. Saint Petersburg: Skifia Publ., pp. 173–176. (In Russian)
- Karasik, V. I. (2000) Etnokul'turnye tipy institutsional'nogo diskursa [Ethnocultural types of institutional discourse]. In: *Etnokul'turnaya spetsifika rechevoj deyatel'nosti [Ethnocultural specificity of speech activity]*. Moscow: Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences Publ., pp. 19–32. (In Russian)
- Larionova, M. V. (2023) *Lingvosemiotika ispanskogo politicheskogo diskursa v prostranstve internetkommunikatsii [Semio-linguistics of Spanish political discourse in the space of Internet communication]*. PhD dissertation (Phylogeny). Moscow, MGIMO University, 458 p. (In Russian)
- Milei, J. (2022) *El camino del libertario [The path of the libertarian]*. Buenos Aires: Planeta Publ.; Libro digital Publ., 327 p. (In Spanish)
- Navarro Floria, J. G. (2023) Religion and migration: The argentine experience. *Pushkin Leningrad State University Journal*, no. 3, pp. 228–241. [https://doi.org/10.35231/18186653\\_2023\\_3\\_228](https://doi.org/10.35231/18186653_2023_3_228) (In English)
- Nemtseva, K. I. (2015) K voprosu ob istorii formirovaniya leksiko- semanticheskogo polya “religiya” v romanskikh yazykakh (na materiale ispanskogo i frantsuzskogo yazykov) [The History of formation of lexical-semantic field “religion” in the romance languages (Based on Spanish and French languages)]. *Problemy istorii, filologii, kul'tury — Journal of Historical, Philological and Cultural Studies*, no. 3 (49), pp. 444–451. (In Russian)
- Nemtseva, K. I. (2018) Rol' religii v kul'turno-istoricheskom stanovlenii Ispanii [The Role of Religion in the Cultural and Historical Development of Spain]. In: V. V. Starostenko, O. V. Dyachenko (eds.). *Religiya i obshchestvo–12: Sbornik nauchnykh statej [Religion and Society–12: Collection of scientific articles]*. Mogilev: Mogilev State A. Kuleshov University Publ., pp. 211–213. (In Russian)
- Nemtseva, K. I., Melik-Karamyants, K. S. (2024) Emotivnost' publicnykh vystupenij ispanskikh politikov [The Emotivity of public speeches by Spanish politicians]. *Na peresechenii yazykov i kul'tur. Aktual'nye voprosy gumanitarnogo znaniya*, no. 1 (28), pp. 95–100. (In Russian)
- Nikolaeva, N. V., Fablina, A. A. (2019) Yazykovaya kartina mira v tekstakh ispovedal'noj liriki amerikanskoj poezii XX veka [Linguistic world image in the texts of XX century American confessional poetry]. *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena — Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, no. 192, pp. 237–243. (In Russian)
- Pashkov, S. M. (2023) Sakral'nost' kak faktor tekstoobrazovaniya v religioznoj kommunikatsii [Sacredness as a factor of text formation in religious communication]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika — Bulletin of the Moscow Region State University. Series Linguistics*, no. 1, pp. 90–99. <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2023-1-90-99> (In Russian)
- Pashkov, S. M. (2024) Sakral'nyj, khudozhestvennyj i religiozno-khudozhestvennyj teksty: opyt tekstotipologicheskogo analiza [Sacred, literary and religious-literary texts: The experience of textual-typological analysis]. *Verkhnevolzhskij filologicheskij vestnik — Verkhnevolzhskij Philological Bulletin*, no. 1 (36), pp. 163–170. (In Russian)
- Tereshchuk, A. A. (2020) Yazykovaya ideologiya ispanskoy partii “Vox” [Language ideology of Spanish party “Vox”]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya: Istoriya i filologiya — Bulletin of Udmurt University. Series History and Philology*, vol. 30, no. 5, pp. 828–836. <https://doi.org/10.35634/2412-9534-2020-30-5-828-836> (In Russian)

- Tereshchuk, A. A. (2024) Religioznyj komponent v karlistskom politicheskom diskurse v 1830-e gody [Religious component in Carlist political discourse in the 1830s]. *Issledovaniya yazyka i sovremennoe gumanitarnoe znanie — Language Studies and Modern Humanities*, vol. 6, no. 2, pp. 111–120. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2024-6-2-111-120> (In Russian)
- Venner, D. (2018) *Istoriya i traditsiya evropejcev. 30000 let identichnosti [History and tradition of Europeans: 30000 years of identity]*. Moscow: Totenburg Publ., 346 p. (In Russian)
- Vorozhejkina, T. E. (2023) “Da zdravstvuet svoboda, chert poderi!” [Long live freedom, Goddammit!]. *Neprikosnovennyj zapas — Emergency reserve*, no. 6 (152), pp. 221–232. (In Russian)
- Voronina, L. V. (2023) Kognitivnye mekhanizmy persuazivnosti politicheskogo diskursa [Persuasiveness of political discourse: Cognitive mechanism]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaya i zarubezhnaya filologiya — Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, vol. 15, no. 1, pp. 17–27. <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2023-1-17-27> (In Russian)
- Yakovleva, E. V. (2014) Vidy indeksal'noj referentsii v ispanskom yazyke [Types of indexical reference in Spanish]. *Drevnyaya i Novaya Romaniya*, no. 14, pp. 224–232. (In Russian)



Check for updates

Перевод и переводоведение

УДК 811.111:617.7

EDN VLUMXO

<https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-245-253>

## Особенности межъязыковой эквивалентности в переводе специализированной офтальмологической терминологии

М. Е. Миргородская <sup>✉1, 2</sup>

<sup>1</sup> Кубанский государственный медицинский университет Министерства здравоохранения РФ, Россия, 350063, г. Краснодар, ул. Митрофана Седина, д. 4

<sup>2</sup> Краснодарский филиал ФГАУ «Национальный медицинский исследовательский центр „Межотраслевой научно-технический комплекс «Микрохирургия глаза» им. акад. С. Н. Федорова»» Министерства здравоохранения РФ, Россия, 350012, г. Краснодар, ул. Красных партизан, д. 6

### Сведения об авторе

Майя Евгеньевна Миргородская,  
SPIN-код: 8541-0489,  
ORCID: 0000-0002-3165-538X,  
e-mail: [mirgorodskayame@ksma.ru](mailto:mirgorodskayame@ksma.ru)

### Для цитирования:

Миргородская, М. Е. (2025) Особенности межъязыковой эквивалентности в переводе специализированной офтальмологической терминологии. *Исследования языка и современное гуманитарное знание*, т. 7, № 4, с. 245–253. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-245-253> EDN VLUMXO

**Получена** 30 мая 2025; прошла рецензирование 15 октября 2025; принята 29 октября 2025.

**Финансирование:** Исследование не имело финансовой поддержки.

**Права:** © М. Е. Миргородская (2025). Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии CC BY 4.0.

**Аннотация.** Рассмотрена актуальная проблема межъязыковой эквивалентности при переводе специализированной офтальмологической терминологии, что приобретает особую значимость в условиях глобализации медицинских знаний и необходимости точной международной коммуникации. Актуальность исследования обусловлена сложностью медицинской офтальмологической терминосистемы, требующей точной передачи концепций между языками, а также рисками клинических ошибок при некорректном переводе, которые могут привести к серьезным диагностическим и терапевтическим последствиям. В работе подробно разобраны ключевые трудности перевода: отсутствие прямых эквивалентов, полисемия терминов (например, многозначность термина «инъекция», обозначающего как процедуру, так и симптом), расхождение в терминообразующих моделях («гиперметропия» и «hyperopia»), а также влияние культурно-профессиональных традиций на формирование терминологических систем. Особое внимание уделяется анализу структурных и семантических особенностей офтальмологической терминологии, характеризующейся высокой степенью концептуальной насыщенности. Проанализированы основные переводческие трансформации (конкретизация, модуляция, грамматическая замена) на примере офтальмологических терминов («вторичная катаракта» — «*posterior capsular opacification*»). Детально исследуются типичные переводческие ошибки: от грубых искажений смысла («глазной нерв» ошибочно переводится как «*optic nerve*» вместо «*nervus ophthalmicus*») до менее заметных, но потенциально опасных неточностей (калькирование *tonus* вместо *tension*) и неясностей (транслитерация ЛАСИК без пояснений). Выявлено, что успешный перевод медицинской терминологии требует сочетания лингвистической компетенции, глубоких предметных знаний и умения работать с авторитетными профессиональными источниками. Подчеркивается необходимость усиления междисциплинарного сотрудничества между лингвистами и врачами. Практическая значимость работы заключается в возможности минимизации рисков клинических ошибок и повышении качества международного профессионального взаимодействия.

**Ключевые слова:** межъязыковая эквивалентность, офтальмологическая терминология, медицинский перевод, переводческие трансформации, терминологические ошибки, клиническая коммуникация

# Features of interlanguage equivalence in the translation of specialized ophthalmological terminology

M. E. Mirgorodskaya ✉<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Kuban State Medical University, Ministry of Health of the Russian Federation, Mitrofana Sedina str., 4, Krasnodar 350063, Russia

<sup>2</sup>“ISTC “Eye Microsurgery” named after academician S. Fyodorov”, Krasnodar Branch, Ministry of Health of the Russian Federation, Krasnyh Partizan St., 6, Krasnodar 350012, Russia

## Author

Mayya E. Mirgorodskaya,  
SPIN-code: 8541-0489,  
ORCID: 0000-0002-3165-538X,  
e-mail: [mirgorodskayame@ksma.ru](mailto:mirgorodskayame@ksma.ru)

**For citation:** Mirgorodskaya, M. E. (2025) Features of interlanguage equivalence in the translation of specialized ophthalmological terminology. *Language Studies and Modern Humanities*, vol. 7, no. 4, pp. 245–253. <https://doi.org/10.33910/2686-830X-2025-7-4-245-253>  
EDN VLUMXO

**Received** 30 May 2025;  
reviewed 15 October 2025;  
accepted 29 October 2025.

**Funding:** The study did not receive any external funding.

**Copyright:** © M. E. Mirgorodskaya (2025). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under [CC BY License 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Abstract.** The article addresses the critical issue of interlingual equivalence in the translation of specialized ophthalmological terminology, a matter of particular importance in the context of medical knowledge globalization and the need for precise international communication. The study’s relevance stems from the inherent complexity of ophthalmological terminology systems, which require accurate conceptual transfer between languages, as well as the risks of clinical errors resulting from mistranslations that may lead to serious diagnostic and therapeutic consequences. The study provides a detailed examination of key translation challenges: the absence of direct equivalents, terminological polysemy (for example, the multiple meanings of the term *injection* referring to both a medical procedure and a clinical symptom), discrepancies in term formation patterns (comparing Russian *hypermetropia* with English “hyperopia”) and the influence of cultural and professional traditions on terminological systems. Special attention is given to analyzing the structural and semantic features of ophthalmological terminology, characterized by a high degree of conceptual density. The research analyzes major translation techniques (specification, modulation, grammatical substitution) through examples of ophthalmological terms (*secondary cataract* vs. “posterior capsular opacification”). It thoroughly investigates typical translation errors, ranging from severe semantic distortions (e. g., mistranslating *nervus ophthalmicus* as “optic nerve”) to more subtle yet potentially dangerous inaccuracies (calquing *tonus* instead of using “tension”) and ambiguities (transliterating of *LASIK* without proper explanation). The findings demonstrate that successful translation of medical terminology requires a combination of linguistic competence, in-depth subject knowledge, and the ability to work with authoritative professional sources. The study emphasizes the need for enhanced interdisciplinary collaboration between linguists and medical practitioners. Its practical significance lies in the potential to minimize risks of clinical errors and improve the quality of international professional communication in the field of ophthalmology.

**Keywords:** interlingual equivalence, ophthalmological terminology, medical translation, translation transformations, terminological errors, clinical communication

## Введение

В научной лингвистике подчеркивается, что современная медицинская терминология представляет собой одну из наиболее обширных и одновременно сложных систем терминов, обладающих высокой степенью концептуальной и содержательной насыщенности (Амирова 2023; Ширинян, Шустова 2018). Данная терминологическая система характеризуется не только значительным объемом лексических единиц, но и сложной структурой смысловых взаимосвязей между ними. Это обусловлено многоаспектной природой медицины как научной

дисциплины, которая требует точного и однозначного обозначения различных биологических, патологических и клинических явлений.

Современная медицинская терминология включает в себя множество специализированных понятий, которые охватывают широкий спектр областей: от анатомии и физиологии до фармакологии и генетики, вследствие чего терминологическая система медицины является не только лексически, но и семантически и прагматически сложной структурой.

Особое место в этой системе занимает узкоспециализированная терминология, например офтальмологическая. Каждая медицинская

специальность обладает своей уникальной терминологией, необходимой для точной передачи знаний и информации.

Перевод офтальмологических текстов нередко усложняется отсутствием прямых языковых соответствий. Помимо этого, на восприятие терминов воздействуют культурные факторы (далее будет рассмотрено понятие «вторичная катаракта», которое семантически не соответствует *secondary cataract*). Все это создает сложности в обеспечении точности и ясности перевода. А недостатки медицинского перевода способны впоследствии вызвать диагностические ошибки или привести к некорректной интерпретации научных данных при международном обмене знаниями (Сухарева, Родионова 2020).

Цель исследования включает изучение проблемы межъязыковой эквивалентности при переводе медицинских текстов на примере офтальмологии и расширение понимания механизмов достижения эквивалентности. Практическая ценность исследования заключается в повышении качества медицинских переводов и совершенствовании профессиональной коммуникации. Исследование направлено на изучение особенностей терминологических соответствий, выявление переводческих трансформаций и возможных ошибок, возникающих при работе с профессиональной медицинской литературой.

В качестве эмпирической базы исследования были использованы реферативные материалы научных публикаций по офтальмологии, отобранные по критерию русско-английской языковой пары в абстракте, доступные в открытых научных базах.

## Переводческие трансформации

В переводах научных медицинских текстов, в частности в офтальмологии, часто применяются переводческие трансформации (Филиппова, Полякова 2016). С точки зрения медицинской терминологической точности именно лексические трансформации представляют наибольший интерес.

**Лексическая трансформация** заключается в использовании контекстуальных эквивалентов, то есть подходящих только в данном конкретном случае (Латышев 2005, 282).

Так, российский термин «вторичная катаракта», подразумевающий под собой помутнение задней капсулы хрусталика после хирургии катаракты (Малов и др. 2016), эквивалентен английскому переводу «*posterior capsular opacification*» («помутнение задней капсулы») (Wang

et al. 2025). Дословный калькированный перевод в виде *secondary cataract* (вторичная катаракта) означает в англоязычной специализированной офтальмологической литературе помутнение хрусталика, вызванное другими заболеваниями или состояниями. В то же время английский термин «*secondary cataract*» аналогичен «осложненной катаракте», подразумевающей под собой помутнение хрусталика, сопровождающееся другими заболеваниями глаз. Таким образом, применение приближенного перевода в виде глубинной трансформации в данном случае имеет значимые преимущества перед калькированным вариантом (Терентьева 2021) для передачи семантического значения между языковыми сторонами.

Использование **транскрипции (транслитерации)** также может быть оправданным (Бабалова 2017). Например, англоязычный термин *gage*, или *gauge*, имеющий такой эквивалент в русском языке, как «калибр», в научной офтальмологической литературе чаще транскрибируется. Специализация и коннотация термина «калибр» в русском языке ассоциирует его с размерами стволов оружия. В то же время термин «гейдж» воспринимается как специализированный, связанный с конкретным медицинским инструментом и сохраняет прямую связь с оригиналом.

**Конкретизация** часто применяется, когда в языке перевода существует более специализированный термин или выражение (Бабалова 2017). Например, во фразе «противогерпетические средства» наблюдается замена сложного прилагательного и словосочетания на более компактный и распространенный эквивалент «*antiherpetics*» (Самойлов, Давлетшина 2020). Такая техника облегчает восприятие текста и демонстрирует компрессию громоздкого выражения до короткого термина.

**Модуляция** — вид трансформации, при которой происходит изменение точки зрения, направления мысли или грамматической структуры исходного выражения (Бабалова 2017). В основе модуляции лежит идея, что разные языки и культуры могут выражать одни и те же понятия с помощью различных лингвистических конструкций. Так, например, в оригинальном русском тексте «было выявлено повышение максимальной скорректированной остроты зрения», делается акцент на самом процессе или действии, тогда как в английском варианте «*an increase in the maximum corrected visual acuity was detected*» внимание смещается на субъект или результат действия (Хайбрахманов и др. 2023).

Частным случаем модуляции может быть **конверсия**, где происходит изменение фокуса действия или точки зрения (Абрамова 2021). Например, фразу «достигнута компенсация вертикального угла косоглазия» можно перевести как «*the patient achieved compensation of the vertical strabismus*» (Трилюдина и др. 2024). В данном случае происходит переход от безличной или пассивной конструкции (достигнута компенсация) к активной конструкции с явным субъектом (пациент достиг компенсации).

Таким образом, в переводе офтальмологической терминологии модуляция — это инструмент адаптации, который помогает передать смысл максимально естественно и понятно, учитывая структурные и стилистические особенности языка, сохраняя точность и полноту перевода.

В случаях, когда невозможно найти эквивалентного слова/словосочетания, применяются **компенсация** (Бабалова 2017) или, согласно другим авторам, **экспликация** (Заборовская 2018). Например, англоязычный термин «*floaters*» («поплавки») приходится переводить как «плавающие помутнения» или «мушки».

Разные языки используют различные модели терминообразования. Ярким примером таких расхождений служит термин для обозначения дальновидности. В русскоязычной научной литературе доминирует вариант «гиперметропия», в англоязычных источниках преобладает форма «*hyperopia*», вариант «*hypermetropia*» употребляется значительно реже. Такое явление отражает необходимость учитывать терминологическую вариативность при переводе научных текстов, что можно отнести к **терминологической трансформации**, направленной на адаптацию лексики с учетом специфики целевого языка и культуры.

Особыми видами лингвистических и терминологических явлений в медицине являются **омонимия** и **полисемия** (Коннова и др. 2024). Работа с ними требует применения контекстуализации и **конкретизации** (Бабалова 2017), чтобы устранить неоднозначность и сохранить точность передачи смысла. Одним из примеров неоднозначной передачи служит термин «*enucleation*» (от лат. «энуклеация»), который в различных медицинских дисциплинах приобретает различное смысловое наполнение. В офтальмологии этот термин традиционно обозначает хирургическую операцию по удалению глазного яблока (Бровкина и др. 2024), тогда как в урологии он используется для обозначения процедуры радикального удаления простаты (Мартов и др. 2023). Такая полисемия

обусловлена историческим и профессиональным развитием медицинской терминологии, когда одно и то же слово начинает применяться для обозначения удаления «ядра» или «главной части» органа в разных контекстах.

Другим примером многозначности является слово «инъекция», которое в офтальмологии может означать и «введение лекарственного вещества с помощью иглы», и «покраснение глаза». Примером омонимии является перевод английского слова «*tears*» и как «слезы», и как «разрывы».

Семантические значения трех последних примеров будут определяться лишь контекстным употреблением. Эти обстоятельства подчеркивают, насколько важно при переводе учитывать специфику профильной области и контекстуальные факторы, чтобы избежать недопонимания и сохранить точность передачи информации.

Несмотря на преобладание определенных видов трансформаций, грамотный переводчик должен владеть всеми приемами, мотивированно их применять для достижения эквивалентности, не допуская искажения смысла.

## Ошибки перевода

Классификация ошибок, предложенная Л. К. Латышевым, основывается на специфике и степени влияния ошибки на адресата перевода, возникающих из-за некорректной передачи содержания исходного текста (Латышев 2005). В соответствии с этими критериями переводческие ошибки делятся на искажения, неточности и неясности (Ли, Готуалт 2023).

**Искажение** приводит к значительному изменению содержания исходного сообщения, что дезинформирует адресата относительно истинного смысла, заложенного автором (Латышев 2005, 235). Грубое искажение иногда можно встретить в переводе понятия «глазной нерв», который является первой ветвью тройничного нерва (V пара черепных нервов). Понятие должно быть переведено как «*nervus ophthalmicus*» (Esser et al. 2025). Иногда встречается перевод «*optic nerve*», например фраза «Каждая из них связана с определенными нервными узлами: глазной нерв (n. ophthalmicus) — с ресничным (gang. ciliare)...» имеет в русско-английском учебнике по офтальмологии параллельный перевод: «*Each of them is associated with certain nerve ganglions: the optic nerve (n. ophthalmicus) — with ciliary ganglion (gang. ciliare)...*» (Паштаев 2020, 88). В данном контексте правильнее было бы перевести: «*Each of them is associated with certain nerve ganglions: the ophthalmic nerve*

(*n. ophthalmicus*) — *with ciliary ganglion (gang. ciliare)...*», так как «*optic nerve*» является обозначением зрительного нерва, который, в свою очередь, является II парой черепных нервов (Suri 2024). Фактически же отдельно слово «глазной» имеет несколько вариантов перевода на английский язык, в том числе и «*optic*», то есть подобный перевод отдельного слова в другом контексте может быть оправдан. Но вот в контексте иннервации глазного яблока имеются строгие обозначения и вольности недопустимы.

В качестве примера **неточности** перевода можно привести использование вместо «*incomitant strabismus*» словосочетания «*noncomitant strabismus*», означающее «несодружественное косоглазие». Обе приставки прилагательного имеют отрицательное значение. При этом по запросу в GoogleScholar (дата обращения 30 мая 2025 г.) первый вариант встречается в 3910 результатах, а второй — в 10 раз реже, в 389 результатах. Поэтому в данном случае первый вариант перевода следует считать предпочтительным.

Неточности могут дезинформировать адресата по поводу предмета высказывания, но степень этой дезинформации менее критична по сравнению с искажениями. **Неясность**, в свою очередь, оказывает дезориентирующее, а не дезинформирующее воздействие.

**Переводческая вольность** — продукт чрезмерности или вообще неуместности необходимых переводческих трансформаций (Латышев 2005, 46). Англоязычный термин «*cherry-red spot*» («вишнево-красное пятно»), описывающий состояние глазного дна вследствие окклюзии центральной артерии сетчатки, проявляется в виде бледной сетчатки с красным пятном в центре макулы. В русскоязычной литературе соответствующий вид глазного дна и тот же симптом называется «вишневой косточкой», хотя в действительности косточка вишни имеет более светлый, желтый или коричневатый цвет относительно красной мякоти. В данном случае вольность переводчиков, не владеющих офтальмологическими знаниями, вероятно, ради благозвучности исказила первоначальное значение на противоположное.

Ошибка перевода термина «привычный тонус аккомодации» (ПТА) — «*habitual accommodation tonus*» (РТА) (Сахнов и др. 2020) — относится к категории **калькирования** (Терентьева 2021) и является примером неудачного выбора лексического эквивалента. В частности, фраза «тонус аккомодации» в русском языке часто используется в значении «состояние напряжения ресничной мышцы», но в английском медицин-

ском контексте обычно применяется термин «*accommodative tone*» или «*accommodative tension*», а не «*tonus*», который звучит архаично и редко встречается в профильной литературе. Помимо этого, в примере встречается и **техническая ошибка** при транслитерировании аббревиатуры.

В переводах текстов также встречаются **ошибки, снижающие качество текста** перевода, но не нарушающие общего смысла оригинала (Гасанова, Ашурбекова 2021), например в переводах фраз: «максимально корригируемой остроты зрения двумя глазами» — «*maximum corrected visual acuity with two eyes*» (Восканян и др. 2021), «далеко зашедшая стадия глаукомы» — «*glaucoma of various stages*» (Стеблюк 2012). В приведенных примерах уместнее было бы использовать терминологические трансформации: «*binocular best corrected visual acuity*» и «*advanced glaucoma*», которые позволили бы достичь адекватного соответствия языковых терминов.

## Выводы

Офтальмологическая терминология представляет собой сложную систему с высокой степенью концептуальной насыщенности, обусловленную многоаспектностью самой медицинской дисциплины. Специфика перевода таких терминов заключается не только в их семантической плотности, но и в структурных различиях между языками, что требует применения разнообразных переводческих трансформаций, включая конкретизацию с контекстуализацией, модуляцию, лексические и терминологические преобразования.

Ключевой проблемой является отсутствие прямых эквивалентов для многих терминов, что связано как с лингвистическими особенностями, так и с различиями в медицинских традициях и классификациях. Например, термины «гиперметропия» и «*hyperopia*» обозначают одно и то же понятие, но их употребление варьируется в зависимости от языковой и профессиональной среды. Подобные расхождения подчеркивают необходимость учета не только языковых, но и культурно-специфических факторов при выборе эквивалентов.

Особые трудности возникают в словах с множественным значением (полисемия) и совпадающих по звучанию и написанию (омонимия). Для правильного перевода таких терминов переводчик должен учитывать не только медицинскую дисциплину, но и ориентироваться на контекст.

Анализ типичных переводческих ошибок (искажения, неточности и неясности) показал, что они могут оказывать дезориентирующее воздействие на читателя и даже вводить в заблуждение. Весьма опасно терминологическое калькирование без должного учета профессиональных традиций целевого языка. Это принципиально важно в медицинских текстах, где точность терминологии напрямую влияет на диагностику и лечение.

Успешный перевод медицинских текстов требует не только высокого уровня языковой компетенции, но и глубоких предметных знаний и умения работать с авторитетными профессиональными источниками. Решению проблемы может способствовать усиление междисциплинарного сотрудничества лингвистов и медицинских специалистов.

Перевод медицинской терминологии представляет собой сложный процесс достижения межъязыковой эквивалентности. Для реализации поставленной цели требуется комплексный подход, сочетающий лингвистическую точность,

предметную экспертизу и учет контекстуальных факторов.

Перспективными направлениями дальнейших исследований могли бы стать разработка глоссариев по медицинской терминологии для узких специальностей, создание методических рекомендаций и совершенствование системы подготовки медицинских переводчиков. С учетом глобальной интеграции искусственного интеллекта следует ожидать совершенствования алгоритмов машинного перевода медицинских текстов, что минимизирует риски терминологических ошибок и упростит возможность международной научной коммуникации.

### Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

### Conflict of Interest

The author declares that there is no conflict of interest, either existing or potential.

## Литература

- Абрамова, А. Ю. (2021). Переводческие трансформации: история и современность. В кн.: Н. В. Бутылов (ред.) *Актуальные проблемы общей теории языка, перевода, межкультурной коммуникации и методики преподавания: Сборник статей по материалам межвузовской студенческой научно-практической конференции. Вып. 4*. Саранск: ИП Афанасев В. С., с. 26–29.
- Амирова, О. Г. (2023) Изучение лингвистических трансформаций при переводе инструкций по применению лекарственных препаратов с английского языка на русский язык (на материале инструкций по применению иммуномодулирующих препаратов Китруда и Зелбораф). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, т. 16, № 10, с. 3107–3112. <https://doi.org/10.30853/phil20230483>
- Бабалова, Г. Г. (2017). Проблема эквивалентности перевода и переводческие трансформации. *Наука о человеке: гуманитарные исследования*, № 4 (30), с. 23–28. <https://doi.org/10.17238/issn1998-5320.2017.30.23>
- Бровкина, А. Ф., Мирзаев, К. Б., Кабардикова, Л. А., Цыбикова, Н. Д. (2024) Меланома хориоидеи: энуклеация по-прежнему актуальна? *Российский офтальмологический журнал*, т. 17, № 4, с. 7–13. <https://doi.org/10.21516/2072-0076-2024-17-4-7-13>
- Восканян, Л. С., Зверова, И. В., Миргородская, М. Е. (2021) Почему офтальмолог в очках? *Современные технологии в офтальмологии*, № 2 (37), с. 121–123. <https://doi.org/10.25276/2312-4911-2021-2-121-123>.
- Гасанова, К. А., Ашурбекова, Т. И. (2021). Переводческие ошибки в учебных переводах. *Молодой ученый*, № 26 (368), с. 335–338.
- Заборовская, О. С. (2018) К вопросу трансформации при переводе научных медицинских текстов (на материале научных статей офтальмологического профиля). В кн.: В. А. Снежицкий (ред.). *Актуальные проблемы медицины: материалы ежегодной итоговой научно-практической конференции*. Гродно: Изд-во Гродненского государственного медицинского университета, с. 294–297.
- Коннова, О. В., Романова, И. В., Хохлова, В. В. и др. (2024) Терминологическая омонимия и полисемия в языке медицины (на материале медико-биологической лексики). *Russian Linguistic Bulletin*, № 4 (52), статья 21. <https://doi.org/10.18454/RULB.2024.52.21>.
- Латышев, Л. К. (2005) *Технология перевода*. 2-е изд. М.: Академия, 320 с.
- Ли, М. М., Готуалт, В. С. (2023) Особенности перевода сайтов медицинских учреждений на английский язык. В кн.: Т. И. Воронцова, Н. Ю. Зайцева, Е. А. Жеребина (ред.). *LXXVI Герценовские чтения. Иностранные языки: сборник научных статей международной научной конференции*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, с. 184–190.
- Малов, И. В., Малов, В. М., Ерошевская, Е. Б., Банцькина, Ю. В. (2016) Вторичная катаракта и ее лечение у больных с миопией. *Медицинский вестник Башкортостана*, т. 11, № 1 (61), с. 19–21.

- Мартов, А. Г., Ергаков, Д. В., Аслиев, К. А., Байков, Н. А. (2023) Эякуляторно-протективная энуклеация доброкачественной гиперплазии предстательной железы: это вообще возможно? *Вестник урологии*, т. 11, № 1, с. 59–69. <https://doi.org/10.21886/2308-6424-2023-11-1-59-69>
- Паштаев, Н. П., Корсакова, Н. В., Андреев, А. Н., Арсютков, Д. Г. (2020) *Офтальмология. Русско-английский учебник*. Чебоксары: Из-во Чувашского государственного университета, 400 с.
- Самойлов, А. Н., Давлетшина, Н. И. (2020) Анализ этиологии и антимикробной чувствительности возбудителей грибковых кератитов в серии клинических случаев. *Офтальмохирургия*, № 1, с. 71–76. <https://doi.org/10.25276/0235-4160-2020-1-71-76>
- Сахнов, С. Н., Клокова, О. А., Заболотный, А. Г. и др. (2020) Состояние параметров аккомодации у взрослых пациентов с миопией разных возрастных групп. *Современные проблемы науки и образования*, № 2, статья 144. <https://doi.org/10.17513/spno.29700>
- Стеблюк, А. Н. (2012) Первичная открытоугольная оперированная некомпенсированная глаукома в далеко зашедшей стадии заболевания. *Кубанский научный медицинский вестник*, № 3 (132), с. 154–161.
- Сухарева, Е. Е., Родионова, Н. С. (2020) Проблемы перевода медицинского текста. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*, № 2, с. 60–64. <https://doi.org/10.17308/lic.2020.2/2839>
- Терентьева, Д. М. (2021) Роль трансформационных операций в решении проблемы межъязыковой асимметрии и переводческие ошибки (на примере английского языка). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, т. 14, № 4, с. 1320–1324. <https://doi.org/10.30853/phil210138>
- Трилюдина, Ю. И., Шелихова, О. А., Заболотный, А. Г. (2024) Комбинированная хирургия косоглазия, обусловленного гипоплазией нижней прямой глазной мышцы. *Современные проблемы науки и образования*, № 6, статья 117. <https://doi.org/10.17513/spno.33856>
- Филиппова, Е. О., Полякова, Н. В. (2016) Применение трансформаций при переводе научных медицинских текстов с английского языка на русский язык. *Вестник Томского государственного педагогического университета*, № 2 (167), с. 87–91.
- Хайбрахманов, Т. Р., Самойлов, А. Н., Туманова, П. А., Хайбрахманова, Г. А. (2023) Результаты применения различных подходов к оперативному лечению больших полных макулярных отверстий. *Вестник Национального медико-хирургического центра им. Н. И. Пирогова*, т. 18, № 3, с. 104–107.
- Ширинян, М. В., Шустова, С. В. (2018) Трудности медицинского перевода и способы их преодоления при обучении студентов неязыковых вузов. *Язык и культура*, № 43, с. 295–316. <https://doi.org/10.17223/19996195/43/18>
- Esser, E. L., Brozmann, S., Dierse, S. et al. (2025). Microvascular density analysis of patients with trigeminal herpes zoster — an optical coherence tomography angiography study. *Biomedicines*, vol. 13, no. 7, article 1630. <https://doi.org/10.3390/biomedicines13071630>
- Suri, V. (2024). Optic nerve: Second cranial nerve. In: *clinical neurological examination and localization*. Singapore: Springer Publ., pp. 131–149.
- Wang, Y., Cao, K., Li, M., Wan, X. H. (2025) Posterior capsular opacification: pathogenesis, challenges, and innovative therapeutic strategies. *Experimental Eye Research*, vol. 259, article 110585. <https://doi.org/10.1016/j.exer.2025.110585>

## References

- Abramova, A. Yu. (2021) *Perevodcheskie transformatsii: istoriya i sovremennost'* [Translation Transformations: History and Modernity]. In: N. V. Bytilov (ed.). *Aktual'nye problemy obshchej teorii yazyka, perevoda, mezhkul'turnoj kommunikatsii i metodiki prepodavaniya: Sbornik statej po materialam mezhvuzovskoj studencheskoj nauchno-prakticheskoy konferentsii. Vyp. 4* [Current Issues in General Theory of Language, Translation, Intercultural Communication, and Teaching Methods: A Collection of Articles Based on the Proceedings of the Interuniversity Student Scientific and Practical Conference. Iss. 4]. Saransk: V. S. Afanasyev's Publ., pp. 26–29. (In Russian)
- Amirova, O. G. (2023) *Izuchenie lingvisticheskikh transformatsij pri perevode instruktsij po primeneniyu lekarstvennykh preparatov s anglijskogo yazyka na russkij yazyk (na materiale instruktsij po primeneniyu immunomoduliruyushchikh preparatov Kitruda i Zelboraf)* [Study of linguistic transformations in the translation of instructions for medical use from English into Russian (based on the instructions for the use of the immunomodulators Keytruda and Zelboraf)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki — Philology. Theory & Practice*, vol. 16, no. 10, pp. 3107–3112. <https://doi.org/10.30853/phil20230483> (In Russian)
- Babalova, G. G. (2017) *Problema ekvivalentnosti perevoda i perevodcheskie transformatsii* [The problem of translation equivalency and translation transformations]. *Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovaniya — Russian Journal of Social Sciences and Humanities*, no. 4 (30), pp. 23–28. <https://doi.org/10.17238/issn1998-5320.2017.30.23> (In Russian)
- Brovkina, A. F., Mirzaev, K. B., Kabardikova, L. A., Tsybikova, N. D. (2024) *Melanoma khorioidei: enukleatsiya po-prezhnemu aktual'na?* [Chorioidal melanoma: Is enucleation still relevant?]. *Rossijskij oftal'mologicheskij zhurnal — Russian Ophthalmological Journal*, vol. 17, no. 4, pp. 7–13. <https://doi.org/10.21516/2072-0076-2024-17-4-7-13> (In Russian)

- Esser, E. L., Brozmann, S., Dierse, S. et al. (2025). Microvascular density analysis of patients with trigeminal herpes zoster — an optical coherence tomography angiography study. *Biomedicines*, vol. 13, no. 7, article 1630. <https://doi.org/10.3390/biomedicines13071630> (In English)
- Filippova, E. O., Polyakova, N. V. (2016) Primeneniye transformatsij pri perevode nauchnykh meditsinskikh tekstov s anglijskogo yazyka na russkij yazyk [Transformation application in translation of scientific medical texts from English to Russian]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta — Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, no. 2 (167), pp. 87–91. (In Russian)
- Gasanova, K. A., Ashurbekova, T. I. (2021) Perevodcheskie oshibki v uchebnykh perevodakh [Translation errors in student translations]. *Molodoy uchenyj*, no. 26 (368), pp. 335–338. (In Russian)
- Khaibrakhmanov, T. R., Samoylov, A. N., Tumanova, P. A., Khaibrakhmanova, G. A. (2023) Rezul'taty primeneniya razlichnykh podkhodov k operativnomu lecheniyu bol'shikh polnykh makulyarnykh otverstij [Results of various approaches to the surgical treatment of large full-thickness macular holes]. *Vestnik Natsional'nogo mediko-khirurgicheskogo tsentra im. N. I. Pirogova — Bulletin of Pirogov National Medical & Surgical Center*, vol. 18, no. 3, pp. 104–107. (In Russian)
- Konnova, O. V., Romanova, I. V., Khokhlova, V. V., et al. (2024) Terminologicheskaya omonimiya i polisemiya v yazyke meditsiny (na materiale mediko-biologicheskoy leksiki) [Terminological homonymy and polysemy in the language of medicine (on the material of biomedical vocabulary)]. *Russian Linguistic Bulletin*, no. 4 (52), article 21. <https://doi.org/10.18454/RULB.2024.52.21> (In Russian)
- Latyshev, L. K. (2005) *Tekhnologiya perevoda [Translation technology]*. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow: Akademiya Publ., 320 p. (In Russian)
- Li, M. M., Gotwalt, V. S. (2023) Osobennosti perevoda sajtov meditsinskikh uchrezhdenij na anglijskij yazyk [Peculiarities of translating medical institutions' sites into English]. In: T. I. Vorontsova, N. Yu. Zajtseva, E. A. Zhrebina (eds.). *LXXVI Gertsenovskie chteniya. Inostrannye yazyki: sbornik nauchnykh statej mezhdunarodnoj nauchnoj konferentsii [LXXVI Herzen readings. Foreign languages: Collection of scientific articles of the International Scientific Conference]*. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia Publ., pp. 184–190. (In Russian)
- Malov, I. V., Malov, V. M., Eroshevskaya, E. B., Bantsykina, Yu. V. (2016) Vtorichnaya katarakta i ee lechenie u bol'nykh s miopiej [Secondary cataract and its treatment in patients with myopia]. *Meditsinskij vestnik Bashkortostana — Bashkortostan Medical Journal*, vol. 11, no. 1 (61), pp. 19–21. (In Russian)
- Martov, A. G., Ergakov, D. V., Asliev, K. A., Baykov, N. A. (2023) Eyakulyatorno-protektivnaya enukleatsiya dobrokachestvennoj giperplazii predstatel'noj zhelezy: eto voobshche vozmozhno? [Ejaculation-sparing enucleation of benign prostate hyperplasia: Is it almost feasible?]. *Vestnik urologii — Urology Herald*, vol. 11, no. 1, pp. 59–69. <https://doi.org/10.21886/2308-6424-2023-11-1-59-69> (In Russian)
- Pashtaev, N. P., Korsakova, A. N., Andreev, A. N., Arsyutov, D. G. (2020) *Oftal'mologiya. Russko-anglijskij uchebnik [Ophthalmology. Russian-English Textbook]*. Cheboksary: Chuvash State University Publ., 400 p. (In Russian)
- Sakhnov, S. N., Klokova, O. A., Zabolotniy, A. G. et al. (2020) Sostoyanie parametrov akkomodatsii u vzroslykh patsientov s miopiej raznykh vozrastnykh grupp [The state of accommodation parameters in adult patients with myopia of different age groups]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya — Modern problems of science and education*, no. 2, article 144. <https://doi.org/10.17513/spno.29700> (In Russian)
- Samoylov, A. N., Davletshina, N. I. (2020) Analiz etiologii i antimikrobnoy chuvstvitel'nosti vzbuditelej gribkovykh keratitov v serii klinicheskikh sluchaev. [Analysis of etiology and antimicrobial sensitivity of fungal keratitis pathogens in a series of clinical cases]. *Oftal'mokhirurgiya — Fyodorov Journal of Ophthalmic Surgery*, no. 1, pp. 71–76. <https://doi.org/10.25276/0235-4160-2020-1-71-76> (In Russian)
- Shirinyan, M. V., Shustova, S. V. (2018) Trudnosti meditsinskogo perevoda i sposoby ikh preodoleniya pri obuchenii studentov neyazykovykh vuzov [The problems of medical translation and the ways of overcoming difficulties in non-linguistic universities]. *Yazyk i kul'tura — Language and Culture*, no. 43, pp. 295–316. <https://doi.org/10.17223/19996195/43/18> (In Russian)
- Steblyuk, A. N. (2012) Pervichnaya otkrytougol'naya operirovannaya nekompensirovannaya glaukoma v daleko zashedshej stadii zabolevaniya. [Essential open-angle non-pressure operated glaucoma in far gone disease stage]. *Kubanskij nauchnyj meditsinskij vestnik — Kuban Scientific Medical Bulletin*, no. 3(132), pp. 154–161. (In Russian)
- Suri, V. (2024) Optic nerve: Second cranial nerve. In: *Clinical neurological examination and localization*. Singapore: Springer Publ., pp. 131–149. (In English)
- Sukhareva, E. E., Rodionova, N. S. (2020) Problemy perevoda meditsinskogo teksta [Medical text translation problems]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya — Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 2, pp. 60–64. <https://doi.org/10.17308/lic.2020.2/2839> (In Russian)
- Terent'eva, D. M. (2021) Rol' transformatsionnykh operatsiyv reshenii problemy mezh'yazykovoy asimmetrii i perevodcheskie oshibki (na primere anglijskogo yazyka) [Role of translation transformations in solving the problem of interlingual asymmetry and translation mistakes (by the example of the English language)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki — Philology. Theory & Practice*, vol. 14, no. 4, pp. 1320–1324. <https://doi.org/10.30853/phil210138> (In Russian)

- Trilyudina, Y. I., Shelikhova, O. A., Zabolotniy, A. G. (2024) Kombinirovannaya hirurgiya kosoglaziya, obuslovlennogo gipoplaziej nizhnej pryamoj glaznoj myshtsy [Combined surgery of strabismus due to hypoplasia of the inferior rectus muscle]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya — Modern Problems of Science and Education*, no. 6, article. 117. <https://doi.org/10.17513/spno.33856> (In Russian)
- Voskanyan, L. S., Zverova, I. V., Mirgorodskaya, M. E. (2021) Pochemu oftal'molog v ochkah? [Why does an ophthalmologist wear glasses?]. *Sovremennye tekhnologii v oftal'mologii — Modern Technologies in Ophthalmology*, no. 2 (37), pp. 121–123. <https://doi.org/10.25276/2312-4911-2021-2-121-123> (In Russian)
- Wang, Y., Cao, K., Li, M., Wan, X. H. (2025) Posterior capsular opacification: Pathogenesis, challenges, and innovative therapeutic strategies. *Experimental Eye Research*, no. 259, article 110585. <https://doi.org/10.1016/j.exer.2025.110585> (In English)
- Zaborovskaya, O. S. (2018) K voprosu transformatsii pri perevode nauchnykh meditsinskikh tekstov (na materiale nauchnykh statej oftal'mologicheskogo profilya) [To the issue of transformation in the translation of scientific medical texts (based on the material of the scientific articles of the ophthalmological profile)]. In: V. A. Snezhitskij (ed.). *Aktual'nye problemy meditsiny: materialy ezhegodnoj itogovoj nauchno-prakticheskoy konferentsii [Actual problems of medicine: Materials of the annual final scientific and practical conference]*. Grodno: Grodno State Medical University Publ., pp. 294–297. (In Russian)