

---

**НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ**

---

**IV МЕЖДУНАРОДНАЯ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ЯЗЫК, КУЛЬТУРА, КОММУНИКАЦИЯ:  
ИЗУЧЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ»**

13 октября 2020 г. Институт иностранных языков Орловского государственного университета провел IV Международную научно-практическую конференцию «Язык, культура, коммуникация: изучение и обучение». Эта конференция стала уже доброй традицией ОГУ. В этом году в связи со сложной эпидемиологической ситуацией конференция впервые была проведена в дистанционном формате.

В работе конференции приняли участие ученые из дальнего и ближнего зарубежья: Испании, Чехии, Польши, Украины. Среди российских участников были представители вузов Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Нижнего Новгорода, Пензы, Краснодара, Армавира, Волгограда, Ельца, Смоленска, Ростова-на-Дону.

В рамках конференции были заявлены пленарное заседание (12 докладов) и 8 секций (70 докладов): «Язык, культура, коммуникация: традиция и инновация», «Обучение иностранным языкам: подходы, проекты, ресурсы, технологии», «Перевод в меняющемся мире: история, теория, практика, современные подходы», «Дискурс и художественный текст», «Когниция и коммуникация», «Современные направления исследований СМИ и Интернет коммуникации», «Актуальные проблемы фразеологии и паремиологии», «Молодежный круглый стол».

Большой интерес у аудитории вызвал доклад неизменного участника всех четырех конференции британца по происхождению профессора Наваррского университета (Памплона, Испания) Эндрю Ч. Бриза «Kingfishers and Angels in the Exeter Book Riddles» («Зимородки и ангелы в Эксетерской книге загадок»). Материалом для доклада послужила Эксетерская книга,

хранящаяся в библиотеке Эксетерского собора на западе Англии. Эта книга представляет собой рукопись древнеанглийской поэзии десятого века. Она содержит сборник стихотворных загадок, некоторые из которых так и остались неразгаданными. Профессор Ч. Бриз предпринял попытку найти решение к ряду таких загадок.

В частности, он уделил внимание загадке 74, удовлетворительного решения которой не было до сих пор предложено учеными. Загадка звучит так:

At the same time I was a young maid,  
A grey-haired woman, and a handsome man.  
I flew among the birds, and I swam on the water;  
When dead I dived under the wave among the fishes;  
And I trod on the ground when I had a living soul.

Одновременно я была молодой девушкой,  
Седовласой женщиной и красивым мужчиной.

Я летала среди птиц и плавала по воде.  
Когда я был мертва, я нырнула под волну среди рыб;  
И я ступала по земле, когда у меня была живая душа.

Предшественники Ч. Бриза предлагали малообоснованные решения данной загадки: сирена, вода, корабль, душа, тень и под. Ч. Бриз пришел к выводу, что центром этой загадки является многократная трансформация одного и того же лица (молодая девушка – седовласая женщина – красивый мужчина – птица). Он не сомневался, что это человек или животное, поскольку героиня загадки ступала по земле и имела душу. С учетом этого Ч. Бриз начал искать решение в литературных источниках и, в частности, обратился к произведениям древнеримского поэта Овидия, собиравшего мифы о превращениях. Решение ученый нашел в одиннадцатой книге "Метаморфоз". Эта книга содержит рассказ о Цейксе, легендарном царе Трахиса (Греция), и Алкионе, его жене. Они были преданной парой. Однако желая посоветоваться с оракулом, Цейкс попрощался с женой, пообещав ей скорое возвращение, и отправился в плавание. Но был шторм, во время которого Сейкс погиб. Увидев смерть мужа в вещем сне, Алкиона пошла к берегу, где нашла плавающее в воде тело мужа. В отчаянии она бросилась в море. Боги сжалились над супругами, превратили их в зимородков. Таким образом, "Молодая девушка" и "седовла-

сая женщина" – это Алкиона, до и после замужества. "Красивый мужчина" – это Сейкс, ее муж. Когда боги превратили их в зимородков, каждый из них "летал среди птиц" и "плавал по воде" (с плавающим гнездом для своих птенцов); каждый из них "нырял под волной среди птиц".

Такое решение является важным для исследования английской поэзии и, в частности, присутствия в ней мифологических сюжетов на протяжении столетий от Экстерской книги до произведений Т. С. Элиота.

Профессор Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина (г. Москва) В.И. Карасик в своем докладе «Имитация коммуникативного действия» выдвинул положение об особом виде коммуникативного действия (речевого акта), совпадающего по форме с некоторым образцом, но не соответствующего ему по мотивам и целям. Наиболее ярко, по мнению В.И. Карасика, это проявляется в этикетных поступках: произнесенное сквозь зубы поздравление, приветствие с явно выраженной неприязнью к партнеру по общению, комплимент, в котором видно нежелание говорящего доставить удовольствие адресату, и т. д. В этом случае речь идет о формальной имитации.

Наряду с ней возможны игровая имитация (игровое подражание некоторому образцу, от детской игры, когда ребенок воображает себя кем-то и ведет себя соответствующим образом, до сценического перевоплощения), юмористическое и сатирическое уподобление (различного рода шутки и дразнилки), учебная имитация, связанная с усвоением речевых оборотов, выражающих этнокультурную специфику формулировок коммуникативных действий. Как подчеркнул докладчик, важнейшим признаком имитационного действия является его двуплановость – соотнесенность данного поступка с некоторым коммуникативным образцом, известным участникам общения.

Профессор Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина (г. Санкт-Петербург) С. В. Иванова представила доклад «Политический антропонимикон в американской лингвокультуре: что в имени?», посвященный этноспецифике прзвищ американских президентов, которая отражает ценностные доминанты культуры. Докладчик проанализировала прозвища 40-го президента США Рональда Рейгана. Это, в частности, *Teflon president* и *Great Communicator*.

Первоначально используемое исключительно для Рональда Рейгана, первое из названных прозвищ означало, что к имени Рейгана не «липнет» ничего дурного. Однако со временем эта единица потеряла индивидуальную отнесенность и стала обозначать любого президента, имя которого остается не замазанным, несмотря ни на какие недостатки. Как отметила С. В. Иванова, данный образ эксплуатируется и при обозначении срока президентства – *Teflon presidency*. Единица *Great Communicator* связана со способностью Р. Рейгана эффективно коммуницировать с обществом, доносить до людей свои идеи.

Доклад содержал вывод о том, что динамика использования прозвищных номинаций, их экстраполяция на другие личности и ситуации указывают на доминанты, которые доказывают свою ценность на довольно протяженном отрезке времени в рамках политического дискурса США. Умение оставаться незапятнанным, несмотря на перипетии политической жизни, как и умение быть хорошим оратором, уметь донести свои идеи до электората остаются непреходящими ценностями американского лингвокультурного сообщества.

Профессор Орловского госуниверситета О.Б. Абакумова выступила с докладом «Лингвокультурологические аспекты когнитивно-дискурсивной паремиологии». В нем было представлено определение пословицы как сложного знака гибридного типа с текстовыми характеристиками и прагматическими функциями, как практического оценочного суждения, функционирующего в речи как косвенный речевой акт чаще всего директивного типа, который используется как тактическое средство реализации коммуникативной стратегии говорящего. О. Б. Абакумова рассмотрела возможность использования когнитивно-дискурсивной модели (КДМ) для выявления лингвокультурологических аспектов в актуализации смысла пословицы в дискурсе. Данная модель предполагает учет следующих составляющих: коммуникативной (цель употребления), констативной (тип предиката, виды фреймов), экспрессивной (алетическая и аксиологическая модальность), регулятивной (учет социальных норм лингвокультуры). Применение данной модели позволяет выявить универсальные и национально-специфические свойства лингвокультуры сопоставляемых языков.

Доцент НИУ «Высшая школа экономики» О.А. Дмитриев предложил вниманию аудитории доклад «Особенности организации текстов международных альтернативных медиа (на примере мультимедийных статей сайта теле-

канала RT)». В нем была представлена часть результатов проводимого автором исследования по интерпретации картины мира международными альтернативными медиа. О.А. Дмитриев отметил, что альтернативные медиа отличаются от мейнстрима наличием контента, который под воздействием политики крупных транснациональных компаний не попадает в крупные информационные холдинги. Типология информационных сообщений выстраивается таким образом, что основную информацию потребитель черпает из заголовков и первых предложений статей, так называемых *top line*. Именно в таких заголовках присутствуют цифры и факты, заставляющие пользователей дочитать статьи до конца. Структура контента информационных сообщений является стандартной, однако приводимые в сообщениях цифры и факты не всегда попадают в эфир и на веб-ресурсы мейнстримовских редакций. Альтернативный контент концентрируется, как правило, на «нижних этажах» информационной пирамиды, а именно на стадиях детализации обобщения фактов вместе с фоновой информацией. Этот контент усиливает интерес пользователей к освещению проблемы, что заставляет их сомневаться и перепроверять официальные данные, которые составляют основной блок информации на мейнстримовских информационных ресурсах. Докладчик подчеркнул, что по сравнению с заголовками в кратких информационных сообщениях присутствует гораздо больше лексических единиц, с ярко выраженной коннотацией, которая, как правило, носит протестный характер. В текстах самих статей, отражающих мнения экспертов, также содержатся статистика, которая перемешивается с сильными эмоционально заряженными лексемами и стилистическими оборотами. Весьма распространенная тенденция в авторских текстах *Russia Today* – наличие вопросов, которые возникают в связи с появлением определенного явления либо реалии в общественно-политической жизни ряда стран. Такая технология направлена на то, чтобы пользователь задавал и другие вопросы по поводу определенных событий. Для портала *Russia Today* характерна ссылка на большое количество неофициальных источников, которые не упоминаются в мейнстримовских медиа, а также отсутствие в некоторых случаях дипломатии в споре с потенциальными оппонентами. Все это позволяет моделировать картину мира, отличающуюся от картины, создаваемой мейнстримовскими информационными ресурсами.

От Южного федерального университета были представлены два доклада. Профессор Н.Б. Боева-Омелечко выступила с докладом «Реализация экспрессивного потенциала антонимии в рекламном слогане». Докладчик отметила, что эффективность слогана как центра рекламного текста определяется его способностью привлекать внимание потребителей, т. е. его экспрессивностью, неотделимой от лингвокреативности. Благодатным материалом для последней выступают языковые единицы, для которых типичная реализация экспрессивной функции в составе связного текста, а именно лексические и грамматические антонимы. В докладе был проведен анализ способов создания необычных антонимических противопоставлений в слоганах русского и английского языков для усиления экспрессивности данных слоганов. К их числу относятся антитезы различной конфигурации, необычность антонимических противопоставлений в которых достигается с помощью гипербол и литот, включением антонимов в состав слоганов-трузизмов, имплицитного представления одного из членов антонимической оппозиции, созданием с помощью антитезы своеобразных загадок, разгадать которые можно только зная, что именно рекламируется, включением в слоган индивидуально-авторских антонимов, противопоставлением межчастеречных антонимов; оксюмороны, игра слов, основанная на обыгрывании прямых и переносных значений антонимов; прецедентные феномены с антонимами, переосмысленные или перефразированные, часто имеющие характер шутки. Результаты данного исследования позволили докладчику прийти к выводу о том, что антонимы в слоганах участвуют в создании эффекта обманутого ожидания и в вовлечении аудитории в декодирование смысла необычного слогана.

Аспирантка 2 года обучения О.С. Осипова (научный руководитель – профессор Н.Б. Боева-Омелечко) представила доклад «Языковые средства создания комического образа Дональда Трампа в СМИ (на материале американских юмористических интернет-изданий)». О.С. Осипова отметила, что под огонь критики в американских СМИ попадает склонность Д. Трампа к обману, его высокомерие и заносчивость, неуважение к политическим противникам, некомпетентность. Для создания комического образа президента США журналисты используют аллюзии, гиперболы, антифразис, гротеск. Цель создания данного образа – убедить аудиторию в неспособности Д. Трампа выполнять обязанности президента.

Все доклады вызвали большой интерес аудитории, о чем свидетельствовали многочисленные вопросы.

Участники конференции выразили горячую благодарность организаторам конференции, в частности, директору Института иностранных языков М.В. Якушеву, профессору кафедры английской филологии О.Б. Абакумовой, и.о. зав. кафедрой английской филологии А.Д. Бакиной, которые проделали огромную работу по подготовке и проведению конференции.

Конференция показала возможность проведения подобных мероприятий в дистанционном формате, а также то, что для настоящей науки нет преград, она продолжает развиваться в самых сложных условиях.

***Н.Б. Боева-Омелечко***

доктор филологических наук,

профессор кафедры теории и практики английского языка

Южного федерального университета