

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Казахский национальный педагогический университет имени Абая
Abai Kazakh National Pedagogical University

ХАБАРШЫ ВЕСТНИК

«Филология ғылымдары» сериясы
Серия «Филологические науки»
Series «Philological sciences»
№ 3 (89), 2024

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Казахский национальный педагогический университет имени Абая
Abai Kazakh National Pedagogical University

ХАБАРШЫ

ВЕСТНИК

«Филология ғылымдары» сериясы
Серия «Филологические науки»
Series «Philological sciences»
№ 3 (89), 2024

Алматы, 2024

Абай атындағы
Қазақ ұлттық педагогикалық
университеті

ХАБАРШЫ
«Филология ғылымдары» сериясы
№3 (89), 2024 ж.

Шығару жиілігі – жылына 4 нөмір.
2000 ж. бастап шығады.

Бас редактор:
филол.г.д., проф. Абишева С.Д.

Бас редактордың орынбасары:
филол. г.д., проф. Есенова К.У.

Ғылыми редактор:
PhD, қауымд. проф. м.а.
Сабирова Д.А.

Редакциялық алқа:
филол. г. к., қауымд. проф.
Жириенов С.А.
филол. г. к., қауымд. проф.
Сатемирова Д.А.
филол.г.д., проф., Эл-Фараби ат. ҚазҰУ
Джолдасбекова Б.У.
пед.г.д., проф., эл-Фараби ат. ҚазҰУ
Салханова Ж.Х.
филол.г.д., проф., ҚазҰҚызПУ
Кнынова Ж.К.
PhD, қауымд. проф.м.а., Т. Жүргенов
ат. Қазақ ұлттық өнер академиясы
Жалалова А.М.

филол.г.д., доцент, Таулы Алтай мемлекеттік университеті
Алексеев П.В. (Ресей)

филол. г.д., проф., Ресей халықтар достығы университеті

Бахтикереева У.М. (Ресей)
филол.г.д., проф., Варминь-Мазур университеті

Киклевич А.К. (Польша)
PhD, проф., Джордж Вашингтон университеті
Роллберг П. (АҚШ)
PhD, проф., Орталық Ланкашир университеті

Табачникова О.М. (Ұлыбритания)

Жауапты хатшы:
PhD, қауымд. проф. м.а.
Серикова С.К.

Техникалық хатшы:
филол.г.к., қауымд. проф. Османова З.Ж.

© Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, 2024
Қазақстан Республикасының Мәдениет және ақпарат министрлігінде
2009 жылы мамырдың 8-де тіркелген
№10109-Ж
Басуға 30.09.2024 қол қойылды.
Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 15,8 е.б.т.
Тапсырыс 28.

050010, Алматы қаласы,
Достық даңғылы, 13.
Абай атындағы ҚазҰПУ

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университетінің
«Ұлағат» баспасы

МАЗМҰНЫ
СОДЕРЖАНИЕ
CONTENT

ТІЛ БІЛІМІ
ЛИНГВИСТИКА
LINGUISTICS

Уланович О.И. Визуально-образная выразительность в современной эстетизированной медиариторике 5

Уланович О.И. Замануи эстетикаланған медиариторикадағы визуалды-бейнелі экспрессивтілік
Ulanovich A. Visual imagery expressiveness in modern aestheticized media rhetoric

Цуй Ц., Жумагулова Б.С. Семантическое пространство сказок о ленивом человеке: аксиологический аспект..... 19

Цуй Ц., Жумагулова Б.С. Жалқау адам туралы ертегілердің семантикалық кеңістігі: аксиологиялық аспект

Cui C., Zhumagulova B. The semantic space of tales about a lazy man: the axiological aspect

ӘДЕБИЕТТАНУ
ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ
LITERARY STUDIES

Ақыш Н.Б., Мурсал А. «Қылмыс» романының тарихи-элементтік және дискурстық сипаты..... 29

Акиш Н.Б., Мурсал А. Историко-социальный и дискурсивный характер романа «Преступление»
Akish N., Mursal A. Historical, social and discursive character of the novel "Crime"

Almazuly D., Ospanov Y. The current state and prospects for the development of literature..... 36

Алмазұлы Д., Оспанов Е. Әдебиеттің қазіргі жағдайы мен даму болашағы

Алмазұлы Д., Оспанов Е. Современное состояние и перспективы развития литературы

Zhanabaev K., Akberdikyzy U. Formal and stylistic components of M.O. Auezov's epic novel "The Path of Abai"..... 43

Жанабаев К., Ақбердіқызы У. М.О. Әуезовтің «Абай жолы» эпопеясының формалды-стильдік компоненттері
Жанабаев К., Ақбердіқызы У. Формально-стилистические компоненты эпопеи М.О. Ауэзова «Путь Абая»

Серикова Л.А. Парадигма «свой – чужой – другой»: теория и практика..... 51

Серикова Л.А. «Өзіндік – жат – басқа» парадигмасы: теория және практика
Serikova L.A. The paradigm "friend - foe - other": theory and practice

Ханинова Р.М. Диалог культур: калмыцко-казахские литературные связи. Михаил Хонинов – Сырбай Мауленов..... 58

Казахский национальный педагогический университет имени Абая

ВЕСТНИК
Серия «Филологические науки»
№3 (89), 2024 г.

Периодичность – 4 номера в год.
Выходит с 2000 года.

Главный редактор
д.филол.н., проф. Абишева С.Д.

Зам. гл. редактора
д.филол.н., проф. Есенова К.У.

Научный редактор
PhD, и.о.ассоц.проф. Сабирова Д.А.

Редакционная коллегия:

к.филол.н., ассоц. проф.

Жиренов С.А.

к.филол.н., ассоц. проф.

Сатемирова Д.А.

д.филол.н., проф., КазНУ имени
Аль-Фараби

Джолдасбекова Б.У.

д.пед.н., проф., КазНУ имени Аль-
Фараби

Салханова Ж.Х.

д.филол.н., проф., КазНацЖенПУ

Кынова Ж.К.

PhD, и.о.ассоц.проф. КазНАИ имени

Т.Жургенова Жалалова А.М.

д.фил.н., доцент, Горно-Алтайский
государственный университет

Алексеев П.В. (Россия)

д.филол.н., проф., РУДН

Бахтикерева У.М. (Россия)

д.филол.н., проф., Варминьско-

Мазурский университет

Киклевич А.К. (Польша)

PhD, проф., Университет Джорджа

Вашигтона **Роллберг П.** (США)

PhD, проф., Университет

Центрального Ланкашира

Табачникова О.М.

(Великобритания)

Ответственный секретарь:

PhD, и.о.ассоц.проф. Серикова С.К.

Технический секретарь:

к.филол.н., ассоц. проф.

Османова З.Ж.

© Казахский национальный педагогический университет

им. Абая, 2024

Зарегистрировано

в Министерстве культуры и

информации РК

8 мая 2009 г. №10109-Ж

Подписано в печать 30.09.2024.

Формат 60x84 1/8. Объем 15,8 уч.-изд.л.

Заказ 28 .

050010, г. Алматы,
пр. Достык, 13. КазНПУ им. Абая
Издательство «Ұлағат»
Казахского национального педагогического
университета имени Абая

Ханинова Р.М. Мәдениеттер диалогы: қалмақ-қазақ әдеби қатынасы. Михаил Хонинов – Сырбай Мәуленов
Khaninova P. Dialogue of cultures: Kalmyk-Kazakh literary connections. Mikhail Khoninov – Syrbai Maulenov

ПЕДАГОГИКА МЕН ӘДІСТЕМЕ МӘСЕЛЕЛЕРІ ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИКИ И МЕТОДИКИ PROBLEMS OF PEDAGOGY AND METHODOLOGY

Абдримова Э.Н. К вопросу аутентичности как лингвометодической категории..... 66

Абдримова Э.Н. Лингвометодикалық категория ретіндегі аутентиялық мәселе туралы

Abdrimova E.N. To the question of authenticity as a linguo-methodological category

Karimova Z. The place of the detective story in the modern literary process and the study of works of the detective genre at school..... 74

Каримова Ж. Қазіргі заманғы әдеби үдерістегі детективтің орны және детектив жанрындағы шығармаларды мектепте оқу мәселесі.

Каримова Ж. Место детектива в современном литературном процессе и изучение произведений детективного жанра в школе

Кноль М.В., Шалбаева Д.Х., Тынбаева Г.С. Применение искусственного интеллекта при обучении иностранному языку..... 82

Кноль М.В., Шалбаева Д.Х., Тынбаева Г.С. Шет тілін оқытуда жасанды интеллектті қолдану

Knol M., Shalbayeva D., Tynbayeva G. Application of artificial intelligence in teaching a foreign language

Larionova I.Yu., Kapysheva G.K. Implementing the goals of teaching a foreign language to students with disabilities in the process of developing social competency in the context of inclusive education in higher education institutions..... 90

Ларионова И.Ю., Капышева Г.К. Мүмкіндігі шектеулі студенттерді ЖОО-да инклюзивті білім беру жағдайында олардың әлеуметтік құзыреттілігін дамыту процесінде шет тілін оқыту мақсаттарын іске асыру.

Ларионова И.Ю., Капышева Г.К. Реализация целей обучения иностранному языку студентов с ограниченными возможностями в процессе развития у них социальной компетенции в условиях инклюзивного образования в вузе

Нұржанқызы А. Мектептегі қазақ әдебиеті сабағы арқылы гендерлік әлеуметтендіру..... 97

Нұржанқызы А. Гендерная социализация посредством уроков казахской литературы в школе

Nurzhanqyzy A. Gender socialization through Kazakh literature lessons at school

Пономаренко М. Развитие и оценка функциональной грамотности школьников на основе международных исследований..... 104

Пономаренко М. Халықаралық зерттеулер негізінде мектеп оқушыларының функционалдық сауаттылығын дамыту және бағалау

**Abai Kazakh National
Pedagogical University
BULLETIN**

Editor-in-Chief

*Doctor of Philological Sciences, Professor
Abisheva S.*

Deputy Editor-in-Chief

*Doctor of Philological Sciences, Professor
Essenova K.*

Scientific Editor

PhD, Associate Professor Sabirova D.

Editorial board

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor Zhirenov S.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor Satemirova D.*

*Doctor of Philological Sciences,
Professor, Al-Farabi Kazakh National
University*

Dzholdasbekova B.

*Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Al-Farabi Kazakh National
University Salkhanova Zh.*

*Doctor of Philological Sciences, Professor,
Kazakh National Women's Teacher Training
University Kiynova Zh.*

*PhD, Associate Professor, T. Zhurgenov
Kazakh National Academy of Arts*

Zhalalova A.

*Doctor of Philological Sciences, Associate
Professor, Gorno-Altaysk State University*

Alekseyev P. (Russia)

*Doctor of Philological Sciences, Professor,
RUDN Bakhtikireeva U. (Russia)*

*Doctor of Philological Sciences, Professor,
University of Warmia and Mazury*

Kiklewicz A. (Poland)

*PhD, Professor, George Washington
University Rollberg P. (USA)*

*PhD, Professor, University of Central Lan-
cashire Tabachnikova O.
(The United Kingdom)*

Executive Secretary

PhD, Associate professor Serikova S.

Technical Secretary

*Candidate of Philological Sciences, Associate
professor Osmanova Z.*

©Abai Kazakh National Pedagogical
University, 2024

Registered in the Ministry of Culture and
Information of the Republic of
Kazakhstan

8 May 2009 No10109-Zh/Ж

Signed in print 30.09.2024.

Format 60x84 1/8. Volume 15,8
teaching and publishing lists.

Order 28.

050010, Almaty, Dostyk Avenue 13,
Abai KazNPU

Publishing House "Ulagat" of the Abai
Kazakh National Pedagogical University

Ponomarenko M. Development and assessment of functional literacy of schoolchildren based on international research

Sylam D., Akhmetbek G., Beili T. Discussing the issues of building a system of training local Chinese language teachers in Kazakhstan... 111

Сылам Д., Ахметбек Г., Бэйли Ц. Қазақстандағы жергілікті қытай мұғалімдерін даярлау жүйесінің құрылысын талқылау
Сылам Д., Ахметбек Г., Бэйли Ц. Обсуждение вопросов формирования системы подготовки местных преподавателей китайского языка в Казахстане

БІЗДІҢ АВТОРЛАР..... 121

НАШИ АВТОРЫ

OUR AUTHORS

ТІЛ БІЛІМІ
ЛИНГВИСТИКА
LINGUISTICS

МРНТИ 16.21.27

10.51889/2959-5657.2024.89.3.001

Уланович О.И.¹

¹Европейский гуманитарный университет

Вильнюс, Литва

e-mail: aksana.ulanovich@ehu.lt

ВИЗУАЛЬНО-ОБРАЗНАЯ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ
ЭСТЕТИЗИРОВАННОЙ МЕДИАРИТОРИКЕ

Аннотация

Эстетизация медиариторики – одно из направлений развития медиаречи в рамках общего трансформационного процесса эстетизации медиакоммуникации. Эстетизация медиариторики рассматривается в статье как насыщение медиаречи образными стилистическими фигурами, такими как аллегории, аллюзии, тропы, неклассифицированные метафорические выражения и образная фразеология, которые придают речи рецептивную и эмфатическую выразительность. Данные риторические фигуры строятся на механизме когнитивной метафоры и образуют четыре типологические группы метафорических образов: антропоцентрические, эзотерические, природные и артефактные. В формальном измерении эстетизации, эти образные фигуры выступают элементами визуальной эстетики через слово, пробуждают игру чувств, разума и воображения. В идеологическом измерении эстетизации, данные образные фигуры, будучи наделенными культурно-символическими значениями, проецируют посредством метафорического ассоциирования опыт прошлых переживаний реципиента на восприятие актуальных событий, преподносимых в СМИ. Создаваемые речевые образы работают в зоне дорефлективного, интуитивно-чувственного познания. Через «сговор» с чувствами реципиента они интроецируют смыслы и установки, так как яркие, простые и быстрые впечатления более эффективно, чем словесная аргументация, формируют уверенные и устойчивые суждения.

Ключевые слова: эстетизация, медиакоммуникация, медиаэстетика, эстетизация медиариторики, риторические фигуры, образы, рецептивная и эмфатическая выразительность речи

Уланович О.И.¹

¹Еуропа гуманитарлық университеті

Вильнюс, Литва

e-mail: aksana.ulanovich@ehu.lt

ЗАМАНУИ ЭСТЕТИКАЛАНҒАН МЕДИАРИТОРИКАДАҒЫ
ВИЗУАЛДЫ-БЕЙНЕЛІ ЭКСПРЕССИВТІЛІК

Аңдатпа

БАҚ риторикасының эстетикалануы медиа коммуникацияның эстетикалануының жалпы трансформация процесі аясындағы БАҚ сөйлеуін дамытудың бір бағыты болып табылады. Бұқаралық ақпарат құралдары риторикасының эстетикалануы мақалада сөйлеуге рецептивтік және екпінді экспрессивтілік беретін аллегориялар, тұспалдар, троптар, жіктелмеген метафоралық өрнектер және бейнелі фразеологизмдер сияқты орынды қолданған стилистикалық

тұлғалармен БАҚ сөйлеуін қанықтыру ретінде қарастырылады. Бұл риторикалық фигуралар когнитивтік метафора механизміне құрылған және метафоралық бейнелердің төрт типологиялық тобын құрайды: антропоцентристік, эзотерикалық, табиғи және артефактілік. Эстетикаландырудың формальды өлшемінде бұл бейнелі тұлғалар сөз арқылы бейнелеу эстетикасының элементтері қызметін атқарып, сезімнің, парасат пен қиялдың ойын оятады. Эстетикаландырудың идеялық өлшемінде бұл бейнелі тұлғалар мәдени және символдық мағыналарға ие бола отырып, метафоралық ассоциация арқылы реципиенттің өткен тәжірибесін бұқаралық ақпарат құралдарында ұсынылған ағымдағы оқиғаларды қабылдауға проекциялайды. Жасалған сөйлеу бейнелері рефлексияға дейінгі, түйсіктік-сенсорлық таным аймағында жұмыс істейді. Реципиенттің сезімдерімен «сөз байласу» арқылы олар мағыналар мен көзқарастарды енгізеді, өйткені жарқын, қарапайым және жылдам әсерлер ауызша аргументтерге қарағанда сенімді және тұрақты пайымдауларды тиімдірек қалыптастырады.

Түйін сөздер: эстетика, медиа коммуникация, медиа эстетика, медиа риторикасының эстетикасы, риторикалық фигуралар, бейнелер, сөйлеудің рецептивті және эмфациялық экспрессивтілігі

Ulanovich A.¹

¹European Humanities University

Vilnius, Lithuania

e-mail: aksana.ulanovich@ehu.lt

VISUAL-IMAGERY EXPRESSIVENESS IN MODERN AESTHETICIZED MEDIA RHETORIC

Abstract

Aestheticization of media rhetoric is one of the media speech development trends within a more general transformation process – aestheticization of media communication. Aestheticization of media rhetoric is considered in the article as saturation of speech in mainstream media with rhetorical imagery figures, such as allegories, allusions, tropes, unclassified metaphorical expressions and figurative phraseology, which amplify receptive and emphatic speech expressiveness. These figures of speech are based on the mechanism of cognitive metaphor and range into four typological groups of metaphorical images: anthropocentric, esoteric, natural and artefactual. Within the formal dimension of aestheticization, these imagery figures are elements of visual aesthetics through words that awake the play of feelings, reason and fancies. Within the ideological dimension of aestheticization, these imagery figures, being burdened with cultural-symbolic meanings, project, through metaphorical association, the experience of the recipient's past impressions and sentiments onto the perception of current events presented in the media. The created speech images operate in the zone of pre-reflexive, sensory and intuitive cognition. Through “taming” the recipient's feelings, they introject meanings and attitudes, since a bright, simple and fast impression is more successful to generate a confident and firm judgment than verbal argumentation.

Keywords: aestheticization, media communication, media aesthetics, aestheticization of media rhetoric, rhetorical figures, images, receptive and emphatic expressiveness of speech

Введение. Глобальная цифровизация социума и сопутствующая этому медиатизация социальных отношений и практик необратимым образом преобразуют социокультурное пространство. Это обнаруживается в изменении массовых форм социального и физического бытия личности и общества, в трансформации моделей и форм социальных практик и отношений, механизмов и инструментов коммуникации. Ключевым вектором преобразования социальной реальности становится эстетизация, которая подразумевает акцентирование и синтез чувственно-сверхчувственных характеристик в формах воплощения социальности. Говоря по существу и лаконично, эстетизация – это «сознательная реорганизация мира с эстетическим

перевесом» [1, с. 3]. Как замечает В. Вельш, если раньше мы оценивали реальное по параметру измеримости, то сегодня главный критерий восприятия – эстетическая презентабельность: «Эстетика стала новой ведущей валютой в торговле реальностью» [2, с. 10].

Эксплицитно эстетизация предстает как выразительность и абсолютизация форм (социальных знаний, практик, отношений) посредством индексирования рецептивных свойств этих форм. При этом истинной сутью эстетизации является особый чувственно-эмоциональный сигнал психике и ответная на него реакция сознания (прочувствование), возникающая при «взаимодействии» человека с эстетизированными формами. Эстетизация воплощает собою особый когнитивный модус перцепции с опорой на senses: слияние чувств и разума. По мнению А.Ф. Лосева, перцептивно-когнитивная основа и механизм эстетизации имеют «сложный физико-физиолого-психолого-социальный состав» [3, с. 575].

Эстетизация затрагивает все области социальных отношений. В медиасреде она проявляется как изменение физического стиля взаимодействия человека, информации и медиа, который задается господствующей сегодня в цифровом пространстве медиаэстетикой. Медиаэстетика позволяет генерировать полимодальные, рецептивно выразительные чувственные образы, поставляет богатую «пищу»: для зрения и слуха – непосредственно, осязания, вкуса и обоняния – опосредованно. Она сегодня однозначно «переигрывает» словесно-текстовую информацию в медиакommunikации и формирует новую эпистему – особый способ представления мира и инструмент моделирования мировосприятия человека.

Ключевой модальностью в массиве медиаэстетических ресурсов выступает визуальность. Ее уникальной особенностью является то, что сложные визуальные образы в значительно большей степени, нежели иные сенсорные стимулы, способны запускать вторичный модус восприятия. Благодаря эффектам синестезии и взаимодействию ощущений, восприятие сложных визуальных образов (как правило, с аудиооформлением) актуализирует и усиливает другие модальности (осязание, вкус, обоняние), что также сопровождается еще и эстетическими, гедонистическими и тонко-интеллектуальными эмоциями. Таким образом, визуальность позволяет весьма эффективно генерировать «эффект телесного чувственного присутствия», позволяет «мыслить вещественный мир и человеческое тело как поверхности, “выражающие” собой глубинные значения», выступает главным инструментом «производства присутствия» в современной медиасреде [4, с. 38].

Помимо медиаэстетики в «производстве присутствия» сегодня участвует и медиариторика – вербальная составляющая медиакommunikации. Медиариторика эволюционирует в направлении развития способности и обретения ею права (наравне с медиаэстетикой) производить чувственные образы и эмоционально-чувственные эффекты, создавать зрелищность. Современная медиариторика позволяет реципиенту через посредничество слов «визуализировать» действительность, воспринимать информацию сенсорно, проникать чувством в смысл, что сопряжено с удовлетворением и удовольствием от проницательности ума и игры воображения.

Важным воплощением тенденции эстетизации медиакommunikации является акцентированная «визуальность» в современной медиариторике, которая проявляется в совершенствовании стилистики медиаречи в направлении придания ей особой образной выразительности.

Мотивированность и повторяемость одних и тех же образов в медиариторике придает этим образам символичность и даже их мифологизирует, наделяет чертами и силой мифа. Поскольку эти образы генерируются целенаправленно, то мы имеем дело не просто с «украшательством» медиаречи посредством усиления ее рецептивной выразительности, но – с идеологической модуляцией психики человека. Через образы-мифы, работающие на уровне дорефлексивного интуитивно-чувственного познания, происходит «приручение» психики и интроецируются смыслы и установки. Без явного политического принуждения, без аргументированного убеждающего воздействия, поскольку «простого быстрого ощущения или впечатления от объекта достаточно для формирования уверенного и устойчивого суждения» [5, с. 330].

В фокусе внимания в нашем исследовании – наиболее яркие и частотные визуально-образные фигуры в дискурсе англоязычных СМИ и, в частности – в современной англоязычной медиариторике. Установление их эстетических и семантических характеристик, выявление их прагматического потенциала формирует наше знание механизмов и инструментов эстетизации медиакommunikации, а также понимание того, как сегодня совершенствуются тактики и средства решения задач медиа пропаганды.

Методика. Наше исследование носит междисциплинарный характер и локализовано в зоне пересечения нескольких областей фундаментального научного знания (философии, социологии, психологии, лингвистики) и ряда научных направлений (эстетики, теории коммуникации, психолингвистики, стилистики, прагма- и социоллингвистики). Обращение к теориям и идеям ученых в данных научных областях позволило нам реализовать комплексный подход в исследовании эстетизации медиариторики.

Основным методом исследования явился дискурс-анализ актуальных материалов инфополя различных англоязычных медиаресурсов (*NBC News, Fox News, CNN, MSNBC, BBC* и др.). Дискурс-анализ предполагал учет при осуществлении анализа медиаречи того факта, что дискурс – это единство трех его категориальных измерений: деятельности, действительности и набора знаков в их функциональной данности [6, с. 60]. Это позволило нам не только выявить репрезентативные образные фигуры – средства визуальной выразительности в современной медиариторике, но и установить их семантические, эстетические и коммуникативно-прагматические аспекты. Также в нашей работе мы обратились к таким методам исследования как лексико-семантический, лингвостилистический, коммуникативно-прагматический анализ медиаречи, метод классификации, интерпретации и рефлексивный метод.

Использованные в нашей работе подходы, общие и частные методы исследования релевантны объекту и предмету исследования и позволили получить результаты, отличающиеся новизной и оригинальностью, теоретической и практической значимостью.

Результаты. Репрезентативные визуально-образные фигуры в современной медиариторике

Производство эффектов визуальности и пробуждение чувственного впечатления через слово – основной принцип создания риторических фигур в современной медиаречи. Это обеспечивается присутствием в речи риториков отсылок к образам индивидуального опыта и социальной памяти, к прецедентам, культурным мифам, индивидуальным и социальным представлениям.

Для наглядности и четкого представления того, как выглядит эта «словесная визуальность», и какие риторические фигуры создают в медиаречи эффект зрелищности, предлагаем обратиться к следующим примерам:

Andrea Mitchell (тележурналист на канале NBC News) (о политических взаимоотношениях между Байденом и Нетаньяху): *“It’s like actually this wasn’t a good marriage. This was a bad marriage, but they managed to keep it together in any case”*¹ – ‘Это что-то типа **неблагополучного брачного союза**.

Это был **плохой брак**, но им, все же, удавалось его сохранять’; Kelly O’Donnell (политический репортер на канале CBS) (об уровне напряженности на финальном этапе президентской гонки в США): *“like building the plane and flying it at the same time”*² – ‘это как **строить самолет и одновременно на нем летать**’;

Greg Gutfeld (политический аналитик на канале Fox News): *“A victory lap on inflation. As the inflation numbers come out feels like Joe was leading the band playing on the Titanic”*³ –

¹ NBC News, Meet the Press, July 26, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=hpYn8Cdpmqs>

² NBC News, Meet the Press, Aug. 19, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=VsMf07jkw4U>

³ Fox News, Gutfeld, Sept. 14, 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=AQPMIDLkwhY>

‘Победоносный удар по инфляции. Когда всплывают цифры инфляции, кажется, что Джо дирижировал группой на Титанике’;

Dan Farber (юрист, экоэксперт) (о намерениях Трампа вывести США из климатических соглашений и программ): “*It’s as if firefighters were told to stop fighting an inferno and go back to the fire station*”⁴ – ‘Это как приказать **пожарным прекратить борьбу с огнем** и вернуться на пожарную станцию’.

Социальные представления, к которым апеллируют медиариторы в примерах выше – элементы метакоммуникативные. Посредством их проецирования на преподносимую в СМИ информацию формируется ангажированное образное впечатление и оценка актуальных явлений, субъектов, ситуаций через пробуждение эмоционально-чувственной памяти и перцептивного опыта реципиентов.

Секретом принципиальной возможности придания медиариторике такой визуально-образной выразительности, которая подобно эмпирическому опыту порождает чувственно-эмоциональный эффект, является метафорическое мышление человека, обретающее свою материализацию в языке и речи. Эстетика риторических фигур в примерах выше (языковые метафоры, сравнения, аллюзии) именно тем и задается, что в основе их структуры и семантики лежит механизм когнитивной метафоры.

Метафорическое мышление имманентно человеческой ментальности: «наша обычная концептуальная система, в терминах которой мы и думаем, и действуем, является по своей природе фундаментально метафорической» [7, с. 3]. Метафоричность буквально «вживлена в опыт субъекта – в его непосредственные телесные кинестетические реакции на действительность», она репрезентирована в различных формах: «от вербальных и текстуальных до жестовых и перформативных телесных проявлений» [8, с. 99]. Эстетизирующий потенциал метафоры можно объяснить «парадоксом метафоры», суть которого в следующем: будучи «укорененной в распространенных моделях телесного опыта, общих для всех людей» (и в этом ее убедительная сила на уровне бессознательного в психике), метафора содержит импульс нового переживания – творческого, культурно-эстетического, преодолевающего обыденность [9, с. 5]. А как риторические фигуры в речи, метафоры придают общению живость, способны удивлять и впечатлять неожиданностью ассоциаций.

В медиариторике метафоры являются «важным инструментом для описания, понимания, имитации или моделирования реальности, что воплощается в формулировании оригинальных и смысловых метафорических выражений» [8, с. 94]. Метафоры работают подобно параболическим тропам – задают такую проекцию восприятия, когда одни аспекты явления высвечиваются, а другие затемняются. Причем эта образная параболическая структура когнитивной метафоры (как механизма) детерминирует восприятие на интуитивном, суггестивном, уровне, что как нельзя более органично в общем контексте эстетизирующего процесса.

В массиве риторических фигур визуально-образной выразительности, в основе которых – механизм когнитивной метафоры, выделяются, в первую очередь, *аллегории*, основанные на прецедентности *аллюзии*, *тропы*, *неклассифицированные образные метафорические выражения* и *разговорная фразеология*. Данные фигуры могут функционировать в медиаречи автономно или сопряжено друг с другом, формируя более сложные чувственные образы.

Повторяемость одних и тех же образов чревата утратой неологии, живости и свежести впечатления. Но поскольку эстетизация – процесс исключительно динамичный и гибкий, мы можем наблюдать непрерывность производства новых метафорических выражений или придания знакомым образам нового звучания, что успешно оживляет медиариторику и задает дополнительные импульсы для эмоционально-чувственных реакций аудитории.

Без риска ошибиться, можно утверждать, что самым популярным, частотным и устойчивым во времени образом в англоязычной медиариторике является образ *игры*. Его атрибути-

⁴ Legal Planet, May 13, 2024, <https://legal-planet.org/2024/05/13/pouring-ga-on-a-5-alarm-fire/>

рование чрезвычайно разнородным явлениям социальной жизни свидетельствует о поливалентности данного образа.

Номинативное поле метафорического образа «игра» включает целый ряд единиц языка и речи в современной англоязычной медиариторике, прямо или косвенно апеллирующих к исходному прототипу:

war games – ‘военные игры’ (в отношении военных учений); *have a level playing field / tilt the playing field* – ‘ровное игровое поле / накренять игровое поле’ (о политических, экономических, дипломатических взаимоотношениях); *shadow games* – ‘теневые игры’ (о непрозрачности ведения дел); *be at the top of the deck* – ‘быть на вершине колоды’ (о лидерстве в мировой политике или экономике); *parlor game* – ‘закулисные игры’ (о кулуарных договоренностях); *(not)play by the rules* – ‘(не)играть по правилам’ (открытость, честность или жульничество в делах); *game the system* – ‘хитрить’ (обходить правила); *be in the end game* – ‘на финишной прямой’ (о достижении согласия) и др.

Благодаря постоянному привлечению все новых единиц, апеллирующих к образу «игра», данный образ не только не теряет со временем свою актуальность и живость, но и расширяет в медиариторике свои эстетические и семантические границы, что наглядно демонстрируют следующие контекстные примеры:

Garrett Naake (американский журналист): “*There’s nothing Washington loves more than a parlor game*”⁵ – ‘Ничто Вашингтон не любит столько сильно, как **закулисные игры**’;

Maria Teresa Kumar (колумбийско-американский правозащитник) (о Камале Харрис): “*She is playing in a completely different sandbox than Donald Trump*”⁶ – ‘Она играет в **совершенно другой песочнице**, нежели Дональд Трамп’;

Garrett Naake (американский журналист): “*I can use one more Olympics pun here: does the Harris campaign feel like they have stuck the landing so far?*”⁷ – ‘Здесь можно использовать еще один **олимпийский** каламбур: не кажется ли вам, что трюк с Харрис увенчался **идеальным приземлением?**’ (подобно таковому при выполнении акробатического приема в гимнастике);

Danielle Alvarez (советник предвыборной компании Трампа): “*The stakes are incredibly high and Kamala Harris is dangerously liberal, so we need to call balls and strikes like we see them*”⁸ – ‘**Ставки** невероятно высоки, а Камала Харрис опасно либеральна, поэтому мы должны **объявлять мячи и страйки**, как это выгодно нам’.

Поскольку сам прототипический образ «игра» многообразен и присутствует в разных социальных измерениях (спорт, досуг, театр, кино, социализация, детство), широким оказывается и диапазон применения метафорического образа игры. Он включает самые разные социальные отношения и практики в различных политических, экономических, культурно-исторических контекстах. Так, политический избирательный процесс целиком и полностью стоит на образе игры: политический лидер – *is on a stage* (‘имеет большую сцену’); президентская гонка – *race* (‘забег’); лидер рейтингов – *key player* (‘ключевой игрок’); участие в дебатах – *get on stage* (‘выход на сцену’); баллотироваться на пост – *run for office* (‘забег к кабинету’).

Отсылка к образу игры формирует восприятие реалий сегодняшнего дня как действий и ситуаций, сопряженных с противостоянием, конкуренцией, риском, победой и поражением. Игра либерализует правила в выстраивании отношений и снимает ряд ограничений, в том числе и запрет на жульничество и притворство в конкурентном противостоянии. Игра – это также гамма эмоций: азарт, злость, восторг, разочарование, обида, стресс. А для стороннего

⁵ NBC News, Meet the Press, July 26, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=hpYn8Cdpmqs>

⁶ NBC News, Meet the Press, Sept. 1, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=sy4XLldHZ2w>

⁷ NBC News, Meet the Press, July 26, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=hpYn8Cdpmqs>

⁸ NBC News, Meet the Press, July 25, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=uZpGjyX7Pqg>

наблюдателя – еще и вовлеченность в коллективную иллюзию, шоу, перформанс. Проекция реальности в медиаобразе игры пробуждает в созерцающем человеке чувство удовлетворения от видимости приобщения к коллективному сценарию, порождает «многослойное удовольствие от Мы-идентификации» [10, с. 127]. Все коннотации игры вживлены в текстуру житейского опыта и имманентны сознанию и поведению человека массы с его редуцированной индивидуальностью в пользу «совместных качеств» и действий – «совпадения мыслей, целей, образа жизни» [11, с. 18], с его стремлением к уравниванию всякой исключительности и к симуляции.

Таким образом, такой понятный и близкий, укорененный в социальной памяти и сценариях жизни, образ игры способен имплицитно задавать определенный угол видения массовой аудиторией того или иного явления, которое преподносится в медиа через призму этой метафоры. А в перспективе возможен и такой прагматический эффект, когда восприятие действительности как игры (с ее приятной атрибутикой), транслируемое с экрана и этим оправдываемое, экспортируется в жизнь и встраивается в матрицу социальных представлений и действий.

Образ игры относится к группе *антропоцентрических* образов, к которой можно отнести проекции различных физических и психических состояний человека, социальных ситуаций, а также прецедентные явления (исторически и социокультурно значимые фрагменты социального опыта). Следующие высказывания медиариторов, в которых имеет место метафорическое ассоциирование с антропоцентрическими образами, наглядно демонстрируют эмфатическую и рецептивную эстетику этих образов:

Rachel Maddow (политический аналитик на канале MSNBC): “*Democracy is mortal. It can be killed. It goes away when there stops being an expectation that we are governed by democratic means*”⁹ – ‘Демократия смертна. Ее можно убить. Она уходит, когда нет ожидания, что нами руководят с помощью демократических методов’;

Garrett Naake (американский журналист) (о вступлении Камалы Харрис в президентскую гонку в США и ее стремительно растущей популярности): “*We’ve seen something of a honeymoon period for Kamla Harris here and we don’t know how long that period may go*”¹⁰ – ‘Мы наблюдаем что-то вроде медового месяца для Камалы Харрис, и непонятно, как долго это может продлиться’;

Gretchen Whitmer (губернатор штата Мичиган): “*Chicago is a bunch of happy Warriors who understand the middle class, understand how we pull more people into the middle*”¹¹ – ‘Чикаго – это масса счастливых Воинов, которые понимают средний класс и знают, как поднять еще больше людей до уровня среднего класса’.

Еще одним образом, придающим эмфатическую выразительность медиариторике в англоязычной медиакоммуникации, является эзотерический образ «*the scourge*» – ‘бич, кара, скверна, напасть, нашествие’. Семантический синкретизм значения самой лексемы *the scourge* обеспечил полисемию соответствующего метафорического образа, благодаря чему данная лексема формирует обширный список речевых клише:

the scourge of war – ‘бич войны’; *the scourge of terrorism* – ‘проклятие терроризма’; *the scourge of human trafficking* – ‘бедствие торговли людьми’; *aircraft hijacking scourge* – ‘трагедия угона самолета’; *coronavirus scourge / scourge of Covid-19* – ‘напасть коронавируса’; *the scourge of poverty* – ‘проклятие нищеты’; *the scourge of migration* – ‘миграционное бедствие’; *the scourge of violence* – ‘бич насилия’; *school shooting scourge* – ‘напасть школьных перестрелок’ и т.д.

⁹ MSNBC, Rachel Maddow Highlights, May 6, 2024 <https://www.youtube.com/watch?v=3jUWWUzOnwo>

¹⁰ NBC News, Meet the Press, July 25, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=uZpGjyX7Pqg>

¹¹ NBC News, Meet the Press, Aug. 18, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=VsMf07jkw4U>

Относящаяся к категории *эзотерических*, метафора «the scourge», при создании образов в медиа апеллируют к эффектам фатальности и фидеистичности событий, к некоторой мистической, суеверной иррациональности положения дел. Например:

Ray Sanchez (журналист и радиоведущий): “*The scourge of segregation appears to thrive in the neighborhoods, schools and social circles across an America many believed was becoming more tolerant*”¹² – ‘Бич сегрегации очевидно процветает в районах, школах и социальных кругах по всей Америке, которая, как думалось, становится более толерантной’;

Tim Scott (сенатор) (об антисемитизме) – “*This is bigger than politics. This is the kind of scourge on our nation, the thing that scars the soul of a country*”¹³ – ‘Это больше, чем политика. Это своего рода **бедствие** для нашей нации, то, что **оставляет шрамы на душе** страны’.

К категории *эзотерических* метафор также предлагаем относить и некоторые иные эмфатические образные фигуры в медиариторике: инфернальные (демонические), сакральные (духовно-религиозные), мистические (из мира потустороннего):

evil – ‘вселенское зло’, *the Satan* – ‘сатана, дьявол’, *darkness* – ‘тьма, мрак, чернь’, *the gates of hell* – ‘врата Ада’, *a witch-hunt* – ‘охота на ведьм’, *nightmare* – ‘ночной кошмар’ и др.:

Lindsey Graham (политик-республиканец, сенатор): “*The nightmare for Kamla Harris is to have to defend her policy choices and explain to the American people why the world is not on fire*”¹⁴ – ‘**Кошмар** Камалы Харрис – необходимость защищать свой политический выбор и объяснить американскому народу (убедить), что мир не в агонии’;

Sean Hannity (телеведущий на канале Fox News): “*No American, whether your name is Biden or Trump, should have to face a partisan witch hunt*”¹⁵ – ‘Ни один американец, будь это Байден или Трамп, не должен становиться жертвой партийной **охоты на ведьм**’.

Эзотерические образы, как видно из примеров выше, наделяют медиаречь, в первую очередь, эмфатической выразительностью и придают медиакommunikации эффекты перформативности и театральности. Что касается прагматики эзотерических метафор, то она заключается в провоцировании особого эмоционального отклика (сродни благоговейному трепету), в побуждении реципиентов к восприятию ими субъектов, ситуаций, положения дел с позиции веры в их сакральную сущность и сверхсилу мистического начала.

Богатство форм и сюжетов в мире природы, окружающем человека, предопределяет широкий спектр *природных* образов, которые проникают в современную медиариторику для провоцирования эстетических эффектов восприятия, схожих с реальным эмпирическим опытом. Среди природных образных фигур в медиариторике можно отметить группу метафор неживой природы, зоонимические и фитонимические образы.

В массиве метафор неживой природы наиболее символичны эстетические образы, создаваемые «водными», «воздушными» и «ландшафтными» метафорами:

the erosion of public confidence – ‘**эрозия** общественного доверия’; *a swirl of legal challenges* – ‘**водоворот** юридических проблем’; *a crime wave in the country* – ‘**волна** преступности в стране’; *legislative action is frozen* – ‘**заморозка** законодательной деятельности’; *gain great tailwind / the wind is at one’s back* – ‘получить **попутный ветер** в спину’; *tone down the temperature of one’s speech* – ‘сбавить тон (**понизить градус**) речи’; *hurricane season* – ‘сезон **ураганов**’ (о социальных напряженностях в обществе); *pro-authoritarian anti-democratic winds that blow through Europe* – ‘проавторитарные антидемократические **ветры**, которые дуют в Европе’.

¹² CNN, Race and Reality, Dec. 1, 2015, <https://edition.cnn.com/2015/12/01/us/milwaukee-wisconsin-segregation-poll/index.html>

¹³ NBC News, Meet the Press, May 5, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=Qw69ZcstRsc>

¹⁴ NBC News, Meet the Press, Aug. 18, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=VsMf07jkw4U>

¹⁵ Fox News, Hannity, May 31, 2024, <https://www.foxnews.com/video/6354064320112>

«Воздушные» метафоры устойчиво сопряжены с эффектами неопределенности, неуправляемости, спонтанности, стихийности явлений и ситуаций, которые преподносятся в медиа в проекции этих образных риторических фигур:

Rachel Maddow (телеведущий на канале MSNBC) (о верховенстве права): “*It isn’t an abstract thing. It doesn’t float in like a miasma and suffuse the atmosphere. The rule of law is specific stuff*”¹⁶ – ‘Это не абстрактная вещь и **не витающие и заполняющие атмосферу мизмы**. Верховенство права – вещь совершенно специфического свойства’;

Mary Ann Ahern (телерепортер на канале NBC Chicago) (о проведении национального съезда): “*It feels like pre-hurricane mode: there have been some businesses that have boarded up just concerned about the protests*”¹⁷ – ‘Словно **предураганное** состояние: некоторые предприятия заколотили окна в предчувствии протестов’.

Элементами языка чувств и эмоций выступают также и весьма репрезентативные в англоязычной медиариторике зоонимические образы, которые наделяют медиаречь рецептивной и эмфатической выразительностью в чрезвычайно широком диапазоне оттенков вербальной эстетики, например:

Matt Gorman (политический аналитик) (о Камале Харрис): “*They (the republicans) call her a chameleon*”¹⁸ – ‘Они (республиканцы) называют ее **хамелеоном**’;

Jim Jordan (политик-республиканец в Палате представителей Конгресса США): “*The Manhattan kangaroo court shows what happens when our justice system is weaponized by partisan prosecutors*”¹⁹ – ‘**Суд-кенгуру** на Манхэттене демонстрирует, что происходит, когда наша система правосудия становится оружием партийных прокуроров’;

Kamala Harris (генеральный прокурор Калифорнии (2011-2017), вице-президент США): “*I took on perpetrators of all kinds, predators who abused women*”²⁰ – ‘Я боролась с преступниками всех мастей, с **хищниками**, совершавшими насилия над женщинами’;

Lanhee Chen (юрист, политический аналитик) (о юридическом признании статуса президентского иммунитета в США): “*I do think this Supreme Court decision is going to have a very long tail <...>, whoever is president next*”²¹ – ‘Я думаю, что это решение Верховного суда будет иметь **очень длинный хвост** (долгосрочные последствия) <...>, кто бы ни был следующим президентом’.

Группа *артефактных* образных фигур в медиариторике – это массив именованных рукотворных предметов материальной культуры, объектов предметно-вещного мира человека в их метафорических значениях. Равно как и все иные метафоры, артефактные образы в медиариторике – это не только элементы визуальной эстетики через слово. Они наделяются культурно-символическим значением и через метафорическое ассоциирование способны транслировать особые качества и оценки на преподносимые в СМИ явления. Среди артефактных метафор наиболее репрезентативными выступают следующие: военные (оружие, орудие, поле битвы), архитектурно-строительные (архитектура, мосты, стены, руины), транспортные (перекресток, заправочная станция, транспортная сеть). Эти образы формируют ряд речевых клише в англоязычной медиариторике:

be in the crosshairs – ‘быть под **прицелом**’ (в фокусе внимания); *give smb. a green light* – ‘дать **зеленый свет**’ (содействовать); *to flash red lights* – ‘включать **красный свет**’ (препятствовать в делах); *to build bridges (of understanding)* – ‘наводить **мосты**’; *derail the progress* – ‘пустить **под откос** все достижения’; *fuel a war machine* – ‘заправлять (подпитывать) **военную машину**’; *a terror pipeline* – ‘**трубопровод** террора’ и т.д.

¹⁶ MSNBC, Rachel Maddow Highlights, May 6, 2024 <https://www.youtube.com/watch?v=3jUWWUzOnwo>

¹⁷ NBC News, Meet the Press, Aug. 18, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=VsMf07jkw4U>

¹⁸ NBC News, Meet the Press, Aug. 18, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=VsMf07jkw4U>

¹⁹ X (Twitter), Rep. Jim Jordan May, 31, 2024, https://x.com/Jim_Jordan/status/1796287911869977011

²⁰ BBC, Kamala Harris Campaign Speech, July 24, 2024, <https://www.bbc.com/news/articles/cn053pvn0k1o>

²¹ NBC News, Meet the Press, Sept. 1, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=sy4XLldHZ2w>

Примеры ниже контекстного использования артефактных метафорических образов позволяют оценить их эстетизирующий потенциал:

Rachel Maddow (политический аналитик на канале MSNBC): “*The democracy ship has sailed because they (the two major governing parties) are no longer competing on democratic grounds*”²² – ‘Корабль демократии отчалил, поскольку они (обе правящие партии) больше не ведут конкурентную борьбу на демократических принципах’;

Gretchen Whitmer (губернатор штата Мичиган): “*We are a beacon that people come to. You need to come legally. We need to secure our borders*”²³ – ‘Мы – маяк, к которому прибывают люди. Вам нужно приезжать легально. Нам – обезопасить наши границы’;

Sahil Kapur (политический репортер): “*It was really bad in the last few weeks of the Biden campaign. It felt like the wheels were coming off – they (the democrats) had a candidate who clearly they saw could not communicate and drive a message*”²⁴ – ‘В последние недели кампании Байдена было совсем плохо. Казалось, что колеса отваливаются – у них (демократов) был кандидат, который со всей очевидностью не мог коммуницировать и транслировать мес-седж’.

Не отменяя, безусловно, существующие различия эстетических эффектов, задаваемых в медиариторике разными артефактными метафорами, все эти риторические фигуры объединяют единые четко просматриваемые прагматические посылы. Во-первых, это срежиссированность положения дел, присутствие человеческого фактора (злонамеренности или благонамеренности), что предполагает возможность преодоления рукотворной ситуации, ее управляемость силой целенаправленного противодействия. Во-вторых – «бездушность» как важный компонент семантики создаваемого артефактного медиаобраза, его механистичность, четкость и техничность.

Артефактные образы, впрочем, успешно играют на контрасте с иными метафорическими образами (антропоцентрическими, эзотерическими, природными). В последних в большей степени акцентирован аспект прочувствования, игра воображения, разума и тонкоинтеллектуальных эмоций. Артефактные же образные фигуры незамысловаты; однозначность и простота прототипов не требуют упражнений с пронизательностью и игры воображения.

Обсуждение. Эстетизация медиариторики – «политика восприятия»

Использование эстетически выраженных, образных фигур речи – это не просто модный тренд «прихорашивания» медиариторики, не новейший «декор» для традиционных герменевтических приемов инфотранслирования, аргументации и убеждения в медиакоммуникации. Это базовый модус эстетизации медиариторики, что подчинено цели более масштабного уровня, а именно – служит оптимизации выполнения медиакоммуникацией ее ролевого предназначения, заключающегося в массовом манипулятивном воздействии. Для понимания того, как приемы «словесной визуальности» в медиариторике содействуют решению задач медиа пропаганды, предлагаем обратиться к гносеологическим и онтологическим основам эстетики и эстетического, к некоторым идеям и концепциям ученых в области эстетической теории.

Эстетически выраженные формы в медиаречи (и в частности, доминирующие в этом массиве риторические фигуры образной выразительности) апеллируют не к критическим суждениям и рефлексии, а к чувственной пронизательности, сенсорной и аффективной памяти и воображению реципиента. Субъектом воздействия эстетизированных форм выступает, как это обозначил в своей теории Ф. Шиллер, «человек чувственный» – исходная ипостась в траектории становления личности [12, с. 85]. Но коммуникация через «дискурс тела» оказывается открытой для мистификаций и профанации, поскольку истина «не есть нечто такое, что

²² MSNBC, Rachel Maddow Highlights, May 6, 2024 <https://www.youtube.com/watch?v=3jUWWUzOnwo>

²³ NBC News, Meet the Press, Aug. 18, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=VsMf07jkw4U>

²⁴ NBC News, Meet the Press, July 26, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=hpYn8Cdpmq5>

можно получить извне, как данность или чувственное существование вещей; это нечто, что интеллектуальная способность производит спонтанно, в своей свободе, и именно этой спонтанности, этой свободы мы не находим у чувственного человека» [12, p.85].

Психокогнитивной основой эстетизирующих приемов и залогом эффективности эстетизации выступает, используя терминологию А. Баумгартена, эстетическое переживание, важной чертой которого является наделенность значением, которое, однако, существует в невыразительном, «смятенном» виде [13]. А в концепции Г.-В. Лейбница, это «ясно-смутное понимание», когда пробуждение чувств сводится к удовольствиям интеллектуальным, но без этапа рационализации [14, p. 412], когда сознание «встречается» со стимулом «в до-рациональном поле» [15, с. 37). Тем самым, мы можем заключить, что одной из специфик эффекта образно-выразительных форм является собственно эта доля «смутности» понимания при «взаимодействии» с ними субъекта, будь это формы воплощения знаний, преподнесения информации или выражения отношения. Это оптимизирует воздействие на массовую аудиторию как внушение, поскольку «рациональное понимание (совершеннейший уровень познания) – ясно и отчетливо, но скептически и иммунировано к суггестии (в отличие от «невыразительного» эстетического понимания)» [16, с. 257].

Далее, из рассмотрения эстетизации в контексте идеологии эстетического Т. Иглтона явствует, что эстетизированные формы являют собой «чувственные аналоги понятий» – своего рода базовые впечатления на уровне материальности жизни, которые способны проникать в саму текстуру жизненного, мимикрируя под интуитивное «здравомыслие» и априорные значимости [5, с. 328]. Отсюда, образно-выразительные формы представления информации или выражения отношения оказываются имманентными обыденному сознанию и житейской мудрости, апеллируют к архаическим синтетическим структурам опыта. Они актуализируют, в терминологии И. Канта, «интуитивный рассудок», побеждающий рассудок дискурсивный [17, с. 280]. Интуитивный рассудок опирается на синтез и формирует первичное чувственное представление как акт фиксации данности в имманентном опыте, что вовсе необязательно влечет рефлексию в форме «осознания, сомнения, желания, волеизъявления, оценки и так далее» [18, с. 162]. Сила эстетически выраженных форм (визуально-образных фигур речи, в частности) в том и состоит, что они не бросают вызов когнитивным способностям усредненного сознания, опираются на некоторую привычность житейского мира и имманентного опыта, генерируют простые, быстрые и понятные впечатления, что способствует некритичному принятию вживленных в этих представлениях оценок и мнений. В образном сравнении испанского философа Х. Ортега-и-Гассет это победа «трактирных фантазий» над теми, «кто требует от себя большего» и «взыскателен к мысли» [11, с. 21].

Еще одной важной прагматической особенностью эстетизированных форм является приятное чувство удовольствия, возникающее у субъекта, от его вовлеченности и полноценного «участия» в мировосприятии с позиции иной матрицы эмоционально-чувственных параметров и эталонов. Вместо скучных и непривлекательных шаблонов в медиариторике, образно-выразительные фигуры речи привносят в современную медиакommunikацию яркие оттенки игривости, живости, неологии, что делает медиапотребление процессом приятным, затягивающим и как-то незримо эстетизирующим самого субъекта. Как замечает К. Субири, чувствующий интеллект (а он – опора эстетизации) – это впечатление трансцендентальное, но «транс не выводит нас из постигаемого к какой-то другой реальности», а наоборот – еще глубже погружает нас в постигаемое, так, что впечатление становится дороже и важнее для реципиента, чем форма и содержание [19, с. 248]. Трансцендентальность заключается в таком увлечении вовлеченностью, когда восприятие образно-выразительных форм – это не прыжок с головокружительной высоты разума для охвата чувственного, а удачная попытка «вырваться из липких объятий чувственно непосредственного и подняться к чему-то более концептуально достойному» [5, с. 331].

Таким образом, эстетизированные образно-выразительные фигуры в медиаречи способны генерировать у реципиента такие впечатления при восприятии им преподносимых в СМИ явлений, которые вживляются в систему представлений субъекта, его картину мира, без промежуточного этапа рационализации и критического оценивания информации. Как тонко подмечает Т. Иглтон, только через сговор с чувствами (а не грубое их попираание) можно достигнуть согласия с психикой и обеспечить необходимое влияние идей на разум [5, с. 329]. В этом и суть эстетизации медиакоммуникации как стратегии эстетической модуляции психики человека и идеологической реконструкции его мировосприятия.

Заключение. Эстетизация – глобальная социокультурная трансформация мира в направлении абсолютизации выразительности форм социальных отношений, знаний, практик посредством индексирования рецептивных и эмфатических свойств этих форм. Эстетизация задействует не механизмы сознания, а природные, спонтанные, психофизиологические «устройства» психики – эмоционально-чувственную область психического, которая вне сферы сознательного регулирования, но откликается на «дискурс тела».

Эстетизация затрагивает все сферы социокультурного пространства, но особенно ярко проявляется в медиакоммуникации благодаря, в первую очередь, медиаэстетике и потенциалу цифровых ресурсов генерировать полимодальные, рецептивно выразительные чувственные образы. Сегодня, однако, не только медиаэстетика «упражняется» с человеческой чувствительностью (визуальностью в частности), но и медиариторика (вербальная составляющая медиакоммуникации) также эстетизируется и способна порождать эффекты зрелищности, оптимизируя тем самым решение манипулятивных задач медиа пропаганды.

Эстетизация медиариторики проявляется в совершенствовании стилистики медиаречи для создания эффектов визуальности и чувственного восприятия через слово. Медиариторика насыщается эстетически выраженными риторическими фигурами, такими как аллегии, аллюзии, тропы метафорического типа, неклассифицированные метафорические выражения и образная фразеология. Данные единицы образной выразительности в медиаречи позволяют через слово «визуализировать» эмпирический опыт, преподнести реальность через чувства и эмоции, пробуждают у реципиента игру чувств, разума и воображения. Это делает медиапотребление процессом приятным и не бросает вызов когнитивным способностям субъекта. Однако за этим видимым «прихорашиванием» медиариторики скрывается идеологическая суть процесса эстетизации. Чувственно выразительные образы в современной медиаречи – это «параболические линзы». Они пробуждают чувственную память и перцептивный опыт реципиента, проецируют этот опыт прошлых переживаний на преподносимые в СМИ актуальные события и, тем самым, формируют пристрастный ракурс восприятия.

Наше исследование на материале современного англоязычного медиа дискурса позволило нам классифицировать визуально-образные фигуры в современной англоязычной медиариторике с выделением следующих их групп: антропоцентрические, эзотерические, природные, артефактные.

В массиве антропоцентрических доминирует метафорический образ «игра». В преподнесении реалий социальной жизни в медиа через образ игры акцентируются семантика борьбы и риска, либерализация правил, театральность и эмоциональная нагруженность. А восприятие реалий через призму игры апеллирует к сознанию человека массы и отвечает его потребности в «мы-идентификации».

Особенностью прагматики эзотерических образов является их обращенность к эффектам фатальности, иррациональности, мистической предрешенности ситуации, что побуждает к оценке воспринимаемого с позиции веры в сверхсилу сакральных начал. В группе эзотерических метафорических фигур речи наиболее репрезентативным является образ «the scourge» – «бич, проклятие, напасть».

Природные образы в медиариторике чрезвычайно разнообразны в их эстетических и семантических свойствах и прагматических эффектах. Репрезентативны в этой группе метафорические образы неживой природы («воздушные», «водные» и «ландшафтные»), которые задают восприятие событий и ситуаций как спонтанных, неуправляемых и стихийных.

Риторические фигуры речи на основе артефактных метафор представлены четко дифференцируемыми группами (военные, транспортные, архитектурно-строительные, предметно-бытовые). Благодаря однозначности и простоте прототипических образцов, соответствующие метафорические образы в медиариторике узнаваемы и понятны, не требуют от реципиента каких-либо особых упражнений с воображением и проницательностью.

В *формальном измерении*, эстетизация медиакоммуникации – это такое ее преобразование, когда «эстетическое выступает медиумом восприятия и понимания окружающего мира посредством “интуитивного рассудка”» [15, с. 37]. В *идеологическом измерении*, эстетизация медиакоммуникации – это «политика восприятия», когда «восприятие является политическим, и второе действует в первом». Политика (как идеология) приручает восприятие и в этой сфере психического практикует свою власть над сознанием субъекта, смешиваясь с чувственными формами. Эстетически выраженные формы выступают не только средствами «регулятивной модификации воображаемого и познаваемого», но и инструментами «когнитивной ортопедии» [1, с. 3]. Той уловкой, позволяющей политике мимикрировать под восприятие, являются упражнения с визуальностью и производство зрелищности, а операторами «политики восприятия» выступают сегодня как экранная культура и медиаэстетика, так и языковые образно-выразительные фигуры в современной медиариторике.

Список использованной литературы

1. Arceo C. *Aestheticization of violence and politics of perception* [Electronic resource] // *Academia Letters*. – 2021. URL: <https://doi.org/10.20935/AL2289> (accessed: 20.07.2024).
2. Welsch W. *Aesthetics Beyond Aesthetics: Towards a New Form of the Discipline* // *Literature & Aesthetics*. – 1997. – №7. – P. 7-24.
3. Лосев А.Ф. *Эстетика* // *Философская энциклопедия: в 5 т. Т.5; глав. ред. Ф.В. Константинов*. – М.: Советская энциклопедия, 1970. – С. 570–577.
4. Gumbrecht H.U. *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*. – Stanford: Stanford University Press, 2004. – 180 p.
5. Eagleton T. *The Ideology of the Aesthetic* // *Poetics Today*. – No. 9(2). – 1988. – Pp. 327-338. URL: <https://www.jstor.org/stable/1772692> (accessed: 27.06.2024).
6. Савич Е.В. *Воздействующая функция языка и речи как объект дискурс-исследований // Дискурсный подход в преподавании иностранного языка в неязыковом вузе и его место в создании УМК нового поколения*. – Минск: БГУ, 2011. – С. 56–66.
7. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980. – 193 p.
8. Hetmański M. *Cognitive-methodological functions of metaphors* // *Argument*. – 2021. – №1. Vol. 11. – Pp. 93–103. URL: <https://doi.org/10.24917/20841043.11.1.5> (accessed: 27.06.2024).
9. Gibbs Jr., R. W. *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – 566 p. URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816802> (accessed: 27.06.2024).
10. Русакова О.Ф., Русаков В.М. *PR-Дискурс: теоретико-методологический анализ*. – Екатеринбург: Институт философии и права УрО РАН, 2008. – 282 с.
11. Ортега-и-Гассет Х. *Восстание масс*. – М.: Издательство АСТ, 2002. – 509.
12. Schiller F. *On the Aesthetic Education of Man*. – New Haven: Yale University Press, 1954. – 128 p.
13. Baumgarten A. *Aesthetica*. – Hildesheim: Georg Olms, 1961. – 629 p.
14. Лейбниц Г.-В. *Сочинения в четырех томах: Т. I*. Москва: Мысль, 1982. – 636 с.
15. Загидуллина М.В. *К вопросу о разделении «эстетического» и «медиаэстетического» // Челябинский гуманитарий*. – 2022. – № 1 (58). – С. 37–45. URL: [10.47475/1999-5407-2022-10104](https://doi.org/10.47475/1999-5407-2022-10104) (дата обращения: 20.05.2024).
16. Уланович О.И. *Эстетизация медиакоммуникации в контексте эстетизации социальной реальности // Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева*.

Серия: Исторические науки. Философия. Религиоведение. – 2024. – Т. 147. – №. 2. – С. 246–267. URL: <https://doi.org/10.32523/2616-7255-2024-147-2-246-267> (дата обращения: 20.07.2024).

17. Кант И. Критика способности суждения. Москва: Искусство, 1994. – 369 с.

18. Лобастова В.А. Синтетические структуры сознания // Таврический научный обозревателъ. – 2017. – №5(22). – С. 161–164.

19. Zubiri X. *Sentient Intelligence*. – Washington, DC: The Xavier Zubiri Foundation of North America, 1999. – 416 p.

References

1. Arceo C. (2021) *Aestheticization of violence and politics of perception* [Electronic resource] // *Academia Letters*, 2021. Access mode: <https://doi.org/10.20935/AL2289> (accessed: 20.07.2024) [in Mexican].

2. Welsch W. (1997) *Aesthetics Beyond Aesthetics: Towards a New Form of the Discipline* // *Literature & Aesthetics* Vol. 7, 7-24 [in Australian].

3. Losev A.F. (1970) *Jestetika* [Aesthetics] // *Filosofskaja jenciklopedija* [Philosophical encyclopedia]. Moscow: [in Russian].

4. Gumbrecht H.U. (2004) *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey* [Production of Presence: What Meaning Cannot Convey]. Stanford: [in English].

5. Eagleton T. (1988) *The Ideology of the Aesthetic* // *Poetics Today*, Vol. 9(2), 327-338. Access mode: <https://www.jstor.org/stable/1772692> (accessed: 27.06.2024) [in English].

6. Savich E.V. (2011) *Vozdejstvujushhaja funkcija jazyka i rechi kak ob#ekt diskurs-issledovanij* // *Diskursnyj podhod v prepodavanii inostrannogo jazyka v neязыkovom vuze i ego mesto v sozdanii UMK novogo pokolenija* [Language and speech appealing function as an object of discourse research. Discourse approach in teaching a foreign language in a non-linguistic university and its place in the creation of a new generation of teaching materials]. (56–66). Minsk: [in Russian].

7. Lakoff G., Johnson M. (1980) *Metaphors we live by* [Metaphors we live by]. Chicago: [in English].

8. Hetmański M. (2021) *Cognitive-methodological functions of metaphors* // *Argument*, Vol. 11(1), 93-103. Access mode: <https://doi.org/10.24917/20841043.11.1.5> (accessed: 27.06.2024). (in Polish).

9. Gibbs Jr., R. W. (2008) *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought* [The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought]. Cambridge: [in English].

10. Rusakova O.F., Rusakov V.M. (2008) *PR-Diskurs: teoretiko-metodologicheskij analiz* [PR-discourse: theoretical and methodological analysis]. Ekaterinburg: [in Russian].

11. Ortega-i-Gasset H. (2002) *Vosstanie mass* [Revolt of the masses]. M.: [in Russian].

12. Schiller F. (1954) *On the Aesthetic Education of Man* [On the Aesthetic Education of Man]. New Haven: [in English].

13. Baumgarten A. (1961) *Aesthetica* [Aesthetics]. Hildesheim: [in German].

14. Lejbnic G.-V. (1982) *Sochinenija v chetyreh tomah: T. I.* [Works in four volumes. V. 1]. Moscow: [in Russian].

15. Zagidullina M.V. (2022) *K voprosu o razdelenii «jesteticheskogo» i «mediajesteticheskogo»* // *Cheljabinskij gumanitarij* [On the issue of the division of the “aesthetic” and the “media-aesthetic”] // *Chelyabinsk Humanitarian* Vol. 1(58), 37–45 [in Russian].

16. Ulanovich O.I. (2024) *Jestetizacija mediakommunikacii v kontekste jestetizacii social'noj real'nosti* // *Vestnik Evrazijskogo nacional'nogo universiteta imeni L.N. Gumileva. Serija: Istoričeskie nauki. Filosofija. Religiovedenie* [Aestheticization of media communication in the context of social reality aestheticization. Bulletin of the L.N. Gumilyov ENU. Historical sciences. Philosophy. Religion] Vol. 147(2), 246–267 [in Russian].

17. Kant I. (1994) *Kritika sposobnosti suzhdenija* [Critique of Judgment]. Moscow: [in Russian].

18. Lobastova V.A. (2017) *Sinteticheskie struktury soznanii // Tavricheskij nauchnyj obozrevatel' [Synthetic structures of consciousness. Tavrichesky scientific observer]. Vol. 5(22), 161-164 [in Russian].*

19. Zubiri X. (1999) *Sentient Intelligence [Sentient Intelligence]. Washington: [in English].*

МРНТИ 17.71.01

10.51889/2959-5657.2024.89.3.002

Цуй Ц.¹, Жумагулова Б.С.^{1*}

¹Казахский национальный педагогический университет имени Абая

Алматы, Казахстан

*e-mail: bakitgul@inbox.ru

СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО СКАЗОК О ЛЕНИВОМ ЧЕЛОВЕКЕ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

Проблема вербализации концептов и способы их репрезентации всё чаще привлекает внимание исследователей. В текстах сказки закодировано коллективное сознание народа, его история, культура, поведение, язык. Сказки имеют аксиологическую установку, что позволяет говорить об их высоком дидактическом потенциале. Данная статья посвящена выявлению особенностей организации семантического пространства текста сказок о ленивом человеке, определению его аксиологического статуса. В статье представлена модель дискурсивного анализа текста сказок, алгоритм которой включает базовые компоненты концептуального анализа, а также анализ основных текстовых категорий: имя персонажа, пространство, действие, время. Данные компоненты выявляются как в русской, так и китайской сказке. В русской сказке «Емеля-дурак» имеется волшебный помощник – заговор шуки, который помогает герою пройти путь социализации и взросления. В китайской сказке «Ленивец» роль волшебного помощника выполняет ритуал, применение которого не помогло персонажу пройти путь взросления. Определено, что в текстах сказок аксиологический статус концепта «ленивый человек» в русском языковом сознании имеет как негативную, так и положительную оценку; в китайском языковом сознании – негативную оценку.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, дискурсивный анализ, аксиологический аспект, семантическая структура, моделирование, сказочный дискурс

Цуй Ц.¹, Жумагулова Б.С.^{1*}

¹Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті

Алматы, Қазақстан

*e-mail: bakitgul@inbox.ru

ЖАЛҚАУ АДАМ ТУРАЛЫ ЕРТЕГІЛЕРДІҢ СЕМАНТИКАЛЫҚ КЕҢІСТІГІ: АКСИОЛОГИЯЛЫҚ АСПЕКТ

Аңдатпа

Зерттеушілердің назарын тұжырымдамаларды вербализациялау мәселесі және оларды ұсыну тәсілдері көбірек аударады. Ертегі мәтіндерінде халықтың ұжымдық санасын, оның тарихын, мәдениетін, мінез-құлқын, тілін анықтауға болады. Ертегілерде аксиологиялық мәртебесі бар, бұл олардың жоғары дидактикалық әлеуеті туралы айтуға мүмкіндік береді. Бұл мақала жалқау адам туралы ертегілер мәтінінің семантикалық кеңістігін ұйымдастырудың ерекшеліктерін қарастырып, оның аксиологиялық мәртебесін анықтауға арналған. Мақалада ертегілер мәтінін дискурсивті талдау моделі ұсынылған, алгоритм тұжырымдама-

БІЗДІҢ АВТОРЛАР

Уланович Оксана Ивановна – психология ғылымдарының кандидаты, доцент, Еуропа гуманитарлық университеті, Вильнюс, Литва, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3256-6116> e-mail: aksana.ulanovich@ehu.lt

Цуй Циндэ – Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті орыс тілі және әдебиеті кафедрасының докторанты, Алматы, Қазақстан; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1153-0985>

Жұмағұлова Бақытгүл Сәкенқызы – филология ғылымдарының докторы, доцент, орыс тілі және әдебиеті кафедрасының профессоры, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9422-427X>, e-mail: bakitgul@inbox.ru

Ақыш Нұрдәулет Бәбиханұлы – филология ғылымдарының докторы, М.О.Әуезов атындағы Әдебиет және өнер институтының бас ғылыми қызметкері, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-7512>, e-mail: babe8812@mail.ru

Мурсал Айкерим – «Әдебиеттану» мамандығы бойынша докторант, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8035-4236>, e-mail: aigerimmursal@mail.ru

Алмазұлы Даниял – магистрант, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5233-5822>, e-mail: almazuly.daniyal@bk.ru

Оспанов Еділбай – филология ғылымдарының кандидаты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2253-134X>, e-mail: ospanov.yedilbay@gmail.com

Жанабаев Кайрат – филология ғылымдарының кандидаты, доцент, Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4755-6631>, e-mail: ovlur1963@mail.ru

Ақбердіқызы Улпан – лингвистика мамандығының 1 курс докторанты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8346-8503>, e-mail: ulpan-0392@mail.ru

Серикова Лидия – орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының магистранты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4748-1436>, e-mail: lida.serikova.2000@mail.ru

Ханинова Римма Михайловна – филология ғылымдарының докторы, доцент, Қалмақ ғылыми орталығы, Ресей ғылым академиясы, Элиста, Ресей; ORCID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57210934515> e-mail: khaninova@bk.ru

Абдримова Эльмира Насыровна – Жобаларды басқару институтының қазақ және орыс тілдері кафедрасының аға оқытушысы, Сәтбаев атындағы Қазақ ұлттық зерттеу-техникалық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3288-4472>, e-mail: elmira.abdrimova@yandex.ru

Каримова Жанара – орыс тілі мен әдебиеті кафедрасының докторанты, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0756-4158>, e-mail: Zhanar.4@mail.ru

Кноль Марина Владимировна – шет тілдерін оқытудың теориялары мен әдістемесі кафедрасының докторанты, академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6976-1463>, e-mail: marina_vagner@mail.ru

Шалбаева Динара Хуттыбаевна – гуманитарлық ғылымдар магистрі, шет тілдері кафедрасының аға оқытушысы, академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4917-2749>, e-mail: dinara.shalbaeva@mail.ru

Тынбаева Гульнара Салимжановна – гуманитарлық ғылымдар магистрі, Қарағанды университетінің шет тілдері кафедрасының аға оқытушысы, академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6648-228X>, e-mail: gulnara.st@mail.ru

Ларионова Ирина Юрьевна – п.ғ.д., шет тілдері және аударма ісі кафедрасының профессоры, Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Өскемен, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6757-0645>, e-mail: cotedazur.riviera@mail.ru

Капышева Гулнар Кыдырбековна – ф.ғ.д., шет тілдері және аударма ісі кафедрасының меңгерушісі, Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Өскемен, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1028-3094>, e-mail: Gulnarkapysheva@mail.ru

Нұржанқызы Аружан – Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-1903-0076>, e-mail: aruzhan_nurzhankyzy@inbox.ru

Пономаренко Максим – ф.ғ.к., филология институтының доценті, Поморск университеті, Слупск, Польша; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8415-5488>, e-mail: Maxim.ponomarenko@upsl.edu.pl

Сылам Дина – Шанхай университеті, докторант, ID Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-6829-2690>, e-mail: dina.slamkyzy@gmail.com

Гулжан Ахметбек – PhD, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан; ID Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0585-1923>, e-mail: akhmetbek.gulzhan@gmail.com

Цзинь Бэйли – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, аға оқытушы, Астана, Қазақстан; ID Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-3334-7373>, e-mail: Jiana090706@gmail.com

НАШИ АВТОРЫ

Уланович Оксана Ивановна – кандидат психологических наук, доцент, Европейский гуманитарный университет, Вильнюс, Литва; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3256-6116>, e-mail: aksana.ulanovich@ehu.lt

Цуй Циндэ, докторант кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1153-0985>

Жумагулова Бакитгуль Сакеновна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9422-427X>, e-mail: bakitgul@inbox.ru

Акиш Нурдаулет Бабиханулы – доктор филологических наук, Главный научный сотрудник Института литературы и искусства имени М. О. Ауэзова, Алматы, Казахстан; ORCID [0000-0002-9341-7512](https://orcid.org/0000-0002-9341-7512), e-mail: babe8812@mail.ru

Мурсал Айкерим – докторант по специальности «Литературоведение» Казахского национального педагогического университета имени Абая, Алматы, Казахстан; ORCID: [0000-0001-8035-4236](https://orcid.org/0000-0001-8035-4236), e-mail: aigerimmursal@mail.ru

Алмазулы Даниял – магистр; Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5233-5822>, e-mail: almazuly.daniyal@bk.ru,

Оспанов Едилбай Толеубаевич – кандидат филологических наук, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан; ORCID ID: 0000-0003-2253-134X, e-mail: ospanov.yedilbay@gmail.com

Жанабаев Кайрат – кандидат филологических наук, доцент, Казахский Национальный Университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4755-6631>, e-mail: ovlur1963@mail.ru

Ақбердіқызы Улпан – докторант 1 курса по специальности «Лингвистика», Казахский национальный педагогический университет имени Абая, Алматы, Казахстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8346-8503>, e-mail: ulpan-0392@mail.ru

Серикова Лидия – магистрант кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4748-1436>, e-mail: lida.serikova.2000@mail.ru

Ханинова Римма Михайловна – доктор филологических наук, доцент; Калмыцкий научный центр Российской академии наук, Элиста, Россия; ORCID: e-mail: khaninova@bk.ru

Абдримова Эльмира Насыровна – старший преподаватель Института управления проектами кафедры казахского и русского языков, Казахский национальный исследовательский технический университет имени К. И. Сатпаева, Алматы, Казахстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3288-4472>, e-mail: elmira.abdrimova@yandex.ru

Каримова Жанара – докторант кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая, г. Алматы, Казахстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0756-4158>, e-mail: Zhanar.4@mail.ru

Кноль Марина Владимировна – докторант кафедры Теории и методики иноязычной подготовки, Карагандинский университет им. академика Букетова, Караганда, Казахстан; ORCID 0000-0001-6976-1463, e-mail: marina_vagner@mail.ru

Шалбаева Динара Хутгыбаевна – магистр гуманитарных наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков, Карагандинский университет им. академика Букетова, Караганда; ORCID 0000-0002-4917-2749, e-mail: dinara.shalbaeva@mail.ru

Тынбаева Гульнара Салимжановна – магистр гуманитарных наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков, Карагандинский университет им. академика Букетова, Караганда, Казахстан; ORCID 0000-0002-6648-228X, e-mail: gulnara.st@mail.ru

Ларионова Ирина Юрьевна – к.п.н., профессор кафедры иностранных языков и переводческого дела, НАО «Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова», Усть-Каменогорск, Казахстан; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6757-0645>, e-mail: cotedazur.riviera@mail.ru

Капышева Гүлнар Қыдырбаевна – к.ф.н., зав. кафедрой иностранных языков и переводческого дела, НАО «Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова», Усть-Каменогорск, Казахстан; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1028-3094>, e-mail: Gulnarkapysheva@mail.ru

Нұржанқызы Аружан – ... ¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан; ORCID [0009-0006-1903-0076](https://orcid.org/0009-0006-1903-0076), e-mail: aruzhan_nurzhankyzy@inbox.ru

Пономаренко Максим – кандидат филологических наук, доцент института филологии, Поморский университет, Слупск, Польша; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8415-5488>, e-mail: Maxim.ponomarenko@upsl.edu.pl

Сылам Дина – докторант, Шанхайский университет, Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-6829-2690>, e-mail: dina.slamkyzy@gmail.com

Ахметбек Гулжан – PhD, профессор, Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан; Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0585-1923>, e-mail: akhmetbek.gulzhan@gmail.com

Цзинь Бэйли – старший преподаватель, Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан; Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-3334-7373>, e-mail: Jiana090706@gmail.com

Цзинь Бэйли – Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, аға оқытушы, Астана, Қазақстан; Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-3334-7373>, e-mail: Jiana090706@gmail.com

OUR AUTHORS

Ulanovich Aksana – PhD in Psychology, docent, Associate Professor, European Humanities University, Vilnius, Lithuania; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3256-6116> e-mail: aksana.ulanovich@ehu.lt

Cui Cunde – doctoral student of the Russian Language and Literature Department, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1153-0985>

Zhumagulova Bakitgul – Doctor of Philological Sciences, associate professor, Russian Language and Literature Department, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9422-427X>, e-mail: bakitgul@inbox.ru

Nurdaulet Akish Babikhanuly – Doctor of Philological sciences, Chief Researcher at the M. O. Auezov Institute of Literature and Art, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-7512>, e-mail: babe8812@mail.ru

Mursal Aikerim – Doctoral student in the specialty “Literary Studies”, at Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8035-4236>, e-mail: aigerimmursal@mail.ru

Almazuly Daniyal – undergraduate, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5233-5822>, e-mail: almazuly.daniyal@bk.ru

Ospanov Yedilbay T. – Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan; ORCID ID: 0000-0003-2253-134X, e-mail: ospanov.yedilbay@gmail.com

Zhanabaev Kayrat – candidate of Philological Sciences, associate professor, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4755-6631>, e-mail: ovlur1963@mail.ru

Akberdikyzy Ulpan – Doctoral student, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8346-8503>, e-mail: ulpan-0392@mail.ru

Serikova Lidia – Master's student, Russian Language and Literature Department, Abai Kazakh National Pedagogical University, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4748-1436>, e-mail: lida.serikova.2000@mail.ru

Khaninova Rima – Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Kalmyk Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Elista, Russia; ORCID: e-mail: khaninova@bk.ru

Abdrimova Elmira Nasyrovna - Senior Lecturer, Institute of Project Management, Department of Kazakh and Russian languages, K. I. Satpayev Kazakh National Research Technical University, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3288-4472>, e-mail: elmira.abdrimova@yandex.ru

Karimova Zhanara - Doctoral student of the Russian Language and Literature Department, Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0756-4158>, e-mail: Zhanar.4@mail.ru

Knol Marina Vladimirovna – doctoral student, department of “Theories and Methods of Foreign Language Training” Karaganda Buketov University, Karaganda, Kazakhstan; ORCID 0000-0001-6976-1463, e-mail: marina_vagner@mail.ru

Shalbaeva Dinara Huttybaevna – Master of Arts, senior lecturer of the Foreign Languages Department, Karaganda Buketov University, Karaganda; ORCID 0000-0002-4917-2749, e-mail: dinara.shalbaeva@mail.ru

Tynbaeva Gulnara Salimzhanovna – Master of Arts, senior lecturer of the Foreign Languages Department, Karaganda Buketov University, Karaganda, Kazakhstan; ORCID 0000-0002-6648-228X, e-mail: gulnara.st@mail.ru

Larionova Irina Yu. - Candidate of Pedagogical Sciences, Professor of the Foreign Languages and Translation Department, Sarsen Amanzholov East Kazakhstan University, Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6757-0645>, e-mail: cotedazur.riviera@mail.ru

Kapysheva Gulnar K. - Ph.D., Head of the Foreign Languages and Translation Department, Sar-sen Amanzholov East Kazakhstan University, Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1028-3094>, e-mail: Gulnarkapysheva@mail.ru

Nurzhankyzy Aruzhan – Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan; ORCID 0009-0006-1903-0076, e-mail: aruzhan_nurzhankyzy@inbox.ru.

Ponomarenko Maksim – Ph.D. in Philology, Associate Professor, Institute of Philology, Pomeranian University, Słupsk, Poland; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8415-5488>, e-mail: Maxim.ponomarenko@upsl.edu.pl

Dina Sylam - PhD student, Shanghai University, Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-6829-2690>, e-mail: dina.slamkyzy@gmail.com

Gulzhan Akhmetbek - PhD, Professor, Gumilev Eurasian National University, Astana, Kazakhstan; Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-3334-7373>, e-mail: Jiana090706@gmail.com

Jin Baili - Senior Lecturer, L.N.Gumilev Eurasian National University, Astana, Kazakhstan; Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-3334-7373>, e-mail: Jiana090706@gmail.com