

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. В.П. АСТАФЬЕВА»
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Филологический факультет
Кафедра современного русского языка и методики

Гурова Мария Сергеевна

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**Речевой портрет бизнес-тренера
(тексты И. Хакамады в лингвистическом и методическом аспектах)**

Направление: 44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль): Русский язык и литература в поликультурной среде

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ:

Заведующий кафедрой
канд. филол. наук, доцент Бебриш Н.Н.

(дата, подпись)

Руководитель магистерской программы
доктор филол. наук, доцент Осетрова Е.В.

(дата, подпись)

Научный руководитель
канд. филол. наук, доцент Бурмакина Н.А.

(дата, подпись)

Дата защиты _____

Обучающийся Гурова М.С.

(дата, подпись)

Оценка _____

Красноярск, 2024

Реферат

Настоящая выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) содержит 96 страниц. Анализ речевого портрета проведен на **материале** восьми статей и интервью Ирины Хакамады в период с 2017 по 2019 гг. В работе приведено около 160 цитат, которые отражают особенности лексикона и тезауруса в структуре речевого портрета бизнес-тренера. Теоретическую базу составили 93 источника (монографии, научные статьи).

Структура работы включает: введение, глава 1 «Теоретические аспекты изучения речевого портрета», глава 2 «Описание речевого портрета Ирины Хакамады», глава 3 «Методические основы изучения речевого портрета», заключение, список литературы, приложение.

Объектом исследования выступает речевой портрет, а **предметом** являются специфические особенности речевого портрета Ирины Хакамады.

Цель исследования заключается в создании и описании речевого портрета Ирины Хакамады.

Решение поставленной цели осуществлено с использованием следующих **методов**: метод лингвистического наблюдения, описательный метод, стилистический анализ, контент-анализ.

Научная **новизна** исследования заключается в создании модели речевого портрета бизнес-тренера на основе текстов И. Хакамады.

Полученные результаты:

1. В соответствии с целью исследования и в рамках избранной методологии рассмотрены лингвистические обоснования понятия языковой личности и ее терминологический контекст, понятие речевого портрета и методики его изучения.

2. Проведено исследование, в котором акцент на лингвистической стороне речевого портрета, а также на его тезаурусном уровне.

3. Выявлены основные специфические черты речевого портрета бизнес-тренера. Так, на лексическом уровне отмечено использование наряду

с нейтральной лексикой терминов, заимствований, просторечий, жаргонизмов и разговорной лексики. На тезаурусном уровне обнаруживаются концепты, представляющие ценность для коуча: «деньги», «успех», «инструмент», «Восток».

4. Обобщенные результаты исследования легли в основу занятий в рамках дисциплины «Современный русский язык» для иностранных обучающихся.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения результатов исследования на занятиях по русскому языку как иностранному.

Апробация работы. Результаты работы представлены на следующих конференциях: Международная научно-практическая конференция «Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования» (29.03.2023); Международная научно-практическая конференция «Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования» (27.03.2024). На основе докладов, представленных на выступлениях, подготовлены статьи:

1. Гурова М.С. Речевое портретирование в процессе обучения филологическим дисциплинам // Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования: материалы I Международной научно-практической конференции, Красноярск, 29 марта 2023 года. – Красноярск: Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2023. – С. 58-61.

2. Гурова М.С. Речевой портрет Ирины Хакамады как бизнес-тренера // Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Красноярск, 27 марта 2024 года. – Красноярск: Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2024. – 11-16.

Abstract

The Master's dissertation consists of 96 pages. The analysis of a speech portrait is conducted on the basis of eight articles and interviews with Irina Khakamada in the period from 2017 to 2019. The dissertation contains about 160 quotations which represent the features of a lexicon and the thesaurus in a structure of a speech portrait. Theoretical basis consisted of 93 sources (monographs, scientific articles, etc.).

The structure of the dissertation includes introduction, chapter 1 «Theoretical aspects of the study of speech portrait», chapter 2 «Description of speech portrait of Irina Khakamada», chapter 3 «Methodological basis for the study of speech portrait», conclusion, bibliography, appendix.

The object of the research is a speech portrait, the **subject** is a specific features of a speech portrait of Irina Khakamada.

Purpose of the study consists of creating and describing a speech portrait of Irina Khakamada.

The solution is carried out using the following **methods**: linguistic observation method, descriptive method, stylistic analysis, content analysis.

Scientific novelty consists of creating a model of a speech portrait of a coach based on texts by I. Khakamada.

The results:

1. In accordance with the purpose of the study and within the framework of the chosen methodology, the linguistic justifications of the concept of linguistic personality and its terminological context, the concept of speech portrait and methods of studying it are considered.

2. A study is focused on the linguistic side of the speech portrait, as well as on its thesaurus level.

3. The features of the speech portrait of a business trainer are revealed. For example, the lexical level is characterized by usage terms, borrowings,

common language, jargon and colloquial vocabulary along with neutral vocabulary.

4. The summary formed the basis for classes in the discipline “Modern Russian Language” for foreign students.

The practical significance of the work is determined by the possibility of applying the research results in classes on Russian as a foreign language.

The approbation of the work. The results of a study are presented at the following conferences: International scientific and practical conference «Linguistics and medicine in the context of education» (29.03.2023), International scientific and practical conference «Linguistics and medicine in the context of education» (27.03.2024). Articles have been prepared based on the reports presented at the conferences:

1. Gurova M.S. Speech Portraying While Teaching Philological Disciplines // Linguistics and Medicine in the context of education: materials of the I International Scientific and Practical Conference, Krasnoyarsk, March 29, 2023. – Krasnoyarsk: Krasnoyarsk state pedagogical university named after V.P. Astafiev, 2023. – p. 58-61.

2. Gurova M.S. The Speech Portrait of Business Coach Irina Khakamada // Linguistics and Medicine in the context of education: materials of the I International Scientific and Practical Conference, Krasnoyarsk, March 27, 2024. – Krasnoyarsk: Krasnoyarsk state pedagogical university named after V.P. Astafiev, 2024. – p. 11-16.

Содержание

Введение	3
Глава 1. Теоретические аспекты изучения речевого портрета	7
1.1. Понятие о языковой личности	7
1.2. Речевой портрет в кругу смежных понятий	14
1.3. Способы описания речевого портрета	22
Глава 2. Описание речевого портрета Ирины Хакамады	29
2.1. Лингвистические особенности речевого портрета Ирины Хакамады	29
2.1.1. Заимствованная лексика	29
2.1.2. Стилистически маркированная лексика	33
2.1.3. Синтаксические особенности речевого портрета Ирины Хакамады	39
2.2. Особенности тезауруса Ирины Хакамады	44
Глава 3. Методические основы изучения речевого портрета	51
3.1. Речевое портретирование в методике преподавания русского языка как иностранного	51
3.2. Методическая разработка	54
Заключение	70
Список литературы	72
Приложение 1	84

Введение

В настоящее время определение индивидуальных языковых особенностей носителя языка представляет собой активно развивающееся направление современной лингвистики. Объектом исследований в этом поле становится язык отдельной языковой личности, в котором отражены как специфические черты какой-либо социальной группы, так и индивидуальные особенности человека. Это объясняется «сменой ракурса исследования, формулированием нового объекта исследования – языковой личности», которая в свою очередь обладает собственным уникальным стилем [Костомаров 2014: 199]. С понятием языковой личности тесным образом связан термин «речевой портрет», который до половины XX века встречался преимущественно в литературоведческих работах. Однако постепенно это словосочетание вошло в понятийный аппарат и языковедов. В настоящее время в отечественном языкознании довольно часто встречаются работы, посвященные речевому портрету, и многие исследователи обращаются к этой теме: Л.П. Крысин, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова, С.В. Мамаева, Мухортов Д.С и др.

Актуальность исследования. В современном языкознании отчетливо выражена тенденция к антропоцентричности. Это выражается в сравнительно большом количестве исследований в этом направлении, которые рассматривают, по словам В.А. Масловой, «человека в языке и язык в человеке» [Маслова 2018: 15]. Изучение речевого портрета конкретного человека представляет собой значимый аспект лингвистики, поскольку в ходе подобных исследований «выявляются речевые особенности той или иной социальной группы, к которой принадлежит данный человек, а значит, языковые предпочтения части носителей данного языка» [Есенова 2020: 238]. При анализе коллективного РП «появляется возможность обобщить то, как осмысливаются явления, события, имеющие место в жизни людей, которых

объединяют социальные признаки (национальность, возраст, профессия и т.п.)» [Есенова 2020: 238].

По мнению исследователей, «наибольшей актуальностью обладают исследования речевого поведения медиаперсон, так как последние являются неотъемлемым информационным звеном, влияющим на формирование картины мира массовой аудитории» [Щербак 2020: 150]. Выбор языковой личности обусловлен тем, что в речи Ирины Хакамады можно наблюдать использование различных средств выразительности.

Помимо важности изучения речевого портрета в лингвистике необходимо отметить методический потенциал использования приемов речевого портретирования в методике преподавания как русского языка, так и русского языка как иностранного. В настоящей работе рассмотрены публицистические тексты И. Хакамады. В этой связи подчеркиваем, что публицистический текст представляет собой, по мнению А.Н. Богомолова, «образец национально-культурной специфики речевого общения, фрагмент национальной культуры, который дает достаточно полное представление о социально-культурных процессах, которые происходят в современном российском обществе» [Богомолов 2012: 86]. Кроме того, несмотря на то, что каждый речевой портрет является уникальным, «в нем проявляются и общекультурные черты, на которых следует акцентировать внимание обучающихся» [Чжан 2021: 47]. Таким образом, приемы речевого портретирования в процессе преподавания русского языка как иностранного могут способствовать овладению обучающимися лингвистической и социокультурной компетенциями.

Теоретическая база исследования включает в себя работы Ю.Н. Караулова, М.В. Панова, Л.П. Крысина, М.В. Китайгородской, Н.Н. Розановой и др.

Объектом исследования выступает речевой портрет, а **предметом** являются специфические особенности речевого портрета Ирины Хакамады.

Цель исследования заключается в создании и описании речевого портрета Ирины Хакамады.

В соответствии с целью определены **задачи**:

- 1) изучить теоретические источники по избранной теме;
- 2) отобрать языковой материал для анализа;
- 3) выявить и описать специфические особенности речевого портрета Ирины Хакамады;
- 4) разработать материалы для занятия по русскому языку как иностранному.

Источниками исследования послужили статьи и интервью Ирины Хакамады в период с 2017 по 2019 гг.

Решение поставленных задач может быть осуществлено с использованием следующих **методов**: метод лингвистического наблюдения, описательный метод, стилистический анализ, контент-анализ.

В качестве **методологической основы** исследования выступают положения теории языковой личности и речевого портрета.

Теоретическая значимость состоит в том, что результаты анализа речевого портрета И. Хакамады вносят определенный вклад в развитие антропологического направления языкознания, психо- и социолингвистики, что способствует последующему исследованию в области речевой коммуникации

Практическая значимость работы заключается в возможности применения результатов исследования на занятиях по русскому языку как иностранному.

Научная новизна исследования заключается в создании модели речевого портрета бизнес-тренера на основе текстов И. Хакамады.

Структура работы: введение, глава 1 «Теоретические аспекты изучения речевого портрета», глава 2 «Описание речевого портрета Ирины Хакамады», глава 3 «Методические основы изучения речевого портрета», заключение, список литературы, приложения. Первая глава содержит обзор теоретических источников по теме исследования, включающий описание категориального аппарата, определение соотношения термина «речевой портрет» со смежными понятиями. Во второй главе представлен анализ речевого портрета Ирины Хакамады, а именно лингвистический уровень и речевое поведение. Третья глава посвящена описанию двух методических разработок по русскому языку и РКИ. Заключение содержит краткое описание результатов анализа речевого портрета и дальнейшие перспективы исследований в этой области.

Апробация работы. Результаты работы представлены на следующих конференциях: Международная научно-практическая конференция «Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования» (29.03.2023); Международная научно-практическая конференция «Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования» (27.03.2024). На основе докладов, представленных на выступлениях, подготовлены статьи:

1. Гурова М.С. Речевое портретирование в процессе обучения филологическим дисциплинам // Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования: материалы I Международной научно-практической конференции, Красноярск, 29 марта 2023 года. – Красноярск: Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2023. – С. 58-61.

2. Гурова М.С. Речевой портрет Ирины Хакамады как бизнес-тренера // Лингвистика и медицина в контексте педагогического образования: материалы Международной научно-практической конференции,

Красноярск, 27 марта 2024 года. – Красноярск: Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2024 – С. 11-16. (см. Приложение 1).

Глава 1. Теоретические аспекты изучения речевого портрета

1.1. Понятие о языковой личности

Исследование языковой личности имеет долгую историю. Благодаря многочисленным работам в области лингвистики, социологии, психологии, психолингвистики, когнитивной лингвистики, философии, педагогики, аксиологии, культурологии и других научных дисциплин, к настоящему моменту был накоплен обширный теоретический материал по этой теме, что позволило достичь высокого уровня разработанности данной проблемы.

Тенденция к антропоцентризму послужила причиной формирования новой научной парадигмы, склонной рассматривать различные явления, беря во внимание личность человека и его деятельность. С течением времени развивалось общество, наука, и постепенно ученые пришли к выводу, что язык должен быть рассмотрен «в самом себе и для себя»: «Человек познает мир через осознание себя, своей теоретической и предметной деятельности в нем, это придает ему право творить в своем сознании антропоцентрический порядок вещей, который определяет его духовную сущность, мотивы его поступков, иерархию ценностей» [Маслова 2001: 6].

Обращение лингвистов к антропоцентризму можно объяснить признанием ключевой роли человека в создании и использовании языка, а также стремлением изучить и понять механизмы, которые лежат в основе этих процессов. Это привело к тому, что именно человек и все создающиеся им тексты становятся основным объектом изучения, и «на первый план выдвигается языковая личность» [Кыштымова 2014: 237]. Основные принципы антропологического подхода изложены В. фон Гумбольдтом в XIX в., который предложил рассматривать функционирование языка в тесной связи с развитием социума: «...язык развивается только в обществе, и человек понимает себя только тогда, когда на опыте убедится, что его слова

понятны также и другим людям» [Гумбольдт 2000: 77]. Ученые в начале XX века продолжили развитие идей антропоцентризма: «Язык представляет собой наиболее всеобщее культурное достояние. Никто не владеет языком лишь благодаря своей собственной языковой личности; наоборот, это языковое владение вырастает в нем на основе принадлежности к языковому сообществу» [Вайсгербер 2004: 81].

Впервые термин «языковая личность» встречается в работах Й.Л. Вайсгербера, который в своих трудах развивал мысль о том, что ученым необходимо более детально рассматривать соотношение языка и мышления, поскольку одно неотделимо от другого. Описывая эту связь, Й.Л. Вайсгербер утверждает: «...язык представляет собой наиболее всеобщее культурное достояние. Никто не владеет языком лишь благодаря своей собственной языковой личности; наоборот, это языковое владение вырастает в нем на основе принадлежности к языковому сообществу» [Вайсгербер 2004: 81].

В отечественном языкознании понятие «языковая личность» впервые было использовано В.В. Виноградовым, однако исследователем не было представлено определение данного термина. Кроме того, лингвист в первую очередь занимался изучением языка художественной литературы, поднимал вопрос соотношения языковой личности, художественного образа и образа автора. Изучение индивидуального словесного творчества, согласно В.В. Виноградову, помогает лучше раскрыть более значительные явления: «социальное ищется в личностном через раскрытие всех структурных оболочек языковой личности» [Виноградов 1980: 91]. Помимо определения понятия ученый представил собственное видение структуры языковой личности:

- 1) «структура естественного языка («внешние грамматические формы языка»);

2) языковая коллективная практика («формы коллективных субъектов»);

3) индивидуальная картина мира («особенности словесного мышления»») [Виноградов 1971: 108].

Термин «языковая личность» получил широкое распространение в отечественной лингвистике благодаря исследованиям Ю.Н. Караулова, который занимался изучением коммуникативных, когнитивных и поведенческих характеристик личности. Однако необходимо отметить, что осмысление понятия «языковая личность» продолжается и в наши дни, что связано с неоднозначностью и обширностью исследуемого феномена.

Как уже было отмечено, «языковая личность» – это сложный и многоаспектный термин, который различными лингвистами определяется по-своему. Например, Г.И. Богин, проводя исследования в области лингводидактики, рассматривает это понятие, отмечая его философские, социологические и психологические стороны. Ученый под языковой личностью понимал человека, рассматриваемого «с точки зрения его готовности производить речевые произведения. Языковая личность – тот, кто присваивает язык, то есть тот, для кого язык есть речь. Языковая личность характеризуется не столько тем, что она знает о языке, сколько тем, что она может с языком делать» [Богин 1984: 3]. Исследователем также были определены основные признаки языковой личности: языковая способность и коммуникативная (речевая) компетенция.

В более поздних лингвистических работах, посвященных исследованиям языковой личности, представлены различные точки зрения относительно понимания термина. Л.П. Клобукова трактует это понятие как «многослойную и многокомпонентную парадигму речевых личностей» [Клобукова 1997: 29]. При этом речевые личности разграничиваются по различным критериям: в зависимости от уровня языка или в соответствии

сферы и ситуации коммуникации. Исследователь И.Э. Клюканов рассматривает языковую личность как субъект, «способный осуществлять речевую деятельность, оперируя интегральными смысловыми образованиями» [Клюканов 1998: 26]. В.И. Карасик дает следующее определение понятию: «обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [Карасик 2002: 19]. Однако до сих пор определение, представленное Ю.Н. Карауловым, является наиболее распространенным: языковая личность – это «человек в его способности воспринимать и порождать речь (дискурс), владеющий системой языка и использующий ее для достижения в процессе коммуникации тех или иных неречевых и речевых целей» [Караулов 2010: 42]. Множество исследований, посвященных языковой личности, обусловили формирование отдельной лингвистической дисциплины, «направленной на комплексное изучение личности в языке» [Лутовинова 2017: 85].

Лингвист Д.С. Лукин, рассматривая понятие «языковая личность» в лингвокультурном аспекте, подчеркивает, что «о языковой личности становится возможным говорить только с точки зрения языкового воплощения, причем исключительно в том случае, если она обладает языковой компетенцией» [Лукин 2015: 81]. Кроме того, А.М. Кусаинова отмечает, что языковая личность «характеризуется определенным запасом слов, имеющих ранг частотности употребления. Лексикон и манера говорения могут указывать на принадлежность к определенному социуму» [Кусаинова, 2009: 120]. По мнению исследователей, языковая личность, являясь носителем, определённого языка, культуры и лингвокультуры, «обладает культурно-национальными особенностями и особым мировидением и миропониманием того или иного этноса» [Янь 2020: 453]. Считаю необходимым подчеркнуть, что лингвисты отмечают, что «языковую

личность не стоит трактовать как один из множества ракурсов, граней психологического толкования личностей», это связано с тем, что «языковая личность включает в себя все эти грани личности, однако рассматривает их лишь через призму языка» [Михайлова 2023: 255]. По мнению С.В. Мамаевой, «языковая личность складывается из способностей человека осуществлять различные виды речемыслительной деятельности и использовать различного рода коммуникации для общения друг с другом и с окружающим миром» [Мамаева 2007: 146].

Очевидно, что языковая личность представляет собой сложное, комплексное явление, которое может быть рассмотрено в различных аспектах. Ю.Н. Караулов выделил уровни языковой личности:

1) вербально-семантический (нулевой), в котором основными единицами выступают слова, объединяющиеся в вербальную сеть, а словосочетания и предложения являются стереотипами этого уровня;

2) тезаурусный (первый). Единицами на это уровне являются понятия (идеи и концепты), в соединении представляющие собой семантические поля и создающие картину мира. Стереотипами выступают генерализованные высказывания;

3) мотивационный (второй) состоит из деятельностно-коммуникативных потребностей, проявляющиеся в различных сферах общения, коммуникативных ситуациях и ролях. На этом уровне стереотипами являются «образы (символы) прецедентных текстов культуры» [Караулов 2010: 56].

Исследователь отмечает, что первый уровень является отражением языковой личности, поскольку на нем прослеживаются «индивидуальный выбор единиц и личностное предпочтение» [Караулов 1987: 52-57]. Помимо описанной выше структуры, Ю.Н. Караулов выделяет вербально-грамматический, когнитивный и прагматический уровни. Первый

содержит морфемы, слова, словоформы, словосочетания и проч. Когнитивный (тезаурусный) уровень состоит из концептов, универсальных высказываний (афоризмы, пословицы, поговорки и т.п.), фразеологизмов, метафор и др. Этот уровень отражает картину мира индивида. Прагматический уровень включает цели, мотивы, интересы, установки. Эти единицы в составе прагматического уровня «отражают цели языковой личности, ее активную позицию в мире и, конечно, динамичность картины мира» [Бурмакина 2013: 15]. Таким образом, концепция Ю.Н. Караулова соединяет в себе множество аспектов: языковой, психологический, этнический и др. Языковая личность проявляется в процессе «коммуникации, выбирая одну из возможных стратегий и тактик общения» [Акбембетова 2021: 41].

Исследователь С.В. Мамаева определяя языковую личность как «личность, обладающую знанием языковой семантики, системы концептов ее картины мира и законов речевого поведения», отмечает, что «возможно выделение индивидуальной и коллективной языковой личности» [Мамаева, 2007: 7]. Коллективная языковая личность – это «некое сообщество людей, говорящих на данном языке, а индивидуальная языковая личность – «отдельный представитель этого сообщества» [Иванцова 2010: 28]. Помимо этих терминов в категориальном аппарате исследователей присутствуют понятия «типовая языковая личность» и «индивидуальная языковая личность», причем эти феномены противопоставлены друг другу: «Типовая языковая личность характеризуется такими свойствами, как абстрактность, эталонность, собирательность, безличность» [Шевченко 2005: 7]. В каждой конкретной ситуации общения типовая личность находит отражение в индивидуальной языковой личности, которая имеет свои специфические характеристики, несмотря на совпадение с типовой в основных чертах. Еще одна важная характеристика языковой личности – способ ее выражения.

Основным таким способом является вербальный, он обозначается термином «идиолект». Идиолект представляет собой «совокупность языковых единиц, представляющая индивидуальную картину мира языковой личности». Языковая личность, в свою очередь, «опираясь на средства родного языка, создаёт свой идиолект, анализ которого дает возможность охарактеризовать отдельные черты языковой личности носителя идиолекта» [Петрова 2023: 247].

Исследователь В.И. Карасик подчеркивает, что одним из важнейших вопросов теории языковой личности является выделение типов языковых личностей. В работе «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» лингвист описывает различные основания, на которых может быть построена классификация. Так, с позиций этнолингвистики выделяются типы носителей «базовой и маргинальной культур для соответствующего общества», при этом в подобной системе действует оппозиция «свой – чужой» [Карасик 2004: 10]. Ситуация межкультурного общения обуславливает выделение следующих типов языковых личностей:

- 1) человек, для которого общение на родном языке является естественным в его коммуникативной среде;
- 2) человек, для которого естественным является общение на чужом языке в его коммуникативной среде (ученый здесь говорит о ксенолекте, то есть о таком варианте языка, которым пользуются эмигранты, люди, длительно живущие в чужой стране или пользующиеся языком международного общения в целях естественной коммуникации);
- 3) человек, который говорит на чужом языке с учебными целями, не относящимися к характеристикам естественной среды общения [Карасик 2004: 10].

В.Б. Сиротинина различает типы языковой личности на основе особенностей ее культуры речи и выделяет «элитарный, среднелитературный,

просторечный, фамильярно-разговорный» и др. типы [Сиротинина 1997: 7]. Существует типология языковой личности на основе анализа прагматики фразеологизмов: «эгоцентрическая (насыщает собственную речь яркими фразеологизмами с целью саморепрезентации); социоцентрическая (использует клишированные выражения для определения своего статуса» [Язык и национальное сознание 2003: 23].

Наряду с понятием языковой личности в науке существует понятие «речевая личность»: «если языковая личность – это парадигма речевых личностей, то, наоборот, речевая личность – это языковая личность в парадигме реального общения, в деятельности» [Прохоров 1996: 54]. Помимо речевой личности исследователями выделяется «коммуникативная личность». Так, по мнению В.Б. Кашкина, коммуникативная личность – это «совокупность индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации. Содержание, центр и единство коммуникативных актов, которые направлены на другие коммуникативные личности» [Кашкин 2000: 26].

В отечественной лингвистике вместе с теорией языковой личности активно развивается понятие «речевой портрет». Исследователи отмечают, что основным отличием этих терминов являются «временные рамки анализа функционально-коммуникативных характеристик человека» [Мухортов 2014: 169]. Иными словами, речевой портрет рассматривается как некая статическая величина, существующая на определенном отрезке времени и обусловленная различными условиями окружающей среды, ситуации коммуникации и т.д. В то время как языковой личности присуща динамика в развитии, поскольку экстралингвистические параметры находятся в непрерывном изменении, вследствие чего «меняются такие характеристики речи, как общее тематическое содержание, конфигурация межличностных

отношений участников коммуникации, отражающаяся на использовании ими в речи «формальной» и «неформальной» лексики, формы речевого общения» [Мухортов 2014: 169].

1.2. Речевой портрет в кругу смежных понятий

Как уже было отмечено в параграфе 1.1, с термином «языковая личность» тесным образом связано понятие «речевой портрет» (РП). Исследователями отмечается, что изучение речи является «неотрывным от личности говорящего и актуальным в современной лингвистике подходом», который дает возможность выполнить анализ речи каждого конкретного индивида и тем самым «установить коммуникативное намерение автора текста» [Агафонова 2022: 60]. Изучение речевого портрета конкретного человека представляет собой значимый аспект лингвистики, поскольку в ходе подобных исследований «выявляются речевые особенности той или иной социальной группы, к которой принадлежит данный человек, а значит, языковые предпочтения части носителей данного языка» [Есенова 2020: 238]. При анализе коллективного РП «появляется возможность обобщить то, как осмысливаются явления, события, имеющие место в жизни людей, которых объединяют социальные признаки (национальность, возраст, профессия и т.п.)» [Есенова 2020: 238].

Появление термина «речевой портрет» которого связано с работами М.В. Панова. Лингвист в середине 60-х годов XX века выдвинул идею фонетического портрета. М.В. Пановым были проведены исследования в области описания фонетических портретов различных общественных и политических деятелей, ученых и писателей XVIII-XX вв.: Петра I, М.В. Ломоносова, А.С. Пушкина, А.А. Реформатского, А.А. Вознесенского и др. [Панов 1990].

Идея исследования речевого портрета была позднее подхвачена и другими исследователями. Создание речевого портрета, «проявляемого на других языковых уровнях (лексическом, морфологическом, синтаксическом) было начато позже и связывается с именем Л.П. Крысина» [Крылова 2020: 54]. Л.П. Крысин обратил внимание на изучение речевого портрета русского интеллигента. В работе лингвист поддерживает точку зрения Т.М. Николаевой: «многие языковые парадигмы, начиная от фонетической и кончая словообразовательной, оказываются вполне соответствующими общенормативным параметрам и поэтому интереса не представляют. Напротив, важно фиксировать яркие диагностирующие пятна» [Николаева 1991: 73]. Исследование Л.П. Крысина в основном и включает в себя подобные «диагностирующие пятна» – «социально маркированные способы выбора и употребления языковых средств и особенности речевого поведения» [Крысин 2001: 92]. Е.А. Земская в своей работе обратила внимание на речевой портрет ребенка 2-6 лет. В труде в большей степени представлен анализ словоупотребления, а также словообразовательного, лексического и морфологического уровней языка. По мнению Е.А. Земской, изучение детской речи имеет «большое значение для целого ряда научных дисциплин, таких как общее языкознание, психология, педагогика и др.» [Земская 2004: 387]. Еще одной важной работой в области речевого портрета является труд М. В. Китайгородской и Н. Н. Розановой «Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы», вышедшая в 2010 году. В книге представлены результаты исследования речевого быта и повседневные речевые практики жителей Москвы. В круг анализируемых явлений вошло проявление языкового поведения современных горожан в различных коммуникативных ситуациях и жанрах. Авторы подчеркивают важность исследования жизни «клишированных реплик в структуре естественного диалога» [Китайгородская, 2010: 278].

Речевой портрет представляет собой одну из основных составляющих языковой личности и является сложным понятием, у которого до сих пор не существует однозначного толкования. Согласно Л.П. Крысину, это «зафиксированный в языковом материале индивидуальный стиль, который может служить для создания определенной модели языковой личности» называется речевым портретом [Крысин 2001: 97]. Г.Г. Матвеева предлагает следующую дефиницию термина: «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействия на слушающего» [Матвеева 1998: 14].

Исследователь С.В. Леорда придерживается точки зрения о том, что изучение речевого портрета является одним из направлений исследования языковой личности, и определяет его как «воплощенную в речи языковую личность» [Леорда 2006: 6]. По мнению Е.Д. Павлычевой, речевой портрет – это «совокупность личностно-коммуникативных языковых черт индивида, представленная в виде открытой модели, отражающей также и коллективное описание представителя какой-либо конкретной культуры, обладающего способностью к проведению аналитических операций» [Павлычева 2015: 114]. Согласно М.С. Овсейцевой, речевой портрет личности – это «многокомпонентная структура, включающая в себя социальные, психологические, лингвистические, культурные особенности, находящиеся в тесном взаимодействии и реализующиеся в речи человека. Сфера деятельности говорящего, его возраст и факт присутствия адресата являются факторами, в значительной степени влияющими на речевой портрет личности» [Овсейцева 2015: 174].

В настоящей работе основополагающим термином является понятие речевого портрета, а также процесса речевого портретирования, которое можно определить как «метод описания языковой личности». Речевое портретирование находит отражение в различных областях языкознания:

когнитивная лингвистика, коммуникативная прагматика, риторика, стилистика и т.д. В соответствии с этим можно заключить, что речевой портрет является результатом этого описания, представляя собой «совокупность различных языковых и речевых характеристик языковой личности на определенном временном отрезке и в рамках ситуативной конкретизации дискурса» [Никифорова 2016: 65]. Речевой портрет «воплощается в реализации его речевых поступков, т.е. в намеренно созданных высказываниях, которые отражают нравственную позицию коммуниканта» [Шевченко 2023: 268].

Исследователи выделяют индивидуальный и коллективный речевой портрет. Первый характеризуется учетом особого стиля, который отражает «уникальность и необычность исследуемой личности, поэтому объектом индивидуального речевого портретирования обычно становятся неординарные личности» [Попова 2016: 190-191]. В свою очередь коммуникативный портрет представляет собой основу для анализа речевого поведения разных социальных групп, «коллективный речевой портрет является обобщающим образом определенного круга людей, имеющих в основе национальную, возрастную, профессиональную и социальную идентичность» [Попова 2016: 191].

В настоящее время наряду с термином «речевой портрет» используются следующие: *коммуникативный портрет, языковой портрет, речевая характеристика, лингвокультурный типаж, речевое поведение, речевой имидж*. Для более глубокого понимания специфики речевого портрета необходимо изучить его связь с названными понятиями, выделить его специфические особенности и понять, как формируется речевой портрет, какие факторы на него влияют и как он может быть использован для анализа личности и социальных групп.

Разница между терминами «речевой портрет» и «коммуникативный портрет» не столь очевидна. Так, например, в работе Т.М. Балыхиной и М.С. Нетёсиной эти понятия отождествляются [Балыхина 2012]. В свою очередь исследователь О.С. Иссерс утверждает, что «коммуникативный портрет предполагает в большей степени анализ индивидуальных характеристик речевого поведения» [Иссерс 2009: 65]. По нашему мнению, использование термина «коммуникативный портрет» в большей степени оправданно в том случае, если анализу подлежит какая-либо коммуникативная ситуация, в рамках которой рассматриваются как лингвистические особенности, так и характеристики речевого поведения личности.

В работах исследователей встречается мысль о том, что понятия «речевой портрет» и «языковой портрет» тождественны, однако Е.В. Иванцова предлагает их разграничить. Эта позиция объясняется лингвистом следующим образом: «методики реконструкции ЯЛ предполагают воссоздание компонентов ее облика, сведений о которых нет у исследователя (будь то данные внеязыкового порядка или глубинные характеристики тезауруса и прагматикона), тогда как речевое портретирование опирается прежде всего на факты, доступные непосредственному наблюдению. Реконструируются обычно ЯЛ прошлого или «обобщенная ЯЛ», речевой портрет характеризует, как правило, наших современников. В первом случае лингвисты опираются только на письменные тексты, в том числе дискурс литературных персонажей; во втором материалом служат все формы речи, хотя чаще рассматривается ее устная разновидность» [Иванцова 2008: 39]. По мнению Н.М. Шевченко, языковой портрет – это «зафиксированное (отраженное) мировоззрение мыслителя, несущее информацию об оценках реального мира, жизненных установках, устремлениях и идеалах. Основой языкового портрета является самоидентификация с позитивными характеристиками, суждениями, констатирующими положение дел в

реальном мире. Вершиной языкового портрета является реализация авторского видения совершенства окружающего его мира» [Шевченко 2014: 36]. Таким образом, согласно исследователю, языковой портрет рассматривается на материале письменных текстов различных дискурсов (политический, литературный, публицистический и проч.), в то время как речевой портрет чаще опирается на описание всех форм выражения мысли, хотя и не исключено создание речевого портрета на основе исключительно письменного источника.

Дифференцировать понятия «речевой портрет» и «речевая характеристика», согласно С.О. Макеевой, значительно сложнее. В своей работе исследователь приводит словарные статьи из лингвистических словарей Д.Э. Розенталя и О.С. Ахмановой, отмечая, что речевой портрет представлен как «терминологический дублет речевой характеристики» [Макеева 2014: 82]. Приведем фрагменты этих статей: «речевая характеристика (речевой портрет). Подбор особых для каждого действующего лица литературного произведения слов и выражений как средство художественного изображения персонажей» и «особый подбор слов, выражений, оборотов речи и т. д. как средство художественного изображения действующих лиц литературного произведения» [Розенталь 1976: 364; Ахманова 2004: 385]. В представленных дефинициях наблюдается отождествление речевого портрета и речевой характеристики, кроме того, эти понятия рассмотрены в аспекте изучения персонажа какого-либо художественного произведения.

В работах исследователей встречаются различные точки зрения относительно дифференциации понятий «речевой портрет» и «лингвокультурный типаж». По мнению В.И. Карасика и О.А. Дмитриевой, лингвокультурный типаж – это «узнаваемый образ представителя определенной культуры, совокупность которых и составляет культуру того

или иного общества» [Карасик 2005: 5]. И.В. Гуляева в своей работе придерживается мнения о том, что эти термины соотносятся друг с другом и описывают человека «через призму его коммуникативного поведения», однако эти термины, согласно исследователю, не тождественны [Гуляева, 2009: 44]. Е.А. Ярмахова приравнивает лингвокультурный типаж к коллективному речевому портрету, отмечая, что «речевой портрет может быть как индивидуальным, так и коллективным» [Ярмахова 2005: 54]. В работе С.О. Макеевой представлено следующее мнение: лингвокультурный типаж представляет собой более широкое понятие, включающее в себя речевой портрет [Макеева 2014].

Речевое поведение напрямую связано с процессом «выбора языка либо языкового варианта для построения социально корректного высказывания» [Кожемякина, 2006: 185]. Согласно Т.В. Китаевой, под речевым поведением следует понимать «форму взаимодействия людей с целью обмена информацией познавательного или аффективно-оценочного характера, проявляющуюся в речи. Речевое поведение обусловлено обстоятельствами, в которых реализуется общение, системой речевых и неречевых условий общения (речевая ситуация) задачей, коммуникативными потребностями, национально-культурной спецификой поведения участников общения» [Китаева 2016: 176]. По мнению С.О. Макеевой, «изучение речевого поведения следует считать одним из структурных уровней речевого портрета» [Макеева 2014: 82].

Изучение речевого имиджа – относительно новое направление антропологических исследований в области лингвистики. По мнению Е.В. Осетровой, речевой имидж представляет собой целостный феномен, имеющий трехчастную структуру:

- языковая составляющая, которая «предполагает оценку тех языковых средств, которые помогают человеку рисовать его публичный образ – от фонетических – через лексические – к грамматическим»;
- речевая составляющая, качество которой «прямо зависит от того, насколько удачно выстраивает человек свое коммуникативное поведение». Этот аспект, согласно автору, следует рассматривать через призму трех основных параметров: «речевая культура, речевая самостоятельность, коммуникативная компетентность»;
- текстовая (содержательная) составляющая, призванная ответить на вопрос: «что пытается донести до открытой аудитории говорящий, или о чем он стремится поведать миру» [Осетрова 2012: 26-30].

Согласно Сладкевич Ж.Р., «речевой имидж представляет собой сознательно сконструированный образ говорящего субъекта, сочетающий его типизированные черты с учетом социальной роли, статуса, профессии и индивидуальные черты его как языковой личности» [Сладкевич 2019: 78]. Таким образом, речевой имидж является более широким понятием, чем речевой портрет.

Проведенный анализ источников показал, что понятие, которое описывает индивидуальные особенности речи личности или социальной группы, может меняться в зависимости от подхода и целей исследования, выбранного ученым.

На наш взгляд, на данный момент наиболее полным и точным термином, который используется для описания языковой личности, является «речевой портрет». Это понятие позволяет охарактеризовать особенности речи человека или группы людей, учитывая их лексические, грамматические и стилистические предпочтения.

1.3. Способы описания речевого портрета

В настоящее время одну из основных проблем лингвистики в области изучения речевого портрета являет собой вопрос методике его описания. Многие исследователи предпринимали попытки сформировать определенный алгоритм, на основе которого можно выполнить анализ речевого портрета.

Стоит отметить, что довольно часто исследователи многие исследователи «обращаются к так называемому фрагментарному речевому портрету, предполагающему выборочную характеристику наиболее ярких особенностей речи исследуемой языковой личности» [Джукман 2019: 356]. Кроме того, «рассматривается отдельная сторона, чаще всего это особенности фонетики и словоупотребления» [Лейко 2012: 417]. При составлении речевого портрета учитываются различные аспекты личности, которые оказывают на него непосредственное влияние. Среди таких аспектов можно выделить следующие: возраст, пол, профессиональную принадлежность, а также психологические, этнокультурные, социальные и лингвистические особенности. Иными словами, «если идти от человека к его речевым средствам, то на передний план выдвигаются проблемы его принадлежности к социуму, культуре, субкультуре. На выборе языковых средств отразится его социальная принадлежность» [Бойко 2009: 18]. Необходимо также отметить, что в зависимости от различных типов описываемой личности выделяются специфические аспекты анализа.

Обзор теоретической литературы позволил нам сделать вывод о том, что лингвистами изучается обширный круг аспектов речевого портрета. Так, существуют работы, направленные на изучение отдельных уровней языка в составе РП. Фонетический уровень представлен в работах М.В. Панова (1990), М. В. Китайгородской и Н. Н. Розановой (1995). Изучением лексики в

составе речевого портрета занимались: Б.К. Максимов изучал РП молодежи в аспекте использования в речи жаргонизмов (2011), Е.В. Осетрова рассматривала речевой портрет губернатора Красноярского края (2007) и др. Исследования, посвященные изучению коллективной языковой личности, зачастую содержат анализ нескольких или всех уровней: в работе С.В. Мамаевой представлен РП коллективной языковой личности школьников 5-7-х классов (2007), Леорда С.В. рассматривает речевой портрет современного студента (2006). В работах, которые направлены на изучение РП индивидуальной языковой личности, также могут быть исследованы несколько уровней: портрет канцлера Германии О. Шольца изучен В.В. Кулумбеговой (2023), портрет Джо Байдена исследуется С.П. Тимофеевой (2023), фонетический и лексический аспекты рассмотрены при изучении РП Татьяны Толстой Л. Е. Смирновой и М. Р. Кухарук (2023). Интересной представляется работа А.А. Морозовой, в которой автор приводит результаты анализа фонетического, фонетико-лексического, синтаксического, пунктуационного, стилистического и коммуникативно-прагматического уровней речевого портрета голосового помощника «Алиса» (2021).

Исследователь А.А. Селютин, изучая речевой портрет онлайн-личности, предлагает следующие параметры для исследования:

- 1) «Специальный вокабуляр интернет-среды.
- 2) Жанр виртуальной коммуникации.
- 3) Вовлеченность в языковую игру.
- 4) Множественность образов онлайн-личности.
- 5) Анонимность/открытость виртуального общения.
- 6) Долгосрочность пребывания в виртуальном пространстве»

[Селютин 2010: 119].

Для выполнения комплексного анализа речевого портрета личности Б.Л. Бойко сформулировал принципы создания РП:

1) вычленение «диагносцирующих пятен» (термин Т.М. Николаевой), которые представляют собой наиболее характерные черты;

2) признание «неоднородности объекта» исследования. Этот принцип заключается в принятии исследователем того факта, что в речевом портрете личности «не обязательно будут явлены наблюдателю все потенциальные языковые и речевые средства»;

3) третий принцип неразрывно связан с предыдущим, однако «за точку отсчета в данном случае принимается речевая активность субъекта». Иными словами, при анализе необходимо понимать, что все языковые и речевые средства, используемые индивидом в конкретной ситуации общения, «становятся лишь частью потенциального объема»;

4) четвертый принцип «основан на использовании языковой игры для создания условий, в которых могут быть реализованы потенциальные возможности портретируемого как языковой личности – необходимость ответить шуткой на шутку, отразить речевую агрессию»;

5) пятый принцип сопряжен с проблемой отбора материала. Исходя из положения о том, что языковая личность выражается в совокупности текстов, «то для ее изучения необходимо обращение к самым разнообразным по статусу речевым произведениям» (научные тексты, тексты художественной прозы, публицистики и мемуарной литературы, тексты непосредственных записей речи информантов) [Бойко 2008: 117].

Согласно Л.П. Крысину, для исследования речевого портрета представителя какого-либо социального слоя, целесообразно обращать внимание на два аспекта:

1) «социально маркированные способы выбора и употребления языковых средств»;

2) «особенности в речевого поведения». Так, например, исследователь отмечает, что в круг таких особенностей в речевом портрете

интеллигента входят определенные формулы общения, прецедентные феномены и языковая игра [Крысин 2001: 92].

Е.Д. Павлычева предлагает собственный алгоритм изучения речевого портрета:

1) первый этап включает анализ характерных черт языковых единиц различных уровней.

2) второй этап состоит из приемов, направленных на определение «стилей речевого поведения, анализ присутствия таких стилистически окрашенных явлений, как «формулы этикета», «клише системообразующих речевых выражений», «языковая игра», «жаргон» (социальный и профессиональный) и т.д.».

3) третий этап заключается в поиске индивидуальных лингвокультурологических характеристик речевого портрета.

4) четвертый этап подразумевает применение приемов «анализа особенностей внимания личности на саму себя и на своё сознание, а также на результаты собственной деятельности и на их переосмысление, то есть осуществление процедур рефлексии как самих действующих лиц речевого портрета, так и их языковых маркеров» [Павлычева 2016: 147].

По мнению И.М. Лейко и В.А. Масловой, речевой портрет языковой личности следует рассматривать по следующей модели:

1) «Лексикон языковой личности». Этот аспект включает анализ особенностей функционирования языковых единиц на лексическом, словообразовательном, синтаксическом уровнях;

2) Тезаурус состоит из определенного набора идиом, паремий, прецедентных феноменов, который являются маркерами языкового сознания индивида;

3) Прагматикон охватывает такие аспекты, как «законы речевого поведения, стиль общения, языковая игра»;

4) Лингвокультурологический аспект авторами работы понимается как совокупность двух параметров: «отношение к языку и особенности речевого поведения» [Лейко 2012: 419].

О.И. Асташова, опираясь на концепцию уровней языковой личности Ю.Н. Караулова, выделяет набор аспектных характеристик языковой личности:

1) Лингвокогнитивный аспект, предполагающий описание тезауруса языковой личности. Этот аспект позволяет интерпретировать идеологическую картину мира языковой личности (в рамках своей работы О.И. Асташова рассматривает речевой портрет политика, в этой связи исследователю, очевидно, представляется важным затронуть идеологическую составляющую).

2) Коммуникативный аспект, подразумевающий «выявление набора коммуникативных стратегий и тактик, используемых политиком для воздействия на аудиторию, соотношение их с языковыми средствами выражения».

3) Индивидуально-речевой аспект, в котором отражены «индивидуальные особенности речи, часто объединяемые понятием речевой / дискурсивной манеры» [Асташова 2013: 9].

М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова, определяя «речевой портрет» как «функциональную модель языковой личности», вслед за идеей Ю.Н. Караулова об уровневой структуре языковой личности предлагают следующие параметры анализа:

1) лексикон – уровень, отражающий «владение лексико-грамматическим фондом языка»;

2) тезаурус, представляющий собой лингвокогнитивный уровень, то есть воплощение картины мира человека;

3) прагматикон – «система коммуникативных ролей, система мотивов, целей», которых придерживается личность в процессе коммуникации [Китайгородская 1995: 4].

Таким образом, существующие модели описания речевого портрета во многом основаны на методике анализа языковой личности, и чаще всего они включают три уровня: вербально-семантический, тезаурусный и мотивационный.

Выводы по главе 1

Языковая личность представляет интерес для междисциплинарных исследований и изучается как в лингвистических, так и нелингвистических дисциплинах. В рамках нелингвистических направлений феномен языковая личность рассматривается в философии, психологии и социологии, культурологии и т.д. В лингвистике термин «языковая личность» появляется в работах Й.Л. Вайсбергера, а в отечественном языкознании к этому понятию первым обратился В.В. Виноградов. Вслед за выдающимся академиком языковую личность начали изучать Г.И. Богин и Ю.Н. Караулов, которые сформулировали собственные определения термина, определили структуру и разработали свои подходы к изучению. С языковой личностью тесным образом связано понятие «речевой портрет».

Речевой портрет может многое сказать о человеке, его происхождении, образовании, социальном статусе и даже характере, он является отражением личности в ее языковом проявлении.

Основу для исследований в области изучения речевого портрета заложил М.В. Панов, идеи которого подхватили многие исследователи: Л.П. Крысин, Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова. В настоящее время существует множество работ, посвященных различным аспектам

изучения РП, в них рассматриваются отдельные уровни языка, коллективные или отдельные языковые личности.

На современном этапе развития лингвистики в области речевого портрета не сформировано единое понимание этого понятия. В настоящей работе под речевым портретом понимается «реализация в речи языковой личности», то есть некие специфические особенности языка и речи, присущие ЯЛ.

Очевидно, что многообразие предметов исследования в области речевого портрета привело к отсутствию единой модели описания речевого портрета. Это связано с интересом исследователей к различным аспектам РП. Исходя из поставленных целей, мы определили, что для данной работы подходящей является модель, предложенная М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой. Однако необходимо отметить, что наше внимание сконцентрировано на лингвистической стороне портрета. Проводится исследование лексического, синтаксического уровней, кроме того, учитывается тезаурусный уровень.

Глава 2. Описание речевого портрета Ирины Хакамады

2.1. Лингвистические особенности речевого портрета Ирины Хакамады

2.1.1. Заимствованная лексика

В настоящем параграфе представлено описание специфических черт отбора лексических единиц Ириной Хакамадой.

Исследуя лексикон Ирины Хакамады, мы выяснили, что она прибегает к использованию различных лексических пластов. Так, употребляя в основном нейтральную лексику, И. Хакамада сравнительно часто обращается к новейшим заимствованиям. Далее представим список подобных лексем с их толкованиями в различных словарях.

1. *Они несут абсолютно другие **месседжи*** – Сообщение, послание, которое скрыто, закодировано в той или иной форме (например, в произведении искусства, в артефакте и т.д.) и суть которого открывается только посвященным [Шагалова 2011: 182].

2. *На данный момент я **фрилансер**, это не бизнес* – Работник, не входящий в штат организации, компании и приглашаемый для выполнения определенной работы или предлагающий свою работу после ее выполнения (внештатный корреспондент, журналист, писатель, переводчик и т.д.) [Шагалова 2011: 348].

3. *Правда, он обобщен в соответствии с достижениями науки и моим **коучингом*** – Инструмент личностного и профессионального развития – обучение, консультирование, направленные на раскрытие потенциала человека, достижение им поставленных целей в разных областях деятельности [Шагалова 2011: 153].

4. *...возник общенациональный бренд Хакамада Ирины, как **коуча** и бизнес-тренера* – Тренер-консультант; специалист по коучингу [Шагалова 2011: 152].

5. ...огромный **драйв**; И будет кайф, **драйв** и карьера – Особый эмоциональный настрой, накал страстей. [Новые слова и значения, 2009: 541].

6. *Сейчас наметился **хайп** в области обучения; Но что такое **хайп**?*– Нарочито раздуваемый ажиотаж [Шагалова, 2011: 358]

7. *Сейчас стало модно «**хайповать**»:* глагол, образованный от предыдущей лексемы, не зафиксирован в словарях, предложим собственное толкование: нарочито создавать ажиотаж вокруг чего-либо.

8. *И я создала такой **бренд** и набралась таких навыков, что я справляюсь с этим, но зато принадлежу только себе; ...возник общенациональный **бренд** Хакамада Ирины, как коуча и бизнес-тренера; Я сделала **бренд** на своих лекциях; «ХакаМа» – это только мой **бренд*** – 1. Популярная торговая марка продукции, по своему качеству, дизайну и другим характеристикам соответствующей лучшим мировым стандартам. 2. Компания, фирма-производитель, ресторан и т. д., имеющая (имеющий) известную торговую марку. 3. Товар известной, хорошо зарекомендовавшей себя на рынке марки, отличающийся высоким качеством. 4. О ком-л., чем-л. имени, ставшем символом качества, профессионализма и т. п. [Новые слова и значения Т.1 2009: 224-225]. В текстах И. Хакамады слово используется чаще всего в последнем значении из представленных.

9. *Сейчас, в эпоху **брендомании** все кинулись в телевизионные шоу и на страницы изданий:* образовано от «бренд» и «мания». Лексема не отражена в словарях, поэтому предложим собственное толкование, опираясь на оба корня: навязчивая внутренняя сосредоточенность на брендах (в значении «популярная торговая марка»).

10. ***Ребрендинг** тоже занимает много времени* – Нахождение новой позиции для бренда и модификация идентичности бренда, т.е. обновление

бренда, изменение одной или нескольких его составляющих (имени товара, упаковки, цены и т.д. или того, как его рекламируют) [Шагалова 2011: 237].

11. *Селф-брендинг* *зависит от тысячи обстоятельств.* Значение лексемы в словарях не зафиксировано, поэтому приведем толкование из Кембриджского словаря, а также представим собственный перевод. Слово образовано от английского «self-branding», где «self-» is used to form words that describe something or someone as doing something themselves (используется для образования слов, которые описывают что-то или кого-то как делающего что-либо самостоятельно) и «branding» – the activity of connecting a product with a particular name, symbol, etc. or with particular features or ideas, in order to make people recognize and want to buy it (деятельность по связыванию продукта с определенным названием, символом и т.д. или с определенными характеристиками или идеями, чтобы люди узнали его и захотели купить) [Branding, Self].

12. *...люди подсели как на наркотик на бесконечные курсы, ретриты.* Эта лексема также не представлена в русских словарях, поэтому приведем словарные статьи из Кембриджского словаря с собственным переводом: от английского retreat – a period of time used to pray and study quietly, or to think carefully, away from normal activities and duties – период времени, используемый для того, чтобы спокойно молиться и учиться, либо тщательно что-то обдумывать, находясь вдали от обычных занятий и обязанностей [Retreat].

13. *...создаю там маленькие посты или письменные или устные по поводу интеллектуальных лайфхаков.* Эта лексема, как и две предыдущие, не представлена в русскоязычных словарях, поэтому мы обратились к англоязычным, поскольку это слово произошло от английского «life hack». В Oxford Learner's Dictionaries зафиксирована следующая дефиниция: «a strategy or technique that you use in order to manage your time and daily activities

in a more efficient way» – обычно это простой и остроумный совет или техника для более легкого и эффективного выполнения какой-либо задачи (перевод наш) [Lifehack].

14. ***Пиартесь бесплатно:*** от «пиар» – Многогранная деятельность по формированию благоприятного общественного мнения о фирме, товаре, услуге и т.п., в т.ч. форма рекламной работы с широким привлечением средств массовой информации [Шагалова 2011: 207].

15. *Люди идут на **тренд*** – Тенденция, превалирующее направление в развитии чего-либо [Шагалова 2011: 319].

16. *...а даже на **стартапе** уметь донести, что у вас оригинальный продукт* – Вновь созданная компания, находящаяся в стадии развития, обычно в отрасли высоких технологий [Шагалова, 2011: 286].

17. *Можно использовать **фриковатость** как один из вариантов продвижения личного бренда:* от «фрик» – Странный человек, чудака; а также человек, который выделяется своим внешним видом, манерой одеваться, прической и часто вызывающим поведением, взглядами на окружающий мир [Шагалова 2011: 346].

18. *Владеть инструментом **тайм-менеджмента*** – Методика организации времени и повышения эффективности его использования; управление временем [Шагалова 2011: 297].

19. *Со временем мой **имидж** превратился в бренд вне политики или других профессий* – Сложившийся в массовом сознании эмоционально окрашенный образ кого- или чего-либо [Шагалова, 2011: 116]

20. *Нужно обучать рискам, небанальным, **креативным** поступкам и решениям* – Творческий, созидательный; способный к творчеству [Шагалова 2011: 154].

21. *Все считают, что интуиция — это **инсайт*** – В теории познания, в психологии – «озарение», внезапное понимание чего-л. (часто

ощущаемое как интуитивное, неподготовленное предыдущим опытом субъекта проникновение в суть вещей) [Шагалова 2011: 118].

22. *Смотреть бэкграунд* – Прошлое человека, его происхождение, образование, профессиональная деятельность [Шагалова 2011: 63].

При помощи подобных лексем создается определенный стиль, придающий тексту оттенок современности, кроме того, использование заимствованных слов может создавать впечатление компетентности и авторитетности автора. Необходимо отметить, что в таких областях, как наука, технологии или финансы, где распространена специализированная терминология, люди часто заимствуют слова из других языков для точного описания новых открытий, изобретений или явлений. Кроме того, заимствования из английского, могут свидетельствовать о социальном статусе или образовании. Иными словами, подобные лексемы являются некими маркерами особого социального престижа. Так, использование слов или фраз из языков, ассоциирующихся с научными кругами, дипломатией, экономикой и т.д. может указать на высокий уровень интеллекта или утонченности автора в глазах аудитории. Стоит отметить, что заимствования использованы не чрезмерно, они в целом не затрудняют понимание текста.

2.1.2. Стилистически маркированная лексика

Помимо заимствованных слов в текстах представлены термины из определённых областей знаний:

1. *В этом графике расписываете все по часам, включая логистику ваших перемещений по времени и территориальному расположению,*
2. *Понимаю, если вы идете на лекцию разобраться в эмоциональном интеллекте,*

3. *Потому что это тонкий момент, все время меняющийся, нужно изучать **конъюнктуру рынка.***

4. *...у вас **по экспоненте** растет количество подписчиков,*

5. *Мой бренд был сделан на политике и поддержке **малого бизнеса.***

6. ***Эмоциональный интеллект** – это умение управлять своими и чужими установками*

7. *И прежде всего нам нужно понять, что обществом управляют **институты.***

8. *Если вы химик — учите **органическую химию** хоть круглосуточно.*

9. *Посмотрите любое документальное кино о **Большом взрыве** или развитии Вселенной.*

10. *У нас зарождается **гражданское общество.***

11. ***Электорат** так же, как и **элита**, не имеют длинной истории самостоятельной работы в условиях конкуренции.*

12. *Путин меняет управленческую элиту в лице губернаторов и министров на молодых **технократов.***

13. *...учитывать коэффициент при **конвертации** в доллары.*

14. *Тогда же я предложила своего рода **диверсификацию.***

15. *Я не верю в закрытые **социальные страты** номенклатуры.*

16. *Если демократическая система создает **социальный лифт** для самых профессиональных, то «**вертикаль власти**» выталкивает наверх самых преданных.*

17. *Если хотите, в России меня держит мой **культурный код.***

Как можно заметить, большая часть лексических единиц этой группы относится к экономической и политической сферам. Использование подобной лексики обусловлено тем, что доминирующие темы в ее текстах связаны с развитием бизнеса, а также с политической деятельностью автора. Термины

помогают И. Хакамаде быть в курсе последних тенденций и изменений в области своей деятельности, что делает ее материал актуальным. Использование подобных единиц в тексте может создать у читателя впечатление, что автор обладает высоким уровнем компетентности и авторитета в обсуждаемой области. Это особенно важно в публицистических материалах, где бизнес-тренер стремится установить доверительные отношения с аудиторией и подчеркнуть свою компетентность.

В текстах наблюдаются единицы, принадлежащие к пласту разговорной лексики. Приведем примеры таких слов с дефинициями:

1. *Ну, если не закроются страны, а вот так будут **трепыхаться** в полудемократическом состоянии.* Трепыхаться – Судорожно дергаться, колебаться, дрожать. 2. Волноваться, нервничать [Ожегов, 2006: 810].

2. *Их просто **натаскивают** на определённые знания:* натаскивать – Поверхностно научить самому необходимому [Ожегов, 2006: 396].

3. *Я в своей длинной жизни **перевидела** всех начальников.* От «перевидать» – Повидать многое или многих, испытать многое [Ожегов, 2006: 501].

4. *Вторая специфика **раскручивания** личного бренда связана с тем, что ни в коем случае на его **раскрутку** не надо тратить деньги.* От «раскрутить» – Сделать кого-либо известным, популярным [Большой толковый словарь русского языка, 2000: 1090].

5. *Глупо, например, **болтаться** по центру на машине, если быстрее будет воспользоваться метро или такси.* «Болтаться» – Ходить без дела, слоняться [Ожегов, 2006: 55].

6. ***Сорвалась** важная встреча?.* От «срываться» – Неожиданно не удался [Ожегов, 2006: 747].

7. ...*вся «оборонка» на этом держалась.* Оборонка – Оборонная промышленность; военно-промышленные комплексы [Большой толковый словарь русского языка, 2000: 680]

8. ...*но там вряд ли дошли бы до прямой команды «убрать» неугодного политика.* Убрать (о человеке) – убить [Ожегов, 2006: 821].

9. ...*даже если умудришься защитить кандидатскую диссертацию.* Умудриться – Суметь сделать что-нибудь (трудное, сложное) [Ожегов, 2006: 833].

Использование разговорных единиц может сделать тексты доступными для более широкой аудитории. Стоит отметить, что бизнес-тренеры часто стремятся установить прочную связь со своими клиентами, а использование разговорной лексики может помочь создать ощущение близости и взаимопонимания. Более того, коучи часто затрагивают личные и эмоциональные темы, и использование подобных слов может помочь сделать их советы более понятными для клиентов. Говоря на языке, который клиенты используют в повседневной жизни, бизнес-тренеры могут продемонстрировать, что они понимают опыт и проблемы своих клиентов. Еще стоит отметить, что И. Хакамаде часто приходится излагать психологические идеи, экономические концепции или методы самосовершенствования таким образом, чтобы клиентам было легко их понять и применить в своей собственной жизни, и разговорная лексика может облегчить этот процесс.

Ирина Хакамада, как можно заметить, строит свою речь, опираясь в основном на лексику, входящую в состав русского литературного, куда включаются в том числе нейтральные единицы, заимствования, термины, разговорный пласт. Однако в речевом портрете бизнес-тренера присутствуют примеры, находящиеся за пределами литературного языка. Например, И. Хакамада в своих текстах, в речи использует жаргонизмы:

1. *Увидите, сколько **крутых** ребят придут в школу после этого.* Крутой – О человеке: высшего образца, представляющий стандарт с точки зрения лиц, принадлежащих к определенным социальным группам [Ермакова, 1999: 86].
2. *Такой **стёб**.* Стёб – насмешка, шутка, анекдот [Ермакова, 1999: 202].
3. *...**балдел** от кайфа.* От «балдеть» – 1. Находиться в расслабленном, приятном состоянии. 2. Быть в восторге от чего-нибудь [Ермакова, 1999: 7].
4. *Она стала **наезжать**.* – 1. Напасть с угрозами, желая добиться чего-нибудь, часто в финансовой сфере. 2. Обвинять или упрекать [Ермакова, 1999: 115-116].
5. *Но я знаю одну бедную семью, где ребёнок **офигенный**.* Офигенный (офигительный) – замечательный [Ермакова, 1999: 144].
6. *...некая **отмороженность** – это один из симпатичных имиджей, который ассоциируется у людей с некой свободой.* Образовано от «отмороженный» – 1. незэмоциональный, безразличный, странный; 2. Человек, лишенный каких бы то ни было принципов (преимущественно бандитах), для которого не существует законов и норм [Ермакова, 1999: 135-136].
7. *Вот буквально **кайф** от неё ловить!; Ловите **кайф** от каждого мгновения; И будет **кайф**, драйв и карьера.* Кайф – удовольствие, наслаждение [Ермакова, 1999: 67].
8. *Очевидно, первое высказывание принадлежит либо откровенным «**троллям**».* Тролль – В Интернете: о человеке, скрывающемся под вымышленным именем с целью избежать ответственности за распространение ложных сведений, за создание ситуаций конфликта между участниками сетевой переписки и т.п. [Тролль].

9. *То есть она **троллит** эти выборы; Она всё подряд **троллит**. От «троллить» – Высмеивать что-л., намеренно выставляя кого-л. в смешном, нелепом виде; издеваться [Троллить].*

10. *Вас всех, большинство, интересуют тылы, **бабки**, халява в любом варианте. Бабки – деньги [Ермакова, 1999: 5].*

11. *Вас всех, большинство, интересуют тылы, бабки, **халява** в любом варианте. Халява – Возможность получать что-нибудь даром [Ермакова, 1999: 237].*

12. *...я таскала её по всем **тусовкам**; Я не была «человеком политической **тусовки**»; На **тусовку** придите чуть-чуть позже. Тусовка – Компания, круг общения [Большой толковый словарь русского языка, 2000: 1354].*

Обращение к жаргонизмам позволяет придать текстам коучей определенную выразительность, помогая более ярко передавать эмоции и смысл. Используя красочный и вместе с тем неформальный язык, бизнес-тренеры могут сделать свои тексты более действенными и запоминающимися для аудитории. Употребление жаргонной лексики в тексте, может вызвать у читателя интерес к тексту, поскольку это необычно для публицистического стиля. И. Хакамада использует подобные единицы, чтобы сделать свои идеи более доступными и понятными для аудитории. Особо стоит отметить, что при работе с молодыми клиентами или обсуждении тем, относящихся к молодежной культуре, использование жаргонных слов может быть эффективным способом взаимодействия коучей со своей аудиторией. Это показывает, что бизнес-тренер ориентируется в современных языковых тенденциях и может говорить с клиентами так, чтобы это соответствовало их поколению. Однако важно использовать жаргонизмы разумно и взвешенно, поскольку чрезмерное использование таких лексем или ненормативной

лексики потенциально может подорвать профессионализм и доверие к коучинговым отношениям.

Кроме того, в текстах коуча присутствуют вкрапления просторечных лексем:

1. *У японцев есть закрытая комната с куклой начальника, где они могут хорошенько **отдубасить** такую куклу, пока все эмоции не улягутся.* От «дубасить» – Колотить, избивать с ожесточением [Ожегов, 2006: 131].

2. *Я как представила, что этот огромный корабль будет плыть рядом, я, по-моему, **сдохну**:* сдыхать – То же, что «дохнуть» – Умирать (о человеке) [Ожегов, 2006: 178].

3. *Их всё **достало**.* От «достать» – То же, что донять [Ожегов, 2006: 177].

4. *Никто не возьмёт, или будут **драть** за свой товар больше.* Драть – брать с кого-нибудь слишком дорого за что-нибудь, обирать [Ожегов, 2006: 179].

5. *...хотя я занималась проблемами малого бизнеса и к **сваре** с олигархами не имела никакого отношения.* Свара – Шумная перебранка, ссора [Ожегов, 2006: 697].

6. *Говорит: "А если он мне **двинет**?"*. Двинуть – Ударить, стукнуть [Ожегов, 2006: 153].

Прием включения подобных нелитературных единиц в текст преследует сразу несколько целей:

- **установление контакта с аудиторией:** в определенных ситуациях использование неформальной лексики может помочь автору найти общий язык с читателями;

- **привлечение внимания:** жаргонизмы и просторечия обращают на себя внимание, ярко выделяясь в общей структуре всего текста;

- **выражение эмоций или оценки:** с помощью нелитературных слов автор может передавать сильные эмоции, давать оценку: *ребёнок офигенный, она всё подряд троллит.*

Как мы уже отмечали, бизнес-тренерам, коучам необходимо уделять приоритетное внимание четкой коммуникации и следить за тем, чтобы их язык соответствовал потребностям и предпочтениям их клиентов. Отметим, что И. Хакамада делает это умеренно и уместно, чтобы не снизить качество текста и не вызвать негативную реакцию у читателей.

2.1.3. Синтаксические особенности речевого портрета

Ирины Хакамады

Ирина Хакамада довольно часто использует предложения, в которых подлежащее и сказуемое выражены существительным в именительном падеже:

1. *Его сделать быстро просто невозможно, потому что личный бренд – это не только известность.*
2. *Известность – не самоцель, а инструмент достижения профессиональных целей.*
3. *...а для меня счастье – это константа.*
4. *Хайп – это просто модное слово.*
5. *... некая отмороженность – это один из симпатичных имиджей.*
6. *Индивидуальность в позиционировании – отправная точка.*
7. *Эмоциональный интеллект – это умение управлять своими и чужими установками.*
8. *Интеллигент – это человек, занимающийся интеллектуальным трудом и ощущающий себя маленькой частичкой совести нации.*

9. *Все считают, что интуиция – это инсайт, просветление.*
10. *Поэтому рестарт — это сложная вещь.*

Использование подобных конструкций может усилить эмоциональное воздействие на читателя, сделать текст более выразительным и запоминающимся. Кроме того, использование подобных повторяющихся моделей построения предложения позволяют добавить ясности и точности в текст, а также подчеркнуть определенную важную информацию, идеи.

В текстах Ирины Хакамады присутствуют вопросно-ответные конструкции. Приведем примеры из текстов:

1. *Как это все совместить? Вы на неделю составляете график.*
2. *И что получается? Они подсаживаются на мой хайп.*
3. *Сорвалась важная встреча? Прекрасно, потрачу это время на маникюр.*
4. *Закончились билеты на выставку? Отлично, значит, договариваетесь о встрече с подругами.*
5. *И что, он – «прикормленный»? Нет, конечно.*
6. *Почему? Да потому, что я – женщина.*
7. *Уехать? Нет, никогда!*
8. *Почему? Потому что они находятся в бесконечном поиске, и им нужны инструменты.*
9. *Дети, что, примитивные существа, и работа с ними не требует высокой квалификации? Наоборот!*
10. *Понимаете, да? Одно тянет за собой другое*

Подобные конструкции используются для того, чтобы сделать текст более легким для восприятия, что достигается за счет вовлечения аудитории в некую имитацию диалога. Они помогают удерживать внимание читателей, а также способствуют лучшему усвоению информации. Кроме того, вопросно-ответная форма изложения может использоваться для постановки

проблемы и ее обсуждения, уточнения и пояснения информации, акцентирования внимания на значимых идеях и концепциях. Все это помогает автору организовать свои мысли и структурировать текст, сделать его более эмоциональным и выразительным.

Еще одной специфической особенностью текстов И. Хакамады является использование парцелляции, которая представляет собой «выразительный синтаксический прием письменного литературного языка, при котором предложение интонационно разбивается на самостоятельные, очень короткие части, графически выделенные как самостоятельные предложения» [Жеребило, 2010: 256]. Приведем примеры:

1. *Поэтому самые креативные уходят оттуда. А детей спасают родители. Когда переводят ребенка из плохой школы в хорошую.*
2. *Если вы химик – учите органическую химию хоть круглосуточно. Но факультативно.*
3. *В моем понимании «успех» равно «счастье». Многие разделяют.*
4. *Возьмите блокнот и распишите свое время. Поминутно.*
5. *Но заметьте, каждый раз в первую очередь был продукт. Или политические законы и решения, или лекции и мастер-классы.*
6. *Для интернета имидж человека с «чудинкой» абсолютно приемлем. Но все должно быть в балансе. В меру.*
7. *Когда задолбала жизнь вообще, это значит, что надо менять все. И работу, и стиль жизни, и, может быть, даже свой образ. Все.*
8. *Я ничего не бросала, я параллельно начинала новое, потом уходила со старого места. Всегда.*
9. *Это – результат глупости, помноженной на страх. И тут всё логично.*
10. *Я занимаюсь спортом, и у меня куча увлечений. А это даёт энергию и молодость.*

Этот прием позволяет улучшить удобочитаемость и четкость текста, разделив содержимое на более мелкие и понятные единицы и тем самым облегчить понимание, выделив основные идеи и ключевые элементы. Кроме того, парцелляция направлена на то, чтобы позволить читателю сосредоточиться на важных элементах и не потеряться в массе информации.

Яркой чертой речевого портрета И. Хакамады являются императивы, в общем смысле представляющие собой глаголы в повелительном наклонении. Подобные единицы сравнительно часто встречаются в рассматриваемых текстах:

1. ***Ищите*** себя, а не славу;
2. ***Вы должны*** рекламировать свой продукт;
3. ***Воспринимайте*** жизнь, как приключение;
4. ***Возьмите*** блокнот и ***распишите*** свое время;
5. ***Не начинайте*** действовать в первые несколько минут или подавлять свои эмоции;
6. ***Ничего не бойтесь***;
7. ***Полюбопытствуйте***, о чём вещают на политических ток-шоу;
8. Как можно раньше ***начинайте*** менять свои установки;
9. ***Посмотрите*** любое документальное кино о Большом взрыве или развитии Вселенной.
10. ***Сравните*** хотя бы их евро и наш рубль.

Рассмотренные императивы выполняют в тексте несколько функций: они могут быть использованы для того, чтобы побудить аудиторию к действию, вдохновить на достижение целей; подобные единицы позволяют направлять внимание на важные аспекты работы, фокусировать его на конкретных задачах и целях; участвуют в формировании позитивного мышления.

В статьях и интервью И. Хакамады широко представлен прием «эллипсис», который представляет собой эффективное стилистическое средство в публицистическом тексте. Эллипсис заключается в исключении из предложения легко восстанавливаемых слов:

1. *Или любой ролик с научным экспериментом в YouTube: например, что происходит, когда сквозь бумагу пропускают на экран бьющие частицы, и что [происходит] – когда пропускают луч.*

2. *И это всё [оплачивается] – на зарплату одного учителя английского языка в средней школе.*

3. *Первая [сила] – женская «выживательная», способность терпеть и выдерживать самые, казалось бы, невероятные испытания.*

4. *Европа [находится] – в закате?*

5. *Обед и сон меня не волнуют [обед, сон] – как получится.*

6. *У меня вот в это время тусовка, на которую я мечтаю попасть, и в это же время [проходит] – деловое мероприятие.*

7. *...психологи говорят одно, йоги [говорят] – другое, а религиозные философы [говорят] – третье.*

8. *Мне нравится зарабатывать свои деньги. Я не гналась за ним — у него было больше [денег], но мне хватало .*

9. *Вы никогда не задавались вопросом: отчего это миграция [происходит] – туда, а не к нам?*

Благодаря эллиптическим предложениям текст приобретает некую сложность, неоднородность, что делает его более интересным и привлекательным для читателя. Кроме того, они помогают авторам передать сложные эмоции и оттенки смысла, а также широко широко используются для придания тексту динамичности, большей выразительности и экспрессивности.

2.2. Особенности тезауруса Ирины Хакамады

Лингвист О.Л. Арискина проводила исследования в области дискурса российских коучей XXI века на материале текстов Радислава Гандапаса и Ирины Хакамады. Согласно О.Л. Арискиной, в дискурсе коучей Р. Гандапаса и И. Хакамады существуют ключевые концепты: «Ядерных концептов два – "Деньги" и "Успех"» [Арискина, 2021: 170]. Проведя анализ статей и интервью И. Хакамады, мы можем частично согласиться с этим заключением, добавив, однако, собственные примеры найденных концептов.

Концепт «Деньги» в текстах И. Хакамады представлен в следующих контекстах:

1. *Для того чтобы новые молодые люди пришли в школу, нужны не только деньги: у нового поколения они уже не стоят на первом месте.*
2. *Деньги – не цель, а средство достижения цели.*
3. *...огромный драйв, т. е. энергию и возможность реализации карьеры, т. е. возможность зарабатывать деньги.*
4. *А что, если человек работает за деньги – это уже корысть?*
5. *Я зарабатываю деньги гонорарами, но я делаю, что хочу.*
6. *У неё не было денег нанимать учителей. И теперь сама она этим деньги зарабатывает ещё.*

Подобные высказывания позволяют сделать вывод, что деньги в понимании И. Хакамады являются неким инструментом для достижения какой-либо поставленной цели, успеха. Отметим, что бизнес-тренер отождествляет успех со счастьем, считая, что счастье – постоянное состояние человека, а не временная эмоция. Деньги так или иначе представляют ценность для коуча, поскольку, по ее мнению, предоставляют возможность для самореализации, однако она замечает, что для более молодого поколения они не являются единственно значимой частью жизни.

Приведем цитаты из текстов И. Хакамады, связанные с концептом «Успех»:

1. *В моем понимании «успех» равно «счастье».*
2. *Научившись направлять свои эмоции в нужное русло, вы сможете добиться большого успеха в жизни.*
3. *Искать того человека, который с вами на одной волне – вы его чувствуете и у него огромный опыт в достижении успеха в этой области.*
4. *То есть учиться осознанности у человека, который не прошел свой путь успеха, не падал и не поднимался, бесполезно.*
5. *Поэтому успех – это всего лишь некий инструмент для того, чтобы все-таки быть счастливым.*

В этих предложениях И. Хакамада связывает достижение успеха с наличием у человека жизненного, профессионального опыта, с прохождением некоего пути, он подчеркивает, что добиться успеха можно лишь чему-либо научившись. При этом стоит особо отметить стремление Ирины Хакамады подчеркнуть, что она не дает какие-либо универсальные советы своей аудитории, она настаивает на том, что ее деятельность заключается в передаче неких «инструментов», которые содержатся в мастер-классах и могут быть приобретены потенциальными покупателями. Приведем примеры подобных предложений: *«Не стоит копировать мой опыт»*, *«Не копируйте модель поведения успешных людей, потому что все люди разные»*, *«Я, например, никогда не даю модели поведения. Я рассказываю и даю инструменты»*, *«Не копируйте чужие модели, берите инструменты!»*. Таким образом бизнес-тренер старается показать читателям, что ее роль заключается в некоем наставничестве. Ирина Хакамада как бы снимает с себя ответственность за то, как аудитория ее мастер-классов распорядится предоставленными «инструментами».

Кроме того, бизнес-тренер отождествляет успех со счастьем, а также сравнивает его с инструментом. Лексема «инструмент» неоднократно повторяется в текстах И. Хакамады, поэтому мы выделяем ее в отдельный аспект речевого портрета коуча:

1. *Владеть **инструментом** тайм-менеджмента.*
2. *Понимаю, если вы идете на лекцию разобраться в эмоциональном интеллекте, потому что **инструментов** много, психологи говорят одно, йоги - другое, а религиозные философы - третье.*
3. *Известность – не самоцель, а **инструмент** достижения профессиональных целей.*
4. *Не копируйте чужие модели, берите инструменты!*
5. *Для меня это всё [внешность, облик] – это рабочий **инструмент**.*
6. *Денежка понемногу пошла, но для меня деньги всегда были только **инструментом**.*
7. *...тебе нужно искать что-то, что дает не модель дешевую и популистскую, а **инструмент**.*
8. *Потому что они находятся в бесконечном поиске, и им нужны **инструменты**.*
9. *Я рассказываю и даю **инструменты**.*

Еще одной особенностью текстов И. Хакамады является обращение к собственному опыту:

1. *Например, когда я была министром, я себе в дневник записала, что три раза в неделю с четырех до пяти я уезжаю в спортивный клуб.*
2. *Я в своей длинной жизни перевидела всех начальников, я была и министром, и вице-спикером, и депутатом, и кооператором, и бизнесменом, и руководителем биржи частной.*

3. *Первый, кто мне это предсказал и показал, был тренер по карате. Он был философом, как все люди, которые занимаются восточными единоборствами.*

4. *Мне приходилось работать в таком режиме. И в правительстве, и в парламенте вообще было одно сплошное давление.*

5. *Мой родственник работает учителем средней школы в Японии.*

6. *Вот недавно я вела переговоры с агентом о лекциях.*

Это приём, который позволяет автору сделать свои идеи более убедительными и достоверными. Публицистический текст обычно направлен на то, чтобы повлиять на мнение аудитории, вызвать у неё определённые эмоции или побудить к действию. Обращение к личному опыту автора может помочь ему установить более тесный контакт с читателем, сделать текст более понятным и близким.

Предыдущий прием связан с значимой для И. Хакамады темой политики. Она неоднократно затрагивает свое прошлое в аспекте политической карьеры:

1. *Когда я пошла в политику, денег мне никто не давал, все отказывали, ситуация казалась безвыходной.*

2. *В начале своей карьеры я начала формировать имидж, который должен был помочь моему продвижению в политике.*

3. *Закончила свою политическую карьеру на высокой ноте и с высоким рейтингом, где же тут поражение?*

4. *Если я работала в Госплане, это не значит, что дальше весь опыт, полученный там, можно выбросить.*

5. *Потом я решила пройти в парламент. Меня все еще никто не знал. Я победила.*

6. *Я шла на выборы с хорошей программой, и, кстати, она отвечает на многие сегодняшние вопросы развития страны.*

Бизнес-тренер подчеркивает важность своего опыта в политике в контексте ее нынешней деятельности. Она говорит о сложностях, с которыми столкнулась в прошлой карьере, о достигнутых высотах в этой области. Все это способствует формированию у аудитории некоего образа человека, которому пришлось встретиться с различными препятствиями, в одной профессиональной сфере, которые впоследствии были успешно преодолены. Позитивный опыт, заслуги в одной деятельности создают ощущение компетентности и по отношению к другой области.

Следующим важным вопросом для бизнес-тренера является ее происхождение – отец Ирины родом из Японии. Она сравнительно часто обращается к этой стороне своей личности:

1. *А потом, когда я всё это преодолела, проснулась спокойная «мужская» сила моего древнего, существующего с одиннадцатого века, самурайского рода.*
2. *Так сформировалась другая личность, существующая по законам айкидо.*
3. *Возможно, это японская черта, когда ни от чего не «сносит крышу», я всегда занималась и занимаюсь только тем, что мне интересно.*
4. *...в том числе и адекватную «волновым» изменениям философию дзен-буддизма и даосизма.*
5. *Круг сансары бесконечен, а значит, и мир не кончается.*
6. *Попробуйте медитировать – восточные практики хорошо помогают в обретении спокойствия.*

Для любого человека важна принадлежность к какой-либо группе: возрастной, социальной, этнической, это позволяет индивиду осознать общность с другими людьми. Из приведенных цитат видно, что Ирина Хакамада демонстрирует интерес к культуре своих родственников, знает ее особенности, какие-либо специфические черты менталитета японцев. Более

того, Хакамада старается подчеркнуть свою принадлежность к японской культуре, однако, не отрицая, однако, важность русской стороны своей личности: *«Во мне есть русское начало, а значит, я не могу не быть эмоциональным человеком»*. Этот аспект ее речевого портрета выделяет ее среди остальных бизнес-тренеров, позволяя подчеркивать ее индивидуальность и уникальность в кругу остальных представителей этой профессии.

Выводы по главе 2

Настоящая глава состоит из двух параграфов, в которых приведены результаты анализа речевого портрета Ирины Хакамады на материале восьми статей и интервью, при этом внимание авторов сосредоточено на лингвистической стороне портрета, а также на его тезаурусном уровне.

Основные черты речевого портрета И. Хакамады в лингвистическом аспекте включают употребление бизнес-тренером терминов, новейших заимствований, разговорной лексики, просторечий и жаргонизмов наряду с нейтральными единицами. Использование терминов и заимствований может говорить о стремлении автора подчеркнуть свои знания в области политики, экономики, сделать акцент на своей компетентности в этих сферах. Разговорные лексемы, просторечия и жаргонизмы способствуют установлению более близкого контакта с аудиторией, формированию неформальных отношений между автором и читателями. В области синтаксиса нами отмечены следующие специфические черты: парцелляция, направленная на выделение особенно важных идей в тексте; вопросно-ответная форма изложения, позволяющая создать ощущение диалога с аудиторией; использование глаголов в повелительном наклонении, что объясняется особенностями профессиональной деятельности бизнес-тренера, как человека, который дает клиента советы и рекомендации.

Тезаурусный уровень характеризуется наличием важных для И. Хакамады концептов: «деньги», «успех», «политика», «инструмент», «Восток». Последние три концепта являются специфическими именно для И. Хакамады, выделяя ее среди других бизнес-тренеров. Кроме того, коуч неоднократно обращается к собственному жизненному и профессиональному опыту, чтобы описать свой путь к успеху и подчеркнуть свою компетентность в осуществляемой ей деятельности.

Глава 3. Методические основы изучения речевого портрета

3.1. Речевое портретирование в методике преподавания русского языка как иностранного

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика предполагает, что «у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции» [ФГОС ВО]. В КГПУ им. В.П. Астафьева для обучающихся по направлению 45.03.02 Лингвистика разработана дисциплина «Современный русский язык», которая нацелена на то, чтобы «познакомить студентов с актуальными проблемами данной науки, а также выработать умения и навыки уместного и правильного употребления языковых средств в устной и письменной речи в зависимости от сферы их употребления, ситуации общения и т. п.» [Шестернина 2021]. Планируемые результаты обучения включают формирование следующих компетенций:

- «ОК-6 — владение наследием отечественной научной мысли, направленной на решение общегуманитарных и общечеловеческих задач;
- ПК-1 — владение теоретическими основами обучения иностранным языкам, закономерностям становления способности к межкультурной коммуникации;
- ПК-3 — способность использовать учебники, учебные пособия и дидактические материалы по иностранному языку для разработки новых учебных материалов по определенной теме;
- ПК-5 — способность критически анализировать учебный процесс и учебные материалы с точки зрения их эффективности;
- ПК-17 — способность моделировать возможные ситуации общения между представителями различных культур и социумов»

[Шестернина 2021].

В состав курса по этой дисциплине входят разделы, посвященные различным уровням языка:

- лексика (слово как единица языка, лексика современного русского языка с точки зрения сферы её употребления, антонимия, паронимия и подобные);
- морфология (имя прилагательное, наречие и слова категории состояния, время (темпоральность), наклонение и лицо (персональность), причастие, деепричастие и подобные);
- синтаксис (словосочетания, главные члены предложения, простое предложение, сложносочиненное и сложноподчиненное предложения, текст как синтаксическая единица и др.).

Помимо этого, в курсе дисциплины присутствует раздел «Комплексный анализ текста», предполагающий освоение обучающимися навыков по поиску информации в тексте, ее пониманию, преобразованию, интерпретации и оценке.

Задачи обучения русскому как иностранному языку обуславливают значимость текста в процессе обучения. Очевидно, что студент, изучая русскоязычный текст, познает новые для него культурно-языковые факты и овладевает иноязычной культурой. Помимо этого, «текст также является источником разных языковых средств и, соответственно, моделей их реализации» [Одинцова 2021: 311].

Публицистический текст представляет собой, по мнению А.Н. Богомолова, «образец национально-культурной специфики речевого общения, фрагмент национальной культуры, который дает достаточно полное представление о социально-культурных процессах, которые происходят в современном российском обществе, помогающий адекватному восприятию учащимися иноязычной действительности» [Богомолов 2012: 86]. В процессе

обучения русскому языку как иностранному или неродному существенное значение имеет изучение особенностей публицистического текста. Тексты этого стиля «имеют широкую тематику (политика, экономика, культура, наука и др.), отражают актуальную лексику, соответствуют интересам студентов» [Куроедова 2020: 118]. Все эти аспекты обуславливают высокую познавательную и воспитательную ценность для иностранцев, изучающих русский язык. Таким образом, текст публицистического стиля будет являться эффективным дидактическим материалом, поскольку он «охватывает те темы жизни общества, которые позволяют изучить на уроках отношения и взаимодействия социально-профессиональных, территориально-региональных и возрастных общностей» [Митрофанова, 2020: 210]. Исходя из обозначенных положений, считаем важным ответственно подходить к выбору текстов для изучения и анализа на занятиях по РКИ.

Анализ речевого портрета иноязычными студентами может «выступать как мера, которая в совокупности с другими способна снять коммуникативный барьер, избавить учащегося от страха перед коммуникативной деятельностью» [Рыбалка 2021: 903]. Кроме того, по мнению И.С. Михайловой, анализ речевого портрета «способствует также расширению словарного запаса обучающихся и развитию у них языкового вкуса» [Михайлова 2019: 134]. Необходимо отметить, что использование методики речевого портретирования целесообразно проводить на занятиях со студентами с высоким уровнем знания языка, поскольку «по мере повышения уровня владения русским языком, увеличиваются объем и сложность текстов, с которыми работают студенты, появляется возможность работать с неадаптированными текстами и обучать студентов различным средствам художественного анализа» [Коржева 2021: 58].

Таким образом, изучение РП в иноязычной аудитории позволит сделать акцент на построении различных грамматических конструкций, обратить внимание на стили языка, познакомить с лексикой различных пластов.

3.2. Методическая разработка

В настоящем параграфе представлены планы занятий для изучения речевого портрета И. Хакамады на семинарах по русскому языку как иностранному в рамках дисциплины «Современный русский язык». Для проведения анализа РП выбраны фрагменты текстов: «Как научиться управлять негативными эмоциями», «Управляйте временем и будет вам кайф, драйв и карьера».

Занятие 1

Тема занятия: Речевой портрет Ирины Хакамады.

Уровень владения языком: Второй сертификационный уровень (B2).

Цель занятия: формирование навыков анализа речевого портрета личности.

Оборудование: компьютер, проектор, раздаточный материал.

Ход занятия

I этап. Организационный.

Преподаватель: приветствует учащихся, проверяет готовность к занятию, создает комфортную атмосферу. *Добрый день! Как ваши дела?*

Обучающиеся: включение в работу. Обучающиеся приветствуют преподавателя, отвечают на вопрос. *Добрый день! Всё хорошо!*

Речевая разминка.

Повторите слоги за учителем. Прочитайте сами.

ЛА ЛЭ ЛО ЛУ ЛЫ
РА РЭ РО РУ РЫ
ЛЯ ЛЕ ЛЁ ЛЮ ЛИ
РЯ РЕ РЁ РЮ РИ

Повторите скороговорки за учителем. Прочитайте сами.

1. На дворе трава, на траве дрова.
2. Матрос принёс на борт матрас.
3. До города дорога в гору, от города – с горы.
4. Корабли лавировали-лавировали, да так и не вылавировали.

II этап. Предтекстовый.

Используемый текст: И. Хакамада. Как научиться управлять негативными эмоциями. URL: <https://thebusinesscourier.com/ru/irina-xakamada-kak-nauchitsya-upravlyat-negativnymi-emociyami>

Задание 1. Переведите слова и словосочетания:

1. Негативные / положительные эмоции – _____
2. Характерный для – _____
3. Подсознание – _____
4. Интенсивность – _____
5. Хохотать – _____
6. Расплакаться от счастья – _____
7. Отдубасить – _____
8. Негативно / положительно сказываться на – _____
9. Медитировать – _____
10. На фоне стресса – _____

11. Подавлять эмоции – _____
12. Направлять в нужное русло – _____
13. Гамма эмоций – _____

III этап. Притекстовый.

Преподаватель: *Сегодня я предлагаю вам провести анализ четырех аспектов речи Ирины Хакамады. Подобный анализ позволит сделать вывод о речевом портрете Ирины Хакамады, которая является бизнес-тренером. Как вы думаете, что такое речевой портрет?*

Обучающиеся: *Может быть, это описание Ирины Хакамады / Это то, какими словами и выражениями пользуется Ирина Хакамада и проч.*

Задание 2. *К каждому слову из левого столбца подберите слово из правого столбца так, чтобы у вас получились словосочетания. При необходимости поставьте слова в правильную грамматическую форму.*

затаить	анализ
негативная	обида
проводить	интеллект
эмоциональный	эмоция
избегать	ситуация
проблемный	контакт

Затаить обиду, негативная эмоция, проводить анализ, эмоциональный интеллект, избегать контакта, проблемная ситуация.

III этап. Текстовый.

Задание 4. Прочитайте текст. Ответьте на вопросы:

1. Почему невозможно контролировать эмоции? (Потому что их невозможно предсказать, они возникают спонтанно) Какими они бывают? (Положительные, отрицательные, восторженные, негативные).

2. Почему, по мнению автора, в процессе эмоции не нужно что-либо делать? (По мнению автора, все, что вы можете сделать, особенно, если вы испытываете негативные эмоции - будет глупостью).

3. Какие советы дает автор статьи для управления негативными эмоциями? (Делать паузу, защищать организм, менять установки, искать позитив в негативе, проживать эмоции).

4. Какой совет вам понравился больше? (Мне понравилось предложение делать паузу, чтобы успокоиться и проч.) Какой совет вы бы сами дали человеку, испытывающему негативные эмоции? (Я бы посоветовал отвлекаться на что-то другое, не думать об источнике отрицательных эмоций).

Задание 3. Подберите к каждой иллюстрации совет, который дает автор в статье.

			
<p><i>Ищите позитив в негативе</i></p>	<p><i>Сделайте паузу</i></p>	<p><i>Защищайте свой организм</i></p>	<p><i>На вас давят извне, а вы находитесь в своем пространстве</i></p>

Задание 5. Выберите утверждения, соответствующие содержанию текста. Отметьте каждое предложение знаком «+», если оно верно, и знаком «-», если неверно.

1. Эмоция может длиться очень долго. (-)
2. Человек испытывает всю гамму эмоций. (+)
3. Эмоцию нужно подавить, чтобы не совершить глупый поступок.
(-)
4. Эмоциональный интеллект – это умение управлять своими и чужими установками. (+)
5. Эмоциональный интеллект можно развить, получив необходимые знания. (-)
6. Процесс поиска позитива в негативной ситуации может не привести к результату, но поможет отвлечься. (+)
7. Всегда можно выбрать людей, с которыми будет комфортно общаться. (-)
8. Автор советует сразу же начать действовать, чтобы пережить эмоцию. (+)
9. Нужно научиться работать под давлением так, чтобы стресс не влиял на внутреннее состояние. (+)
10. Если человек умеет направлять эмоции в нужное русло, он сможет добиться успеха в жизни. (+)

IV этап. Послетекстовый.

Задание 6. Заполните таблицу примерами слов из текста.

Какая лексика в тексте встречается чаще всего: нейтральная, термины, разговорные слова, просторечия? Сделайте вывод о лексическом составе текста.

человек, эмоциональный интеллект, урод, обидный, раздражитель, дебил, отдубасить, обидный, раздражитель, подсознание, делать, дать (в челюсть), скажите, внешняя среда, куча (друзей), случай.

Нейтральные	Термины	Разговорные слова	Просторечия
человек	эмоциональный интеллект	урод	отдубасить
обидный	раздражитель	дебил	
делать	подсознание	дать (в челюсть)	
скажите	внешняя среда	куча (друзей)	
случай			

В тексте больше используются нейтральные слова, но автор довольно часто использует термины, иногда прибегает к употреблению разговорных и просторечных слов.

Задание 7. Какие части речи встречаются чаще всего? Как вы думаете, почему? Обратите внимание на грамматические формы. Скажите, к какому стилю принадлежит текст. Почему?

В тексте довольно много имён существительных, прилагательных и в особенности глаголов. Часто встречаются глаголы в повелительном наклонении: «сделайте», «проанализируйте», «избегайте», «попробуйте» и др. Текст сочетает нейтральную лексику, термины, разговорные слова и просторечия. В нем присутствуют побудительные глаголы, оценочная


лексика, в целом текст логичный, структурированный. Все это говорит о том, что текст принадлежит к публицистическому стилю.

Задание 8. Найдите в тексте примеры простых и сложных предложений. Какие встречаются чаще? Как вы думаете, почему?

Простые предложения	Сложные предложения
<i>Все это будет негативно сказываться на вашем здоровье.</i>	<i>Эмоции характерны для природы человека и контролировать их невозможно, потому что их невозможно предсказать.</i>
<i>Это и называется эмоциональный интеллект.</i>	<i>Если человек мстительный по характеру, то он может затаить обиду и дать себе установку, что теперь он будет мстить.</i>
<i>Мы начинаем противопоставлять эмоциям силу интеллекта.</i>	<i>Если вы начинаете анализировать ситуацию, это уже хорошо.</i>
<i>Мне приходилось работать в таком режиме.</i>	<i>Людей много, и выбирать из них только тех, с кем вам комфортно общаться, не всегда получается.</i>

В тексте чаще всего встречаются сложные предложения. Автор стремится выразить идеи, которые требуют использования более сложных синтаксических конструкций. Кроме того, сложные предложения помогают автору установить логические связи между различными аргументами.

Задание 9. Вспомним, какие существуют средства выразительности речи. Выполните задание:

	<p>(WordWall: Средства художественной выразительности. URL: https://wordwall.net/ru/resource/56459880).</p>
---	---

Задание 10. Разделитесь на группы. Каждой необходимо заполнить колонку примерами стилистических средств, используемых в тексте. Сделайте вывод о применении выразительных средств в тексте.

Эпитет	Метафора	Парцелляция
<p><i>Тогда нужно жить на каком-то маленьком райском острове в окружении приятных вам соседей.</i></p>	<p><i>...такой груз тащить за собой незачем.</i></p>	<p><i>Мне приходилось работать в таком режиме. И в правительстве, и в парламенте вообще было одно сплошное давление.</i></p>
	<p><i>На вас давят извне, а вы находитесь в своем пространстве, в своей личной капсуле, куда это давление не проходит.</i></p>	<p><i>Если невозможно все это предпринять, сидя в окружении других людей, скажите, что вам надо выйти. И идите в туалет.</i></p>

В тексте встречается не так много тропов. Возможно, это связано с темой статьи. Отметим, что часто встречается парцелляция, то есть

разделение предложения на несколько отрезков. Этот прием позволяет автору сделать акцент на определенных фрагментах текста, усилить воздействие на читателя.

Задание 11. В группах заполните таблицу об основных особенностях речи Ирины Хакамады. Представьте результат остальным группам.

Лексический уровень	Морфологический уровень	Синтаксический уровень	Стилистический уровень
<i>В тексте в основном употребляется нейтральная лексика. Присутствуют слова из разговорного и просторечного пласта, термины.</i>	<i>Сравнительно часто встречаются имена существительные, прилагательные, но глаголы – чаще. Отметим, что глаголы неоднократно используются в форме повелительного наклонения.</i>	<i>Сложных предложений больше, чем простых, что связано со сложностью темы статьи.</i>	<i>Тропы представлены не так широко, но среди средств отдельно можно выделить парцелляцию, с помощью которой автор расставляет акценты на важных отрезках текста.</i>

V этап. Заключительный.

Преподаватель: *Мы с вами провели анализ речи Ирины Хакамады. Исходя из выполненной работы, скажите, что такое речевой портрет.*

Обучающиеся: *Речевой портрет – это характеристика личности, позволяющая определить, какие слова, грамматические конструкции, средства выразительности встречаются в речи человека. Кроме того, по этим параметрам можно сделать различные выводы о самом человеке, о том, что для него является важным, а также для каких целей он использует ту или иную языковую единицу.*

Занятие 2

Тема занятия: Речевой портрет Ирины Хакамады.

Уровень владения языком: Второй сертификационный уровень (B2).

Цель занятия: развитие навыков анализа речевого портрета личности.

Оборудование: компьютер, проектор, раздаточный материал.

Ход занятия

I этап. Организационный.

Преподаватель: приветствует учащихся, проверяет готовность к занятию, создает комфортную атмосферу. *Здравствуйте! Как ваши дела? Какое у вас сегодня настроение?*

Обучающиеся: настрой на работу. Обучающиеся приветствуют преподавателя, отвечают на вопросы. *Добрый день! Всё хорошо! Настроение отличное!*

Речевая разминка.

Повторите слоги и слова за учителем. Прочитайте сами.

<i>са – ша,</i>	<i>наш – нас,</i>
<i>со – шо,</i>	<i>сок – шок,</i>
<i>су – шу</i>	<i>усы – уши</i>

Повторите скороговорки за учителем. Прочитайте сами.

1. *У осы не усы, не усищи, а усики.*
2. *Саша шапкой по ошибке шишку сшиб.*
3. *Шла Саша по шоссе и сосала сушку.*

I этап. Предтекстовый.

Задание 1. Переведите слова и сочетания:

1. Построить карьеру –
2. Тайм-менеджмент –
3. Вносить изменение в –
4. Корректировать –
5. Территориальное расположение –
6. Спортклуб –
7. Семейные обязанности –
8. Тусовка –
9. Драйв –
10. Ловить кайф –
11. Ненормированный рабочий день –

III этап. Притекстовый.

Преподаватель: *Сегодня я предлагаю вам вспомнить что такое речевой портрет. Какие его аспекты мы анализировали на прошлом занятии?*

Обучающиеся: *Речевой портрет – это характеристика личности, позволяющая определить, какие слова, грамматические конструкции, средства выразительности встречаются в речи человека. Мы анализировали*

четыре аспекта: лексический, морфологический, синтаксический, стилистический.

Преподаватель: *Отлично! Сегодня мы продолжим работу, используя такой же алгоритм. Предлагаю вам прочесть еще один текст Ирины Хакамады.*

Задание 2. Поставьте глаголы в правильную грамматическую форму.

1. Если вы _____ (наметить) занятия спортом, _____ (найти) спортклуб как можно ближе к дому или к работе.
2. Я _____ (понимать), если вы _____ (идти) на конференцию, посвященную инвестициям.
3. Работа, развлечения и семья _____ (планироваться) ежедневно.
4. Когда вы _____ (управлять) временем, вы _____ (учитывать) абсолютно все.
5. Когда я _____ (быть) министром, я себе в дневник _____ (записать), что три раза в неделю с четырех до пяти я _____ (уезжать) в спортивный клуб.

III этап. Текстовый.

Задание 3. Прочитайте текст. Ответьте на вопросы:

1. Каких принципов предлагает придерживаться Ирина Хакамада для того, чтобы легко совместить работу и личную жизнь? (*Жить по правилу «Я могу, у меня получится»; Любить себя и сделать себя центром жизни; владеть инструментом тайм-менеджмента*).
2. Что значит последнее правило? (*Это значит управлять временем*).

3. Какой основной принцип управления временем? (*Пытаться совместить все*).

4. Согласны ли вы с идеей автора планировать каждую деталь в своем расписании? Почему? (*Да, потому что это поможет выстроить планы на неделю / Нет, потому что мне комфортнее не расписывать каждую минуту своего времени*)

IV этап. Послетекстовый.

Задание 4. Заполните таблицу словами из текста. Какой вывод о словарном составе вы можете сделать?

Нейтральные	Термины	Разговорные слова	Новейшие заимствования
<i>время</i>	<i>конъюнктура</i>	<i>болтаться</i>	<i>тайм-менеджмент</i>
<i>семья</i>	<i>эмоциональный интеллект</i>	<i>сорвалась</i>	<i>хайп</i>
<i>использовать</i>	<i>логистика</i>		<i>коуч</i>
<i>различный</i>			<i>драйв</i>
<i>учиться</i>			

В этом тексте, как и в предыдущем, в большей степени присутствует нейтральная лексика, но при этом присутствуют термины, разговорные единицы, а также новейшие заимствования.

Задание 5. Обратите внимание на глаголы в тексте. Какая грамматическая форма встречается чаще всего? Почему выбрана именно эта форма? Связано ли это с деятельностью Ирины Хакамады?

В тексте часто встречаются глаголы в побудительном наклонении, потому что автор дает читателям советы, как научиться управлять временем. Это напрямую связано с ее профессиональной деятельностью бизнес-тренера, который дает рекомендации своей аудитории о том, как добиться успеха.

Задание 6. Обратите внимание на предложения в тексте. Каких больше: простых или сложных? Встречаются ли осложненные предложения? Приведите примеры. Сделайте вывод о синтаксических особенностях текста.

В этом тексте, как и в предыдущем, больше сложных предложений. Кроме того, часто встречаются осложненные предложения:

1. *Причастный оборот: «Я понимаю, если вы идете на конференцию, посвященную инвестициям», «Потому что это тонкий момент, все время меняющийся».*

2. *Однородные члены предложения: «Определяйте, какой транспорт вам выгоден в настоящий момент: метро, такси, автомобиль или автобус», «Например, у вас есть муж, ребенок, бабушка или няня».*

3. *Вводные конструкции: «Я, например, никогда не даю модели поведения», «. Глупо, например, болтаться по центру на машине, если быстрее будет воспользоваться метро или такси».*

Несмотря на то, что предложения по большей части сложные, они воспринимаются легко за счет использования автором нейтральной лексики, понятной аудитории.

Задание 7. Соотнесите цитату из текста с каждым средством выразительности. Приведите собственные примеры из текста для каждого средства. Сделайте вывод.

	<p><i>(WordWall: Средства выразительности речи. URL: https://wordwall.net/resource/73510361)</i></p>
<p>Парцелляция</p>	<p><i>На тусовку придите чуть-чуть позже. Выступите чуть-чуть раньше.</i></p>
<p>Лексический повтор</p>	<p><i>Именно это и называется управление временем.</i></p> <p><i>Когда вы управляете временем, вы учитываете абсолютно все.</i></p>
<p>Метафора</p>	<p><i>И тогда возникнет магия.</i></p>
<p>Вопросно-ответная форма изложения</p>	<p><i>Закончились билеты на выставку?</i></p> <p><i>Отлично, значит, договариваетесь о встрече с подругами.</i></p>

Довольно часто в тексте используется такой прием, как парцелляция. С его помощью автор выделяет важные фрагменты текста. С этой же целью используется лексический повтор, позволяющий выделить ценные для Ирины идеи. Вопросно-ответная форма изложения позволяет создать некий диалог между автором и читателем, установить близкий контакт между ними.

V этап. Заключительный.

Преподаватель: *Мы с вами провели анализ речевого портрета Ирины Хакамады. Исходя из выполненной работы, какие особенности ее речевого портрета были вами найдены?*

Обучающиеся: *Использование разговорных единиц, терминов, заимствований вместе с нейтральной. Большое количество глаголов в побудительном наклонении. Это связано с деятельностью Ирины. Она является бизнес-тренером, ее профессия предполагает предоставление советов, рекомендаций.*

Преподаватель: *Пригодятся ли вам знания, полученные на занятиях в вашей учебной, профессиональной деятельности?*

Обучающиеся: *Да, потому что мы узнали новые слова, не только нейтральные, но и относящиеся к разным пластам лексики. Это поможет лучше понимать тексты на русском языке.*

Выводы по главе 3

В первом параграфе главы приведен анализ научных источников, посвященных теме использования публицистических текстов на занятиях по русскому языку как иностранному. Кроме того, нами были изучены статьи, в которых приведен опыт применения методики составления речевого портрета в иноязычной аудитории. Как показал анализ теоретических работ, на занятиях по РКИ может быть применено речевое портретирование, поскольку приемы анализа РП способствуют расширению словарного запаса, углублению знаний о русском языке и его системе, а также формированию коммуникативной компетенции.

Второй параграф содержит методическую разработку двух занятий по русскому языку как иностранному для иностранных студентов с уровнем

владения языком не ниже В2. Нами была выбрана схема анализа речевого портрета Ирины Хакамады, включающая изучение лексического, морфологического, синтаксического, стилистического уровней. При этом в задания включены проблемные вопросы, развивающие умение критически мыслить, анализировать информацию и формулировать выводы о мотивах и интенциях автора текста, опираясь на имеющийся языковой материал.

Заключение

Цель нашей работы состоит в описании специфических черт речевого портрета бизнес-тренера на примере текстов Ирины Хакамады. Для достижения цели нами был проведен анализ теоретической литературы, представленный в первой главе. Результаты проведенного исследования позволяют сделать несколько основных выводов:

1. Изучение различных аспектов языковой личности является перспективным направлением в лингвистике, поскольку соответствует антропологической парадигме, сложившейся в современной науке в целом.

2. Понятие «речевой портрет», изначально введенное в терминологический аппарат литературоведения, в настоящее время является одним из основных в отечественном языкознании. Наряду с ним существуют смежные понятия, такие как, «речевое поведение», «речевой имидж», «языковой портрет» и др. Рассмотрение речевого портрета в сопоставлении с приведенными терминами позволило определить специфику понятия: речевой портрет – это воплощенная в языке языковая личность.

3. В настоящее время методика изучения речевого портрета однозначно не определена в связи со сложностью и многоаспектностью исследуемого феномена. Для нашей работы был выбран алгоритм М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой, основанный на идеях о структуре языковой личности Ю.Н. Караулова.

Вторая глава содержит исследование речевого портрета Ирины Хакамады, при этом акцент был сделан на лингвистической стороне РП, а также на тезаурусном уровне. Проведенный анализ дал возможность выделить и описать основные специфические черты речевого портрета бизнес-тренера:

1. Использование наряду с нейтральной лексикой терминов, заимствований, просторечий, жаргонизмов и разговорной лексики. С их помощью коуч, с одной стороны, подчеркивает свой статус эксперта в своей профессиональной области, а с другой – устанавливает тесный контакт с аудиторией.

2. Синтаксическое построение текстов позволяет автору выделить ключевые идеи и концепции, обратить на них внимание читателя. Кроме того, использование вопросно-ответных конструкций помогает в создании некоего диалога между И. Хакамадой и ее аудиторией.

3. На тезаурусном уровне обнаруживаются концепты, представляющие ценность для коуча: «деньги», «успех», «инструмент», «Восток». Первые три концепта связаны с профессиональной деятельностью Ирины Хакамады, ее тексты так или иначе содержат посыл, заключающийся в том, что она при помощи своих «инструментов» (знаний, опыта) поможет своим клиентам достичь высокого заработка, который, в свою очередь, позволит добиться успеха. Лексическая группа «Восток» связана с происхождением И. Хакамады, она всячески старается подчеркнуть свои японские корни, знание культуры и менталитета Японии, что выделяет ее в среде других коучей.

В третьей главе описан потенциал использования приемов речевого портретирования при обучении инофонов иностранному языку. По нашему мнению, подобная работа позволит расширить словарный запас, углубить знания в области грамматики, развить коммуникативную компетенцию.

Таким образом, поставленные цель и задачи исследования были выполнены. В настоящей работе были охарактеризованы разные аспекты описания речевого портрета, однако это открывает возможности для дальнейших научных изысканий в этом направлении.

Список литературы

1. Агафонова А.С. Речевое портретирование как прием создания образа говорящего // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 87-6. – С. 59-62.
2. Акбембетова А.Е., Мушаев В.Н. Проблема языковой личности в современной лингвистике // Вестник КалмГУ. 2021. №4 (52). С. 40-47.
3. Арискина О.Л. Ключевые концепты в дискурсе коуча XXI века // Русский язык в поликультурном мире. – 2021. – С. 169-173.
4. Асташова О.И. Речевой портрет политика как динамический феномен: автореф. дис ... канд. филол. наук – Екатеринбург, 2013. – 23 с.
5. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд., стер. -М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
6. Балыхина Т.М., Нетёсина М.С. Коммуникативный портрет современного политика // Векторы благополучия: экономика и социум. 2012. №1 (2). С. 287-293.
7. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.20. – СПб., 1984. – 200 с.
8. Богомолов А.Н. Русский язык в средствах массовой информации. Учебник для изучающих русский язык как иностранный. – М.: Русский язык. Курсы, 2012. – 320 с.
9. Бойко Б.Л. Основы теории социально-групповых диалектов: автореф. дис.. докт. филол. наук. М., 2009. 46 с.
10. Бойко Б. Л. Принципы моделирования речевого портрета носителя социально-группового диалекта (к проблеме создания речевого портрета человека на войне) // Армия и общество. – 2008. – №. 2. – С. 114-121.

11. Большой толковый словарь русского языка. / Сост. и гл. Б 79 ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2000. – 1536 с
12. Бурмакина Н.А. Языковая личность первого губернатора Енисейской губернии. Лингвокогнитивные и прагматические проблемы лингвоперсонологии: монография. – Красноярск, 2013. 390 с.
13. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа. М.: УРСС Эдиториал, 2004. 235 с.
14. Виноградов В.В. Избранные труды: О языке художественной прозы. М.: Наука, 1980. – 360 с.
15. Виноградов В.В. О теории художественной речи [Текст] / В.В. Виноградов; АН СССР, Отделение литературы и языка. – М.: Наука, 1971. – С. 100-108.
16. Гуляева Е.В. Лингвокультурный типаж «американский адвокат»: дис. канд. филол. наук. – Волгоград, 2009. – 176 с.
17. Гумбольдт фон В. Избранные труды по языкознанию / пер. с нем. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2000. 125 с.
18. Джукман Э.Р.Н. Соотношение понятий «речевой портрет» и «языковая личность» // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – № 2(75). – С. 354-357.
19. Земская Е.А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 688 с.
20. Ермакова О.П., Земская Е.А., Розина Р.И. Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона: Ок. 450 слов. – М.: Азбуковник, 1999. – 320 с.
21. Есенова Т.С. Гольдинова И. К изучению речевого портрета // Трудовой вклад народов Юга России в Победу в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.: Материалы Российской научно-практической конференции, посвященной 75-летию Победы в Великой Отечественной

войне 1941-1945 гг, Элиста, 26–27 ноября 2020 года. – Элиста: Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова, 2020. – С. 236-240.

22. Иванцова Е.В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования / Е. В. Иванцова // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2010. – № 4(12). – С. 24-32.

23. Иванцова Е.В. Проблемы формирования методологических основ лингвоперсонологии // Вестник Том. гос. университета. Филология. 2008. – № 3(4). – С. 27-43.

24. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта: Наука, 2009. 224 с.

25. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

26. Карасик В. И., Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типаж: сб. науч. тр. / под ред. В. И.Карасика. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 5-25.

27. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.

28. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации. Воронеж: Изд-во Воронеж. техн. гос. ун-та, 2000. 175 с.

29. Китаева Т.В. Речевое поведение как проблема социализации // Минск: БГУ. Карповские научные чтения: сб. науч. статей, 2016. Вып. 10(1). С. 176–180.

30. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русский речевой портрет. Фонохрестоматия. М.: РАН, Ин-т рус. яз. 1995. 114 с.

31. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы. – М.: Языки славянских культур, 2010. – 496с.

32. Клюканов И.Э. Динамика межкультурного общения: системносемиотические исследования. Тверь, 1998. 99 с.
33. Кожемякина В.А. и др. Словарь социолингвистических терминов. / Кожемякина В.А., Колесник Н.Г., Крючкова Т.Б., Парфенова О.С., Трушкова Ю.В. при участии Биткеевой А.Н. и Горячевой М.А. / Российская академия лингвистических наук. Институт иностранных языков. м., 2006. 312 с.
34. Костомаров П.И. Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. № 2(58). Т. 1. С. 198-203.
35. Коржева А.Е. Методика анализа речевого портрета на уроках РКИ (на материале рассказа «Пропавший глаз» М.А. Булгакова) // Современное образование и воспитание подрастающего поколения: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции, Пенза, 30 мая 2021 года. – Пенза: Общество с ограниченной ответственностью "Наука и Просвещение", 2021. – С. 58-60.
36. Крылова М.Н. Речевой портрет как объект исследования в современной лингвистике // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2020. – № 3-2(37). – С. 53-60.
37. Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // рус. яз. в науч. освещении, 2001. Вып. 1. С. 90–107.
38. Кулумбегова В.В. Речевой портрет Олафа Шольца // Студент и наука (гуманитарный цикл) - 2023 : материалы международной студенческой научно-практической конференции, Магнитогорск, 28–31 марта 2023 года. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2023. – С. 807-811.
39. Куроедова М.А., Архипова Н.Г. Публицистический текст как системная разноуровневая единица в методике преподавания русского языка

как иностранного // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. № 88. С. 116-121.

40. Кусаинова А.М. Языковая личность Герольда Бельгера // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 30 (168). Филология. Искусствоведение. Вып. 35. С. 118–122.

41. Кыштымова Т.В. Понятие «языковая личность» в современной лингвистике // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2014. – №. 6. – С. 237-244.

42. Лейко И.М., Маслова В.А. Параметры описания речевого портрета языковой личности // Язык и социальная динамика. – 2012. – № 12-1. С. 414-420.

43. Леорда С.В. Речевой портрет современного студента: автореф. дис ... канд. филол. наук. М.: Саратов. 2006. 19 с.

44. Лукин Д.С. Лингвокультурное представление о языковой личности // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2015. – № 4. – С. 78-84.

45. Лутовинова О.В. Становление понятия «языковая личность»: от «языка в человеке» до «человека в языке» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2017. – № 1(114). – С. 82-89.

46. Макеева С.О. Речевой портрет в круге смежных понятий // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. – 2014. – № 3. – С. 79-85.

47. Максимов Б.К. Речевой портрет молодежи на фоне нашей жизни // Русский язык и современность. - 2011. - № 2.- С. 45-54.

48. Мамаева С.В. Речевой портрет коллективной языковой личности школьников 5-7-х классов: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Самара, 2007. 19 с.

49. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2004. 266 с.
50. Маслова В.А. Основы современной лингвистики: курс лекций / В.А. Маслова. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2018. – 222 с.
51. Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 1998. 322 с.
52. Митрофанова И.И. Основные трудности изучения публицистического текста в поликультурной аудитории // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2020. – № 25-2. – С. 210-214.
53. Михайлова А.Л. К проблеме исследования языковой личности в медиадискурсе // Известия Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота: психолого-педагогические науки. – 2023. – № 2(64). – С. 254-258.
54. Михайлова И.С. Работа над речевым портретом на уроке русского языка в 8 классе средней школы // Филологический класс. – 2019. – № 2(56). – С. 132-137.
55. Морозова А.А. Речевой портрет голосового помощника «Алиса» // Вестник ЧелГУ. 2021. №9 (455). С. 95-100.
56. Мухортов Д.С. Об общем и частном в понятиях «языковая личность», «речевой портрет», «идиостиль» и «идиолект» (на примере вербального поведения современных политических деятелей) // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы международной научной конференции, Екатеринбург. – 2014. – С. 167-173.
57. Николаева Т.М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы

развития русистики. Доклады Всесоюзной научной конференции. Часть 2. М., 1991. С. 73-75.

58. Никифорова М.В. Динамика речевого портрета регионального политика (на материале устной диалогической речи мэра Екатеринбурга Е.В. Ройзмана): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Екатеринбург, 2016. – 253 с.

59. Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / [Т. Н. Буцева, Е. Н. Геккина, Ю. Ф. Денисенко, О. М. Карева, А. Ю. Кожевников, Н. А. Козулина, Е. А. Левашов, С. Д. Левина, Ю. С. Ридецкая, Е. П. Снегова, Н. Г. Стулова, Е. Н. Шагалова] ; под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова ; Ин-т лингвистических исследований РАН. – Т. 1: А – К. – СПб. : ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2009. – 816 с.

60. Овсейцева М.С. Речевой портрет ребенка и языковая игра // Историческая и социально-образовательная мысль. 2015. Т. 7. № 4. С. 173 – 176.

61. Одинцова Е.А. Роль текста в обучении русскому языку как иностранному // Трансформация реальности: стратегии и практики: 5-й молодежный конвент УрФУ. – Екатеринбург, 2021. – С. 310-312.

62. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 944 с.

63. Осетрова Е.В. Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету // Российский лингвистический ежегодник. 2007. Вып. 2 (9). Красноярск. С. 124–138.

64. Осетрова Е.В. Речевой имидж: учебно-методическое пособие / сост. Е.В. Осетрова. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012. – 104 с.

65. Павлычева Е.Д. К вопросу о типологической классификации видов понятия "речевой портрет" // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2016. – № 1. – С. 144-150.
66. Павлычева Е.Д. Характеристика особенностей понятия «речевой портрет» // Вестник МГОУ. Сер.: Лингвистика. 2015. No 6. С. 110–115.
67. Панов М.В. История русского литературного произношения XVIII—XX вв. / Отв. ред. Д. Н. Шмелев; АН СССР: Ин-т рус. яз. М.: Наука, 1990. 453 с.
68. Петрова, Н. Е. Языковая личность в контексте когнитивных исследований языка // Художественное произведение в современной культуре: творчество - исполнительство - гуманитарное знание: Сборник статей и материалов / Сост. С.С. Наседкина, общ. ред. Е.А. Куштым. – Челябинск: Южно-Уральский государственный институт искусств им. П.И. Чайковского, 2023. – С. 245-248.
69. Попова М.В. Взаимозависимость речевого и социального портретов говорящего // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2016. – № 15(754). – С. 188-198.
70. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: Педагогика-пресс, 1996. 215 с.
71. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. М.: Просвещение. 1976. 543 с.
72. Рыбалка Ю.О. Речевой портрет политического деятеля в аспекте преподавания русского как иностранного // Актуальные вопросы лингвистики и лингводидактики в контексте межкультурной коммуникации : Материалы I Всероссийской научно-практической онлайн-конференции, Орел, 25 марта

2021 года / Под редакцией О.Ю. Ивановой. – Орел: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2021. – С. 898-904.

73. Селютин А.А. Проблемы описания речевого портрета онлайн-личности // Вестник ЧелГУ. 2010. №34. С. 117-120.

74. Сиротинина О.Б. Языковая личность и факторы, влияющие на её становление // Термин и слово: сборник статей / Нижегородский государственный университет; редкол.: Р.Ю. Кобрин (отв. ред.) [и др.]. - Нижний Новгород: НГУ, 1997. - С. 7-12.

75. Сладкевич, Ж. Р. Персональный имидж: к вопросу об определении понятия // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2019. – № 4(36). – С. 68-80.

76. Смирнова Л.Е. Речевой портрет Татьяны Толстой / Л. Е. Смирнова, М. Р. Кухарук // III Костомаровский форум. Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие : Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 24 мая 2023 года / Гл. редактор В.И. Карасик. – Москва: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2023. – С. 552-556.

77. Тимофеева С.П. Речевой портрет Джо Байдена // Инновационные технологии и технические средства специального назначения: труды пятнадцатой общерос. науч.-практ. конф. В 2-х томах. Том 2/Балт. гос. техн. ун-т.–СПб., Издательство БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. ДФ Устинова, 2023.–192 с.–(Библиотека журнала «Военмех. Вестник БГТУ», № 91). – 2023. – С. 170-173.

78. Троллить // Большой толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс] URL: [https://gramota.ru/poisk?query=троллить&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=троллить&mode=slovari&dicts[]=42) (Дата обращения: 15.04.2024).

79. Тролль // Большой толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс] URL: [https://gramota.ru/poisk?query=тролль&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=тролль&mode=slovari&dicts[]=42) (Дата обращения: 15.04.2024).
80. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования. URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-ooo/> (дата обращения 31.03.2024)
81. Чжан И. Анализ речевого портрета политика на занятиях РКИ (на материале выступлений В. В. Жириновского) // Русский язык в современном Китае: материалы IX Международной научно-практической конференции, Чита, 24 ноября 2021 года. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2021. – С. 46-49.
82. Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов/ – М.: АСТ : Астрель, 2011. – 413
83. Шевченко Н.М. Особенности языкового портрета // Вестник РУДН, серия Теория языка. Семиотика. Семантика, 2014. Вып. 2. С. 33–37
84. Шевченко О.Н. Языковая личность переводчика (на материале дискурса Б.В. Заходера): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2005. – 22 с.
85. Шевченко О.Н., Скарн Г.Д. Речевой портрет личности в медиaprостранстве // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. РУДН, 20 апреля 2023 г.: в 2 т. – Москва: РУДН, 2023. С. 267-272. URL: https://www.researchgate.net/profile/Bella-Bulgarova/publication/376233580_Azyk_i_rec_v_Internete_licnost_obsestvo_kommunikacia_kultura_sbornik_statej_VII_Mezdunarodnoj_naucno-prakticeskoj_konferencii_RUDN_20_aprela_2023_g_v_2_t_Tom_2/links/656fb1f07344a829b5e214ca/Azyk-i-rec-v-Internete-licnost-obses

[tvo-kommunikacia-kultura-sbornik-statej-VII-Mezdunarodnoj-naucno-prakticeskoj-konferencii-RUDN-20-aprela-2023-g-v-2-t-Tom-2.pdf#page=267](https://www.rudn.ru/ru/nauchnye-i-obrazovatelnye-programmy/izdatelstvo/izdatelstvo/izdatelstvo/tvo-kommunikacia-kultura-sbornik-statej-VII-Mezdunarodnoj-naucno-prakticeskoj-konferencii-RUDN-20-aprela-2023-g-v-2-t-Tom-2.pdf#page=267)

(Дата обращения: 07.04.2024).

86. Щербак А.С. Особенности речевого портретирования медийной языковой личности / А.С. Щербак, Ф.Г. Самигулина // Перспективы лингвистического знания: молодёжь и наука : Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции аспирантов, магистрантов, студентов и школьников, Стерлитамак, 12 марта 2020 года Стерлитамак: Башкирский государственный университет, 2020. – С. 149-152.

87. Шестернина Е.Г. Рабочая программа дисциплины «Современный русский язык». – Красноярск, 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://elib.kspu.ru/document/74891> (дата обращения: 10.03. 2024).

88. Язык и национальное сознание. Вопросы теории и методологии. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2003. – 314 с.

89. Янь К. Понятие «Языковая личность» в лингвистических и экстралингвистических исследованиях // МНКО. 2020. №1 (80). С. 451-454.

90. Branding // Cambridge dictionary. [Электронный ресурс] URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/branding> (Дата обращения: 15.04.2024).

91. Lifehack // Oxford Learner's Dictionaries. [Электронный ресурс] URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/lifehack?q=lifehack> (Дата обращения: 15.04.2024).

92. Retreat // Cambridge dictionary. [Электронный ресурс] URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/retreat> (Дата обращения: 15.04.2024).

93. Self // Cambridge dictionary. [Электронный ресурс] URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/self?q=self-> (Дата обращения: 15.04.2024).

Материал исследования

1. Бодрова Е. Ирина Хакамада: Я – не обслуживающий персонал // Мультимедийный информационно-аналитический портал informburo.kz. [Электронный ресурс] URL: <https://informburo.kz/interview/irina-hakamada-ya-ne-obslyuzhivayushchiy-personal.html> (Дата обращения: 27.03.2024).

2. Колокольцева Е. Начни сначала: Ирина Хакамада о том, как изменить свою жизнь // РБК [Электронный ресурс] URL: <https://style.rbc.ru/health/5a6f2cd29a7947942cc310a9> (Дата обращения: 27.03.2024).

3. Саркисов Г. Ирина Хакамада – self-made woman // Портал «Литературная газета» [Электронный ресурс] URL: <https://lgz.ru/article/-49-6716-04-12-2019/irina-khakamada-self-made-women/> (Дата обращения: 27.03.2024).

4. Хакамада И. Для меня – успех равно счастье // RUTÁGE. [Электронный ресурс] URL: <https://www.rutage.com/khakamada2019> (Дата обращения: 27.03.2024).

5. Хакамада И. Как научиться управлять негативными эмоциями // The Business Courier. [Электронный ресурс] URL: <https://thebusinesscourier.com/ru/irina-xakamada-kak-nauchitsya-upravlyat-negativnymi-emociyami> (Дата обращения: 07.03.2024).

6. Хакамада И. У нас два лишних министерства: образования и культуры // Мел. [Электронный ресурс] URL:

<https://mel.fm/vospitaniye/sovety/3245169-i-khakamada> (Дата обращения: 07.03.2024).

7. Хакамада И.М. Ищите себя, а не славу, бренд ради бренда – опустошающая история. [Электронный ресурс] URL: <https://hakamada.ru/ishhite-sebya-a-ne-slavu-brend-radi-brenda-opustoshayushhay-a-istoriya> (Дата обращения: 15.03.2024).

8. Хакамада И.М. Управляйте временем и будет вам кайф, драйв и карьера. [Электронный ресурс] URL: <https://hakamada.ru/upravlyajte-vremenem-i-budet-vam-kajf-drajv-i-karera> (Дата обращения: 15.03.2024).

Приложение 1

Речевой портрет Ирины Хакамады как бизнес-тренера

М.С. Гурова

Научный руководитель Н.А. Бурмакина,
доцент, кандидат филологических наук

Аннотация. В статье рассмотрены основные специфические лингвистические характеристики речевого портрета Ирины Хакамады в аспекте ее профессиональной деятельности бизнес-тренера.

Ключевые слова: речевой портрет, модель речевого портрета, языковая личность, Ирина Хакамада, бизнес-тренер.

The speech portrait of Irina Khakamada as business coach

M.S. Gurova

Scientific adviser N.A. Burmakina

Abstract. The article focuses on the linguistic features of the speech portrait of Irina Khakamada in terms of her professional activities as a business coach.

Keywords: speech portrait, model of a speech portrait, linguistic personality, Irina Khakamada, business coach.

Антропоцентризм представляет собой один из главных векторов в современной лингвистике. Это объясняется «сменой ракурса исследования, формулированием нового объекта исследования – языковой личности», которая в свою очередь обладает собственным уникальным стилем [3, с. 199]. Ю.Н. Караулов, сыгравший важную роль в разработке теории языковой личности, определяет ее как «совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов)» [1, с. 213]. Согласно Л.П. Крысину, «зафиксированный в языковом материале

индивидуальный стиль, который может служить для создания определенной модели языковой личности» называется речевым портретом [4, с. 97]. Исследователи М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова трактуют понятие «речевой портрет» как «функциональную модель языковой личности» [2, с. 10]. Таким образом, речевой портрет представляет собой одну из основных составляющих языковой личности. В настоящей работе представлено исследование речевого портрета Ирины Хакамады в аспекте ее деятельности в качестве бизнес-тренера. Материалом для исследования послужили статьи И. Хакамады «Ищите себя, а не славу, бренд ради бренда – опустошающая история», «Управляйте временем и будет вам кайф, драйв и карьера», опубликованные в 2018 году для издания The Business Courier.

Создание речевого портрета во многом основано, согласно Т.М. Николаевой, на необходимости «фиксировать яркие диагностирующие пятна» [5, с.73]. Зачастую исследователи обращают пристальное внимание на фонетику, синтаксическую структуру текста и лексику, которая является наиболее выразительным показателем индивидуальности речи. В настоящей статье мы обращаемся в основном к лексическому и синтаксическому уровням.

Используя в основном нейтральную лексику, И. Хакамада довольно часто обращается к новейшим заимствованиям: *«Пиарьтесь бесплатно», «Я сделала бренд на своих лекциях», «...а даже на старте уметь донести, что у вас оригинальный продукт!», «Сейчас, в эпоху брендомании все кинулись в телевизионные шоу и на страницы изданий», «Можно использовать фриковатость как один из вариантов продвижения личного бренда», «Сейчас стало модно «хайповать», «Но что такое хайп?», «Люди идут на тренд», «...создаю там маленькие посты или письменные или устные по поводу интеллектуальных лайфхаков», «Ребрендинг тоже занимает много времени», «возник общефедеральный бренд Хакамада*

Ирины, как коуча и бизнес-тренера», «Со временем мой имидж превратился в бренд вне политики или других профессий» [6], «Владеть инструментом тайм-менеджмента», «И будет кайф, драйв и карьера» [7]. При помощи подобных лексем создается определенный стиль, придающий тексту оттенок современности, кроме того, использование заимствованных слов может создавать впечатление компетентности и авторитетности автора. Стоит отметить, что заимствования использованы не чрезмерно, они не затрудняют понимание текста.

Кроме того, в обоих текстах представлены различные термины: *«...у вас по экспоненте растет количество подписчиков», «Мой бренд был сделан на политике и поддержке малого бизнеса» [6], «В этом графике расписываете все по часам, включая логистику ваших перемещений по времени и территориальному расположению», «Понимаю, если вы идете на лекцию разобраться в эмоциональном интеллекте», «Потому что это тонкий момент, все время меняющийся, нужно изучать конъюнктуру рынка» [7]. Как можно заметить, большая часть лексических единиц этой группы относится к экономической сфере. Использование подобной лексики обусловлено тем, что доминирующие темы в ее текстах связаны с развитием бизнеса. Термины помогают автору быть в курсе последних тенденций и изменений в области своей деятельности, что делает его материал актуальным. Использование подобных единиц в тексте может создать у читателя впечатление, что автор обладает высоким уровнем компетентности и авторитета в обсуждаемой области. Это особенно важно в публицистических материалах, где автор стремится установить доверительные отношения с аудиторией и подчеркнуть свою компетентность.*

В статьях наблюдаются единицы, принадлежащие к пласту разговорной лексики: *«Вторая специфика раскручивания личного бренда связана с тем, что ни в коем случае на его раскрутку не надо тратить деньги» [6], «Глупо,*

например, *болтаться по центру на машине, если быстрее будет воспользоваться метро или такси*», *«На тусовку придите чуть-чуть позже»*, *«Сорвалась важная встреча?»* [7]. Кроме того, И. Хакамада использует жаргонизмы: *«...некая отмороженность – это один из симпатичных имиджей, который ассоциируется у людей с некой свободой»* [6], *«Ловите кайф от каждого мгновения»* [7]. Использование разговорной и жаргонной лексики в тексте, может вызвать у читателя интерес к тексту, поскольку это необычно для публицистического стиля. В своих публикациях автор использует подобные единицы, чтобы сделать свои идеи более доступными и понятными для аудитории. Однако И. Хакамада делает это умеренно и уместно, чтобы не снизить качество текста и не вызвать негативную реакцию у читателей.

В публикациях бизнес-тренера присутствуют фразеологизмы: *«Вы должны пользоваться соцсетями и интернетом на все 100%»*; *«Но все должно быть в балансе. В меру»*, *«Индивидуальность в позиционировании – отправная точка»*, *«Когда я только-только начала читать лекции, у меня периодически опускались руки»* [6], *«Даже такие на первый взгляд незначительные вещи надо планировать»* [7]. Применение подобных единиц в тексте помогает автору создать яркий и запоминающийся текст. Кроме того, использование фразеологизмов может помочь автору установить контакт с аудиторией, так как они знакомы и понятны большинству людей. В целом, использование фразеологизмов в текстах Ирины Хакамады позволяет ей сделать свои идеи более понятными и привлекательными для аудитории.

При помощи слов «главное» / «главный» И. Хакамада акцентирует внимание на особенно важных, по ее мнению, идеях: *«Главное – вовремя остановиться и перепозиционироваться»*, *«но главное – продукт»*, *«Но самый главный принцип – не платить за это деньги»* [6], *«Главный принцип: не уступать ничему, пытаться совместить все, просчитывать каждое дело*

до минут», «Главный секрет: работа, развлечения и семья планируются ежедневно, но только на неделю» [7]. Таким образом автор привлекает внимание к своим советам, как бы выделяя основные мысли, к тому же это может помочь привлечь внимание читателя к определенной информации и повлиять на его восприятие текста.

Ирина Хакамада довольно часто прибегает к приему использования однотипных синтаксических конструкций: *«Его сделать быстро просто невозможно, потому что личный бренд – это не только известность», «Известность – не самоцель, а инструмент достижения профессиональных целей», «бренд ради бренда – опустошающая история», «Хайп – это просто модное слово» [6]. Предложения, построенные по одной модели, тесно связаны с целью текста, которая направлена в первую очередь на убеждение читателя в необходимости приобрести какой-либо продукт, например, мастер-класс И. Хакамады. Кроме того, использование подобных конструкций может усилить эмоциональное воздействие на читателя, сделать текст более выразительным и запоминающимся.*

В текстах Ирины Хакамады присутствуют вопросно-ответные конструкции, используемые для того, чтобы вовлечь аудиторию в некий диалог, сделать ее более активной и мыслящей. Они помогают удерживать внимание читателей, а также способствуют лучшему усвоению информации. Подобные конструкции используются для постановки проблемы и ее обсуждения, уточнения и пояснения информации. Приведем примеры из текстов: *«Но что такое хайп? Хайп – это просто модное слово», «И что получается? Они подсаживаются на мой хайп» [6], «Как это все совместить? Вы на неделю составляете график», «Сорвалась важная встреча? Прекрасно, потрачу это время на маникюр. Закончились билеты на выставку? Отлично, значит, договариваетесь о встрече с подругами» [7].*

Еще одной особенностью текстов И. Хакамады является обращение к собственному опыту: *«В начале своей карьеры я начала формировать имидж, который должен был помочь моему продвижению в политике», «Но в 2006 году я официально ушла из политики, и моей целью стало все, что я наработала за это время, конвертировать в неполитические проекты», «Первый, кто мне это предсказал и показал, был тренер по карате. Он был философом, как все люди, которые занимаются восточными единоборствами», «Например, я 12 лет провела в политике и создала политический бренд – продукт был политический» [6], «Например, когда я была министром, я себе в дневник записала, что три раза в неделю с четырех до пяти я уезжаю в спортивный клуб», «Я из другого поколения, я не ходила на конференции и лекции» [7].* Обращение к собственному опыту в тексте – это приём, который позволяет автору сделать свои идеи более убедительными и достоверными. Публицистический текст обычно направлен на то, чтобы повлиять на мнение аудитории, вызвать у неё определённые эмоции или побудить к действию. Обращение к личному опыту автора может помочь ему установить более тесный контакт с читателем, сделать текст более понятным и близким.

Тексты бизнес-тренеров довольно могут содержать императивы, поскольку они используются для того, чтобы дать читателю конкретные рекомендации, мотивировать его к действию. Императивы могут быть выражены в форме глаголов в повелительном наклонении, а также в виде побудительных предложений. В публикациях И. Хакамады подобные единицы также присутствуют: *«Ищите себя, а не славу», «Вы должны рекламировать свой продукт», «И научитесь оригинально его анонсировать» [6], «Воспринимайте жизнь, как приключение», «Возьмите блокнот и распишите свое время», «Наполняйте каждую минуту своей жизни полезными и позитивными событиями» [7].* При этом стоит особо отметить

стремление Ирины Хакамады подчеркнуть, что она не дает какие-либо универсальные советы своей аудитории, она настаивает на том, что ее деятельность заключается в передаче неких «инструментов», которые содержатся в мастер-классах и могут быть приобретены потенциальными покупателями. Приведем примеры подобных предложений: *«Не стоит копировать мой опыт»* [6], *«Не копируйте модель поведения успешных людей, потому что все люди разные»*, *«Я, например, никогда не даю модели поведения. Я рассказываю и даю инструменты»*, *«Не копируйте чужие модели, берите инструменты!»* [7]. Таким образом бизнес-тренер старается показать читателям, что ее роль заключается в некоем наставничестве. Ирина Хакамада как бы снимает с себя ответственность за то, как аудитория ее мастер-классов распорядится предоставленными «инструментами».

В целом, тексты Ирины Хакамады отличаются выразительностью и доступностью изложения. Они привлекают внимание читателей необычными сочетаниями терминов, неологизмов и жаргонизмов, разговорной лексики. Бизнес-тренер старается установить некий диалог между собой и читателем, прибегая к использованию вопросно-ответных конструкций, применяя эмоционально-окрашенные слова.

Дальнейшие исследования речевого портрета могут включать в себя более глубокий анализ риторических приёмов, используемых Ириной Хакамадой, а также изучение влияния её речи на аудиторию. Кроме того, интересным направлением исследования может стать сравнение речевого портрета Ирины Хакамады с бизнес-тренерами, чтобы выявить общие черты и особенности каждого из них. Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения речевого портрета публичных личностей, а также для разработки рекомендаций по развитию ораторских навыков и коммуникативных стратегий.

Список литературы

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ 2010. 264 с.
2. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русский речевой портрет. Фонохрестоматия. М.: РАН, Ин-т рус. яз. 1995. 114 с.
3. Костомаров П.И. Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. № 2(58). Т. 1. С. 198-203.
4. Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // рус. яз. в науч. освещении, 2001. Вып. 1. С. 90–107.
5. Николаева Т. М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Доклады Всесоюзной научной конференции. Часть 2. М., 1991. С. 73-75.
6. Хакамада И.М. Ищите себя, а не славу, бренд ради бренда – опустошающая история. URL: <https://hakamada.ru/ishhite-sebya-a-ne-slavu-brend-radi-brenda-opustoshayushhay-a-istoriya> (Дата обращения: 15.03.2024).
7. Хакамада И.М. Управляйте временем и будет вам кайф, драйв и карьера. URL: <https://hakamada.ru/upravlyajte-vremenem-i-budet-vam-kajf-drajv-i-karera> (Дата обращения: 15.03.2024).