

Творческий поиск смыслов: исследования языка и коммуникации в различных контекстах

Creative Search for Meaning: Research on Language and Communication in Various Contexts



Л.М. Гончарова

Канд. филол. наук, доцент кафедры общего и русского языкознания
Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина,
117485, Россия, Москва, ул. Академика Волгина, 6;
доцент кафедры русского языка и издательского дела
Российского нового университета,
Россия, 105005, Москва, ул. Радио, 22,
e-mail: lmg2015@yandex.ru

L.M. Goncharova

Ph.D. in Philology, Associate Professor,
Department of General and Russian Linguistics,
State Institute of the Russian Language named after
A.S. Pushkin,
Russia, 117485, Moscow, ul. Akademika Volgina, 6;
Associate Professor, Department of Russian
Language and Publishing, Russian New University,
22, ul. Radio, Moscow, 105005, Russia,
e-mail: lmg2015@yandex.ru

Аннотация. В слове главного редактора обозначаются ключевые научные аспекты публикаций текущего номера, отмечается актуальность исследований коммуникативных практик, осуществляющихся в различных сферах человеческой деятельности.

Ключевые слова: речевая коммуникация, коммуникация и образование, межкультурная коммуникация, медиакommunikация, философия и культура, рекламная и имиджевая коммуникация.

Abstract. The words of the editor-in-chief indicate the key scientific aspects of the publications of the current issue and note the relevance of research into communicative practices carried out in various spheres of human activity.

Keywords: speech communication, methods of teaching Russian, professional communication, media communication, religious studies and philosophy, cultural studies.

Уважаемые коллеги!

Наверное, логичнее было бы, если колонка главного редактора была не предисловием, а послесловием к номеру, поскольку общая картина складывается после прочтения всех публикаций. Но традиция сложилась иначе, в связи с чем я пишу о каждом номере так, как вижу его, как связались в моем восприятии темы выпуска.

Представленные в этом номере статьи затрагивают различные аспекты исследования языка в фокусе коммуникативистики: как культурного кода, как инструмента воздействия и взаимодействия, в ракурсе оценочной интерпретации, с точки зрения функционирования в различных сферах — от медиа-речи и художественных текстов до межкультурной, политической и педагогической коммуникации.

В контексте сказанного отмечу, что общим знаменателем всех работ этого номера является глубокое погружение в природу коммуникативных процессов, рассматриваемых через призму их воздействия и восприятия в современном обществе. Особое внимание уделяется семантическим, прагматическим, когнитивным и социокультурным аспектам коммуникативных явлений. Мы говорим о междисциплинарных исследованиях, и сегодня это требует еще более широкого подхода, связанного с выходом за

рамки одной сферы и объединением гуманитарных и цифровых наук.

В рубрике «Язык. Речь. Коммуникация» представлены работы, находящиеся на стыке лингвистики текста, семантики, прагматики, социолингвистики и когнитивной лингвистики. Авторы исследуют:

- модели семантических и коннотативно-оценочных преобразований прилагательного *патриотичный* в отечественном медийном дискурсе через призму коммуникативно-прагматического подхода (Н.В. Радбиль);
- немецкоязычные соционимы, конституирующие семантическую дихотомию «центр — провинция/городской — деревенский» (Л.Н. Ребрина);
- дискурсивы согласия и утверждения, которые являются типичными репрезентантами коммуникативной стратегии согласия, важной для организации эффективного общения (А.Ф. Гершанова);
- ключевые слова художественного текста как языковые элементы, отражающие тематическое содержание произведения и облегчающие поиск, классификацию и аннотирование данных, исследуемые в ракурсе психолингвистического и собственно лингвистического подходов (А.С. Кривцов);
- языковые механизмы репрезентации антагонистической диады эмотивных концептов «Любовь»

и «Ненависть» в поэтическом дискурсе А.А. Ахматовой и М.И. Цветаевой (Чжао Юаньцзэ).

Рубрика **«Межкультурная коммуникация: анализ, сопоставление, перевод»** включает работы, посвященные актуальным вопросам:

- роли невербальных средств и различным подходам к их классификации в контексте обеспечения эффективности кросс-культурных деловых контактов (Л.М. Семенова, И.М. Панкова);
- осмыслению старости как лингвосоциокультурного феномена в китайской языковой картине мира, представленной через китайские пословицы и поговорки, передающие из поколения в поколение опыт народа и его культурно-исторические традиции (Э.А. Китанина, Се Дань).

Авторы работ, опубликованных в разделе **«Коммуникативистика и образование»**, поднимают вопросы, связанные с педагогикой и обучением, среди которых:

- научное обобщение процесса развития современного иноязычного образования (А.Д. Дейкина, В.Д. Янченко, Н.В. Медведева, И.И. Языков);
- особенности обучения профессионально ориентированному английскому языку студентов-политологов (А.П. Миньяр-Белоручева, П.И. Сергиенко);
- геймификация и медиатехнологии в качестве инструментов формирования компетенций будущих специалистов по рекламе и *PR* (Е.А. Дзгоева);
- теоретическое обоснование и разработка системы заданий по формированию у иностранных лингвистов умений и навыков трактовать стереотипы русского сознания и оценивать их с позиций ценностей русской лингвокультуры (Т.Г. Бочина).

«Коммуникативные смыслы философии и культуры» разворачиваются исследователями в следующих направлениях: с точки зрения философии культуры рассмотрены понятия ностальгии, коммуникационного и культурного кода, установлены их общие

черты и их роль в качестве передачи смыслов в межкультурной коммуникации (Д.В. Чертовских); осмыслена структурно-семантическая модель музыкальной драмы Р. Вагнера представляющая собой не только историко-культурный, но и коммуникативный феномен, способный создавать целостный мифологизированный универсум и обеспечивать эмоциональное вовлечение аудитории через систему музыкально-смысловых кодов (В.С. Давыдкин).

В рубрике **«Политическая коммуникация»** размещена статья, посвященная комплексному анализу одной из наиболее частотных коммуникативных стратегий политической коммуникации действующего президента США — политического медийного ультиматума (Н.Л. Грейдина).

В разделе **«Медиакоммуникация»** можно ознакомиться с комплексным анализом медиадискурса Анголы, который выступает одним из ключевых инструментов конструирования постколониальной идентичности, соединяя исторические, культурные и политические измерения национального самосознания (В.В. Корбан).

Рубрика **«Имиджевая, рекламная и бизнес-коммуникация»** содержит результаты исследования визуального восприятия рекламы с участием знаменитостей на основе данных айтрекинга с целью выявления механизмов перераспределения визуального внимания рекламополучателей (И.Ю. Мельникова, М.Ю. Абабкова).

На мой взгляд, номер получился разнообразным и интересным.

Уважаемые читатели-коллеги! Мы всегда рады обсудить на страницах журнала темы, связанные с нашими научными интересами. Пишите нам, ведь коммуникация — это двусторонний процесс, где участники в процессе диалога могут помочь друг другу своими идеями!

С уважением, главный редактор научного журнала «Современная коммуникативистика»
Л.М. Гончарова