ИЗДАТЕЛЬСТВО грамота

Филологические науки. Вопросы теории и практики
Philology. Theory & Practice

ISSN 2782-4543 (online)
ISSN 1997-2911 (print)

2025. Том 18. Выпуск 1 | 2025. Volume 18. Issue 1
Материалы журнала доступны на сайте (articles and issues available at): philology-journal.ru

RU

Глаголы как лексическое средство выражения речевого жанра «презентация» в просветительской телепередаче о здоровье (на материале английского и русского языков)

Еремеева С. А.

Аннотация. Статья посвящена анализу речевого жанра презентации, часто реализуемого как рассказ о медицинских инновациях в просветительской телепередаче о здоровье. Цель данного исследования – на основе сравнительно-сопоставительного анализа установить особенности языкового воплощения жанра телевизионной медицинской презентации в английском и русском языках. Научная новизна заключается в том, что впервые изучаются лексические ресурсы жанра телевизионной медицинской презентации. В результате проведенного исследования установлено, что медицинская презентация есть последовательность ассертивных (репрезентативных) речевых актов, которые служат для описания реального положения дел в мире. В ходе анализа было определено, что данные речевые акты соотносятся с глаголами вербального и наглядного представления, а также с глаголами чувственного и когнитивного восприятия. В английском языке раскрыть суть объекта презентации и создать его полноценный образ помогают глаголы со значениями “have a name” (иметь название), “give a name” (давать название), “be real” (существовать), “be something” (представлять собой), “have something as a part” (иметь в своем составе), “perform an action” (выполнять действие), “be used” (быть в употреблении). В русском языке данную задачу выполняют глаголы с семантикой: «иметь название», «существовать», «принадлежать», «представлять собой», «иметь в своем составе», «выполнять действие», «иметь отличие», «быть в употреблении».

EN

Verbs as a lexical means of expressing the “presentation” speech genre in an educational TV program about health (based on the material of English and Russian)

S. A. Eremeeva

Abstract. The article is devoted to the analysis of the speech genre of the presentation, which is often realized as a story about medical innovations in an educational television program about health. The purpose of this study is to establish the peculiarities of the linguistic embodiment of the genre of television medical presentation in English and Russian on the basis of comparative analysis. The scientific novelty lies in the fact that for the first time the lexical resources of the genre of television medical presentation are being studied. As a result of the conducted research, it was established that a medical presentation is a sequence of assertive (representative) speech acts that serve to describe the real state of affairs in the world. During the analysis, it was determined that these speech acts correlate with the verbs of verbal and visual representation, as well as with the verbs of sensory and cognitive perception. In English, verbs with the meanings “have a name”, “give a name”, “be real”, “be something”, “have something as a part”, “perform an action”, “be used” help to reveal the essence of the presentation object and create its full-fledged image. In Russian, this task is performed by verbs with the following semantics: “have a name”, “be real”, “belong”, “be something”, “have something as a part”, “perform an action”, “have a difference”, “be used”.

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена современными тенденциями в развитии теории дискурса, проявляющимися в сосредоточении интереса ученых на таких вопросах, как виды и структурные компоненты институционального общения, соотношение понятий «дискурс», «речевой жанр» и «речевой акт»,

Научная статья (original research article) | https://doi.org/10.30853/phil20250008

© 2025 Авторы. © 2025 ООО Издательство «Грамота» (© 2025 The Authors. © 2025 Gramota Publishing, LLC). Открытый доступ предоставляется на условиях лицензии CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

полидискурсивность и связанная с ней гибридизация жанров речи, языковая репрезентация разновидностей статусно-ориентированного общения. Такого рода исследования позволяют не только установить взаимосвязь между языком (в широком смысле слова) и социальными процессами, но и использовать выявленные закономерности для построения эффективной коммуникации. Анализ медицинского дискурса на телевидении имеет большую социальную значимость: трансляция специальных знаний не просто расширяет кругозор граждан, но и ведет к росту уровня их осознанности в вопросах, касающихся заботы о собственном и чужом здоровье. Выполняя просветительскую функцию, телевизионные программы реализуют внутренние и внешние задачи. К первым относится воспитание здоровой нации, ко вторым – обмен социально значимыми знаниями между государствами.

Для реализации заявленной цели были намечены и получили свое решение следующие задачи: 1) описаны характеристики жанра «презентация» и особенности его телевизионной медицинской разновидности; 2) определены речевые акты, из которых состоит медицинская презентация; 3) выявлены английские и русские глаголы, участвующие в лексической репрезентации жанра; 4) проведен сравнительно-сопоставительный анализ двух языков.

Методы исследования выбраны в соответствии с целью и поставленными задачами. Так, для отбора эмпирического материала использовались тематический анализ (просмотр и поиск передач, соответствующих заявленному речевому жанру) и метод сплошной выборки (отбор речевых эпизодов, содержательную часть которых составляет рассказ о разработках в сфере медицины). Кроме того, для описания презентации как речевого жанра проведены анализ словарных дефиниций (изучение значения слова «презентация») и анализ теоретических источников (обзор и краткое изложение выводов лингвистов по данному вопросу). Для выявления глаголов, участвующих в репрезентации жанра, применялся контекстуальный анализ. Для систематизации данных и наглядной демонстрации результатов использовался количественный метод.

Материалом исследования послужили выпуски американской телепередачи “Access Health” и российской телевизионной программы «Обыкновенные рецепты здоровья». Всего было разобрано 60 выпусков – по 30 из каждого источника. Общий объем просмотренного материала составил примерно 1440 минут.

Выбор телепередач обусловлен их медицинской тематикой и просветительским характером, а также наличием рубрик, соответствующих жанру презентации. Выпуски зарубежной передачи представлены на ее официальном YouTube-канале (Access Health. https://www.youtube.com/@AccesshealthTv). Выпуски отечественной программы можно найти через «поиск» на платформе YouTube либо в официальном сообществе в социальной сети «ВКонтакте» (Обыкновенные рецепты здоровья. https://vk.com/orz_efir). Для уточнения дефиниции слова «презентация» мы обращались к англоязычным и русскоязычным электронным словарям:

- Большой толковый словарь русских существительных. https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar-russkikh-sushhestvitelnykh;
- Большой толковый словарь русского языка https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar;
- Cambridge English Dictionary https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english;
- Oxford Learner’s Dictionaries https://www.oxfordlearnersdictionaries.com.

Теоретической базой исследования послужили труды языковедов, занимающихся следующими вопросами: дискурс и институциональное общение: Е. В. Сажина совместно с коллективом авторов из Беларуси (Сажина, Задворная, Басовец, 2021) посвящает монографию коммуникативно-прагматическим и жанрово-стилистическим тенденциям, преобладающим в пространстве современного медиадискурса; О. Ю. Коломийцева (2021) обращается к проблеме полидискурсивности в современной прессе; О. В. Лапунова (2019) изучает функциональный потенциал жанровых разновидностей теледискурса; А. В. Олянич (2004) анализирует массово-информационный дискурс, отдельно выделяя в нем функцию презентационности; Э. В. Акаева (2007) и М. И. Барсукова (2007) исследуют прагматику профессиональной медицинской коммуникации; в фокусе внимания Е. В. Волковой (2022) и М. П. Кожарнович (2021) находится проблема медиатизации медицинского дискурса; работа А. А. Календр (2017) посвящена жанрово-стилистическим характеристикам популярно-медицинского дискурса; теория речевых жанров и презентация: Г. Ф. Лутфуллина (2018) исследует дифференциальные и общие признаки категорий речевого акта и речевого жанра, а также анализирует языковые средства выражения речевого жанра «пояснение» в телевизионном медицинском дискурсе (Лутфуллина, Еремеева, 2023); М. Е. Букеева (2014) изучает процесс гибридизации жанров презентационного дискурса, а А. Ю. Цымбал (2015) – коммуникативно-прагматические особенности устных презентаций; в рамках маркетинговой коммуникации рассматривает жанр презентации И. А. Гусейнова (2010); В. И. Щитова (2004) определяет презентацию как коммуникативный феномен культуры и отдельно останавливается на композиции дискурсивно построенной презентации.

Практическая значимость состоит в том, что результаты исследования внесут вклад в развитие прагмалингвистики, а также помогут составить более подробное описание речевого жанра презентации, реализуемого в полидискурсивном текстовом пространстве. Таким образом, полученные данные могут быть применимы в преподавании теории дискурса и теории речевых жанров. Кроме того, выводы, сделанные в настоящей работе, могут оказаться полезными для экспертов и специалистов, принимающих участие в просветительских передачах медицинской тематики.

Обсуждение и результаты

Медицинский дискурс представляет собой разновидность институционального общения и ориентирован на оказание помощи больному посредством диагностики заболеваний и их лечения, а также предоставления

информации рекомендательного характера (Барсукова, 2007, с. 8). Такая трактовка медицинского дискурса и его конечная цель предопределяются конвенциональными условиями общения, участниками которого являются врач и пациент. В рамках полидискурсивного текстового пространства прямая коммуникация между специалистом и пациентом не всегда возможна. Так, медиатизация медицинского общения отдалила агента и клиента дискурса в пространственно-временном отношении. Как следствие, сместились акценты в определении коммуникативной цели: задача медика – оказать влияние на картину мира пациента и его поведение. Такая позиция выдвигает на первый план речевые когнитивные стратегии (убеждение, внушение) и прагматические стратегии (самопрезентация, эмоционально-настраивающая стратегия) (Акаева, 2007, с. 12-13).

Речевые стратегии находят свою реализацию в жанрах массово-информационного медицинского дискурса. Так, в контексте телевизионных передач о здоровье “Access Health” и «Обыкновенные рецепты здоровья» выделяется блок, представляющий собой рассказ о недавних разработках в сфере медицины (технологии, методы, препараты и т. д.). Просмотрев отобранные выпуски, мы приходим к выводу, что описание той или иной инновации предполагает не только перечисление актуальных фактов и наглядную демонстрацию предмета речи, но и указание на его преимущества, возможности и уникальные свойства. Таким образом, в телевизионном медицинском дискурсе информирование сопровождается скрытой рекламой.

Такое описание коммуникативной ситуации соответствует трактовке понятия “presentation” / «презентация». Так, в словаре Oxford Learner’s Dictionaries мы находим следующие определения термина:

– *a meeting at which something, especially a new product or idea, or piece of work, is shown to a group of people / встреча, во время которой группе людей демонстрируется что-либо, как правило, новый продукт, идея или произведение* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – *С. Е.*);

– *the act of showing something or of giving something to somebody / демонстрация или предоставление чего-либо кому-либо*;

– *the way in which something is offered, shown, explained, etc. to others / предложение, показ, объяснение и т. д. чего-либо другим людям*.

Cambridge English Dictionary объясняет слово следующим образом:

– *a talk giving information about something / беседа, во время которой предоставляется информация о чем-либо*;

– *the act of giving or showing something, or the way in which something is given or shown / предоставление или показ чего-либо*;

– *a talk to a group in which information about a new product, plan, etc. is presented / выступление перед группой людей, во время которой дается информация о новом продукте, плане и т. д.*

Также рассмотрим значения, которые предлагают русскоязычные словари. В Большом толковом словаре русского языка находим: «*Общественное представление чего-л. нового, недавно появившегося, созданного*». Более узкое определение термина можно встретить в Большом толковом словаре русских существительных: «*Мероприятие, представляющее собой большой официальный прием (иногда с угощением), устраиваемый организацией, фирмой с целью рекламы, демонстрации чего-л. нового, ознакомления со своей деятельностью*».

В связи с вышесказанным мы определяем коммуникативную ситуацию, или речевой жанр, как презентацию.

На сегодняшний день речевой жанр презентации является малоизученным, а его описание нуждается в уточнении. Тем не менее обзор научной литературы по данной теме позволил нам резюмировать основные выводы лингвистов по поводу речевого жанра презентации:

– имеет гибридную природу, а его параметры определяются спецификой разновидностей институционального общения (Букеева, 2014, с. 9; Гусейнова, 2010, с. 20-21);

– является коммуникативно-речевым процессом, участники которого – это презентатор и аудитория (Цымбал, 2015, с. 7);

– характеризуется как комплексный монолог с вкраплениями диалогизации (Цымбал, 2015, с. 7);

– представляет собой последовательность речевых актов, которые образуют связный текст, рассматриваемый в событийном плане (Щитова, 2004, с. 14; Костяшина, 2009, с. 11; Лутфуллина, 2018);

– наличие информационных, рекламных, научно-технических и оценочных элементов (Букеева, 2014, с. 11);

– базируется на категориях информативной насыщенности, точности / приблизительности и театральности (Олянич, 2004, с. 18-24);

– включает в себя такие стратегии жанра, как промоушен (продвижение), имидж-мейкинг (создание образа или имиджа, позиционирование), расширение информационного присутствия (паблисити) (Олянич, 2004, с. 31);

– основные средства воздействия на аудиторию – информирование и убеждение (Щитова, 2004, с. 14);

– структура презентации включает в себя предисловие, презентационную речь, сопровождаемую демонстрацией объекта, и послесловие (Щитова, 2004, с. 14).

Становясь частью медиасферы, медицинская презентация неявно погружает участников коммуникации в «торгово-рыночные» реалии. Так, М. П. Кожарнович (2021, с. 424-425) отмечает, что в составе массово-информационного пространства медицинский дискурс не ограничивается только информированием; свою реализацию также находят функции популяризации и рекламы, убеждения, привлечения рекламодателей и целевой аудитории.

Ранее мы отметили, что дискурсивно построенная презентация базируется на комбинации речевых актов. Как сложный речевой жанр, телевизионная медицинская презентация строится на главной и вспомогательной коммуникативных стратегиях – информационно-просветительской и стратегии по завоеванию потребителя соответственно. Обе стратегии актуализируются в сообщениях, цель которых – описать реальное

положение дел в мире. В частности, автор называет объект презентации и характеризует его: дает определение, указывает на внешние параметры и особенности внутреннего устройства, рассказывает о принципе работы, отмечает уникальные свойства и возможности, а также сравнивает предмет речи с аналогами, аргументируя его преимущества перед другими разработками. Таким образом, получается связный текст, который, согласно Дж. Серлю (Searle, Vanderveken, 1985), можно разбить на речевые акты класса ассертивов/репрезентативов. В свою очередь, их можно разделить на следующие группы:

– констативы (утверждения);
– дескриптивы (описания);
– нарративы (повествования);
– аргументативы (доводы) (Романов, 1988).

Следовательно, ассертивы/репрезентативы выполняют презентационную функцию дискурса. Свое лексическое выражение они находят в глаголах и глагольных словосочетаниях. Цель нашего исследования – выявить глаголы, участвующие в языковом оформлении медицинской презентации на телевидении. Для отбора сюжетов с нужным жанром мы руководствовались следующими параметрами:

– наличие медицинской лексики;
– главный адресант / автор развернутого высказывания – представитель института медицины;
– устный текст – это рассказ об инновации с акцентом на ее преимуществах и возможностях;
– высказывание адресанта сопровождается демонстрацией предмета речи;
– композиция «предисловие – основная часть – послесловие».

Проанализировав выпуски американской просветительской передачи о здоровье “Access Health” (телеканал “Lifetime”), мы обнаружили 51 пример рассматриваемого жанра. Обратимся к одному из них для демонстрации результатов исследования: Access Health Episode 5: How to Manage Migraines. 29.06.2015. https://www.youtube.com/watch?v=-1YDaVkrADs (2:24 – 18:25). Сразу отметим, что текст, репрезентирующий жанр, поделен на части согласно схеме дискурсивно построенной презентации.

1. Предисловие:

Ведущий 1 (телезрителям): *Well / up next / we’re going to sit down with an expert / to* ***learn more about migraines and ways to cope with them*** *// Stay with us //* (2:24 – 2:30)

Совсем скоро мы пригласим в студию эксперта / от которого ***узнаем*** *о мигрени и о способах борьбы с ней // Не переключайтесь //*

Ведущий 1 (телезрителям): *So / we’re dedicating this entire episode of Access Health to the issue of migraines //* (2:38 – 2:43)

Итак / данный выпуск будет полностью посвящен мигрени //

Ведущий 2 (телезрителям): *And on that note / we’re joined today by Dr. Alan Rapoport / Clinical Professor of Neurology at UCLA / President of the International Headache Society / and co-author of six books on the subject of headaches //* (2:44 – 2:55)

И / говоря об этом / позвольте представить доктора Алана Рапопорта / практикующего врача / профессора кафедры неврологии Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе / а также президента Международного общества по борьбе с головной болью и соавтора шести книг о головных болях //

<…>

Итак, предисловие представляет собой ту часть презентации, в которой поднимается актуальная тема (проблемная ситуация) и дается указание на выход из нее. Ведущий знакомит аудиторию с экспертом/специалистом и сообщает, что именно он станет источником дальнейших полезных сведений. Таким образом, хозяин программы готовит телезрителей (реальных или потенциальных пациентов) к просмотру и прослушиванию основной части презентации. При этом используется глагол когнитивного восприятия *learn/узнавать*.

2. Основная часть:

Ведущий 1 (специалисту): *I think / we have to take a look at the lighter side of things // Migraines are treatable //* (7:20 – 7:22)

Думаю / в любой ситуации стоит искать плюсы // С мигренью можно бороться //

Специалист: *Not curable / but it’s definitely treatable //* (7:22 – 7:25)

Полностью победить нельзя / но бороться можно //

Ведущий 1 (специалисту): *Yes / treatable // So /* ***what are some of the treatments*** *out there for people who suffer with migraines //* (7:26 – 7:28)

Да / бороться можно // Какие же ***есть*** *способы борьбы с мигренью //*

Специалист: ***The best treatments for migraine are / what we call the triptans*** *// There are many other types of treatment / but the triptans have been designed specifically to knock out a migraine / when it starts // And* ***there are 3 types of triptans*** *//* ***One is a tablet*** *that you take / and it sits in your stomach and goes through your GI tract //* ***One is a nasal spray*** *that you spray in your nose / and it doesn’t go through the GI tract // And* ***one is an injection*** *which also doesn’t go through the GI tract //* (7:29 – 7:58)

Мигрень лучше всего лечить так называемыми триптанами *// Существует много других методов лечения / но триптаны были разработаны специально для того / чтобы остановить мигрень в самом начале //* ***Существует 3 разновидности триптанов*** *//* ***Первая – это таблетка*** *для приема внутрь / она попадает в желудок и проходит через желудочно-кишечный тракт //* ***Вторая – это спрей для носа*** */ который не попадает в желудочно-кишечный тракт //* ***Третья – это инъекция*** */ здесь лекарство также не попадает в желудочно-кишечный тракт //*

Ведущий 1 (специалисту): *So / I've heard a lot about the nasal sprays recently // So /* ***what are the benefits of taking the nasal spray*** *//* (7:58 – 8:03)

Знаете / в последнее время я часто слышу о назальных спреях // ***Каковы же их преимущества*** *//*

Специалист: *Nasal sprays bypass the GI tract // It can be absorbed quickly from the nasal mucosa / and that's a good thing / because most people that take a tablet have much longer time to get better //* ***Nasal spray is a way to go for most people*** *//* (8:03 – 8:20)

Назальные спреи идут в обход желудочно-кишечного тракта // Они могут быстро всасываться слизистой оболочкой носа / и это хорошо / потому что в большинстве случае прием таблеток не дает такой быстрый эффект // ***Назальный спрей – это наиболее эффективный способ борьбы с мигренью*** *//*

<…>

Ведущий 1 (телезрителям): *We're here with Dr. Alan Rapoport / Neurologist and President of the International Headache Society //* (12:54 – 12:59)

Сейчас с нами в студии по-прежнему находится доктор Алан Рапопорт / невролог и президент Международного общества по борьбе с головной болью //

Ведущий 2 (телезрителям и пациенту): *And also joining us now is Meghan McLaughlin / social worker / a woman on the go and also a migraine sufferer // Welcome to the show Meghan //* (13:00 – 13:07)

Также к нам присоединилась Меган Маклафлин / социальный работник / активист / а также человек / страдающий мигренью // Добро пожаловать / Меган //

<…>

Ведущий 2 (пациенту): *When did you find a solution that worked for you //* (14:42 – 14:44)

Когда Вы нашли решение своей проблемы //

Пациент: *When I went back to my neurologist / after I was having these types of headaches / migraines / I need something else // And* ***my neurologist introduced me to Zomig Nasal Spray*** *//* (14:45 – 14:53)

Когда я вновь обратилась к своему неврологу / у меня были такие сильные головные боли / мигрени / мне нужно было что-то еще // ***И мой невролог познакомил меня с назальным спреем Зомиг*** *//*

<…>

Ведущий 2 (специалисту): *Dr. Rapoport /* ***what is Zomig Nasal Spray*** */ and* ***how does it work*** *on migraines //* (15:07 – 15:12)

Доктор Рапопорт / ***что такое Зомиг*** */ и* ***как он помогает*** *в борьбе с мигренью //*

Специалист (ведущим и пациенту): ***Zomig is one of the 7 triptans*** *that we have available / and* ***it comes as a nasal spray*** *// The way we use it is / one spray in one nostril // Starts working on the brain / to get rid of the inflammation and the vaso dilation or enlarged blood vessels in the covering of the brain //* ***That helps migraines*** *// But I think / we might be able to* ***get a demonstration from you*** *//* (15:12 – 15:36)

Зомиг – это один из семи доступных нам триптанов / и ***он выпускается в форме назального спрея*** *// Мы используем его следующим образом / одна доза препарата в каждую ноздрю // Препарат сразу воздействует на мозг / в результате чего уходит воспаление и сужаются кровеносные сосуды головного мозга //* ***Это помогает при мигрени*** *// Меган / не могли бы Вы* ***показать*** */ как применять препарат //*

Пациент: *Absolutely //* (15:36)

Разумеется //

Специалист (ведущим и пациенту): *This is not actual Zomig / but* ***it is the actual way*** *it's given // So /* ***would you show us*** *how you take it //* (15:37 – 15:44)

Это не настоящий Зомиг / но ***принцип использования*** *тот же // Меган / не могли бы Вы* ***показать*** */ что нужно делать //*

<…>

Ведущий 2 (специалисту): ***Who*** *exactly* ***is a good candidate*** *for Zomig //* (16:19 – 16:22)

Кому показан Зомиг *//*

Специалист: *Anybody with migraine / with one or two exceptions / people who have weakness on one side of the body with their migraine / or people that have some brain stem symptoms that we used to call Basilar artery migraine //* <…> ***Contraindications would include*** */ if they have any cardiac problems / like previous heart attacks / or they have a stent / or an arrhythmia in the heart //* <…> (16:23 – 17:53)

Любому / кто страдает от мигрени / за одним или двумя исключениями // Это люди / у которых при мигрени наблюдается слабость на одной стороне тела / а также люди / у которых есть мигрень со стволовой аурой / раньше мы называли ее базилярной мигренью // <…> ***Противопоказания включают*** */ проблемы с сердцем / например / перенесенный сердечный приступ / установленный стент / аритмия сердца //* <…>

Ведущий 1 (специалисту): *Now /* ***what are the side effects*** *of Zomig //* (17:54 – 17:56)

А ***какие есть побочные эффекты*** *Зомига //*

Специалист: ***The most common side effects*** *that some people will complain of* ***will be*** *drowsiness / dizziness / a tingling sensation someplace / a warm hot feeling all over / or a little bit of tightness / or a little bit of pain in the chest / in the throat or in the neck //* (17:57 – 18:15)

Наиболее распространенными побочными эффектами */ на которые жалуются люди /* ***являются*** *сонливость / головокружение / ощущение покалывания где-либо / ощущение жара по всему телу / небольшая скованность или боль в груди / горле или шее //.*

Итак, основная часть начинается спустя некоторое время после предисловия, так как ей предшествует описание заболевания – его типов, симптомов, причин (данную часть выпуска мы намеренно исключили из примера). Таким образом, подтверждается вывод лингвистов о гибридном характере презентации: рассматриваемый жанр включает в себя элементы другого речевого жанра – пояснения.

Собственно презентация является наиболее объемной частью в композиции речевого жанра, так как содержит информацию о различных сторонах предмета речи. Глаголы, задействованные в раскрытии сути объекта презентации, можно сгруппировать следующим образом:

1) для предоставления вводных данных о предмете речи используются глаголы со значениями «давать название» (*call/называть*), «существовать» (*be* в конструкции “there is / there are” / *существовать*), «представлять собой» (*be / быть*, *являться*; *come as / выпускаться в виде чего-либо*), а также глаголы вербального и/или наглядного представления (*introduce / представлять*, *познакомить*);

2) для более подробного описания объекта презентации (характеристики, возможности, показания к применению и противопоказания, побочные действия) используются глаголы со значениями «представлять собой» (*be / быть*, *являться*), «иметь в своем составе» (*include / включать в себя*), «иметь действие» (*help/помогать*; *work/работать*).

Информация о предмете речи сопровождается наглядной инструкцией по применению. В связи с этим автор высказывания также обращается к глагольному словосочетанию *get a demonstration / увидеть демонстрацию* и глаголу *show/показывать*.

3. Послесловие:

Ведущий 1 (пациенту): *So / Meghan / how long have you been using Zomig //* (18:16 – 18:18)

Меган / как долго Вы используете Зомиг //

Пациент: *I would say / approximately 3 years / and once I use my spray / I feel relief / for me / as soon as 20 minutes //* (18:19 – 18:25)

Примерно три года / и я чувствую облегчение уже через 20 минут после использования препарата //.

Послесловие представляет собой заключительную часть презентации, цель которой – дать о предмете речи информацию второстепенного характера. Исходя из примера, это может быть положительный отзыв клиента социального института медицины. Включение в презентацию мнения реального пациента позволяет добиться расположения телевизионной аудитории. Так как послесловие может включать в себя разноплановую информацию, то в этой части презентации отсутствует какое-либо деление глаголов на группы.

Анализ выпусков программы «Обыкновенные рецепты здоровья» показал, что в передаче содержится 96 примеров рассматриваемого жанра. Рассмотрим один из сюжетов выпуска: Обыкновенные рецепты здоровья 15.06.13. 17.06.2013. https://www.youtube.com/watch?v=-QNuAMcgmgQ (16:19 – 23:19).

1. Предисловие:

Ведущий (телезрителям): *И сейчас я нахожусь в гостях у Шагиевой Диляры Рахимовны // Диляра Рахимовна вот уже более восьми лет занимается лечением болезней позвоночника // И сегодня* ***мы не просто расскажем / как лечить грыжу диска / остеохондроз / радикулит / но и наглядно продемонстрируем некоторые методы*** *//* (16:19 – 16:35)

<…>

Введение к основной части презентации содержит краткую информацию о специалисте, а также небольшое описание предстоящей темы. Чтобы подготовить телезрителей к получению сведений об объекте презентации, ведущий использует глаголы вербального и наглядного представления – *рассказывать* («*расскажем*»), *продемонстрировать* («*наглядно продемонстрируем*»).

2. Основная часть:

Специалист 1 (ведущему): *Елена / мы только что были на первичном приеме // Сейчас я Вас приглашаю в кабинет рефлексотерапии / где и будет проходить сеанс иглоукалывания // Проходите / пожалуйста //* (21:24 – 21:33)

Ведущий (специалисту 2): *Здравствуйте //* (21:35)

Специалист 2: *Здравствуйте //* (21:36)

Ведущий (специалисту 2): *Раим Ракибович /* ***расскажите*** */ пожалуйста /* ***в чем суть данной процедуры*** *//* (21:51 – 21:54)

Специалист 2: *Иглоукалывание / один из наиболее эффективных методов лечения проблем позвоночника // При иглоукалывании оказывается такое воздействие / как анальгетическое / то есть противоболевое / противоотечное / противоспазматическое // Именно эти процессы включены как раз в заболевание и составляют как бы порочный круг / который поддерживает боль //* ***Иглоукалывание позволяет*** *снять явление отека / болевые ощущения / спазмы / и благодаря этому восстанавливается кровообращение // Ну / то есть после этого происходит восстановление как бы / и у пациента улучшается самочувствие / снимается боль //* (21:54 – 22:36).

Как и в англоязычном примере, основной части презентации предшествует другой жанр. В данном случае это первичная консультация. Таким образом, вновь подтверждается тезис о гибридной природе речевого жанра презентации. Рассказ о процедуре иглоукалывания разворачивается в кабинете врача и сопровождается наглядной демонстрацией метода лечения. Ведущий приглашает специалиста быть презентатором и для этого включает в свое предложение глагол вербального представления – *рассказывать* / «*расскажите*». Специалист дает описание процедуры, делая акцент на ее возможностях и преимуществах. Для этого врач использует глагол со значением «давать возможность» – *позволять* / «*позволяет*».

3. Послесловие:

Ведущий (телезрителю и пациенту): *На первый взгляд кажется / что это очень болезненная процедура // Впрочем / давайте поинтересуемся у пациентки / что она чувствует // Ну / как ощущения //* (22:36 – 22:44)

Пациент: *Ну Вы знаете / абсолютно не больно // Даже никакого дискомфорта я не испытываю //* (22:44 – 22:49)

<…>

Ведущий (специалисту 1): *Диляра Рахимовна /* ***было очень интересно посмотреть на все собственными глазами // Сегодня мы смогли увидеть процедуру иглоукалывания*** *//* (23:12 – 23:19).

В заключительной части дополнительно подчеркиваются положительные стороны объекта презентации. Для этого вводится еще один участник коммуникации – реальный пациент. Мы видим, что клиент клиники дает положительную обратную связь, тем самым закрепляя в сознании телезрителей позитивно окрашенный образ предмета речи. Чтобы завершить рассказ о методе лечения и подвести итоги сюжета, ведущий обращается к глаголам чувственного восприятия – «*(было интересно) посмотреть*» и «*(смогли) увидеть*».

В результате проведенного комплексного анализа мы выявили, что основными глаголами жанра являются глаголы вербального и наглядного представления. Перечислим их, указав грамматические формы и конструкции, в которых они употребляются:

1) английский язык: *talk/беседовать* – 20 единиц, *tell/рассказывать* – 15 единиц, *show/показывать* – 10 единиц, *explain/объяснять* – 5 единиц, *break down / подробно рассказывать* – 3 единицы, *discuss/обсуждать* – 2 единицы, *describe/описывать* – 1 единица, *share / делиться информацией* – 1 единица, *speak/говорить* – 1 единица, *introduce / представлять*, *познакомить* – 1 единица:

– глагол 1 лица, единственного или множественного числа, простого будущего времени (Future Simple);

– глагол 1 лица, множественного числа ИЛИ 2 лица, единственного числа в настоящем длительном времени (Present Continuous);

– глагол в императиве 1 лица множественного числа (*let us…*);

– глагол в императиве 2 лица;

– инфинитив глагола в постпозиции к выражению *be going to*;

– глагол в составе условной части сложноподчиненного предложения;

– инфинитив глагола в постпозиции к модальному глаголу *can* (в вопросительных предложениях);

– глагол как часть простого инфинитивного оборота;

2) русский язык: *говорить* – 11 единиц, *рассказывать* – 10 единиц, *представлять* – 9 единиц, *показывать* – 5 единиц, *(по-/о-)знакомить* – 3 единицы, *(про-)демонстрировать* – 2 единицы, *описывать* – 1 единица:

– глагол 1 лица, единственного или множественного числа, будущего времени;

– глагол 3 лица, единственного числа, будущего времени;

– глагол в императиве 2 лица;

– глагол в императиве 1 лица множественного числа (в том числе со словом *давайте*);

– инфинитив глагола в постпозиции к модальному глаголу *мочь* (в вопросительных предложениях).

Помимо перечисленных глаголов в лексической репрезентации жанра участвуют единицы, указывающие на действия со стороны реципиента, то есть глаголы чувственного и когнитивного восприятия:

1) английский язык: *see / (y-)видеть*, *look/смотреть*, *learn/узнать*:

– глагол 1 лица, множественного числа, будущего времени;

– глагол в императиве 1 лица множественного числа со словом *let*;

– инфинитив глагола в постпозиции к модальному глаголу *can*;

2) русский язык: *(по-)смотреть*, *(у-)видеть*, *(у-)знать*:

– глагол 1 лица, множественного числа, будущего времени;

– глагол в императиве 1 лица множественного числа со словом *давайте*;

– глагол 2 лица, множественного числа, настоящего времени (с глаголом *видеть*);

– инфинитив глагола в постпозиции к модальному глаголу *мочь*.

Для подробного описания предмета речи адресант обращается к глаголам со следующими значениями:

1) английский язык:

– “have a name” / «иметь название»: *be called / называться*; *be referred to as / называться*;

– “give a name” / «давать название»: *call/называть*; *term / называть*, *именовать*;

– “be real” / «существовать»: *be/существовать*;

– “be something” / «представлять собой»: *be / быть, являться*; *come as / выпускаться в виде чего-либо*; *mean/значить*; *represent / представлять собой*;

– “have something as a part” / «иметь в своем составе»: *include / включать в себя*; *involve / включать в себя*; *contain/содержать*; *have (got) / иметь*, *включать в себя*;

– “perform an action” / «выполнять действие»: *allow/позволять*; *help/помогать*; *work/действовать*; *improve/улучшать*; *reduce / понижать*, *сокращать*; *increase/увеличивать*; *minimize / уменьшать*, *минимизировать*; *decrease / уменьшать*, *снижать*;

– “be used” / «быть в употреблении»: *be used / использоваться*;

2) русский язык:

– «иметь название»: *называться*;

– «существовать»: *есть*; *иметься*; *существовать*; *бывать*;

– «принадлежать»: *относиться (к)*; *входить (в)*;

– «представлять собой»: *считаться*; *являться*; *значить*; *означать*; *составлять* (= *представлять собой*);

– «иметь в своем составе»: *состоять (из)*; *заключать в себе*; *включать в себя*; *обладать*; *содержать*; *располагать*;
– «выполнять действие»: *способствовать*; *позволять*; *улучшать*; *снижать*; *уменьшать*; *сокращать*;
– «иметь отличие»: *выделяться*; *отличаться*;
– «быть в употреблении»: *применяться*; *использоваться*.

Результаты проведенного исследования позволяют установить особенности лексической реализации жанра телевизионной медицинской презентации. Так, вне зависимости от языка рассматриваемый речевой жанр образуется за счет особой комбинации ассертивных (репрезентативных) речевых актов, выраженных глаголами вербального и наглядного представления, а также глаголами чувственного и когнитивного восприятия. Кроме того, в обоих источниках телевизионная медицинская презентация имеет одно и то же содержательное наполнение: основная часть текста-репрезентанта включает в себя глаголы, значения которых совпадают как в английском, так и в русском языке. Что касается отличий, то они касаются основных глаголов жанра: в материале английского языка наблюдается большее разнообразие лексических средств и грамматических форм их употребления.

Заключение

В результате сравнительно-сопоставительного анализа нам удалось установить лексические особенности презентации как жанра телевизионного медицинского дискурса. Поиск ответов на поставленные вопросы привел нас к следующим выводам.

Речевой жанр презентации представляет собой коммуникативно-речевой процесс, результатом которого является устный текст, принимающий форму диалогизированного монолога. Базовой коммуникативной парой являются презентатор и его целевая аудитория. Композиция жанра включает в себя предисловие, основную часть (презентационная речь и демонстрация объекта) и послесловие. Речь оратора содержит информационные, рекламные, научно-технические и оценочные элементы. Перечисленные особенности также свойственны телевизионной медицинской презентации, однако полидискурсивный контекст придает ей уникальные черты:

– презентатор – это представитель социального института медицины, а целевая аудитория – реальный или потенциальный пациент;
– адресант является активным участником коммуникации, в то время как адресат – пассивным;
– говорящего и слушателя разделяют пространственно-временные границы;
– тема рассказа – медицинские инновации;
– информационно-просветительская стратегия и стратегия по завоеванию потребителя являются основной и вспомогательной стратегиями жанра соответственно.

Жанр медицинской презентации образуется последовательностью речевых актов группы ассертивов (репрезентативов), в рамках которой отдельно выделяются подгруппы констативов (утверждений) и дескриптивов (описаний). Использование ассертивных (репрезентативных) речевых актов обусловлено интенциями адресанта: информирование реципиента о современной медицинской разработке и убеждение реципиента в необходимости совершения посткоммуникативного действия – приобрести предмет презентации или воспользоваться услугой с его применением.

В контексте просветительской телепередачи о здоровье указанные речевые акты реализуются с помощью следующих единиц:

– неперформативные глаголы вербального и наглядного представления (*tell/рассказывать*, *show/показывать*, *describe/описывать*, *speak/говорить*, *introduce* / *представлять*, *познакомить*);
– неперформативные глаголы чувственного и когнитивного восприятия (*see* / *(у-)видеть*, *look* / *(по-)смотреть*, *learn/узнать*);
– глаголы со значениями: have a name / иметь название, be real / существовать, be something / представлять собой, have something as a part / иметь в своем составе, perform an action / выполнять действие, be used / быть в употреблении.

Перечисленные группы глаголов и отмеченные примеры отражают черты сходства в лексической репрезентации жанра в английском и русском языках. Однако сравнительно-сопоставительный анализ также позволил выявить различия:

– английский язык: большее разнообразие лексических средств и грамматических форм их употребления; количественное преимущество примеров использования основных глаголов в эмпирическом материале;
– русский язык: более объемное содержание основной части, которое дополнительно включает глаголы со значениями «принадлежать» и «иметь отличие».

К перспективам исследования мы относим изучение грамматических средств выражения телевизионной медицинской презентации в английском и русском языках.

Источники | References

1. Акаева Э. В. Коммуникативные стратегии профессионального медицинского дискурса: автореф. дисс. … к. филол. н. Омск, 2007.
2. Барсукова М. И. Медицинский дискурс: стратегии и тактики речевого поведения врача: автореф. дисс. … к. филол. н. Саратов, 2007.

3. Букеева М. Е. Гибридные жанры презентационного дискурса: автореф. дисс. … к. филол. н. М., 2014.
4. Волкова Е. В. Профессиональная коммуникация врача в социальных сетях как новая дискурсивная практика // Виртуальная коммуникация и социальные сети. 2022. Т. 1. № 2.
5. Гусейнова И. А. Коммуникативно-прагматические основания жанровой системы в маркетинговом дискурсе: автореф. дисс. … д. филол. н. М., 2010.
6. Календр А. А. Жанрово-стилистические характеристики американского популярно-медицинского дискурса: дисс. … к. филол. н. Астрахань, 2017.
7. Кожарнович М. П. Медиатизация медицинского дискурса: способы, атрибуты и риски // Медиалингвистика. 2021. Т. 8. № 4.
8. Коломийцева О. Ю. Полидискурсивность как способ реализации категории интерсемиотичности (на материале прессы Германии и США) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. Вып. 8.
9. Костяшина Е. А. Дискурсивное взаимодействие в текстовом пространстве научно-популярного медицинского журнала: автореф. дисс. … к. филол. н. Томск, 2009.
10. Лапунова О. В. Французский телевизионный информационный дискурс в типологии медийных дискурсов // Романия: языковое и культурное наследие: материалы I международной научно-практической конференции. Мн., 2019.
11. Лутфуллина Г. Ф. Приказ как речевой акт, тактика или жанр (на материале английского и русского языков) // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2018. № 1 (28).
12. Лутфуллина Г. Ф., Еремеева С. А. Языковая репрезентация речевого жанра «пояснение» в медицинском дискурсе в рамках телевизионной просветительской передачи (на примере передачи «Мед. эксперт») // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. Вып. 10.
13. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса: автореф. дисс. … д. филол. н. Волгоград, 2004.
14. Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1988.
15. Сажина Е. В., Задворная Е. Г., Басовец И. М. Медиадискурс в современной лингвистической парадигме: сравнительно-сопоставительный аспект. Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2021.
16. Цымбал А. Ю. Интонационно-стилистические и коммуникативно-прагматические характеристики устных презентаций: автореф. дисс. … к. филол. н. Иваново, 2015.
17. Щитова В. И. Презентация как коммуникативный феномен культуры: визуальный аспект: автореф. дисс. … к. культ. М., 2004.
18. Searle J. R., Vanderveken D. Foundations of Illocutionary Logic. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.

Информация об авторах | Author information

RU

Еремеева Светлана Анатольевна[1]
[1] Казанский (Приволжский) федеральный университет

EN

Svetlana Anatolievna Eremeeva[1]
[1] Kazan (Volga region) Federal University

[1] *moltobene95@mail.ru*

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 10.11.2024; опубликовано online (published online): 15.01.2025.

Ключевые слова (keywords): речевой жанр презентации; жанр телевизионной медицинской презентации; медицинский дискурс; жанр презентации в русском и английском языках; speech genre of presentation; genre of television medical presentation; medical discourse; genre of presentation in Russian and English.