

DOI: 10.12731/2077-1770-2021-13-3-274-292

УДК 81'1:008

СТАТУС КОММУНИКАТИВНОЙ КАТЕГОРИИ ЭГОЦЕНТРИЗМА В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Вильчик М.К.

***Цель.** Представленное исследование нацелено на уточнение в соответствии с задачами исследования определения понятия «коммуникативная категория», описание коммуникативной категории эгоцентризма в контексте существующих типологий и структурной модели, предложенной Е.П. Захаровой. Актуальность данной статьи определяется вхождением ее в круг интересов изучения коммуникативной категории.*

***Метод или методология проведения работы.** Методика данного исследования предполагает использование анализа, обобщения, описания в качестве общенаучных методов, лингвистического дефиниционного, компонентного анализа. Материалом исследования послужили лексикографические источники американского варианта английского языка. Единица эмпирического исследования – лексико-семантические варианты слов, связанные между собой синонимическими отношениями, обозначающие явление эгоцентризма, соответствующий признак и субъекта-носителя данного признака.*

***Результаты.** Определяются статус и структура коммуникативной категории эгоцентризма. Посредством изучения ее лексико-семантической репрезентации в американском варианте языка описываются этнокультурно специфичные признаки, конституирующие данную категорию в американской лингвокультуре. По результатам анализа делается вывод о зафиксированных в системе языка общих представлениях американцев об эгоцентризме, определяются признаки, характеризующие содержательную (понятий-*

ный компонент) структуру коммуникативной категории «эгоцентризм» – релевантные установки и прескрипции.

Область применения результатов. Полученные результаты вносят вклад в дальнейшее развитие исследований коммуникативного поведения, осмысление национально специфичных коммуникативных категорий; могут использоваться в практической лексикографии.

Ключевые слова: коммуникативная категория; эгоцентризм; семантика; прескрипции; ядерные компоненты; второстепенные компоненты

STATUS OF THE COMMUNICATIVE CATEGORY OF EGOCENTRISM IN THE AMERICAN LINGUOCULTURE

Vilchik M.K.

Purpose. The presented research is aimed at clarifying the definition of the concept of “communicative category” in accordance with the research objectives, describing the communicative category of egocentrism in the context of existing typologies and the structural model proposed by E.P. Zakharova. The purpose of this article is determined by its inclusion in the circle of interests of the study of the communicative category.

Materials and methods. The methodology of this research involves the use of analysis, generalization, description as general scientific methods, linguistic definition, component analysis. The research material was lexicographic sources of the American version of the English language. The unit of empirical research is lexical and semantic variants of words related to each other by synonymous relations, denoting the phenomenon of egocentrism, the corresponding sign and the subject-carrier of this sign.

Results. The status and structure of the communicative category of egocentrism are determined. Through the study of its lexical and semantic representation in the American version of the language, the ethnocultural specific features that constitute this category in the American

linguistic culture are described. According to the results of the analysis, the conclusion is made about the general ideas of Americans about egocentrism fixed in the language system, the signs characterizing the content (conceptual component) are determined the structure of the communicative category “egocentrism” – relevant attitudes and prescriptions.

Practical implications. *The obtained results contribute to the further development of research on communicative behavior; the understanding of nationally specific communicative categories; they can be used in practical lexicography.*

Keywords: *communicative category; egocentrism; semantics; prescriptions; nuclear components; secondary components*

Введение

Активно развивающаяся коммуникативная лингвистика обращена к изучению реальной коммуникации в разнообразных ситуациях взаимодействия. Все большее внимание уделяется коммуникативным категориям. Категория в общем смысле на сегодняшний день является междисциплинарным понятием, которое получает свое наполнение разнообразным содержанием в зависимости от предметной области. На сегодняшний день в современной теории коммуникации учение еще не пришли к единому пониманию «коммуникативной категории».

Методология изучения коммуникативной категории эгоцентризма

Исследование нацелено на уточнение понятия коммуникативной категории как таковой, на описание основной части содержания коммуникативной категории эгоцентризма по принятым в лингвистике и культурологии типам, среди которых представлены языковые, функционально-семантические и функционально-стилистические типы, и характеристикам структуры категории (линейная, полевая, объемная). В ходе исследования были применены следующие методы: анализ, обобщение, описание (для систематизации имеющихся достижений в смежных науках), для изучения семан-

тической структуры значения и парадигматических отношений синонимов – дефиниционный, компонентный анализ (что позволило определить интегральные и дифференциальные семантические признаки в значениях отобранных лексических единиц, представив их значение как иерархию семантических признаков).

Источником фактического материала послужили из 9 лексикографических источников американского варианта английского языка, в которых была выявлена 21 единица – синонимичные лексико-семантические варианты слов, обозначающие феномен эгоцентризма, субъекта-носителя признака и сам признак.

Коммуникативная категория как понятие

Коммуникативной категорией в конце XX века определяли категорию общения, представляющую собой совокупность установок и правил речевого поведения в данном обществе и участвующую в организации и/или регулировании коммуникативного процесса. Коммуникативная категория имеет определённую структуру (линейную, полевую, объёмную), собственное коммуникативное содержание и располагает разнообразными языковыми и речевыми, в том числе невербальными, средствами выражения этого содержания [5]. Существует другое определение коммуникативной категории, а именно интеракционные знания, определяющие коммуникативные стратегии и типы речевых актов, которые используются в ситуации межкультурного взаимодействия. Это категория общения с определёнными установками и правилами поведения в одном взятом обществе и регулирующая процесс коммуникации, что обуславливает основные черты национального коммуникативного поведения [6; 9; 14; 16]. И.А. Стернин понимает под коммуникативными категориями самые общие коммуникативные понятия, упорядочивающие знания человека об общении и нормах его осуществления. Некоторые из коммуникативных категорий отражают общие представления человека об общении, некоторые – о его речи [13; 15]. Общим звеном в вышеуказанных определениях является слово «знания», которое указывает на совокупность сведений,

информации в области общения. Е.П. Захарова дает более узкое определение, сводя коммуникативную категорию к «установкам и правилам», приводя при этом более развернутую интерпретацию структуры категории. Ряд исследователей выделяет типы лингвистических категорий и интерпретируют саму лингвистическую категорию как «любую группу элементов, выделяемых на основании какого-либо общего свойства; это параметр, признак, по которому обширная совокупность однородных языковых единиц разбивается на ограниченное количество непересекающихся классов, члены которого характеризуются одним и тем же значением данного параметра признака» [2]. Многие ученые [1; 10; 11 и др.] рассматривают и объясняют такие виды лингвистических категорий как языковые, т.е. объясняющие внутрисистемное устройство языка – грамматические, синтаксические, лексические и т.д., функционально-семантические, рассматривающие модальность, темпоральность, персональность, функционально-стилистические или понятийные. Н.Н. Панченко определяет коммуникативную категорию как «единство структурно-организованного значимого содержания и комплекса языковых средств его выражения» [10]. По мнению И.А. Стернина, коммуникативная категория становится видимой, осязаемой по тому, как она проявляется в общении – благодаря проявлению ее в общении можно определить содержание и структуру категории. В русском коммуникативном сознании были выделены следующие релевантные коммуникативные категории: общение, эмоциональность, коммуникативное доверие, коммуникативная оценочность, сохранение лица и т.д. И.А. Стернин, рассматривая коммуникативную категорию, определяет ее содержание как «некую упорядоченную совокупность суждений, установок, ментальных стереотипов, правил, касающихся языкового общения. Однако мы разделяем мнение профессора Н.Н. Панченко о том, что в содержание коммуникативной категории должны входить разноуровневые языковые средства (лексические и лексико-фразеологические), а также паралингвистические маркеры (просодические средства, мимика, кинетика).

Существует другая классификация, в которой категории в языке принято подразделять на лексические, грамматические и коммуникативные или модусные [1]. Мы согласны с отнесением модусных категорий к коммуникативным, поскольку они «обеспечивают возможность различной интерпретации говорящим того или иного концептуального содержания и формирования на основе этого новых смыслов [1]. Лексические и грамматические категории мы рассматриваем как чисто языковые, т.к. они передают знания о языке и описывают языковые объекты. В свою очередь коммуникативные категории делятся на гиперкатегории, которые являются универсальными и на национально-маркированные, которые тоже подразделяются на эндемичные (т.е. специальные категории, присутствующие только определенным культурам) и лакунарные (категории, отсутствующие в других культурах). Стоит отметить, что коммуникативные категории всегда преломляются через языковые, т.е. лексические и грамматические. Основное назначение коммуникативных категорий – не упорядочение сведений о нормах и правилах общения (это делает исследователь, выделяющий и систематизирующий коммуникативные категории народа), а обеспечение, организация общения индивида в обществе. Е.П. Захарова предлагает другую классификацию, при которой коммуникативные категории по структуре могут разделяться на следующие типы:

1) категории оппозитивного типа с устройством в виде жесткой оппозиции достоверность / недостоверность, определенность / неопределенность и т.д.);

2) категории оппозитивного типа с устройством в виде шкалы – здесь рассматривается и описывается градуальность (подчеркнутая вежливость / нейтрально-нормативная вежливость / минимальная вежливость / невежливость).

3) категории спектрального типа с со структурой в виде спектра (тональность, функционально-стилистическая окрашенность и т.д.) [5].

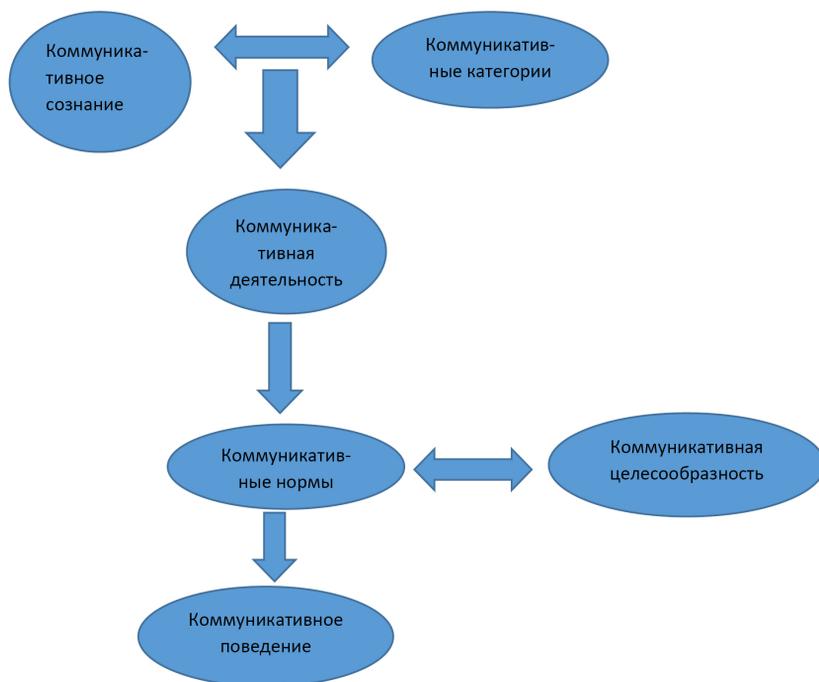
По роли в коммуникативном процессе выделяются категории обязательные для любого коммуникативного процесса (категории

собственно коммуникативные, в рамках которых противопоставлены структурно-образующие и информативные) с коммуникативно организующей функцией и сопутствующие категории (регулятивные и квалификативные) с регулирующей функцией [10].

Коммуникативная категория состоит из информации, которая получает отражение в концептах, установках и правилах, и которая может менять яркость, порядок, актуальность для сознания. Более того, каждая категория состоит из прескрипций, т.е. правил общения, которые делятся на **предписывающие** и **запретительные**. Информация и прескрипции в каждой коммуникативной категории дополняют друг друга и при описании той или иной категории могут описываться и исследоваться по отдельности. И.А. Стернин сводит свою мысль к тому, что «в рамках коммуникативных категорий образующая их информация (концепты, установки, правила) упорядочивается, структурируется по яркости, актуальности для сознания, т.е. по полювому принципу. Категория содержит определенное концептуальное знание о коммуникации (информационный аспект, информационная составляющая категории), а также “прескрипции” предписания по осуществлению коммуникативного процесса (правила общения); этот аспект может быть назван прескрипционным. Прескрипционная составляющая коммуникативной категории включает прескрипции разных видов: прескрипции, которые носят предписывающий характер (что надо делать и как в общении), запретительные прескрипции (чего нельзя делать в общении) и интерпретирующие (объяснительные) как надо понимать в процессе общения те или иные коммуникативные факты или действия» [11]. Коммуникативные категории являются частью коммуникативного сознания, которое представляет собой совокупность знаний и механизмов, регулирующих коммуникативную деятельность индивида. Коммуникативные категории реализуются в коммуникативном поведении, которое продиктовано коммуникативными нормами, представляющими собой закрепленные в том или ином обществе правила речевого общения в той или иной ситуации. В свою очередь коммуникативные нормы имеют тесную связь с коммуникативной

целесообразностью, т.е. обоснованное, осмысленное использование языковых средств, их выбор и их реализацию для достижения конкретной цели в общении. Все вышеперечисленные понятия охватываются термином «коммуникативное сознание», которое видится нам как «определенные коммуникативные установки, совокупность ментальных коммуникативных категорий, определяющих принятые в обществе нормы и правила коммуникации [11].

Соотношение понятий можно рассмотреть на следующей схеме:



Изучив представленные определения, мы склонны рассматривать коммуникативную категорию как структуру, включающую культурно обусловленные коммуникативно значимые знания, правила, установки, прескрипции, комплекс релевантных для актуализации установок и прескрипций языковых средств.

Коммуникативная категория состоит из общих иерархических стратегических установок. Структура коммуникативной категории

может быть вариабельной, а именно содержать основные коммуникативные предписания, демонстрировать соблюдение коммуникативных правил и показывать общую культуру речи [12]. По содержанию коммуникативная категория может иметь центральные, т.е. ядерные компоненты, объединенные понятием. Структура коммуникативной категории имеет центральный компонент и второстепенные компоненты, соотносящиеся с первым. К ядерным средствам выражения категории мы относим средства, представляющие семантику в эксплицитном виде. А к периферийным – лексические средства, грамматические средства и паралингвистические маркеры. Коммуникативные категории организуют и регулируют процесс общения, обладают разноуровневыми языковыми и речевыми (вербальными и невербальными) средствами для выражения содержания. Под содержанием коммуникативной категории понимается некоторая нежестко упорядоченная совокупность суждений, установок, ментальных стереотипов, правил, касающихся речевого общения [7]. Коммуникативные категории упорядочивают в сознании информацию о нормах и правилах общения и обеспечивают общение по принятым правилам.

В.В. Дементьев, в свою очередь, говорил о том, что коммуникативные категории могут и не содержать образного компонента или соотноситься с ключевыми лексемами [4], что в некотором роде сужает понятие коммуникативной категории. О.А. Кобринна считает, что коммуникативные категории не имеют определенную устойчивую форму выражения, т.к. демонстрируют не конкретное и субъективное, а именно отношение к содержанию высказываемого и к самому собеседнику [8].

Коммуникативная категория задаётся категориальным семантическим признаком, который связан с множеством прагматически релевантных признаков типизированной коммуникативной ситуации. Эти признаки типизированной ситуации существуют в памяти носителя определённой коммуникативной компетенции и опознаются им в реальной коммуникативной ситуации, влияют на его коммуникативное поведение. Такого рода влияние проявляется в

выборе для осуществления речевого акта как коммуникативных, так и собственно языковых единиц в соответствии с коммуникативными нормами, разделяемыми членами сообщества, взаимодействующего в определённой сфере. В отличие от функционального стиля, включающего преимущественно реализующиеся в речи собственно языковые единицы, коммуникативная категория предполагает рассмотрение множества значимых для определённой сферы коммуникации единиц не только собственно языкового или речевого, но и коммуникативного поведения человека. Итак, коммуникативная категория может быть представлена как множество пар, каждая из которых включает определённое значение релевантного признака коммуникативной ситуации и соотносимую с этим значением коммуникативную единицу для его выражения [2]. Так, исследователь Е.Ю. Кислякова, описывая коммуникативную категорию инакости выделила ее параметры по парам: единство – множественность, тождество – подобие, сходство – различие, нормативность – ненормативность, свойственность – чуждость, определенность – неопределенность, реальность – гипотетичность [7].

Описание коммуникативной категории эгоцентризма

Перейдем к обоснованию статуса коммуникативной категории эгоцентризма с позиции американской лингвокультуры. Коммуникативная категория в рамках носителя той или иной лингвокультуры описывается М.В. Шамановой «как тот или иной носитель языка понимает категоризируемое явление, что он включает в состав этого явления, как он вписывает данную категорию в состав других коммуникативных и некоммуникативных категорий» [17]. Изучая коммуникативное поведение и коммуникативное сознание, И.А. Стернин выделил «национальный эгоцентризм» и «индивидуализм» как типичные черты американского коммуникативного поведения. В нашей работе выше мы обозначили синонимичность явлений “egocentrism” и “individualism”, продемонстрировав конституирующие признаки и семы. Мы видим данную коммуникативную категорию национально-маркированной, исходя из уже

проведенных ранее исследований учеными. Принимая во внимание классификацию коммуникативных категорий Е.П. Захаровой, мы видим коммуникативную категорию эгоцентризма как категорию оппозитивного типа с устройством в виде оппозиции, что наблюдается в описании типа культуры и характеристик низкоконтекстной культуры, однако такое жесткое противопоставление может быть относительным согласно выделенным нами дифференциальным семам конституирующего признака «характерная мера отношения к себе\степень выраженности отношения к себе» – «высокая», «ненормальная», «чрезмерно высокая», «патологически чрезмерная». В структуре оппозиции коммуникативную категорию эгоцентризма можно представить следующими параметрами согласно рассмотренным и проанализированным нами семантическим структурам англоязычных толковых словарей:

1) я – общество (concerned with the individual rather than society [MW]);

2) я – другие (having or regarding as the center of all things esp. in relation to the world [NWD]; based on the belief that the world exists or can be known only in relation to the individual's mind [WNWCD]; concerned with or directed towards one's own advantage without care for others [LDELC]; caring supremely or unduly for one's self; regarding one's own comfort, advantage, etc., in disregard, or at the expense, of those of others [WNWD]; concerned chiefly or excessively with oneself, and having little regard for others; showing or arising from an excessive concern with oneself and a lack of concern for others; believing or teaching that the chief motives of human action are derived from love of self [FD]; caring only about yourself rather than about other people [OAAD]; caring only or chiefly for oneself, regarding one's own interest or advantage chiefly or solely proceeding from love of self [NWD]; acting unfriendly towards other people because you think you are better than they are; occupied or concerned only with one's own affairs; egocentric, selfish [WNWD]; tending to think only about yourself and not thinking about the needs or feelings of other people [OAAD]; serving one's own interests often in disregard of the truth or the interests of

others; having or showing concern only about your own needs and interests [MW]; serving one's own interests, especially without concern for the needs or interests of others; exhibiting concern solely for one's own interests: a speech full of self-serving comments. [FD]; thinking so much about yourself and your own interests that you do not pay enough attention to other people or things [OAAD]; stinginess resulting from a concern for your own welfare and a disregard of others (vocabulary.com); devoted to or caring only for oneself; concerned primarily with one's own interests, benefits, welfare, etc., regardless of others; characterized by or manifesting concern or care only for oneself [Thesaurus.com]; the belief that you are more important than everyone else [McMillan Dictionary]; an exaggerated estimate of one's own importance; arrogant or pompous behavior [MW]; a stage in a child's development characterized by lack of awareness that other people's points of view differ from his or her own [Collins Dictionary]; thinking so much about yourself and your own interests that you do not pay enough attention to other people or things [OAAD]; the fact or tendency towards talking too much about oneself and believing that one is better and more important than other people [LDELIC];

3) я – мир (having or regarding as the center of all things esp. in relation to the world [NWD]); based on the belief that the world exists or can be known only in relation to the individual's mind [WNWCD]; taking the ego as the starting point in philosophy [MW]; pertaining to a theory in which everything is considered in relation to the self (CD); holding the view that the ego is the center, object, and norm of all experience [FD]).

3) индивидуальность – общность (centered in or arising from a person's own individual existence or perspective [LEXICO]; INDIVIDUALITY, the quality or state of being selfish [MW]; broadening, fulfillment, or realization of the self [MW]; the principle or habit of or belief in independent thought or action [Thesaurus.com]; the behaviour of someone who likes to think and do things in their own way, rather than imitating other people [Collins Dictionary]; the belief that people's moral behavior should be based on what is most advantageous to themselves [LDELIC]; a passionate and exaggerated love of self, lead-

ing one to refer all things to oneself and to judge everything by its relation to one's interests or importance [NWD]; a person, who behaves in a self-serving manner [Thesaurus.com]; a person who's obsessively self-absorbed. An egomaniac might only take photos of himself - never of another person [CD].

Выводы

Коммуникативная категория эгоцентризма рассматривается нами как категория оппозитивного типа в рамках низкоконтекстных культур, при этом прослеживается относительность данной оппозиции в силу выделенной степени выраженности отношения к себе конституирующего признака. Исходя из представленных параметров оппозиции (я – общество, я – другие, я – мир, индивидуальность – общность), которые были выделены благодаря анализу 21 лексической единицы, детерминирующей феномен эгоцентризма, признака или субъект-носитель признака из 9 словарей американского варианта английского языка, изучаемая коммуникативная категория эгоцентризма в американской лингвокультуре предполагает общее противопоставление своего «я» материальному и нематериальному, указывает на отграничивание «я» и предполагает постановку своего «я» выше «я» других участников общения. Данная национально-маркированная коммуникативная категория отражается в конститутивном признаке «характерная мера отношения к себе / степень выраженности отношения к себе», где мера выраженности отношения градуируется по степени «высокая», «ненормальная», «чрезмерно высокая», «патологически чрезмерная». Данный признак лингвокультурно-специфичен и может обнаруживать специфику своей реализации в других культурах. Кроме того, коммуникативная категория эгоцентризма вступает в парадигматические отношения с такими категориями, как вежливость, альтруизм, толерантность, выражая игнорирование других участников общения, их потребностей и интересов, чрезмерное проявление заботы о себе, продиктованной определенными коммуникативными установками, а именно изысканием пользы только для себя, нивелированием

чужих интересов, демонстрацией высокой самооценки, позиционированием себя как точки отсчета в коммуникативных ситуациях.

Список литературы

1. Болдырев Н.Н. Языковые категории как формат знания // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 2. С. 5-22.
2. Булыгина Т.В. Категория // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Сов. энцикл., 1990. С. 215-216.
3. Буторина Е.П. Коммуникативная категория официальности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 2. Ч. 2. С. 64-66.
4. Дементьев В.В. Коммуникативная обусловленность систем оценки в современных языках // Вопросы структурной, функциональной и когнитивной лингвистики: материалы докл. науч.-метод. конф. / отв. ред. Т.Н. Александрова. Саратов: ИЦ «Наука», 2007. С. 266-287.
5. Захарова Е.П. Коммуникативная категория чуждости и ее роль в организации речевого общения // Вопросы стилистики: межвуз. сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1998. С. 87-94.
6. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. ст. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
7. Кислякова Е.Ю. Коммуникативная категория инакости: монография. Волгоград: Научное издательство ВГСПУ «Перемена», 2018. 250 с.
8. Кобринина О.А. Модусные категории как способы выражения субъективного отношения человека к высказыванию // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 2. С. 90-100.
9. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. Москва: Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Фак. иностр. яз., 1999. 341 с.
10. Панченко Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория: Дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2010. 400 с.
11. Стернин И.А. О понятии коммуникативного сознания и некоторых особенностях русского коммуникативного сознания // Языковое со-

- знание: теоретические и прикладные аспекты: сб. ст. М.-Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2004. С. 36-63.
12. Стернин И.А. Родной язык как категория русского коммуникативного сознания // Вестник ВГУ. Серия 1, Гуманитарные науки. 2001. № 2. С. 36-45.
 13. Стернин И.А. Толерантность и коммуникация // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: колл. монография. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2003. С. 331-344.
 14. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология: учебник для вузов. Москва: ИП РАН, Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. 450 с.
 15. Тахтарова С.С. Коммуникативная категория в когнитивно-дискурсивной парадигме // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2017. Т. 16, № 4. С. 189-196.
 16. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности «Лингвистика и межкультур. коммуникация». Москва: Слово / Slovo, 2000. 261 с.
 17. Шаманова М.В. Коммуникативная категория и коммуникативный аспект // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Сер. «Филологические науки». 2008. №10. С. 15-18.
 18. Longman Dictionary of English Language and Culture (LDELС). Longman, 1993, 1555 p.
 19. Collins Dictionary (CD). <https://www.dictionary.com/browse/egocentric> (дата обращения: 24.09.2019).
 20. Free Dictionary (FD). <https://www.thefreedictionary.com/egocentrism> (дата обращения: 25.09.2019)
 21. Lexico by Oxford (LbO). <https://www.lexico.com/en/definition/egocentric> (дата обращения: 26.09.2019).
 22. Merriam Webster (MW). <https://www.merriam-webster.com/dictionary/egocentrism> (дата обращения: 26.09.2019).
 23. New Webster's Dictionary of the English Language. College Edition (NWD). USA: Surjeet Publications, 1988, 1824 p.

24. Oxford Advanced American Dictionary (OAAD). Oxford: Oxford University Press, 1997, 519 p.
25. Random House Kernerman Webster's College Dictionary (RHKWCD). 2010 K Dictionaries Ltd, 2010, 2040 p.
26. The American Heritage Dictionary of the English Language, Fifth Edition (AHDEL). Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 2016, 2345 p.
27. Vocabulary.com (Vc). <https://www.vocabulary.com/dictionary/self-concern> (дата обращения: 25.09.2019).
28. Webster's New World College Dictionary, Fifth Edition Copyright (WNWD). Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 2014, 2065 p.

References

1. Boldyrev N.N. Yazykovye kategorii kak format znaniya [Language categories as a format of knowledge]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], 2006, no. 2, pp. 5-22.
2. Bulygina T.V. Kategoriya [Category]. *Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar'* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. Moscow: Sov. encikl., 1990, pp. 215-216.
3. Butorina E.P. Kommunikativnaya kategoriya oficial'nosti [Communicative category of formality]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Theory and Practice Issues], 2016, no. 2(2), pp.64-66.
4. Dement'ev V.V. Kommunikativnaya obuslovlennost' sistem ocenki v sovremennyh yazykah [Communicative conditionality of assessment systems in modern languages]. *Voprosy strukturnoj, funkcional'noj i kognitivnoj lingvistiki: materialy dokl. nauch.-metod. konf.* [Structural, Functional and Cognitive Linguistics Issues: Materials of Reports of Scientific Methodic Conference]. Saratov: Nauka Publ., 2007, pp. 266-287.
5. Zaharova E.P. Kommunikativnaya kategoriya chuzhdosti i ee rol' v organizacii rechevogo obshcheniya [The communicative category of alienation and its role in the organization of verbal communication]. *Voprosy strukturnoj, funkcional'noj i kognitivnoj lingvistiki* [Structural,

- Functional and Cognitive Linguistics Issues]. Saratov: Saratov Univw-ersity Publ., 1998, pp. 87-94.
6. Karasik V.I. O tipah diskursa [On types of discourse]. *Jazykovaja lichnost': institucional'nyj i personal'nyj diskurs* [Language Personality: Institutional Personal Discourse]. Volgograd: Peremena, 2000, pp. 5-20.
 7. Kislyakova E.Y. *Kommunikativnaya kategoriya inakosti: monografiya* [Communicative category of otherness: monograph]. Volgograd: Nauchnoe izdatel'stvo VGSPU «Peremena», 2018, 250 p.
 8. Kobrina O.A. Modusnye kategorii kak sposoby vyrazheniya sub'ektivnogo otnosheniya cheloveka k vyskazyvaniyu [Modus categories as ways of expressing a person's subjective attitude to a statement]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki* [Cognitive Linguistics Issues], 2006, no. 2, pp. 90-100.
 9. Kornilov O.A. *Yazykovye kartiny mira kak proizvodnye nacional'nyh mentalitetov* [Linguistic pictures of the world as derivatives of national mentality]. Moscow: Moscow State University Publ., 1999, 341 p.
 10. Panchenko N.N. *Dostovernost' kak kommunikativnaya kategoriya* [Reliability as a Communicative Category]: PhD dissertation. Volgograd, 2010, 400 p.
 11. Sternin I.A. O ponyatii kommunikativnogo soznaniya i nekotoryh osobennostyah russkogo kommunikativnogo soznaniya [On the concept of communicative consciousness and some features of Russian communicative consciousness]. *Jazykovoje soznanie: teoreticheskie i prikladnye aspekty* [Language Perception: Theoretical and Practical Aspects]. Moscow – Barnaul: Altai University Publ., 2004, pp. 36-63.
 12. Sternin I.A. Rodnoj yazyk kak kategoriya russkogo kommunikativnogo soznaniya [Native language as a category of Russian communicative consciousness]. *Vestnik VGU* [VGU Bulletin], 2001, no. 2, pp. 36-45.
 13. Sternin I.A. Tolerantnost' i kommunikaciya [Tolerance and communication]. *Filosofskie i lingvokul'turologicheskie problemy tolerantnosti: monografija* [Philosophical and Linguocultural Issues of Tolerance: monograph]. Ekaterinburg: Ural University Publ., 2003, pp. 331-344.
 14. Stefanenko T.G. *Etnopsihologiya: uchebnik dlya vuzov* [Ethnopsychology: a textbook for universities]. Moscow: IP RAN, Akademicheskij proekt; Ekaterinburg: Delovaya kniga, 2000, 450 p.

15. Tahtarova S.S. Kommunikativnaya kategoriya v kognitivno-diskursivnoj paradigme [The communicative category in the cognitive-discursive paradigm]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta* [Volgograd State University Bulletin], 2017, vol. 16(4), pp. 189-196.
16. Ter-Minasova S.G. *Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya: Ucheb. posobie* [Language and intercultural communication: Textbook]. Moscow: Slovo, 2000, 261 p.
17. Shamanova M.V. Kommunikativnaya kategoriya i kommunikativnyj aspekt [Communication category and communicative aspect]. *Izvestija Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Volgograd State Pedagogical University Bulletin], 2008, no. 10, pp. 15-18.
18. Longman Dictionary of English Language and Culture (LDEL). Longman, 1993, 1555 p.
19. Collins Dictionary (CD). <https://www.dictionary.com/browse/egocentric> (accessed September 24, 2019).
20. Free Dictionary (FD). <https://www.thefreedictionary.com/egocentrism> (accessed September 25, 2019)
21. Lexico by Oxford (LbO). <https://www.lexico.com/en/definition/egocentric> (accessed September 26, 2019).
22. Merriam Webster (MW). <https://www.merriam-webster.com/dictionary/egocentrism> (accessed September 26, 2019).
23. New Webster's Dictionary of the English Language. College Edition (NWD). USA: Surjeet Publications, 1988, 1824 p.
24. Oxford Advanced American Dictionary (OAAD). Oxford: Oxford University Press, 1997, 519 p.
25. Random House Kernerman Webster's College Dictionary (RHKWCD). 2010 K Dictionaries Ltd, 2010, 2040 p.
26. The American Heritage Dictionary of the English Language, Fifth Edition (AHDEL). Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 2016, 2345 p.
27. Vocabulary.com (Vc). <https://www.vocabulary.com/dictionary/self-concern> (accessed September 25, 2019).
28. Webster's New World College Dictionary, Fifth Edition Copyright (WNWD). Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 2014, 2065 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Вильчик Майя Константиновна, старший преподаватель кафедры германской и романской филологии
*Волгоградский государственный университет
проспект Университетский, 100, г. Волгоград, 400062, Российская Федерация
mayyavilchik@gmail.com*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Mayya K. Vilchik, Senior Teacher of German and Roman Philology Chair
*Volgograd State University
100, Universitetsky Prospect, Volgograd, 400062, Russian Federation
mayyavilchik@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2489-147X*