

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина»
Институт гуманитарных наук и искусств
Кафедра риторики и стилистики русского языка

**Аксиологические аспекты современных
лингвистических исследований:**

**Тезисы докладов Второго международного
научного семинара
(11-12 мая 2017 г.)**

**Екатеринбург
2017**

УДК 811.1/8
ББК 81.1
А42

А42 Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований. Тезисы докладов Второго международного научного семинара* / Под ред. Ю. Н. Михайловой. – Екатеринбург: Издательский Дом "Ажур", 2017. 56 с.
ISBN 978-5-91256-368-3

УДК 811.1/8
ББК 81.1

ISBN 978-5-91256-368-3

© УрФУ, 2017.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

СОДЕРЖАНИЕ

Белобородко А. Н. Песенная культура XX века в аксиологическом аспекте (на материале текстов песен телепередачи «Старые песни о главном»)	5
Борисова И. Н. <i>Скромность</i> в русской лексикографической практике	6
Ван Вэньцзя. Оценочная коммуникативная стратегия порицания и ее реализация в ситуации ссоры	9
Вепрева И. Т. Концепт <i>благополучие близких людей</i> в языковом сознании молодежи (по результатам психолингвистического эксперимента)	12
Гертнер Е. В. Оценочные высказывания воспринимающего как средство диагностики имиджа медиаперсоны	13
Данилов С. Ю. Речежанровое интервью в аксиологическом аспекте	15
Дэмбэрэлмаа Б. Ценностные доминанты очерков В. М. Пескова	16
нерей Михаил (Северин). Лингвоаксиологический подход к типологии религиозных ценностей	17
Ицкович Т. В. Ценностные установки современной православной проповеди	19
Кужемратова К. С. Абсурдная реальность постмодернистской литературы в системе ценностей культуры (на материале романа В. Пелевина «S.N.U.F.F.»)	21
Купина Н. А. Коммуникативные ценности в художественном мире Евгения Водолазкина	23
Ли Вэньлу. <i>Словоохотливость</i> в зеркале фразеологии (лингвоаксиологический аспект)	24
Мальцева Т. В. Гармонизирующая роль метаязыковых высказываний при дисфемизации речи	25
Матвеева Т. В. О культурно-ценностном комментарии разговорного текста	27
Михайлова О. А. <i>Конформизм</i> в аспекте лингвоаксиологии	30
Михайлова Ю. Н. <i>Компромисс</i> в аспекте лингвоаксиологии	31
Орешкина Е. А. Похвала в речи игроков «World of Tanks»	33
Петкау А. Ю. Концепт <i>здоровье</i> в коммерческой наружной рекламе	34

Пикулева Ю. Б. Высказывания с модальным значением долженствования: лингвоаксиологическая интерпретация	35
Самкова Е. В. Об одном из приемов создания негативно- фамильярного отношения к персонажу таблоидной прессы (на материале провокативных заголовков)	37
Светлаков А. Л. Православные семейные ценности в жанре объявления (на материале православных сайтов знакомств).....	38
Сидоренко Е. Б. Установка на победу в ролевой игре	40
Сюй Шаньшань. Брачные объявления как аксиологически ориентированные тексты	41
Туголбай кызы А. Аксиологический потенциал мусульманской проповеди.....	42
Уонг Мин Туан. Образ вьетнамца в языковом сознании студенческой молодежи	44
Цзя Пэнлин. Разговор по душам как ценность русской лингвокультуры.....	46
Чэн Юйсяо. Китай как объект оценки в российских СМИ	47
Шалина И. В. Женщина-водитель глазами мужчины: оценочные стереотипы	48
Шевченко А. В. Окказиональная лексика на службе лингвоаксиологии (на материале словообразовательного гнезда с корнем <i>трамп</i>).....	50
Юшкова Н. А. Формирование ценностных предпочтений в процессе обучения студентов-юристов.....	52
Ян Цин. Прагматически значимые компоненты лекции	53

**ПЕСЕННАЯ КУЛЬТУРА XX ВЕКА
В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ
(на материале телепередачи «Старые песни о главном»)**

Прошлый век в судьбе России явился переломным. Это период великих трансформаций, колоссальной социокультурной динамики, сильнейших напряжений и реакций, которые определили «как характер социальных связей, так и характер новых культурных форм» [Добренко 1997: 8]

Советская песня как явление историческое и культурное может трактоваться в качестве документа эпохи, в котором современники старались выразить осознание окружающей действительности. Популярность советской песни обусловлена «особой комплексной средой, в которой органично соединились поэзия, музыка, импровизационность, непосредственность контакта со слушателем, диалогичность и ненавязчивость» [Помещикова 2015: 41].

Советская песня как один из жанров массовой культуры содержит в себе масштабную систему концептов, влияющую на сознание индивида и предписывающую ему определенные установки. Эти процессы являются предметом исследования в когнитивной лингвистике, изучающей «...ментальные процессы, происходящие при восприятии, осмыслении и, следовательно, познании действительности сознанием, а также виды и формы их ментальных репрезентаций» [Попова, Стернин 2010: 12]. Концепт определяется как «факт образа жизни, общественного сознания, теории, выраженный в языковой форме; единица человеческого знания о мире, стоящий за семантикой языкового знака» [Полный словарь лингвистических терминов 2010: 162]. Концепт содержит внутри себя три составляющие: образную, понятийную и ценностную [Карасик 2002: 91]. Совокупность этих образующих составляет культурно значимые представления, реконструкция которых является результатом представленного исследования.

В качестве языкового материала выступают песни, прозвучавшие в цикле новогодних музыкальных телефильмов Первого канала Российского телевидения под названием «Старые песни о главном». Выбор материала обусловила популярность песен, о чем свидетельствует их исполнение современными певцами.

В ходе исследования материал был распределен на 4 группы: песни о любви (57,4%), песни о профессиональном долге (12,7%), песни о войне (6,3%), прочее (23,4%), где каждая песня разрабатывает определенную тему,

обособленную от большинства других тем, что не позволяет включить композицию в какую-либо группу. В песнях любовной тематики, исполненных женщинами, наиболее частотен сценарий завершения отношений с любимым человеком. В представленной ситуации героиня либо просит вернуться мужчину, либо убеждает себя в правильности поступка. Песни о любви в исполнении мужчин равномерно распределены по всем категориям сценариев, поэтому выделить доминанту в представленной группе не представляется возможным.

Литература

1. *Добренко Е.А.* Формовка советского читателя: социальные и эстетические предпосылки рецепции советской литературы. СПб. : Академический проект, 1997.
2. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002.
3. *Матвеева Т.В.* Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д : Феникс, 2010.
4. *Помещикова В.В.* Советская песня как исторический и культурный феномен отечественного искусства // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. Белгород, 2015. – № 20.
5. *Попова З.Д.* Когнитивная лингвистика. М. : АСТ : Восток - Запад, 2010.

Борисова И. Н.
профессор

СКРОМНОСТЬ В РУССКОЙ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ

Скромность – одна из наиболее значимых поведенческих ценностей русской культуры. Ядро значения лексемы *скромность* составляет понятие о социально одобряемом качестве личности: «моральное качество, характеризующее личность с точки зрения ее отношения к окружающим и самой себе» [СЭК].

Анализ дефиниций в 12 толковых словарях русского языка дает основания для вывода о доминировании тенденции дефиниционной негативности: лексикографическая практика описания *скромности* основывается на фиксации в словарях табу-проявлений (девиантных качеств и поступков), не соот-

ветствующих представлению русских о скромности, что позволяет квалифицировать доминирующую дефиниционную стратегию как *ограничительную*, мотивированную стремлением провести границу между проявлениями скромности и нескромности (*стремление выказывать свои качества, достоинства, заслуги; высокомерие и заносчивость, развязность* и др.). Тенденция проявляется в определении *скромности* через отсутствие девиантных проявлений (*лишённый тщеславия, высокомерия, заносчивости*) и частотности использования конструкции с отрицанием (*не хвастливый; не выставяющий напоказ своих достоинств, заслуг; непритязательный*). В негативных конструкциях фиксируется *отсутствие нескромности* как стандартное и регулярное проявление скромности, что подтверждает статус этой константы как русской коммуникативно-этической нормы и вполне согласуется с определением культуры Ю.М. Лотманом как системы норм и запретов [Лотман 1978]. Стратегия лексикографов поддерживается и зафиксированной в этимологических словарях внутренней формой слова, несущей в себе образ *края, границы, ограничения* [ЭСФ], восходящей к древневерхненемецкому (*h*)*rāma* (*рама, граница*), откуда первоначальное значение слова – «тот, кто держится в рамках, сдержанный» [ЭСС].

О поведенческих табу как ограничителях концепта *скромность* свидетельствуют и словари антонимов, в которых отступления от нормы скромности отмечены негативной коннотацией (*бахвалиться, возгордиться, выёживаться, выпендриваться; бесстыдный, высокомерный, гордый; неумеренность, гордыня* и др.). Нежелательность описанных девиаций русским языковым сознанием обобщена в поведенческой установке *избегать крайностей*, т. е. «быть как все», фиксируемой в речи устойчивыми сочетаниями императивного характера: *не высовывайся, не выделяйся, не привлекай внимания, не переходи границы, не выпендривайся; я как все* и под.

Словари синонимов дают представление о разветвленных синонимических связях лексических номинаций ценностного концепта. По данным электронной базы синонимов ASIS, *скромный* имеет 77 синонимов, *скромность* – 43. Сплошная выборка из различных словарей синонимов позволяет выявить объектные области приложения характеристики *скромный* к человеку, объединенные *общей идеей самоограничения*: 1) в нравственной сфере (*благонравный, кроткий, смиренный*); 2) в соблюдении приличий и этикете (*вежливый, воспитанный, деликатный*); 3) в общении и отношении к собеседнику (*бесхитростный, конфузливый, некичливый, нехвастливый, простой*); 4) в минимальности внешних проявлений (*неяркий, негромкий, тихий*); 5) в сравнении с подобными (*не выделяющийся, невыдающийся, посредственный*); 6) в отношении к быту и достатку (*непритязательный, неприхотливый, не-*

взыскательный, экономный); 7) в проявлении эмоций (*беспафосный, сдержанный*); 8) в объеме занимаемого пространства (*малый, небольшой*).

Высокую степень концептуализации *скромности* в этноязыковом сознании можно констатировать на основании анализа лексической синонимии: 16 синонимических репрезентантов позитивной выраженности понятийной характеристики из 37 номинаций выборки. Данные словарей поддерживаются результатами ассоциативного опроса [РАС], в котором зафиксировано 103 реакции на стимул *скромный*. Среди синтагматических реакций на прямое значение доминирует объект оценки с категориальной семой 'человек' (всего 60); среди них по 3 с ярко выраженной позитивной (*друг, симпатяга, труженик*) и негативной (*враг, идиот, тихоня*) оценкой. По одной негативной реакции на интенсивность качества (*до ужаса*) и на образ действия (*намеренно*). В [РАС] зафиксировано 156 стимулов, вызывающих реакцию *скромный*, среди которых 115 – парадигматические синонимические реакции, позитивно характеризующие человека. В них *скромный* является гиперонимом по отношению к стимульным словам: *застенчивый* 34, *стеснительный* 30, *тихий* 19, *стыдливый* 15, *робкий* 5, *кроткий* 4, *молчаливый* 3, *немногословный* 2, *несмелый* 2; и только единичный стимул (*забитый* 1) имеет отрицательную коннотацию. Негативную оценку девиантов скромности демонстрируют антонимические обратные реакции (всего 11): *гордый* 4, *заносчивый* 3, *блатной* 1, *высокомерный* 1, *наглый* 1, *надменный* 1, *упрямый* 1 [РАС]. Оппозиция *обычный* 1 vs. *выдающийся* 1, *известный* 1 по шкале *скромность* подтверждает наши наблюдения о значимости в русской культуре производного концепта «простой человек».

Обобщение количественных данных приводит к следующим результатам. Среди прямых и обратных реакций-ассоциатов, находящихся в зоне концепта *скромность* (антонимические негативно оцениваемые ассоциаты были исключены из рассмотрения как девианты-ограничители), выявлено: позитивно оцениваемых различных – 11, всего реакций – 16; негативно оцениваемых различных – 8, всего реакций – 8; в зоне амбивалентной оценки различных – 14, всего реакций – 122; противопоставленных позитивных – 3.

Приведенная выборка позволяет констатировать: 1) эссенциальное для русской культуры доминирование позитивных коннотаций одобрения в синонимических номинациях проявлений скромности; 2) широкий диапазон коммуникативно релевантных качеств человека, оцениваемых в терминах скромности; 3) высокую соотнесенность проявлений скромности с морально-этическими нормами и этикетными предписаниями.

«Ограничительные девианты» в словарных толкованиях *скромности* могут быть прагматически интерпретированы как регулятивные коммуника-

тивные установки запретительного характера, очерчивающие границы (не дифференцированного с точки зрения коммуникативной ситуации) общепринятого понятия о скромном поведении. Они фиксируют нежелательность поступков, которые могут быть оценены собеседником как нескромные.

Литература

1. *Лотман Ю.М.* Феномен культуры // Ученые записки Тартуского ун-та. Вып. 463. – Тарту, 1978.
2. *РАС – Русский ассоциативный словарь: в 2 т. Т.1. От стимула к реакции: ок. 7000 стимулов / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М.: Астрель; АСТ, 2002. – 784 с. URL: <http://thesaurus.ru/dict/dict.php>(дата обращения 19.11.2016).*
3. *СЭК – Словарь по этике / Под ред. И.С. Кона. М.: Политиздат, 1981. 430 с.URL: <http://ethics.academic.ru/315>(дата обращения 17.04.2017).*
4. *ЭСС – Этимологический словарь русского языка / А.В. Семенов. М.: Русский язык от А до Я. Издательство «ЮНБЕС». Москва. 2003.URL: <http://semenov.academic.ru> (дата обращения 15.04.2017).*
5. *ЭСФ – Этимологический словарь русского языка / М.Р. Фасмер. М.: Прогресс. 1964-1973.URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/vasmer>(дата обращения 02.04.2017).*
6. *ASIS – Большой русский словарь-справочник синонимов. 2013. Версия 6.0. / В.Н. Тришин.*
7. URL: <http://slova.zkir.ru/>(дата обращения 17.11.2016).

Ван Вэньцзя
аспирант

ОЦЕНОЧНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ПОРИЦАНИЯ И ЕЕ РЕАЛИЗАЦИЯ В СИТУАЦИИ ССОРЫ*

Оценочный аспект изучения речевого взаимодействия является одним из актуальных в русистике. «Оценка относится к числу собственно человеческих категорий. Она задана физической и психической природой человека, его бытием и чувствованием, она задает мышление и деятельность <...>» [Арутюнова 1988: 5].

*Работа выполнена при финансовой поддержке программы 211 Правительства Российской Федерации, соглашение № 02.А03.21.0006.

В центре нашего внимания находится оценочная коммуникативная стратегия (КС) порицания и тактики, ее реализующие (КТ). КС трактуется как «творческая реализация коммуникантом плана построения своего речевого поведения с целью достижения общей (глобальной) языковой / неязыковой задачи общения в речевом событии» [Зернецкий 1988: 40]. КТ – как «динамическое использование говорящим имеющихся у него вербальных умений построения речевого хода согласно намеченному им плану речевых действий с целью достижения языковой задачи общения, ограниченной рамками речевого воздействия» [Там же: 39].

Как показывают семейные диалоги, записанные в домашней обстановке методом включенного наблюдения [См.: Живая речь уральского города... 2011], а также драматургический материал, КС порицания является одной из базовых в бытовой семейной ссоре. Порицание – это ‘выражение неодобрения, осуждения; выговор’ [ТСОШ 2011: 699]. Оно реализуется в диалоге прямыми и косвенными тактиками констатации негативно сложившегося положения дел, насмешки, издевки, упрёка, инвективы, выражения неудовольствия и др. КС порицания направлена на понижение статуса собеседника, оказание отрицательного эмоционального воздействия на коммуникативного партнера. Объектом порицания становится:

1. человек, рассматриваемый в аспекте внешнего вида, умственных способностей, моральных качеств или их совокупности (КТ оскорбления, насмешки: (дочь – матери) *Совсем в старческий маразм впала?*; (жена о муже в его присутствии) *<Бомжи> его уже несколько раз за своего принимали//;* (невестка – свекрови) *Слушай / я вас за людей не считаю//;* (муж – жене) *То ты сомневалась, нужно ли нам было переезжать сюда. То ты сомневалась, нужно ли отдавать сына в школу <...> Всегда... во всем... сомневаешься....;* (муж – жене) *Тебе нужны токо одни деньги // Деньги / деньги / деньги!;*).

2. поступок / поведение, не соответствующие принятым в обществе статусно-ролевым нормам (КТ издевки, оскорбления, упрёка, обвинения: (дочь – матери) *Мама, ты дату рождения в своем паспорте видела? Тебе уж помирать пора, прости господи, а ты на гульки побежала!;* (невестка – бывшей свекрови о ее сыне) *Так вот такого и воспитала // Он у тебя всю жись ворует и пьет//).*

Отрицательная оценка (моральная, утилитарная, сенсорная, интеллектуальная и др. [См.: Арутюнова 1988]) включается в коммуникативные тактики порицания партнера, определяет динамику и мотивацию речевого поступка, провоцирует поступательное или лавинообразное развитие ссоры, например: (свекровь – бывшей невестке) *Такая засранка! Ничё не делала!;* (муж –

жене об их сыне) *Потому что он – биомусор! Недоразвитое существо. Балласт. Дурачок, одним словом.* Оценочные существительные и прилагательные *биомусор, балласт, дурачок, недоразвитое (существо)* формируют представление о ‘ничтожном человеке, который засоряет своим существованием генофонд’; ‘отягощает, обременяет’ [ТСОШ 2011: 28] родителей; является ‘глупцом’, ‘не достигшим полного развития’ [ТСОШ 2011:220; 507].

Оценка может наводиться контекстом:(внучка – бабушке) *И ты поверила врачу? Ты сыну не поверила, а какому-то врачу поверила?*; (жена – мужу) *Одни обещания от тебя! Всё говоришь, говоришь и говоришь...*; (жена – мужу) *Что же / если мужики приходят с работы / они сразу за музыку хватаются?* В последнем случае мы можем констатировать факт оценивания посредством подстановки оператора «и это плохо».

Литература

1. *Арутюнова Н. Д.* Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988.
2. *Зернецкий П. В.* Лингвистические аспекты теории речевой деятельности // *Языковое общение: процессы и единицы.* – Калинин. – 1988. – С. 36-41.
3. *ТСОШ* – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2011.

Список источников

1. *Живая речь уральского города: устные диалоги и эпистолярные образцы: хрестоматия.* Сост. И. В. Шалина. Екатеринбург, изд-во Урал. ун-та, 2011.
2. *Пулинович Я. А.* Земля Эльзы [электронный ресурс] – 2015. – Режим доступа: <https://www.kinoart.ru/archive/2016/05/zemlya-elzy-pesa-v-dvukh-dejstviiakh>
3. *Синило И. А.* Дима любит таблеточки [электронный ресурс] – 2016. – Режим доступа: http://samlib.ru/s/sinilo_i_a/dima_lyubit_tabletochki.shtml
4. *Тупикина Ю. Б.* // Современная драматургия. 2013. № 4. С.50-70.

**КОНЦЕПТ БЛАГОПОЛУЧИЕ БЛИЗКИХ ЛЮДЕЙ
В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ
(по результатам психолингвистического эксперимента)***

Традиционный семантический анализ лексики с его ориентацией на семантическое разложение слова позволил представить многозначное слово как результат действия модели семантической деривации, как набор лексико-семантических вариантов слова, имеющий общий семантический знаменатель. Современная лингвистика нацелена на выяснение того, каким образом язык существует в самом человеке.

Цель доклада – представить интерпретацию концепта *Благополучие близких людей* на основе данных психолингвистического эксперимента, направленного на выявление значимых для студенческой молодежи концептуальных смыслов.

Суть эксперимента состояла в следующем. Восемь базовых ценностных концептов (*Благополучие близких людей, Дружба, Счастье, Семья, Свобода, Любовь, Вера, Самореализация*) были представлены как набор концептуальных смыслов, соответствующих набору лексико-семантических вариантов слов, номинирующих данные концепты, и предъявлены студентам Уральского федерального университета. Им надо было оценить степень значимости концептуальных смыслов от 1 до 5 баллов. На основе корреляционного анализа по методу Спирмена с достоверностью до 0,01 были получены данные, устанавливающие степень близости между концептуальными смыслами всех восьми концептов.

Концепт *благополучие близких людей* содержательно амбивалентен. С одной стороны, ценностная доминанта концепта включается в сферу духовных ценностей, ассоциируясь с домом, состоянием покоя и удовлетворения жизнью. На этом основании были выделены концептуальные смыслы: *Уверенность в поддержке от близких, Доверительность отношений с близкими, Здоровье и душевный покой близких людей*. С другой стороны, концепт включает значимость материальных ценностей в жизни человека. На этом основании в набор концептуальных признаков входит смысл *Материальная обеспеченность близких людей*.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

Анализ полученных результатов показал, что содержание концепта сводится не только к близости выделенных концептуальных признаков одного концепта, но обращено к нескольким концептуальным областям. В один формат знания концепта *Благополучие близких людей* объединены концептуальные смыслы концептов *Семья* (связь с концептуальными смыслами *Забота о стариках, Защита от внешних угроз, Взаимопомощь*), *Счастье* (связь с концептуальными смыслами *Здоровье, Материальное благополучие и высокое общественное положение, Любовь*), *Дружба* (связь с концептуальными смыслами *Безопасность, Открытость*). При этом концептуальный смысл *Забота о стариках* является самым значимым, объединяющим концептуальным элементом, который тесно связан со всем набором концептуальных признаков концепта *Благополучие близких людей*.

Анализ концепта *Благополучие близких людей* позволяет сделать вывод о том, что ядро базовых ценностей представляет собой систему взаимосвязанных концептуальных смыслов, организованных по типу когнитивной матрицы, в структуре которой концептуальные смыслы «приобретают статус самостоятельных, независимых друг от друга компонентов» [Болдырев 2014: 60]. Организация знания матричного формата по принципу интеграции представляет собой образование сложного порядка и требует дальнейшего исследования.

Литература

Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Изд. 4-е, испр. и доп. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014.

Гертнер Е. В.
аспирант

ОЦЕНОЧНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ ВОСПРИНИМАЮЩЕГО КАК СРЕДСТВО ДИАГНОСТИКИ ИМИДЖА МЕДИАПЕРСОНЫ

Одной из основных категорий лингвоаксиологии является категория оценки, или признака, «который не принадлежит предмету по природе», а «целиком привносится человеком и отражает его отношение к миру» [Толстая 2015: 11]. В системе языка существуют специализированные средства

выражения оценки: аксиологически маркированная лексика и фразеология, словообразовательные аффиксы, а также интонация. В речи регулярно реализуются особые аксиологические речевые акты (угроза, благодарность и т. д.) и формируются оценочные суждения (типа X лучше Y). В то же время «высказывание может восприниматься как оценочное и при отсутствии специальных оценочных слов, форм и выражений» [Там же: 14], если в нем закреплена типовая ситуация, отраженная в картине мира.

В докладе рассматриваются средства и способы выражения оценки на примере ответов информантов, принимавших участие в опросе, проведенном с целью выявления специфики «воспринимаемого» имиджа Ксении Собчак (далее КС) и Оксаны Робски (далее ОР), в отличие от «самоимиджа» [Почепцов 2000: 16]. В эксперименте приняли участие 100 студентов Уральского федерального университета. Информантам было предложено задание: Закончите предложения: *Ксения Собчак – это..., Речь Ксении Собчак... //Оксана Робски – это..., Речь Оксаны Робски...*

В ответах студентов преобладает экспрессивная оценочная лексика, диагностирующая речевую манеру КС и противоречивость ее имиджа. Ср.: *грамотная, правильная, остроумная, выразительная, логичная, убедительная и циничная, вульгарная, неубедительная, бредовая, несурзкая, неприятная на слух.*

Восприятие внешнего облика КС маркируется метафорой-зооморфизмом. Так, в одном из ответов мотивируется сравнение КС с лошадью: *...особа с лицом лошади.* Зооморфизм воспроизводит визуальное представление об овале лица КС, который не соответствует ментальным представлениям о женской красоте.

При характеристике имиджа ОР в ответах студентов используются фразеологизмы: *Оксана Робски – это та, которая **строит из себя** писательницу.* *Строить из себя* означает «...выдавать себя за кого-либо» [Фразеологический словарь русского языка 1986: 461]. Отвергаются назойливые технологии самопрезентации. Восприятие имиджа ОР сопровождается иронизмом и усиливается употреблением уничижительного аффикса [См.: Русская грамматика 1980]: *типо-писатель с тонким детским голоском.* Регулярно выражается сомнение в писательском таланте Оксаны Робски.

В ответах информантов особо выделяются высказывания, которые воспринимаются как оценочные при отсутствии оценочных средств.

Результаты эксперимента обнаруживают несовпадение «самоимиджа» и «воспринимаемого» имиджа медиаперсон.

Литература

1. *Почепцов Г. Г.* Имиджелогия. М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2000.
2. *Толстая С. М.* Категория оценки в языке и тексте // Категория оценки и система ценностей в языке и культуре / Отв. ред. С.М. Толстая. М.: Индик, 2015.
3. *Русская грамматика*: В 2 т. Т. 1/ АН СССР, Ин-т рус. яз. ; Гл. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Наука, 1980.
4. *Фразеологический словарь русского языка* / Под ред. А. И. Молоткова. М.: Русский язык, 1986.

Данилов С. Ю.
доцент

РЕЧЕЖАНРОВОЕ ИНТЕРВЬЮ В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ*

Речевые жанры входят в быт говорящих не потому, что специально изучаются и осознанно воспроизводятся, напротив, они воспринимаются как данность языка и культуры. Представления о речевых жанрах могут быть извлечены в ходе интервьюирования носителя языка: разговора о совете, о похвале или о том, как и за что ругают детей учителя и родители.

Интервьюер не должен строить беседу по тому или иному опроснику (хотя вопрос *«как именно похвалили, какими словами?»* уместен и даже необходим). Аксиологическая составляющая речевого жанра выявляется не в проверке изученного в полевых условиях, а в обсуждении случаев из жизни, запомнившихся коммуникативных фрагментов, смешных, печальных, поучительных, характерных или экстраординарных. Значимым становится и рассуждение информанта о том, почему какой-то РЖ не использовали (*Отец не хвалил, не то что строгий был. По-другому, и все. Вот лучше про бабушку, похвалу ее я тоже не помню. Просто всегда знал, что для нее я самый лучший, золотой, понимаешь. Я всегда это чувствовал. И говорить, хвалить не надо было*).

В отличие от психотерапевтической беседы, где терапевт в основном слушает, речежанровое интервью строится на развернутых высказываниях интервьюера, который вводит коммуникативные фрагменты для обсуждения

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

и поддержания разговора, другими словами, и сам становится информантом, которому важно выразить отношение к культурному сценарию, соотнесенному с тем или иным речевым жанром.

Результативное речевое интервью, отражающее опыт ценностного восприятия конкретного речевого жанра и смежных с ним явлений, возможно в условиях открытого разговора, соответственно, коммуниканты должны быть знакомы и предрасположены к открытости.

Дэмбэрэлмаа Б.

аспирант

ЦЕННОСТНЫЕ ДОМИНАНТЫ ОЧЕРКОВ В.М. ПЕСКОВА

Выявление и описание приемов вербализации аксиологической составляющей текста является актуальным направлением современной лингвистики. Изучение способов экспликации категории темы в тексте позволяет определить ценностные доминанты очерков. В результате лексико-семантического анализа названий очерков выделяются две основные тематические группы: *Природа* и *Человек*. Природа выступает в очерках В. М. Пескова как фактор гармонизации отношений человека и окружающего мира, человека и другого человека, а также внутреннего мира человека. «Чувство природы должно приобретать значение важнейшего компонента мировоззрения и особые задачи по его формированию будут возлагаться на процесс воспитания, при этом увеличится значение философского, эстетического и особенно нравственного аспектов чувства природы» [Гурленова 2000: 13].

Для В. М. Пескова понятием, объединяющим природу и человека, является *жизнь*: «Главная ценность в жизни – сама жизнь» [Песков 2014]. Понятие *жизнь* предидируется автором через еще одно ключевое слово русской культуры *радость*: «Всякое проявление жизни дает ощущение радости бытия» [там же]. При этом языковой манифестацией чувства радости являются также общие аксиологические оценки: *хорошо, самые радостные впечатления, удовольствие* [Куроедова 2005]. Объединяющим началом для всех указанных понятий является слово *мудрость*, характеризующееся рациональной оценочностью: «Заразиться бы нам мудростью, а не безумием!» [Песков 2014].

В очерках В. М. Пескова получают вербальное воплощение такие культурные ценности, как *человек, природа, жизнь, радость, мудрость*. Возможно, именно трансляция гармонизирующих общечеловеческих ценностей

обеспечивает неизменный длительный читательский интерес к творчеству автора.

Литература

1. *Гурленова Л. В.* Содержание понятия «чувство природы» // Природа и человек в русской литературе. Материалы Всероссийской научной конференции. Волгоград, 2000. С. 5 – 14.

2. *Куроедова М. А.* Лексическая репрезентация концепта «радость» в творчестве публициста В. Пескова / Слово: фольклорно-диалектологический альманах, 2005, № 3. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskaya-reprezentatsiya-kontsepta-radost-v-tvorchestve-publitsista-v-peskova>

3. *Песков В. М.* Полное собрание сочинений в 23 т. М.: Комсомольская правда, 2014.

иерей Михаил (Северин)

клирик Александро-Невского

Ново-Тихвинского женского монастыря

ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ТИПОЛОГИИ РЕЛИГИОЗНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Цель нашего исследования – типологизация религиозных (православных) ценностей на основе Священного Писания. Если под ценностями вообще понимается то, что является должным, правильным, социально желанным в различных сферах общественной жизни [См.: Леонтьев 1997; Петров 2008 и др.], то под религиозными ценностями можно понимать желаемые конечные цели, управляющие выбором или оценкой поведения носителей религиозного сознания (в нашем случае – сознания православного).

Определяя список религиозных ценностей, мы руководствовались методикой лингвоаксиологического анализа, предложенной в [Купина, Вепрева 2015; Вепрева, Купина и др. 2016]. Опора на принцип авторитетности источника позволила отобрать аксиологические суждения, включающие прямые номинации базовых ценностей. Таким авторитетным источником для носителей православного сознания является Священное Писание.

Анализ позволил выделить высшие ценности, или сверхценности (*Бог, Сын Божий, Дух Святой*). Они являются источником всего бытия (мира и человека) и задают остальные ценности (См.: Быт.1:1; Иов 38:4-7; Ин. 1:1-3;

Деян. 17:24; Кол. 1:16-17; Евр. 1:10; 11:3). Бог-Троица вносит в мир понятие нравственности.

Вторую группу составили ценности, целеориентирующие человека, созданного по образу и подобию Божьему. В богословской трактовке образ – это способность человека отображать Божественные совершенства, познавать Бога по благодати. Подобие есть образ в динамике, т.е. мера, в которой реализуется эта способность. Для человека, стремящегося к уподоблению Богу, ценными становятся *плоды духа: любовь, радость, мир, долготерпение, благодать, милосердие, вера, кротость, воздержание.* (Гал.5:22).

Третья группа религиозных ценностей представляет собой практическую реализацию ценностей-целей обожения. Заповеди Моисея и заповеди блаженств формируют нравственные координаты жизни людей. Первые переданы людям пророком Моисеем (Исх. 20:2-17; Втор. 5:6-21), вторые – Самим Господом (Мф. 5: 3-12), а предваряемая заповедями блаженств Нагорная проповедь Спасителя представляет расширенный комментарий закона Моисея (Мф. 5-7 гл.). Ценностные смыслы этого блока задаются следующими аксиологемами: *любовь к ближнему, любовь к врагу, личное смирение, прощение обид и обидчиков, сохранение своего сердца от помыслов, милосердие, жертвенность* и др.

Показательно, что религиозное и нравственное начала соединялись и до Синайского законодательства Моисея. Истинная нравственность ветхозаветных людей (например, праведного Еноха, праотца Аврама и др.) соотносилась с верой и личным знанием Бога. Ср.: *Аврам поверил Господу, и Он вменил ему это в праведность* (Быт.15:6). Другим аспектом нравственности было почитание отца как главы рода, как патриарха, который приносит жертвы Богу за весь род. За непочитание отца, например, были наказаны три старших сына Иакова, лишившиеся права первородства. Так, Рувим навел на себя проклятие Иакова за осквернение отеческого ложа (Быт. 35:22; 49:3,4). Таким образом, Моисеево законодательство и впоследствии Евангельские учение Спасителя выводили, что Бог как главная ценность познается через ценность человека.

Следующий этап нашего исследования предполагает лингвокультурологическое описание специфики ценностных ориентаций воцерковленных и невоцерковленных соотечественников. Описание ценностного сознания информантов может строиться на материале контекстов, извлеченных из Священного Предания (труды отцов церкви) и трудов современных православных богословов, на основании психосоциолингвистических процедур (анкет, тестов, текстов-жизненных историй современных людей).

Литература

1. *Библия*. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. М., 2010.
2. *Вепрева И. Т.* Ценностные предпочтения современной студенческой молодежи в лингвокогнитивном и социопсихологическом освещении // И. Т. Вепрева, Н. А. Купина, М. М. Ицкович, И. В. Шалина // Вопросы когнитивной лингвистики № 2, 2016. – с. 62-73.
3. *Давыденков Олег прот.* Православное учение о человеке // Догматическое богословие. – URL: https://azbyka.ru/otechnik/Oleg_Davydenkov/dogmaticeskoe-bogoslovie/7_9 (дата обращения: 04.04.2017).
4. *Купина Н. А., Вепрева И. Т.* Вербальные знаки базовых ценностей: к основаниям лингвистической систематизации// Национальные ценности в языке и коммуникации. Тезисы докладов научного семинара с международным участием/ Под ред. Ю.Н. Михайловой. Екатеринбург, 2015.
5. *Леонтьев Д. А.* От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности (статья вторая) // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 1997. № 1. С. 20–27.
6. *Петров А. В.* Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений// Социологические исследования. 2008. №2. С.83-90.

Ицкович Т. В.

доцент

ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ СОВРЕМЕННОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ПРОПОВЕДИ*

В России последних десятилетий XX века религия как значимая сфера общественного сознания возвращается на свойственное ей место, что привело к активизации научного исследования религиозной коммуникации. Парадигма функциональных стилей русского литературного языка дополняется религиозным стилем, изучение речевых и текстовых особенностей которого составляет одно из актуальных направлений современной лингвистики. Изучению жанра православной проповеди посвящено большое количество иссле-

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

дований [Жолудь Р. В., Истомина И. А., Ицкович Т. В., Прохватилова О. А., Розанова Н. Н., Салимовский В. А.]. В то же время отдельно вопрос о ценностном потенциале православной проповеди не ставился.

Религиозный функциональный стиль характеризуется конструктивным принципом прототекстуальности [Ицкович 2016], позволяющим проецировать религиозное мировоззрение на текст. Каждый новый религиозный текст создается с прямой опорой на канонический образец (прототекст). Таким прототекстом для христиан является Евангелие, а одним из протожанров – Нагорная проповедь. Цель проповеди – распространение христианского вероучения.

Тексты современных православных проповедей содержательно опираются на прототекст Евангелия, что доказывает их категориально-текстовый анализ. В проповеди сопряжены предметное и духовное начала реального мира. Главная категориально-текстовая особенность жанра заключается в тематическом двуединстве. Проповедь одновременно содержит в себе предметную тему (отражение реального события, значимого для аудитории в религиозном контексте) и духовную (концептуальную) тему (реализацию сути христианского вероучения на базе лексемы *Бог* и наименования нравственных понятий христианства: *вера, надежда, любовь, свет, спасение, милосердие, грех, покаяние* и др.).

Извлечение духовно-нравственного смысла из событий, изложенных при реализации сакральной темы, происходит в проповеди при экспликации духовной темы. Она реализуется через следующие группы лексики: имена Бога во всех его ипостасях (*Бог, Бог-Отец, Христос, Дух Святой, Свет, Любовь*); абстрактные существительные, обозначающие должную модель поведения (*милосердие, Благодать, любовь, вера надежда, молитва, терпение, смирение*), а также дополняется словами с общей семантикой греха (*грех, покаяние, злословие, уныние*), понимаемого как отход, отпадение (вольное и невольное) от Бога. Теоцентричность проповеди выражается в том, что тематическая цепочка номинации слова Бог проходят через весь текст любой проповеди, обозначая суть вероучения (спасение людям принес Христос).

Обобщенно, предметная и духовная темы сопрягаются иерархически: главная цель проповедника – разъяснить прихожанам духовный смысл изложенных реальных событий, из чего следует главенство духовной темы. Главенство духовной и предметно-сакральной тем при сниженной роли профанной и ситуативной тем говорит о приоритете сакрального мира и сакральных ценностей.

Литература

1. *Жолудь Р.В.* Генезис христианской публицистики и формирование традиции православной проповеди: На примере творчества Василия Кесарийского, Григория Назианзина и Иоанна Златоуста: диссертация ... кандидата филологических наук. Санкт-Петербург, 2002.
2. *Истомина И.А.* Современная православная проповедь: стилистическая и прагматическая специфика: автореферат диссертации ... кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2013.
3. *Ицкович Т.В.* Православная проповедь как текстотип: диссертация... кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2007.
4. *Ицкович Т.В.* Жанровая систематизация религиозного стиля на коммуникативно-прагматическом и категориально-текстовом основаниях: диссертация ... доктора филологических наук. Екатеринбург, 2016.
5. *Прохватилова О.А.* Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 1999.
6. *Розанова Н.Н.* Коммуникативно-жанровые особенности храмовой проповеди // Н.Н. Розанова / И.А. Бодуэн де Куртенэ: Ученый. Учитель. Личность / Под ред. Т.М. Григорьевой. Красноярск, 2000. С. 25–41.
7. *Салимовский В.А., Сулова К.С.* Экспликация догмата как жанра догматической проповеди / В.А. Салимовский / Жанры речи: Сборник научных статей. Вып. 4. Саратов: Колледж, 2005. С. 280–292.

Кужемратова К. С.
магистрант

АБСУРДНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ПОСТМОДЕРНИСТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ КУЛЬТУРЫ (на материале романа В.Пелевина«S.N.U.F.F.»)

Постмодернизм как литературная система моделирует художественное пространство как абсурдное. Философия абсурда является порождением кризиса традиционных представлений о мире и человеке. «Современное искусство в этом отношении отразило духовный кризис общества, утрату устойчивых идеалов, моральных ценностей, неспособность человека в новых условиях рационально осмыслить жизнь и окружающий мир, а из-за этого – желание спрятаться от «надоевшей опеки разума» в область абсурда» [Чепелик 2004: 168].

В основе феномена абсурда лежит принцип антиномий, который поставил под сомнение непрерываемость логического мышления и рационально-системного анализа. Абсурд понимается как сложное и противоречивое понятие, обозначающее не отсутствие смысла, а наличие иного смысла, заданного антиномиями. Выделены антиномии абсурда: нормы и аномалии, логического и алогического, своего и чужого. В конкретно-исторических условиях философия абсурда связана с ценностной доминантой культуры: эстетической (противопоставление космоса хаосу-абсурду) и философской (онтологическая характеристика разлада мира и человека). Аксиологические основания поэтики абсурда связаны с понятиями абсурдной жизни, абсурдного сознания, абсурдного человека.

В. Пелевин в своих романах демонстрирует абсурдность мира социального. Способом абсурдизации становится пародийно-ироническая трактовка реальности, которая перестраивает сознание читателя, заставляет отказаться от канонических представлений о мире. «S.N.U.F.F.» – десятый роман Пелевина, изданный в 2011 году, относится к жанру антиутопии. Виктор Пелевин раскрывает перед читателем предполагаемую им модель общества будущего, которое на взлете небывалого технологического прогресса и роста возможностей характеризуется писателем как абсурдное. Возрастающий комфорт жизнедеятельности человека сопровождается противоречащими здравому смыслу процессами, несправедливыми и часто даже грубыми.

События романа разворачиваются в постапокалиптическом мире, в котором отражается история болезни страны и мира. Роман, как сказано в аннотации, – *о глубочайших тайнах женского сердца и высших секретах летного мастерства*. В основе сюжета – любовный треугольник. Иронический посыл проявляется в том, что загадочное женское сердце принадлежит *суре* – кибернетической *резиновой кукле*, сложному бытовому прибору. Сура настроена на *максимальную духовность*. Вывод, который делает читатель, – настоящему может любить только резиновая кукла, в то время как живые обитатели мира уже не способны на любовь. Любовь является имитационным паттерном. Одиночество владельца суры выражается в иллюзии плотского счастья, соединенного с неподдельной духовной близостью. Рассказчик, страстно влюбленный в суру, – *боевой летчик*, однако он вовсе не летает, а работает на дому: с помощью камеры «Hennelore-25» «боевой летчик» снимает видеонюжести. «Девальвация и дефицит человеческих чувств, а также кризис гендерной самоидентификации и самоидентификации профессиональной – лежащие на поверхности объекты футурологической диагностики» [Купина 2015: 385].

Автор показывает иллюзорность бытия главного героя, абсурдность его профессиональной деятельности, болезненность существования как людей, так и орков, вырождение современной культуры, культурное разобщение народов.

Литература

1. *Купина Н. А.* Лингвистический катастрофизм в изображении Виктора Пелевина (Linguistic Catastrophism in the Work of Viktor Pelevin) // Russian Literature. Vol. 77/3, 2015. – P.383–405.

2. *Чепелик О.* Абсурд как средство препарирования реальности // Абсурд и вокруг: Сб. ст. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – С. 167–187.

Купина Н. А.
профессор

КОММУНИКАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ МИРЕ ЕВГЕНИЯ ВОДОЛАЗКИНА*

В ситуации десакрализации, деидеологизации ряда константных ценностных понятий, закрепленных в общественном сознании, формируется тенденция, отражающая ориентацию носителей русской лингвокультуры на сохранение ценностей коммуникативного взаимодействия. Срезовой анализ текстов и сверткестов художественной литературы текущего времени обнаруживает проявление данной тенденции не только в репродукции речи персонажей, но и в составе целостной авторской концепции.

Лингвофилософское осмысление действительности, исторического и биографического времени прослеживается в романе Евгения Водолазкина «Авиатор» (2016 г.). Основу лингвистической философии писателя составляет триада *слово – беседа – фраза*, включенная в контекст реального времени.

Слово выступает как аксиологически маркированный знак времени, позволяющий выявить природу исторического события (ср.: *революция, переворот, всеобщее помутнение*), сформировать личный лексикон, отражающий индивидуальную картину мира.

Доверительная беседа в её многообразных жанровых разновидностях противостоит давлению времени, сохраняет «принцип личности», консерви-

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

рует конвенционально заданные константы морали в семейном кругу; в интеллектуальных сообществах.

Фразы, или формульные высказывания, транслирующие абсолютную истину, не подлежат ревизии библейской заповеди. Национальное достояние составляет прецедентные высказывания классиков русской литературы. Напротив, вдумчивого анализа, а в ряде случаев и переосмысления заслуживают «расхожие фразы» (например: *история не знает сослагательного наклонения*), в особенности навязанные идеологические догмы, способствующие формированию «симулятивной» коллективности и деперсонализации.

Ли Вэньлу
аспирант

СЛОВООХОТЛИВОСТЬ В ЗЕРКАЛЕ ФРАЗЕОЛОГИИ (ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)*

Язык является важнейшим средством коммуникации, а речевая деятельность есть главное отличительное качество человека в мире живых существ. Речь человека получает оценку по многим параметрам, в том числе и в отношении меры, соответствующей максиме количества [Грайс 1985].

Словоохотливость как превышение нормы в речевом общении не получает одобрения во многих лингвокультурах. В русском языке такая коммуникативная особенность человека называется *разговорчивость, говорливость, болтливость, длинный язык*, она связывается с пустословием, излишней информацией. Во фразеологических единицах русского языка речь словоохотливого человека оценивается как бессодержательная, бесполезная: *В долгих речах и короткого толка нет; Длинный язык с умом не в родстве; Длинный язык – короткие мысли; Язык болтает, а голова не знает; Одна голова – два языка; Краснойбай заговорит, всех слушателей переморит* и т.п. В китайской фразеологии: *多嘴献浅* досл. много ртов, мало толка; *话说三遍淡如水* досл. говорить три раза, пресно как вода; *白水挤不出油来, 废话找不到内容* досл. в чистой воде нет масла, в болтливости нет содержания и т.п.

Словоохотливость часто свидетельствует о неискренности, неверной информации, ложных суждениях: *Где много слов, там мало правды; Мало правды в том, из кого сыплется много слов* и т.п. Ср. сходное китайское вы-

*Работа выполнена при финансовой поддержке программы 211 Правительства Российской Федерации, соглашение № 02.А03.21.0006.

ражение: *饶舌调唇* досл. длинный язык мешает правду с ложью. Кроме того, такое коммуникативное поведение может стать причиной ошибок в делах и личных неприятностей: русские фразеологизмы *Лишнее говорить – только делу вредить*; *Больше говорить – больше согрешить*; *Кто много болтает, тот беду на себя накликает* и т.п.; китайские – *言多必失* досл. много говоришь – обязательно ошибешься; *言多伤行* досл. много слов вредит поведению.

Чрезмерная разговорчивость нередко связана с другими отрицательными качествами человека. Например, в китайской фразеологии со злобностью, коварством: *贫嘴恶舌* досл. длинный рот, злой язык; *贫嘴贱舌* досл. длинный рот, подлый язык и т.д., а в русской – с нечестностью, воровством: *речист, да на руку нечист*.

В обеих фразеологических системах находит отражение стереотипное представление, что излишняя разговорчивость присуща в большей степени женщинам. Например, в русском языке: *Бабу не переговоришь*; *Бабий язык – чертово помело*; в китайском языке *长舌之妇* досл. женщина с длинным языком.

Таким образом, в русской и китайской лингвокультурах словоохотливость получает негативную характеристику и воспринимается как антиценность.

Литература

1. *Грайс Г. П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217–237.
2. *Даль В. И.* Пословицы русского народа: сб. в 2 т. / Вступ. Слово М. Шолохова. – М.: Худож. Лит., 1984.
3. *Ли Ихуа, ЛюйДэиэнь.* Фразеологический словарь китайского языка. – Сычуань: Словарь, 1985.

Мальцева Т. В.
магистрант

ГАРМОНИЗИРУЮЩАЯ РОЛЬ МЕТАЯЗЫКОВЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ ПРИ ДИСФЕМИЗАЦИИ РЕЧИ

Демократизация языка в условиях современной социокультурной ситуации увеличила долю употребления в публичной речи пласта грубой лек-

стики, привела к эффекту сильной экспрессивной подачи информации. Стилистически маркированные слова, несущие заряд агрессивности, были названы дисфемизмами. Говорящий, использующий в своей речи дисфемизмы, нарушает нормативность литературной речи, кооперативность общения, нанося слушающему морально-нравственный ущерб употреблением сниженного слова. В данной ситуации гармонизирующим средством, смягчающим резкость выражения, являются метаязыковые высказывания, которые «выступают как маркеры речевого толерантного взаимодействия, речевой координации говорящего и слушающего» [Вепова 2005: 101]. Главной функцией метаязыкового оператора, сопровождающего дисфемизм, является предупреждение партнера по коммуникации о зоне стилистико-речевого напряжения в данном языковом пространстве. Используя дисфемизм, говорящий мотивирует свой выбор отсылкой к «чужому» слову, извиняясь за свой выбор, предупреждает адресата о том, что употребил нелитературное выражение. Цель нашего доклада – выявить набор метаязыковых операторов, которые сопровождают употребление дисфемизмов в речи. Выборка материала проводилась на основе публицистических текстов средств массовой информации с 1990 по 2017 года с помощью базы Integrum (Integrum.ru).

Укажем метаязыковые операторы, выступающие как маркеры гармонизации речи, при дисфемистических единицах.

1. **Грубо говоря**, например: *У вас есть полномочия «дать по башке», грубо говоря, тем главам регионов, которые допускают просчеты в плане безопасности?* (Российская газета; 15.02.2017).

2. **Выражаясь жаргонным языком**, например: *«Эсеры» нас, выражаясь жаргонным языком, кинули*, – рассказал один из идеологов присоединения ветеранов к «Яблоку» Алексей Борщенко (Московский Комсомолец; 05.10.2009).

3. **Извините за грубое слово / грубость**, например: *И не позволять врать мерзавцам. Извините за грубое слово, но оно извинительно для человека, учителями у которого были фронтовики* (Дружба народов; 15.05.2015).

4. **Извините за жаргонное выражение**, например: *...тот откровенный, извините за жаргонное выражение, «наезд» на город Екатеринбург, на городскую администрацию без внимания оставлять было нельзя* (Вечерний Екатеринбург; 09.12.2009).

5. **Не хотелось бы употреблять грубое слово**, например: *Не хотелось бы употреблять грубое слово, но ближайшая родственница Николая II Леонида попросту оплошала* (Аргументы и факты; 22.07.1998)

6. **Другого слова не подберешь**, например: *И неужели покровители антимайदानа думают, что эти ребята – и подонки, другого слова не подбе-*

ру, тиражирующие их лозунги в прессе, – искренне преданы престолу? (Профиль; 16.03.2015).

Подводя итог, можно сделать вывод, что метаязыковая рефлексия является эффективным средством снижения коммуникативного напряжения.

Литература

Вепрева И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005.

Матвеева Т. В.
профессор

О КУЛЬТУРНО-ЦЕННОСТНОМ КОММЕНТАРИИ РАЗГОВОРНОГО ТЕКСТА*

Ценность как «форма отношения людей к общезначимым образцам культуры» [СФС 2004] распространяется и на предметно-вещный мир, и на человека. Ценностное отношение между субъектом и объектом в языке выражается категорией оценки [Вольф 1985: 24]. При этом человек является особым объектом оценивания. Возможна прямая непосредственная оценка собеседника, а также опосредованная оценка. Та или иная реалья действительности может служить не только самостоятельным объектом приложения оценок (тогда оценка служит средством самовыражения говорящего), но и адресованным средством выражения оценочной позиции говорящего по отношению к своему собеседнику. Сосредоточимся на коммуникативной ситуации, связанной с адресованной оценкой, а именно оценкой собеседника.

Специфика такой ситуации заключается в том, что личность как объект оценивания во время общения проявляет себя в речевом поведении, которое реализуется путем конкретных речевых актов, или речевых поступков. Оценке подвергаются не только и не столько стабильные свойства собеседника (хотя при длительном повторяющемся общении возможно и это), сколько его речевые поступки, вписанные в определенную коммуникативную ситуацию и обусловленные ею. При этом субъект неформального личного общения судит о речевом поведении своего собеседника на основе личных культурно-

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

ценностных установок, которые могут соответствовать или не соответствовать действующим в данном социуме культурным установкам общения и коммуникативным нормам.

Интерпретатор культурно-ценностного содержания разговорного речевого материала должен действовать на базе полного представления о кодексе речевого общения, т.е. об эталонном речевом поведении. При этом следует учитывать, что базис общения носит наднациональный характер, что доказываются взаимодополнительными концепциями П. Грайса, сформулировавшего максимы (универсальные общие правила) речевого общения, и ученых, описавших конвенции вежливости (Р. Лакофф, Г. Лич). Согласно Грайсу, основным принципом общения является кооперация (сотрудничество), что выражается в максимах: количества (информации), качества (правдивости), отношения (к теме), выражения (манеры речи) [Грайс 1985]. Принцип вежливости [Leech 1983] проявляется в максимах такта, великодушия, одобрения, скромности, симпатии. В целом в современной лингвопрагматике очерчен кодекс идеального речевого взаимодействия*. На практике он корректируется социально и ситуативно, нередко нарушается конфронтационным речевым поведением, так что коммуникативный ориентир собеседников – это баланс кооперации и вежливости в границах возможного.

Этническая корректировка идеального концепта общения неизбежна. Ценностная структура личности погружена в этнические архетипы, а коммуникативная деятельность личности корректируется на базе культурного кодекса нации, выработанного исторически. В русском социуме высокой значимостью обладает православный риторический идеал, за счет которого опорный принцип общения – принцип сотрудничества конкретизируется культурными константами коммуникативного доверия, откровенности, скромности, сокращения психологической дистанции общения между собеседниками. Корректировка идеального концепта связана также с диктатом ситуации (места и времени, обстановки общения, степени его ритуализированности) и ролевыми ожиданиями коммуникантов.

Алгоритм действий комментатора ценностного содержания разговорного речевого материала таков. Необходимым предварительным условием ценностного комментирования является паспортизация коммуникантов (оптимально: пол, возраст, социальный статус, род занятий каждого из них) и, на базе речевого целого, учет коммуникативных пресуппозиций участников общения. На первом этапе выделяется фрагмент, содержащий в себе тот или

* Данная концепция получила дальнейшее развитие в трудах О. Йокоямы, И. П. Тарасовой, В. З. Демьянкова.

иной речевой поступок коммуниканта как целесообразное конкретное речевое действие в рамках того или иного типа речевого поведения. На втором этапе содержание данного фрагмента определяется в ориентации на коммуникативные установки речевого общения как соответствующий или противоречащий им речевой поступок говорящего. На третьем этапе данный речевой поступок сличается с культурными константами русского общения, на четвертом осмысливается ситуативная корректировка данного речевого поступка. Всё это вместе взятое относительно объективно характеризует поступок одного из речевых партнеров и позволяет комментатору сделать вывод о ценностном содержании данного поступка в рамках связного речевого целого. Вторая линия комментария связана с собственно оценкой данного поступка другим или другими речевыми партнерами. Здесь характеризуется наличие эксплицитных средств оценки или имплицитной оценки, что опять-таки увязывается с культурно-коммуникативным национальным кодексом.

Технологическая основа интерпретации базируется на взаимосвязанных теориях первичных речевых жанров и коммуникативно-речевых тактик. Использование номенклатуры первичных речевых жанров удобно, поскольку название жанра напрямую связано с целью конкретного типа речевых действий (совет, замечание, возражение и т.д.). За каждым речевым жанром, как правило, закреплены определенные когнитивные приемы, лексико-семантические решения, структурно-грамматические модели реализации, так что комментатор получает возможность объяснить функциональную нагрузку речевого поступка в определенном контексте ситуации по обозначенному плану.

Сложность выявления культурно-ценностных особенностей разговорного общения связана с оперированием такими фрагментами текста, как диалогические единства, определением роли речевых поступков в широком контексте и тексте, а главное, требует соотнесения данного речевого поступка с парадигмой общенациональных коммуникативно-культурных установок. В силу многофакторности явления такой анализ плохо поддается формализации и не может быть представлен в виде системы помет. Культурно-ценностный комментарий разговорного текста требует развернутого текстового описания.

Литература

1. *Вольф Е.М.* Функциональная семантика оценки. М., 1985.
2. *Грайс П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М., 1985.
3. *СФС – Современный философский словарь.* И., 2004.
4. *Leech G.N.* Principles of Pragmatics. L.; N.Y., 1983.

КОНФОРМИЗМ В АСПЕКТЕ ЛИНГВОАКСИОЛОГИИ*

Слово *конформизм* этимологически происходит от лат. *conformis* – 'подобный, сходный, сообразный'. В лексикографических источниках советского времени слово не встречается, за исключением Большой Советской Энциклопедии, где *конформизм* определяется с идеологических позиций как морально-политическое понятие и привязывается исключительно к буржуазному обществу в противоположность социалистическому коллективизму. С изменением исторического и культурного контекста в постсоветский период слово *конформизм* становится достаточно употребительным не только в СМИ, но и в обыденной речи. Цель нашего исследования – проанализировать ценностное отношение наивных носителей русского языка к феномену конформизма. Материалом послужили ответы информантов на вопросы анкеты, высказывания участников интернет-коммуникации.

Более половины респондентов оценивают *конформизм* отрицательно. Встречается в ответах прямое выражение оценки: *жизненная позиция в случае конформизма оценивается отрицательно*. Но чаще оценка имплицитно содержится в объяснениях информантов. Выбор слов-идентификаторов показывает, что *конформизм* воспринимается однозначно отрицательно – либо как форма социального лицемерия, либо как форма социальной трусости и капитуляции. Синонимический ряд, в который встраивается лексема *конформизм*, столь же однозначно выявляет пейоративную оценку этого слова. Ср.: *приспособленчество, соглашательство, беспринципное и некритическое отношение, бездумное подчинение*.

Конформист принимает не просто другую точку зрения, а именно господствующее мнение, доминирующее в социальной группе; это мнение большинства или, еще конкретнее, требования власти. При этом человек полностью утрачивает собственные принципиальные позиции, изменяет свои глубинные взгляды, подчиняется господствующим стереотипам; и часто происходит это под давлением, насильно. Приведу наиболее типичные ответы респондентов: *приятие чужих ценностей вопреки своим принципам и ценностям; слепое следование за чужой идеей; готовность соглашаться, гра-*

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

ничащее с угодничеством; следование любому образу, обладающему наибольшей силой давления; конформизм – это пассивное принятие существующего порядка вещей.

Немецкий социолог и психолог Э. Фромм трактует конформизм как одно из убежищ, куда человек скрывается от одиночества, страха и свободы [Фромм 1990]. Респонденты аналогично объясняли факторы, обуславливающие выбор такой формы социального поведения: индивид следует нормам, принятым в группе или обществе *из соображений прагматической целесообразности; из-за страха перед негативными санкциями; из-за нежелания остаться в изоляции.*

Распространение конформизма в современном обществе информанты объясняют чувством принадлежности к группе или обществу, а также потребностью в одобрении окружающих. Конформистский идеал согласия связан с подавлением различий, игнорированием разногласия дискурса.

Литература

Фромм Э. Бегство от свободы М., 1990.

Михайлова Ю. Н.

доцент

КОМПРОМИСС В АСПЕКТЕ ЛИНГВОАКСИОЛОГИИ*

Аксиология рассматривает *компромисс* как универсальную ценность, опираясь на категории блага и зла, активности и пассивности в отношении к чужому / иному. Однако среди наивных носителей русского языка *компромисс* получает разные, порой противоположные оценки.

Цель исследования – проанализировать отношение наивных носителей русского языка к феномену компромисса и выявить оценочные коннотации соответствующей лексемы.

Материалом послужили ответы студентов и преподавателей екатеринбургских вузов (количество информантов свыше 300 человек) на вопросы анкеты, высказывания участников интернет-коммуникации, тексты СМИ.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

Результаты проведенного анкетирования и анализа показали, что ценность компромисса признают 40% опрошенных; чуть больше 30% считают возможным пойти на компромисс в зависимости от ситуации; около 30% категорически отрицают *компромисс* как способ разрешения конфликтной ситуации.

Первая группа респондентов – лица, однозначно осознающие *компромисс* как ценность, соотносимую с такими понятиями, как «уважение», «толерантность», «бесконфликтность», «умение приспособиться к ситуации», «изменение своего поведения». *В любой конфликтной ситуации компромисс – единственно верное решение; Нежелание идти на компромисс приводит к войнам**. Типовые высказывания участников позволяют выделить мелиоративные коннотации в содержании лексемы *компромисс*.

Для второй группы информантов *компромисс* обладает ситуативной ценностью, о чем свидетельствуют маркеры *порой, иногда*, а также ограничение сфер социальной жизни, где возможно (и даже необходимо) пойти на компромисс. *В интересах дела компромисс нужен; В семейной жизни компромисс порой просто необходим; Есть вопросы, в которых компромиссы не уместны*. По мнению респондентов, главное условие, когда можно идти на компромисс, – это уступки обеих противостоящих сторон: *Компромисс – это когда обе стороны идут на уступки*.

Третья часть от общего числа опрошенных респондентов отрицает компромисс как способ согласования конфликтных интересов. Свою позицию и отношение к компромиссу эти информанты выражают, как правило, агрессивными высказываниями:

Компромисс – это слабоволие; Компромисс такое же зло, как и сплошная неуступчивость.

Человек *компромисса*, характеризуется как *бесхребетный, беспринципный, не умеющий отстоять свою точку зрения*. В некоторых ответах приведены в качестве аргумента устойчивое сочетание *и вашим и нашим*, а также поговорка *И овцы целы и волки сыты – и светлая память пастуху*, которые имеют отрицательную коннотацию.

Таким образом, в наивном языковом сознании россиян компромисс характеризуется амбивалентностью.

*В ответах респондентов сохранен индивидуальный стиль источника, а орфография и пунктуация исправлены в соответствии с нормой.

ПОХВАЛА В РЕЧИ ИГРОКОВ «WORLD OF TANKS»

Рассмотрев аудио- и видеоматериалы, представленные в блоге игрока в «WorldofTanks», мы обратили внимание на специфику реализации похвалы-видеоблогером. Под блогом мы понимаем сайт, содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера с возможностью комментирования, расположенные в обратном хронологическом порядке. Похвала – экспрессивное высказывание, выражающее положительную оценку. В контексте игровой ситуации похвала чаще используется для поддержания командного духа. Объектом похвалы может быть игрок, его действие или использованное оружие. Важность общей ценностной установки объясняет использование в конструкциях похвалы брани и обсценизмов.

Активные совместные действия и расчет на заинтересованного зрителя формируют игнорирование максимы скромности и такта. Появляются автопохвалы, а также прямые и косвенные запросы похвалы, например: *Дж. Ангелос/ я ору как баба или как мужик? Г. А. Конечно как мужик Кость / ты што / Как самый brutальный мужик / Мужичелло*. Легкий, шуточный тон вместе с объективно демонстрируемым успехом в игре должны оправдать речевое поведение блогера в глазах аудитории.

Особое место занимает похвала в речевых фрагментах общения блогера с аудиторией. Блогер зачитывает хвалебные отзывы. Похвала смешивается с хвастовством и самолюбованием: *Дж. Щас подожди тут просто заказики есть // Так / Золушка пишет / Джов ты очень хороший стример просто отличный / помнишь имбулт? Да/ помню*. При этом блогер ревниво относится к похвале, адресованной соратнику: (зачитывает сообщение от Иммануила Канта) *Габриэлю Ангелосу отдельный респект / люблю твой позитивный настрой // Спасибо Иммануил, что любишь Ангелоса / а соточку мне прислал*.

В рассмотренном материале похвала подчеркнута ситуативна, становится инструментом поддержания командного духа игроков и зрителей, граничит с похвалой и хвастовством, не носит серьезного мировоззренческого характера.

КОНЦЕПТ ЗДОРОВЬЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ*

Данное исследование направлено на выявление актуальных когнитивных классификационных признаков витального концепта *здоровье* в рекламных текстах коммерческого содержания, расположенных в городском пространстве. В фокусе нашего внимания оказалось 1500 коммерческих реклам в городском пространстве, из них было отобрано свыше 200 единиц для анализа в наружной рекламе г. Екатеринбурга (2009–2017 гг.). На основе сочетаемости лексем, эксплицирующих концепт *здоровье*, нами были выделены доминантные когнитивные классификационные признаки концепта: *Здоровый образ жизни (ЗОЖ): Забота о здоровье; ЗОЖ: Здоровые привычки; ЗОЖ: Здоровое питание; Физическое состояние здоровья; Состояние здоровья как ценность*. Также отмечается представленность признаков *Экология; Гармоничный идеал; Душевная составляющая здоровья; Градуальность состояния: Здоровье / Нездоровье*.

Проведенный анализ показал, что здоровье начинает восприниматься как товар, который можно купить за деньги с помощью новых медицинских технологий, посещения дорогих курортов, фитнес-залов. В продуктовых магазинах следует покупать *мед, куриное мясо, крабовые палочки, йогурт, сыр, томатную пасту* – именно эти продукты позиционируются в рекламе как единицы здорового питания. Их нужно выбирать тщательно и взвешенно, в том числе и в узкоспециализированных магазинах: *«Диет Веган» – магазин здорового питания* (магазин «Диет Веган»); *Кислородные коктейли и травяные чаи для Вашего здоровья* (Травяная лавка – фитоцентр Гордеева М.В.).

С городских плакатов каждый день подчеркивается важность хорошей физической формы для здоровья: *Здоровье, сила, красота – тренажерный зал «Скала»* (тренажерный зал «Скала»); *Регулярно занимайтесь спортом! Победите свою лень и болезни! Ваше тело станет сильным, красивым и здоровым!* (спортивный центр «Верх-Исетский»). Как видно из примеров, физическое здоровье встает в один ряд с такими абстрактными существительными, транслирующими положительную семантику, как *красота* и *сила*. Контекстуальные партнеры уточняют указанные выше лексемы: тело сможет

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

стать таким, если человек будет тренироваться *регулярно*, сможет *победить-леня* и *болезни*. Для достижения поставленных целей предлагается рекламируемый товар.

В современных реалиях важно не только быть физически крепким, способным выполнять любую работу, но и иметь привлекательный внешний вид, который невозможен без здоровья: лечебные учреждения предлагают не только процедуры для поддержания здоровья, но и для улучшения внешнего вида, например: *Виниры: естественный вид здоровых зубов* (стоматология «Город»); *Модный и здоровый загар* (реклама салона красоты). Атрибутив-естественный и модный актуализируют важность красивой внешности.

Другие результаты исследования будут подробно представлены в докладе.

Пикулева Ю. Б.
доцент

ВЫСКАЗЫВАНИЯ С МОДАЛЬНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ ДОЛЖЕНСТВОВАНИЯ: ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ*

Модальность долженствования неоднократно становилась объектом исследования лингвистов (см. работы А. В. Бондарко, В. В. Виноградова, Г. А. Золотовой, С. Н. Цейтлин, Н. Ю. Шведовой, и др.). Ученые осознают ее как неоднородную грамматическую, функционально-семантическую категорию, которая выражает особое волонтактивное отношение между предикативным признаком предложения и его субъектом.

В основе понимания семантики долженствования лежит этическая категория долга, которая приобретает ценностное осмысление. Она предполагает обязательность, жизненную необходимость совершения некоторых действий, поскольку они продиктованы прежде всего определенным канонам поведения, принятым в обществе, реже – собственными, индивидуальными социальными установками. Таким образом, приобретающие особую значимость социальные нормы, традиции, определяющие стратегию поведения человека, вербализируются с помощью высказываний с модальным значением долженствования.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика»

В качестве материала исследования взяты рассказы уральских ветеранов о Великой отечественной войне и жизни после нее, которые были изданы в рамках проекта «Живые легенды» к 70-летию Победы. Отбор контекстов осуществлялся в опоре на основные способы выражения семантики долженствования: прежде всего краткие прилагательные и причастия *должен, обязан, нужен, необходим*, предикативы *нужно, надо, нельзя, необходимо*, глаголы *следует, стоит, полагается, надлежит*.

Ценностная картина мира ветеранов Великой отечественной войны выстраивается на фундаменте социоцентрических концептов русской культуры, интерпретированных сквозь этическую призму. Значительная часть собранных контекстов позволяет выявить в качестве ключевой ценности для ветеранов концепт **Родина**: *Молодежи сейчас надо любить свою Родину, как мы любили! Сейчас не хотят в армию, хотя всего один год, а мы сами добровольно шли. Нас так воспитали, что любить надо Родину*. Патриотически настроенные информанты неоднократно подчеркивают необходимость **самоотречения и труда на благо Родины, во имя Победы**: *Троих девочек мы потеряли при бомбежке, которые стояли на постах: у штаба – **нельзя отойти**, кухня – **нельзя отойти**, продуктовый вагон – **нельзя отойти**; В 12 меня устроили на работу в тракторную бригаду колхоза «Памяти Ильича», был такой колхоз в Пензенской области. Сам пошел, потому что **работать надо, трудиться**, а не бегать по улице. В 12 я уже работал... Это был 43-ий год. Периодически при развороте этих концептов вводится значение вынужденного долженствования, вступающего в противоречие с желаниями субъекта: *У мамы четверо было, и все на фронте были, меня последнюю забрали. Из деревни забирали в 42-м. Мне тогда около 16 было. Сказали, **надо и все***. Детерминирующим фактором оказываются моральные обязанности индивида, воспитанного в рамках советской идеологии. Жизнь и здоровье одного человека в данной ценностной картине мире менее значимы, чем потребности страны. Многие информанты подчеркивают ценность **памяти о военном времени**: *Никогда **не надо забывать**, что такое фашизм. **Не надо забывать свою родину**. Нам молодость не пришлось видеть, работали, воевали. Сейчас все, слава Богу, есть, только не ленись*.*

Высказывания ветеранов с модальным значением долженствования могут быть описаны в связи с категориями оценки, градации, адресации, что позволит уточнить прагматический потенциал конструкций.

Литература

Живые легенды. – СПб.: Нестор-История, 2016. – 364 с.

**ОБ ОДНОМ ИЗ ПРИЕМОВ СОЗДАНИЯ
НЕГАТИВНО-ФАМИЛЬЯРНОГО ОТНОШЕНИЯ
К ПЕРСОНАЖУ ТАБЛОИДНОЙ ПРЕССЫ
(на материале провокативных заголовков)**

Интернет-журналистика таблоидного типа наследует стилистические черты бульварной прессы. Маркирующей категорией таблоидной прессы можно назвать фамильярность, «которая стимулирует общение на сокращенной социальной и психологической дистанции между партнерами в статусно-ориентированной ситуации» [Смирнова 2009: 3].

Персонажами таблоидных текстов являются известные медийные личности, которые имеют высокий социальный статус. Таблоидная пресса нацелена на снижение статуса изображаемого героя. Прежде всего, фамильярную тональность речи создает ориентация на частную сторону жизни публичной личности, что нарушает этические нормы. Сознательное стремление автора приземлить образ известной личности, представить публичного человека как заурядного, малопочтенного – все это свидетельствует о переходе на уровень неофициального общения с персонажами газетных текстов, имеющими высокий социальный статус.

К числу речевых приемов создания авторской фамильярности относится прием использования провокативных заголовков, принижающих предмет речи. Провокативными мы называем раздражающие заголовки с эффектами обманутого или усиленного ожидания.

Игра на «понижение» с помощью указанных заголовков осуществляется следующим образом. Заголовок по своей структуре представляет собой немотивированное утверждение снижающего характера, которое детерминирует негативную оценочность, например: *После **такого унижения Собчак еще долго не сможет отойти!**; Случившееся с Путиным в Нижнем Новгороде **скрыть не удалось**; Кем оказалась Савченко: **неприятная правда открылась в зале суда**; Вот почему НАВКА так долго не говорила об отце второго ребенка; Грохнетесь! Экстрасенс шокировала: **вот какие СИЛЫ стоят за Путиным! Помните невицу Кети Топурию? Вот посмотрите, что с ней произошло**; ПЕТРЕНКО счастлив после развода. **Упадете, узнав, с КЕМ!*** Но сама статья с таким заголовком не содержит негативной информации о персонаже. Информационное содержание заметки часто нейтрально и без интригующего заголовка не представляет особого интереса для читате-

ля. Тем не менее, негативное отношение к персонажу уже создано. Заголовки, включая в себя резко негативные суждения, зачастую искажают суть события или происшествия. Заголовок настраивает нас на отрицательное отношение к знаменитости и создает скандальную ауру вокруг героя. Provocative заголовки тенденциозны, сознательно служат той или иной идее, носят ярко выраженную субъективность, создаются журналистами с целью дискредитации персонажа.

Снижение, приземление предмета речи обеспечивается также интригующим характером заголовка. Неопределенность, «утаивание» содержания новости может происходить за счет употребления заголовочных конструкций с местоименным компонентом, которые не дают возможность сразу узнать информацию.

Литература

1. *Смирнова М.П.* Фамильярная тональность в текстах таблоидных изданий: автореф. дисс. ... канд. филол. наук, Екатеринбург, 2009.

Светлаков А. Л.
студент

ПРАВОСЛАВНЫЕ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ В ЖАНРЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ (на материале православных сайтов знакомств)

Сегодня аксиолингвистика стоит перед задачей определения вербальных знаков ценностных смыслов, установок и эволюции их в обществе [Вепрева, Купина, Шалина 2016, Ицкович 2016]. Центральным понятием в аксиологии является *ценность*, то есть регламент конструирования бытия [Ильин 2005: 203]. Наряду с «ценностью» существует понятие «общей оценки», согласно которому любой объект, значимый для восприятия человека, может быть оценен положительно или отрицательно, то есть данный объект начинает иметь категорию «ценности». Суть ценности сводится к тому, что она должна представить характеристику свойств вещей (феноменов), выступающих как объект ценностного отношения; психологические качества человека, являющиеся субъектом этого отношения; отношения между людьми, их общение, благодаря которому ценности обретают общую значимость. В аксиологии также выделяется ряд областей, в которых можно говорить о кате-

гории ценности. Среди ценностей человеческого опыта – природного и культурного – фигурируют ценности познавательные, утилитарные, этические, эстетические и др., а также ценности самой языковой системы – лингвистические [Серебрянникова 2005: 17].

В современном обществе ценности подвергаются изменению, в том числе и семейные. Целью нашего исследования является изучение семейных православных ценностей на материале брачных объявлений на православном сайте знакомств [Светелка <http://blagovest.cofe.ru/svet/>].

Обратимся к православной традиции. Главным литературным памятником, закрепившим ценности семьи в православии, является «Домострой». В нем утверждается, что девушка должна быть послушной, верной, честной, хозяйственной, безропотной, скромной. Юноша же обязан быть образованным, честным, благочестивым, мужественным, строгим, ответственным, сильным и властным, т.к. он должен был создавать собственную семью, быть в ней хозяином и поддерживать мир и порядок [Домострой 2016].

Опираясь на статистику, полученную при анализе текстов брачных объявлений на православном сайте знакомств «Светелка», заключаем, что определяющей ценностью стала *географическая близость* будущих супругов (главными городами для знакомств являются Санкт-Петербург, Москва, Калуга, Липецк, Красноярск). На втором месте заявляется *желание создать семью*. Так, мужчины пишут, что ищут девушку/женщину *Для серьёзных отношений*, ту, у которой *семья на первом месте, ищу Будущую жену, Для создания семьи на всю жизнь, ищу жену и маму своей дочурке*. Третье место разделили *вера в Бога и доброта*. На периферии находятся такие ценности, как *доверие, порядочность, внешняя красота* (рост и фигур), а также *материальная обеспеченность*.

Выявленный набор ценностей свидетельствует о трансформации установок: в объявлениях отсутствуют такие важные ценности, как *послушание и скромность* у будущих жен и *благочестие, строгость* у мужей. *Вера в Бога, религиозность* находятся только на третьем месте. Прагматические ценностные установки внедряются в ценностное ядро и встают наряду с ожидаемыми духовными ценностями: *географическая близость, красивая внешность и материальная обеспеченность*.

Литература

1. Вепрева И.Т., Купина Н.А., Ицкович М.М., Шалина И.В. Ценностные предпочтения современной студенческой молодежи в лингвокогнитивном и социопсихологическом освещении // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 2. С. 62-73.

2. *Домострой*. М.: АСТ, 2016.
3. *Ильин В.В.* Аксиология. М.: Изд-во МГУ, 2005.
4. *Ицкович Т.В.* Христианские ценности в мировоззрении современного студенчества // Современные исследования социальных проблем. Электронный научный журнал. – 2015. – № 10. – С.349–358.
5. Светелка. Клуб православных знакомств [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://blagovest.cofe.ru/svet/>
6. *Серебренникова Е.Ф.* Ключевые понятия аксиологического анализа// Этносемиотрия ценностных смыслов. Иркутск.: ИГЛУ. 2008. 31-49 с.

Сидоренко Е. Б.
магистрант

УСТАНОВКА НА ПОБЕДУ В РОЛЕВОЙ ИГРЕ

Ролевая игра живого действия (РИЖД) создается за счет действий участников, которые стремятся к цели (целям), заданной организатором. Цели прописываются для игрока и/или команды. Достигая заданной цели, участник «отыгрывает» роль, что не всегда приводит его к победе.

Глаголы «выиграть», «победить» в контекстах, связанных с РИЖД, практически не используются в сочетании с существительными, обозначающими другого игрока (*выиграть у соперника*), другую команду (*победить чужую команду*); глагол «обыграть» в значении «одержать над кем-либо верх в игре» в 1335 контекстах (собранные комментарии участников) не встречается ни разу; глагол «проиграть» используется лишь 4 раза, из них 2 раза в значении «потерпеть поражение». При этом проигрыш понимается условно: *«Что особенно хорошо, так это то, что даже "проигравшим" (тем, кого мой персонаж вычислил и арестовал) игра тоже очень понравилась! Ждём следующие сюжеты»*)).

В приведенном контексте субстантивированное причастие «проигравшие» взято в кавычки и пояснено, следовательно, автор и адресат высказывания знают, что понятие «проигравшие» обычно не используется в отношении участников РИЖД.

Участники РИЖД не склонны сравнивать свой результат с результатом других игроков, при этом они сравнивают собственные сегодняшние результаты с прошлыми или реальный результат с запланированным: *удалось выполнить примерно половину целей (заключить договор с индейцами и уплыть с острова), что считаю для начала неплохим результатом.*

Таким образом, мотив «достижение» в РИЖД связан не столько с победой, сколько с оценкой игроком эффективности собственных действий, что отражается в комментариях участников.

Сюй Шаньшань
аспирант

БРАЧНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ КАК АКСИОЛОГИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕКСТЫ

Брачное объявление представляет собой содержательно и структурно аксиологически ориентированный текст, который помогает проявиться языковой личности в ее полоролевой функции. Авторский замысел, опирающийся на сугубо прагматические основания – найти себе партнера противоположного пола – стимулирует языковую личность, с одной стороны, достаточно осознанно показать себя в положительном ключе, с другой стороны, предъявить потенциальному партнеру требования, отвечающие идеальному запросу.

Материал исследования – мужские и женские брачные объявления, составляющие часть телепрограммы «Давай поженимся» Первого канала. Объект исследования – употребление в тексте брачного объявления общеоценочного прилагательного (или наречия) *хороший* и его синонимов *замечательный*, *прекрасный*, которые выражают общую оценку, свернуто представляющую баланс частных качеств комплексных объектов. Каждый объект действительности обладает целым набором аксиологически важных свойств, которые должны быть приняты во внимание при выведении общей оценки. Задача доклада – раскрыть конкретное содержание общеоценочных прилагательных в зависимости от категории объектов, к которым они прилагаются, определить коммуникативную функцию оценочного высказывания.

В мужских объявлениях анализируемые прилагательные встречаются при характеристике идеального образа своей избранницы: *мечтает о хорошей жене, избранница должна стать хорошей матерью его дочери, возьмет интеллектуалку из хорошей семьи, с хорошими манерами, с хорошим образованием*. При самопредставлении мужчина гордится *хорошим воспитанием, приданым, репутацией, характером, здоровьем, фигурой, жильем; замечательными родителями*; указывает на свои умения и навыки: *прекрасно готовит, играет на гитаре, ремонтирует сантехнику* и др.

В женских объявлениях на первое место выдвигаются умения и навыки женщины: *прекрасно готовит, печет, танцует, шьет, играет на фортепиано, владеет английским, водит автомобиль*; она мечтает быть *хорошей матерью и женой*, гордится *хорошим образованием, прекрасной семьей*; у избранника должна быть *хорошая фигура, зарплата*.

При сопоставлении мужских и женских объявлений можно отметить асимметрию коммуникативных функций оценочных высказываний. В мужских объявлениях к будущей избраннице предъявляется большой список требований, при этом мужчина не забывает упомянуть свои многосторонние качества (характер, репутация, воспитание, здоровье, фигура, жилье). В женских объявлениях прослеживается производный, вторичный характер запросов женщины: она подчеркивает, что готова быть *хорошей матерью и женой*, указывает свои умения и навыки, которые позволят ей быть хорошей матерью и женой. От мужчин женщина требует *хорошую зарплату и фигуру*.

Анализ сочетаемости прилагательного *хороший*, наречия *хорошо* и их синонимов с определяемыми существительными и глаголами позволяют выявить инструментальный характер оценки, опирающийся на гендерные стереотипы: хорошая жена и хорошая мать должна удовлетворять требованиям, предъявляемым к женам и матерям. Инструментальная оценка проверяется практикой, и женские объявления предъявляют адресату те навыки, которые подчеркивают ее «хорошесть».

Туголбай кызы А.
магистрант

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МУСУЛЬМАНСКОЙ ПРОПОВЕДИ*

Религиозный функциональный стиль является актуальным предметом исследования в современной лингвистике [Крысин 1996, Крылова 2000, Матвеева 2013, Ицкович 2016]. Особенное внимание уделяется изучению отдельных жанров: исповеди, молитвы, послания, проповеди. Православная проповедь как наиболее свободный жанр религиозного стиля, функционирующий в русском языке, исследуется с разных сторон: акустической [Прохватилова 1999], коммуникативно-прагматической [Истомина 2013], категориально-

*Работа выполнена при финансовой поддержке программы 211 Правительства Российской Федерации, соглашение № 02.А03.21.0006.

текстовой [Ицкович 2016]. Мусульманская проповедь, функционирующая в русском языке, предметом лингвистического исследования до настоящего времени не становилась.

Конструктивным принципом религиозного стиля является прототекстуальность, понимаемая как формально-содержательная опора всех создаваемых текстов в пространстве религиозного стиля на прототекст. Таким прототекстом в мусульманстве является Коран. Коран включает в себе суры и аяты, в которых содержатся наставления, поучения, посвященные морально-нравственным ценностям.

Проповедь, произносимая имамом в мечети, содержательно опирается на прототекст Корана. Священнослужитель поучает прихожан, разъясняя им духовные устои мусульманской веры.

Категориально-текстовой анализ современных мусульманских проповедей показывает преимущественную ориентацию проповедника на профанный мир. Актуальные явления современной действительности (события, факты) получают духовно-нравственную оценку в речи священнослужителя. Так, мусульманские проповеди посвящаются проблемам семьи (воспитание детей, взаимоотношения мужа и жены, отношение к старшим членам семьи), молодежи (мода, гендерные особенности поведения, нетрадиционная ориентация), терроризма.

Анализ экспликации ситуативной темы показывает, что мусульманская проповедь может быть посвящена не только религиозным (Курбан-Байрам, Рамадан), но и светским праздникам (День народного единства). При этом духовная тема в таких текстах соотносится с профанной. Последняя получает духовное истолкование, опирающееся на ценности, заявленные в прототексте. Используя как повод события профанного мира, имам проповедует необходимость милосердия, благотворительности, единения, паломничества, поста, молитвы, аргументируя свои рассуждения цитатами из Корана.

Базовые мусульманские ценности, содержащиеся в прототексте Корана, являются содержательным фундаментом мусульманской проповеди. Изучение текстов проповеди на категориально-текстовом основании позволит представить картину мусульманских ценностных ориентаций.

Литература

1. *Истомина И.А.* Современная православная проповедь: стилистическая и прагматическая специфика: автореферат диссертации ... кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2013.

2. *Ицкович Т.В.* Православная проповедь как текстотип: диссертация... кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2007.

3. *Ицкович Т.В.* Жанровая систематизация религиозного стиля на коммуникативно-прагматическом и категориально-текстовом основаниях: диссертация...доктора филологических наук. Екатеринбург, 2016.

4. *Крылова О.А.* Существует ли церковно-религиозный (церковно-проповеднический) функциональный стиль в современном русском литературном языке? // Культурно-речевая ситуация в современной России. Вопросы теории и образовательных технологий: Тез. докл. Екатеринбург: Издательство УрГУ, 2000. С. 107-117.

5. *Крысин Л.П.* Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. Москва, 1996. С. 135–138.

6. *Кутина Н.А., Матвеева Т.В.* Стилистика современного русского языка: учебник для бакалавров. Москва: Юрайт, 2013.

7. *Прохватилова О.А.* Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 1999.

Уонг Мин Туан
аспирант

ОБРАЗ ВЬЕТНАМЦА В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Одной из исследовательских задач работы, посвященной выявлению представлений о Вьетнаме в русском языке, является определение объема этнокультурного знания о Вьетнаме и вьетнамцах в языковом сознании студенческой молодежи. Нами было проведено анкетирование, в котором участвовало 300 студентов (в том числе 10 аспирантов). Один из вопросов был сформулирован так: *Вьетнамцы – какие они с вашей точки зрения?* Поставленный вопрос аксиологически заряжен, поскольку ответ предполагает, помимо нейтральной информации о народе, и субъективную оценку респондента.

Лексема *вьетнамец / вьетнамцы* номинирует этническую идентичность человека, которая по сравнению с другими видами информации является одной из самых древних и устойчивых форм структурирования мира. В основе этнической идентичности лежит базовая дихотомия *свой – чужой*. Разделение на *своих* и *чужих* предполагает поддержку, терпимость по отношению к *своим* и неприятие *чужого*. В частном проявлении этнокультурной

оппозиции *русский – вьетнамец* мы видим, что этническое самосознание не актуализировано, практически нет проявления ксенофобии, большинство предикаций, характеризующих образ вьетнамца, заряжено положительно. Российские студенты проявили себя как индивиды «с позитивной этнической идентичностью» [Хотинец 2002: 97].

Рассмотрим конкретные характеристики. Первая группа ответов связана с определениями, основанными на особенностях внешности: *загорелый* (5 ответов); *смуглый* (2); *маленького, невысокого роста* (14), *среднего роста* (2), *узокглазый* (6); происхождения: *азиаты* (9), занятий: (*сидят в траншеях с оружием* (1), *хорошо ведут хозяйство* (1); поведенческой манеры: *громко говорят* (1); политических взглядов: *социалисты* (2); отношения к религии: *религиозный* (5), *верующий* (1); вьетнамских обычаев и нравов: *имеют глубокие традиции* (2), *скованные предрассудками (по их мнению, традициями)* (1), *едят собак, крыс, лягушек* (1). Большинство характеристик нейтрально, хотя встретился один ответ со знаком плюс: *хорошо ведут хозяйство*; шесть ответов отрицательных – *узокглазый*, уничижительная номинация лиц другой национальности. В качестве мотивировочного признака данного экспрессивного этнонима выступает деталь внешности.

Вьетнам – небольшая страна в юго-восточной Азии, расположенная на полуострове Индокитай, с оригинальной культурой, мало известной в России. Внешний облик вьетнамцев, их психологические и культурные особенности не являются идентичными русским, поэтому во вторую группу определений входят единицы с модальностью странного: *таинственный* (1), *странный* (1), *загадочный* (3).

Третью группу составляют частнооценочные прилагательные характеризующие этническую общность, прежде всего, с положительной стороны: *добрый* (34), *дружелюбный* (18), *доброжелательный* (9), *гостеприимный* (13), *открытый* (8), *трудолюбивый* (32), *приветливый* (4), *спокойный* (10), *улыбчивый* (8), *могут постоять за себя* (1), *боевой народ, умеющий защищать родину* (1) и др. Отрицательная характеристика этнонима *вьетнамец* встречается в одиночных ответах: *хитрый, злой, жадный, воинственный, необразованный* и ряд других.

Литература

Хотинец В. Ю. Этническая идентичность и толерантность. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2002.

РАЗГОВОР ПО ДУШАМ КАК ЦЕННОСТЬ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

В обыденной жизни человек нередко сталкивается с проблемой: вокруг много людей, но *поговорить по душам* не с кем. И дело не в недоверии, а в том, что хочется встретить искреннее сочувствие, готовность собеседника к пониманию. Обращение к "Большому словарю разговорной речи" («*говорить по душам* – откровенно» [Химик 2004: 221]) позволяет выделить чистосердечие как конструктивный признак анализируемого жанра. *Разговор по душам* предполагает глубокое вслушивание, создает безопасное коммуникативное пространство, исключая распространение конфиденциальной информации. Доверительность является необходимым условием обратной связи между коммуникативными партнерами.

В современных художественных произведениях зафиксирован «кризис кооперативной коммуникации. <...> Попытка поговорить о сокровенном встречает решительный отпор» [Купина 2016: 563]. Вот показательный диалог из пьесы молодого уральского драматурга Игоря Колосова «Кот»:

Кот. *Слушай, подружка, отвали ты от меня, Христа ради. Мне неинтересно про твою жизнь слушать. Я таких историй уже миллион знаю, и как-то до жопы они мне все. <...> Я маленький вонючий зверек – от своих проблем трясусь*

Валя. *Да. Я понимаю. Но так иногда хочется поговорить.*

В русской коммуникации утвердилась традиция *разговора по душам*, который является безусловной ценностью лингвокультуры. Несомненной аксиологической значимостью обладают «личные темы, включающие нравственно-оценочные характеристики собеседников и их отношение друг к другу» [Дементьев 2013: 44]. Кроме того, в соответствии с коммуникативной конвенцией, участники разговора не должны прерывать друг друга. Ср.:

Маша. *А помнишь, в первом классе у тебя тоже был серый костюм? Я ж тебя знаю почти всю жизнь. Ужас.*

Костя. *В каком смысле? Марусь, Маруся. Давай спать.<...> Ой, дел, дел... утро вечера мудренее* (диалог из сценария фильма «Питер FM»).

Несмотря на психологические и коммуникативные сбои, *разговор по душам* занимает прочное место в речевом общении, способствует сохранению межличностных контактов.

Литература

1. Дементьев В. В. Коммуникативные ценности русской культуры: категория личности в лексике и прагматике. М.: Глобал Ком, 2013.
2. Купина Н. А. Уральская школа современной драматургии: основы эстетической конвенции // SlavicaOrientalis. LXV. 2016. Nr 3. С. 557–571.
3. Химик В. В. Большой словарь русской разговорной речи. СПб.: Норинт, 2004.

Чэн Юйсяо

аспирант

КИТАЙ КАК ОБЪЕКТ ОЦЕНКИ В РОССИЙСКИХ СМИ

Категория оценки определяется природой мыслительной деятельности человека. Оценка как семантическое понятие подразумевает ценностный аспект значения языковых выражений, который может интерпретироваться как «А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший /плохой» [Вольф 2002: 19]. Аксиологические значения представлены в языке двумя основными типами: общеоценочным и частнооценочным. Первый тип составляют положительные («хорошо») и отрицательные («плохо») оценки. Второй тип более обширен и разнообразен. В него входят значения, дающие оценку одному из аспектов объекта с определенной точки зрения [Арутюнова 1988: 77].

Цель нашего исследования – проанализировать тексты и выражения, в которых дана оценка Китаю. Источником материала послужили российские СМИ, представленные в базах данных <http://www.ruscorpora.ru> и <http://russian.china.com/enterprise/magazine>.

Анализ текстов показал, что в российских медиаизданиях Китайская Народная Республика получает амбивалентную оценку. Например, *Это наглядно показывает, какое большое внимание Китай и Россия уделяют строительству отношений друг с другом, – приветствовал «дорогого друга» президент РФ (Известия, 2013.03.22); Тем не менее Китай является сильным конкурентом России в Африке, в том числе и в области продажи оружия (Известия, 2013.04.10); Угрозы со стороны наших соседей для России не исчезли. – Например, со стороны такого великого соседа, как Китай. (Комсомольская правда, 2013.10.10).*

Китай аксиологически характеризуется по разным аспектам, в связи с чем можно выделить следующие группы частнооценочных значений в российских СМИ:

1) интеллектуальная оценка. Например, *Если Китай будет демократизироваться и развивать экономику, то через несколько лет он может стать очень интересным партнером для Вашингтона* (Известия, 2014.01.10) и др.

2) этическая оценка. Например, *Китай – добрый сосед, с нами мирно и дружно живет уже веками* (Дыхание Китая, август 2016 года) и т.п.

3) утилитарная оценка. Например, *Китай является самым надежным покупателем нефти, потому что стабильность страны велика, объемы могут быть практически неограниченными, учитывая, что все поставки не закрывают даже 70% потребностей* (Известия, 2013.06.05); и др.

4) телеологическая оценка. Например, *При всей спекуляции о выигравших и проигравших в результате украинского переворота – нельзя не признать, что самым безоговорочным победителем оказался именно Китай*. (Известия, 2014.05.22) и т.д.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988.

2. Вольф. Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиториал УРСС, 2002.

Шалина И. В.
профессор

ЖЕНЩИНА-ВОДИТЕЛЬ ГЛАЗАМИ МУЖЧИНЫ: ОЦЕНОЧНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ*

Под оценочными стереотипами мы понимаем имеющие вербально выраженную оценку образы-представления, которые формируют определенное мнение о свойствах лица/социальной группы. Это мнение является результатом наблюдения за речеповеденческими особенностями лица/группы и последующей генерализации этих особенностей. Гендерный взгляд, подтверждающий различное (в зависимости от пола) поведение и распределение внутри социальных ролей и статусов, дает ощущение целостности и непротиворечивости этого мнения.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-04-00239/17-ОГОН «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

Социально-психологический типаж женщины-водителя занимает важное место в типологическом ряду людей за рулем: *Когда-то основной тип быдло-водителя был – бритоголовый мужик на иномарке. Его сменил – наемный водитель на Камри. Сегодня – женщина с легко читаемым в глазах "ядевочкамнеможно" и красным дипломом школы им. Гастелло*^{*}. В основе этого типажа лежит представление о непредсказуемом и не объяснимом с точки зрения здравого смысла поведении женщины. Восприятие мужчиной женщины-водителя строится на отрицательной оценке ее психофизиологических и интеллектуальных качеств, а также особенностей вождения: *реакция не та; неповоротливы; самонадеянность и отсутствие инстинкта вследствие отсутствия головного мозга; странное поведение, не поддающееся формальной логике; не осознают физику вождения, иное восприятие мира* и др.

Оценка женщины-водителя подтверждает идею гендерной стратификации: мужчины – выше, женщины – ниже. Мужской шовинизм коренится в архетипических представлениях о гендерных семейных и профессиональных ролях: *Женщины должны заниматься семьей и рулить плитой; не бабское это дело крутить баранку; заигрались в мужиков, бабоньки; не убивайте себя и мужиков сидите дома на диване*. Материал выявляет оппозиции «власть – подчинение» (*ЖЕНЩИНЫ вам БОГОМ не дано водить вы всегда должны быть ведомы*); «порядок – хаос» (*бабы просто едут, и по колеям, и через колеи: мне через колею ледяную больше ндравница (поэтому я через нее и поеду)*); «сила – слабость», «активность – пассивность» (*села напуганая видом серьезных дядей в форме женщина за руль, поехала по фигурам, уронила одну стойку, другую, перепугалась и вдавила газ. Пронеслась как танк по площадке, собирая стойки на капот, врезалась в сугроб и застряла в нём, продолжая давить на газ. Оцепенела просто. Еле вытащили из машины, оторвав от руля*); и др. [об оппозициях см.: Брагина 2009].

Входящие в состав стереотипов эмоционально-оценочные языковые единицы строятся на механизмах звуковой переключки, окказионального словообразования, переносного словоупотребления, стилистических коннотаций: *ездютельница, ездунья, автолядь, пилотка, пилотесса, водятельница, обезьяна с гранатой, тормозная глуша, горе-водилка, баба на красненькой машинке, тетка за рулем*. Сознательно формируемые установки (*Бабы за рулем априори виноваты; Женщина за рулем – зло; Все бабы – дуры; Неадекватная женщина за рулем – это объект от которого надо просто уезжать*

^{*} Мужские комментарии о ДТП с участием женщин взяты с форума автоЕ1.ру. Орфография, пунктуация и стилистика комментариев сохранены.

вообще не вступая ни в какие диалоги) и др. объективируют важнейшие функции гендерных стереотипов: идентифицирующую, ценностно-защитную, идеологизированную.

Литература

Брагина Н. Н. Мифология стереотипа и обыденное знание // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре. Сб. статей; сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова. М., Изд-во Российский государственный гуманитарный университет. 2009. С. 348-356.

Источник

Авто Е1. <http://www.e1.ru/talk/forum/list.php?f=113&> (дата обращения: 1.04.17)

Шевченко А.В.
аспирант

ОККАЗИОНАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА НА СЛУЖБЕ ЛИНГВОАКСИОЛОГИИ (на материале словообразовательного гнезда с корнем *трамп*)

В современных российских СМИ одним из приемов создания выразительности текста является употребление окказиональной лексики. Благодаря эмоционально-смысловой нагрузке окказионализма автор может сознательно актуализировать само слово в тексте [Дроздов 2012]. Частотными окказионализмами являются новообразования, мотивированные именами политиков. С помощью словообразовательных средств появляется возможность высказать свое отношение к тому или иному политику.

Задача доклада – на основе материалов СМИ за 2016 год и первый квартал 2017 года (использовалась база данных Integrum.ru) обратиться к анализу окказиональных единиц с корнем *Трамп*, именем вновь избранного президента США.

Интегрум зафиксировал 24 250 употреблений антропонима *Трамп* за указанный период. Наиболее частотными оказались следующие производные: *трампизм* – 82 употребления, *трампнономика* – 69, *трампист* – 30, *антитрампист* – 6, *трампец* – 9, *трам-пам-пам* – 8. Остальные окказионализмы отмечены нами как единичные. Всего было зафиксировано 54 единицы словообразовательного гнезда.

В состав словообразовательного гнезда с корневой лексемой *Трамп* входят все знаменательные части речи: глаголы, существительные, прилагательные, наречия. Окказионализмы возможно сгруппировать в словообразовательные блоки по значению:

1. «человек, имеющий отношение к тому, что называет мотивирующее существительное» (*трампист, антитрампист, трампезник, сотрампезник, трампнаист, трампедант, трампифил, трампонент, трамповед*);

2. «совершать действия, связанные с тем, что называет мотивирующее существительное» (*трампануть, трампировать, трамповать, утрамповать, трампить, потрампить, оттрампить*);

3. абстрактные существительные со значением «свойство, качество объекта или субъекта, связанного с тем, что называет мотивирующее существительное» (*трампотня, трампизм, антитрампизм, трампизация, трампология, трампокалипсис, трампутизм, трампономика*).

Все отмеченные нами производные единицы заряжены экспрессией свежести и парадоксальности. Отметим, что целью подобного активного словотворчества является не только номинация каких-либо предметов, лиц, событий или явлений, связанных с Трампом, но и выражение отношения автора к ним (*трампанутый, трамперия, трампункт, трампокалипсис*). Словопроизводство и словоупотребление становится средством проявления политических пристрастий [Стексова 2012]. Активное употребление окказионализмов в СМИ служит указателем на некоторую внутреннюю раскрепощенность авторов: окказионализм как языковое средство позволяет журналистам выражать свою оценку относительно фигуры президента США Дональда Трампа. Так, богатое словообразовательное гнездо производных с корневым словом *Трамп* демонстрирует широкие возможности словообразовательной системы русского языка, которая позволяет не только освоить заимствованное слово, но и создать тот оценочный фон, который сопровождает новую лексему в русском языке.

Литература

1. Дроздов Р. К. Окказиональное словообразование в языке СМИ // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2012. Том 72, №8. С.93–95.

2. Стексова Т. И. Лингвокреативная деятельность в сфере политической коммуникации // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2012. № 2. С.113–120.

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ЮРИСТОВ

Основой развития профессионально значимых компетенций студентов-юристов являются сформированные речемыслительные, коммуникативные и логико-риторические умения. Ориентированность процесса обучения на развитие у будущих специалистов способностей к точному восприятию информации, к ее анализу и качественной передаче, на формирование умений публично предъявлять результаты своей деятельности обусловлена спецификой юридической деятельности, что отражено в требованиях ФГОС ВПО по направлению подготовки 030900 Юриспруденция [ФГОС ВПО 2010: 5 - 9].

Важной методической задачей преподавателя становится не только выбор эффективных образовательных технологий, способствующих развитию перечисленных базовых умений, но и организация условий, позволяющих проецировать учебные ситуации на ценностные понятия/категории для формирования у будущих юристов умений анализировать проблемную ситуацию с точки зрения нравственности и морали, поскольку не теряет своей актуальности изречение Горация «Какая польза в напрасных законах там, где нет нравов?»

Становится очевидным особый потенциал учебных заданий комплексного характера (подготовка презентаций, устных публичных выступлений), требующих осмысления ценностных понятий/категорий и направленных на развитие профессиональной языковой личности юриста [Левитан 2015: 187].

Проиллюстрировать методическую идею может опыт составления студентами-юристами мультимедийной юридической энциклопедии «Ценности права», в которую включены материалы, разносторонне представляющие принципиально значимые понятия, важные для определения ценностных ориентиров юристов: *человек, государство, закон, право, правосудие, справедливость, свобода* и др. Кроме того, выполнение задания активизирует процессы восприятия и переработки различных текстов, в том числе лексикографических материалов, а также продуцирование развернутых письменных и устных высказываний, позволяющих выйти на комплексное описание «языковой способности индивида, соединяющей системное представление языка с функциональным анализом текста» [Караулов 1999: 156].

Литература

1. *Караулов Ю.Н.* Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. – М., 1999.
2. *Левитан К.М.* О прогрессивном развитии профессиональной языковой личности юриста // Рос. юрид. журн. 2015. №1.
3. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 030900 Юриспруденция, утвержденный приказом № 464 от 04.05.2010 г.

Ян Цин
аспирант

ПРАГМАТИЧЕСКИ ЗНАЧИМЫЕ КОМПОНЕНТЫ ЛЕКЦИИ*

Прагматика изучает функционирование речи, отношение речевых знаков к участникам и обстановке общения. Основатель данного научного направления Ч.У. Моррис определяет содержание прагматики как исследование «образования, использования и воздействия знаков» [Morris 1971: 218-219].

Лекция – это один из жанров научного функционального стиля, коммуникативной целью которого является эффективная передача научного знания от субъекта (лектора) адресату (аудитории, слушателям). Содержание лекции делится на два макрокомпонента: информационно-логический (собственно научное знание) и прагматический (реализация взаимодействия с адресатом по поводу данного научного знания). Информационно-логический компонент – это объективное содержание текста данного жанра, прагматический компонент носит субъективный характер и связан с воздействием на адресата.

Анализ текстов лекций показывает, что информационно-логический макрокомпонент носит массивированный континуальный характер, а прагматический макрокомпонент реализуется дискретно, проявляется в виде коротких включенных фрагментов, сопровождающих изложение научной информации. Будем называть фрагмент лекционного текста, содержащий непосредственное выражение субъективной позиции автора, *прагматически значимым компонентом текста*.

*Работа выполнена при финансовой поддержке программы 211 Правительства Российской Федерации, соглашение № 02.А03.21.0006.

Прагматически значимые речевые действия лектора имеют двоякую направленность. Они могут быть направлены, во-первых, на информационный материал, тогда в них представлена «обработка информации» с позиций требований учебно-научной ситуации, а во-вторых, непосредственно на адресата с целью установления таких отношений с ним, которые адекватны ситуации обучения и личностным факторам в ее рамках.

В первом случае лектор выражает свое дифференцированное представление об информации с точки зрения значимости ее составляющих. По мнению И. Гофмана, лекция представляет собой высказывание, в ходе которого «говорящий излагает свои взгляды на определенный предмет» [Гофман 2007: 7]. По мере изложения информации лектор постоянно осуществляет субъективно-модальное фокусирование, т.е. группирует материал в соответствии со своей целью, расставляет логические акценты, которые считает правомерными. Это делается с помощью различных речевых средств, например, использование Я-темы обнаруживается в тексте лекции как «открытое выражение авторской субъективной позиции» [Сибирякова 1996: 6], на основании которой предметные темы увязываются с личным опытом автора текста. В числе средств модального фокусирования важны стилистические фигуры, для которых характерна как выделительная, так и связующая функции.

Во втором случае лектор стремится к установлению комфортного общения, привлечению внимания и интереса адресата, сокращению дистанции общения с коллективным адресатом. В числе средств организации речевого взаимодействия важны разговорные элементы, контактоустанавливающие средства [Скорикова 2015: 54], но особенно значимо использование речевой технологии диалогизации монологического текста. Так, побудительные предложения с авторскими формами *я* или *мы* за счет энергии побудительных форм подчеркивают смысл «я желаю», «я призываю». Приёмы диалогизации разнообразны, они заслуживают дифференцированного изучения.

Рассмотрение прагматически значимых компонентов лекции в их коммуникативном единстве позволит глубже уяснить специфику лекции как учебно-научного жанра. Кроме того, именно в совокупности таких компонентов проявляется речевая личность лектора, и это важно для описания образа автора лекции. Дискретный прагматически значимый субтекст лекции представляет собой самостоятельный объект лингвостилистического исследования.

Литература

1. Гофман И. Лекция // Социологическое обозрение. М., 2007. №2. С.4–26.

2. *Сибирякова И. Г.* Тематическое структурирование разговорного диалога: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: – Екатеринбург: Уральский государственный университет им. А.М. Горького, 1996.

3. *Скорикова Т. П.* Жанрообразующие факторы научного монолога // Вест. РУДН. Серия: русский и иностранные языки и методика их преподавания. М., 2015.С. 51–58. 4. *Morris Ch.W.* Writings on the General Theory of Signs. The Hague / Berlin: Mouton, 1971. Pp. 73–397.

**Аксиологические аспекты современных
лингвистических исследований:**

Тезисы докладов Второго международного
научного семинара
(11-12 мая 2017 г.)

Подписано в печать 04.05.2017.

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 3,3. Уч.-изд. л. 2,7. Тираж 50 экз.

Отпечатано в типографии ООО Издательский Дом «Ажур».

620075, Екатеринбург, ул. Восточная, 54, тел. (343) 350-78-28.

E-mail: azhur.ek@mail.ru, <http://www.ajur.ur.ru>

Заказ № 03/05-1.