

«За Собчак». Данная часть апеллирует преимущественно к положительным эмоциям. Так, например, оратор использует слова *свобода, образование, честный, мир и процветание*, которые имеют положительную эмоциональную окраску: *Путь к свободе непрост. И я прошу вас пройти его вместе со мной. За молодость. За свободу. За правду. И за Собчак.*

Также для данной части кампании характерно частое использование инклюзивного *мы* в различных формах: *нас научили, мы открыли, только все вместе мы можем победить: мы должны про это все забыть. Понять, что это не важно, нравится нам это или нет, но это все про прошлое. Потому что сегодня мы говорим про будущее. Ведь если нам не нравится наше настоящее, то единственный способ, как мы можем его изменить, это говорить про будущее....*

В этой части кампании Ксения Собчак акцентирует внимание слушателей на том, как она будет решать проблемы современной России, какие идеи она отстаивает. Приведенные лозунги имеют исключительно положительную окраску. Здесь кандидат апеллирует к чувствам надежды на будущее, прогресса, семейным ценностям и т.д.

Д. Коврижкин

ИГРА СЛОВ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ЮМОРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Игра слов является одним из самых востребованных языковых ресурсов в юмористическом дискурсе. При этом используются разнообразные приемы.

Во-первых, *многозначность слова* – обыгрывание двух абсолютно разных значений одного и того же слова: – *Евро! Дорогой! Где ты был? – Дорожал; Когда учительница зимой подошла к реке, лед **встал**; За «Евгения Онегина» Александр Сергеевич Пушкин получил премию в **размере** четырехстоппного ямба; Безработный отец не может помочь сыну с задачами по физике, в которых нужно найти работу. В последнем примере обыгрываются два значения слова *работа*: физическая работа отца и *работа* как научный термин.*

Во-вторых, использование *фразеологизмов, пословиц и устойчивых выражений*. Важен не столько фразеологизм, сколько контекст, в котором он употребляется. Фразеологизм *Мельник устал работать руками и начал **молоть языком*** значит ‘пустословить’, но в контексте можно подумать, что он действительно начал заниматься своей профессиональной деятельностью с помощью языка, а не рук. Фразеологизм *Коты-гангстеры всегда **держат хвост пистолетом*** имеет значение ‘стараться казаться бодрым, смелым, независимым’, однако в данном контексте воспринимается буквально, вызывая определенную ассоциацию у слушателя.

В-третьих, *созвучие*. Такая игра слов строится на схожести звучания абсолютно разных слов. При этом часто используются неологизмы или окказионализмы: *У генерала на кухне есть **половник и подполовник*** – игра слов строится на наименованиях воинских званий *полковник* и *подполковник*; *Порода собак, выведенная эскимосами, называется **эскимоська*** – здесь обыгрываются слова *эскимоска* и кличка собаки *Моська*, при соединении

которых мы получим новую выведенную породу собак; *Сухой и рыхлый снег называют неленым*; *Корпоратив аквалангистов назвали «Балласт»* («Балласт»); *Старый певец называет свою трость опереттой* – в данном примере слово *оперетта* используется в значении ‘предмет, о который можно опереться’, а именно трость.

Таким образом, игра слов является популярным приемом в юмористическом дискурсе. При создании приведенных в качестве примеров юмористических текстов мы прибегали к таким разновидностям игры слов, как обращение к разным значениям полисеманта, использование фразеологизмов, пословиц и устойчивых выражений, а также созвучие.

Э. Кушнир

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ РУССКОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕСТВА И ИХ ОТРАЖЕНИЕ В СМИ

Культура – это набор конкретных ценностей, разделяемых большинством ее представителей. Единство членов общества обеспечивается наличием определенных черт психики, единым восприятием и оценкой событий, что составляет основу понятия *национальных ценностей*. Говоря о ценностях, не стоит забывать о роли СМИ в их распространении и трансляции. *Массмедиа* не только передают информацию, но и навязывают человеку свои идеи, манипулируют общественным мнением, играя, таким образом, ведущую роль в установлении ценностей определенного общества. По данным Федерального государственного образовательного стандарта, к национальным ценностям в русскоязычном обществе относятся *семья, патриотизм и свобода*.

Семейные ценности. СМИ отражают реально сформировавшийся в обществе негативный имидж семьи в неправдоподобных сюжетах рекламы, сериалов и других медиатекстах. В числе угроз, стоящих перед современной семьей, можно упомянуть малодетность, аборты, измены, сожительство, распространение гражданских браков. СМИ зачастую способствуют процессу девальвации семейных ценностей. Например, телепроект «Дом-2», который тиражирует низкие стандарты культуры и ставит под угрозу традиционные ценности семьи.

Патриотизм. Если у старшего поколения уже сложились определенные установки в отношении патриотизма, то поколение молодых людей все еще находится в стадии самоопределения. Массмедиа, однако, не стремятся приобщить молодежь к патриотическому воспитанию. Немногочисленные патриотические передачи на телевидении идут рано утром или далеко за полночь, поэтому их может посмотреть очень малое количество зрителей, так что чаще всего аудиторией таких программ становятся люди старшего возраста.

Свобода личности. Учитывая историческое прошлое бывших союзных государств, а именно переход от тоталитарного к демократическому режиму, такие ценности, как свобода слова, печати, равенство всех перед законом, имеют особое значение для русскоязычного населения. В настоящее время свобода понимается как возможность беспрепятственного