3. *Тертычная, М. А.* Социальная реклама в Интернете : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.01.10 / М. А. Тертычная ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2012. – 24 с.
4. *Киреев, С. А.* Дискурс и концептосфера социальной рекламы : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.19 / С. А. Киреев ; Волгоград. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2008. – 19 с.
5. Всемирная энциклопедия: Философия. XX век / под ред. А. А. Грицанова. – М. : АСТ; Минск : Харвест; Современный литератор, 2002. – 976 с.

The article is meant to explore the phenomenon of non-profit advertising communication as an instrument to establish a particular social reality and to disseminate culture specific values. The author carries out a contrastive analysis of value perspectives, encoded in the advertising discourse of American and Belarusian non-profit organizations. Special attention is paid to the type specificity, repertoire and intensity of concrete values, as well as the linguistic means of their actualization. The complex research determines a social role of advertising communication and reveals dominant and peripheral values in each of the language communities.

Поступила в редакцию 11.02.2019

В. Ю. Костюченко

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ СЕТЕВЫХ ТОК-ШОУ И ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ, ПРАГМАТИЧЕСКИЙ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

В статье исследованы оценочные модальные значения в русских и английских сетевых ток-шоу и комментариях. В рассмотренных совокупностях аксиологических значений релевантны следующие оппозиции: 1) противопоставление положительных и отрицательных оценок: во всех четырех подкорпусах текстов преобладают положительные оценки, при этом в английских интернет-текстах средний процент выше, чем в русских; 2) противопоставление общеоценочных и оценочно-дескриптивных прилагательных и наречий: в текстах на обоих языках доминируют оценочно-дескриптивные значения; 3) соотношение денотативных и коннотативных оценок: в обоих языках и жанрах преобладают денотативные значения, однако удельный вес субъективной оценочности выше в русских и английских интернет-комментариях. Это свидетельствует о том, что в данном жанре оценочная модальность в высокой степени стимулирована субъективно-личностными пристрастиями и интенциями говорящих.

1. Оценочные значения в аспекте модальной логики и речевой прагматики. Понятие «оценка» не лингвистическое и даже не междисциплинарное: оно общечеловеческое, людям необходимо различать добро и зло и понимать, каковы основания для собственных оценок. Е. М. Вольф, говоря о центральной роли аксиологических значений в жизни человека, отмечает, что «объективный мир членится говорящими с точки зрения его ценностного характера – добра и зла, пользы и вреда и т.п.», оценочные концепты

обусловлены социально и «весьма сложным образом отражены в языковых структурах» [1, с. 5]. Слова со значением ‘(о)ценить’, ‘оценивать’, ‘оценка’, ‘ценный’, ‘ценность’ принадлежат языковой семантике и обыденному сознанию (здравому смыслу). Понятие ‘оценивать’ (‘оценка’) представлено во всех языках, имеющих письменность, о нем издавна размышляли философы и логики. Модальность оценки входит в систему категорий модальной логики наряду с такими широкими модальными категориями, как познавательная (эпистемическая и алетическая) модальность, побудительная и деонтическая модальности, а также метаязыковая модальность. Эти крупные модальные категории задают смысловую область категории модальности в мышлении и языке. Однако крупным модальным классам в логике соответствует определенный состав языковых средств (грамматических и лексических). Логики обычно не обращают внимание на эмоциональный аспект мышления или сознания, в то время как у лингвистов ощущение связи между оценкой и эмоциональным состоянием настолько сильное, что понятие «оценочная лексика» часто трактуется как «эмоционально-оценочная лексика». В лингвистической и особенно в лексикографической практике были выработаны системы прагматических помет, которые указывают на все разнообразные виды оценочно-прагматических коннотаций, присутствующих в содержании слов и фразем. В Лингвистическом энциклопедическом словаре (2002) нет словарной статьи с термином «оценка», однако в предметном указателе есть ряд словосочетаний с этим словом и его дериватами («оценка содержания высказывания», «оценка речи», «оценочная коннотация» и т.д.). Все это свидетельствует о высокой практической значимости исследования аксиологии языка.

Проблематика данной статьи сосредоточена на исследовании аксиологической модальности в ряде жанров интернет-коммуникации. Материалом исследования послужили 16 000 словоупотреблений сетевых ток-шоу с участием актеров (16 фрагментов (по 1 000 слов каждый), по 8 фрагментов на русском и английском языках) и 16 000 словоупотреблений интернет-комментариев к ним или ток-шоу такого же формата. В рассмотренных русских и английских ток-шоу собеседники не касаются острых политических тем, социальных проблем. Поэтому для рассматриваемых текстов характерна умеренная степень полемики и экспрессии, отсутствие инвективов. Участники обсуждают театрально-кинематографические темы, а на периферии находятся житейские, семейно-бытовые, в некоторых случаях развлекательные вопросы.

Во всей совокупности зафиксированных модальных фактов (2 113 фактов в ток-шоу и 2 734 – в сетевых комментариях на русском языке и соответственно 1 464 и 1 994 фактов в английском материале) оценочные модальные значения составляют 14,91 % (315 словоупотреблений) в ток-шоу и 33,91 % (927) в комментариях на русском языке и соответственно 16,8 % (246) и 32,95 % (657) в английских интернет-дискуссиях.

Непосредственная связь аксиологической модальности с эмоциональной сферой говорящего и коммуникативной целью высказывания делает эту категорию в высокой степени прагматичной. Оценочные высказывания так или иначе стремятся воздействовать на собеседника (похвала, одобрение, поощрение, восхищение, осуждение, выражение предпочтений, совет, оскорбление): «Заключенная в ней [оценке. – *В. К.*] похвала не есть неадресованное выражение эмоции, она имеет целью вызвать у адресата определенное психологическое состояние, то есть отражает не собственно семантический, а прагматический аспект знаковой ситуации» [2, с. 153]. Ю. Д. Апресян подчеркивает, что в оценочных словах прагматическая направленность на адресата в большинстве случаев оказывается важнее, чем передача собственной оценки (принадлежащей говорящему) [3, с. XXXIX].

2. Лексико-грамматические разряды оценочных слов. Насколько разнообразны эмоции в жизни людей, настолько всеобъемлюще они проявляются в речи. Сложность и семантическая диффузность аксиологических модальных значений объясняется их связью с внутренними установками и психологическими особенностями говорящего. Оценочная модальность максимально антропоцентрична: «Для того чтобы оценить объект, человек должен “пропустить” его через себя: природа оценки отвечает природе человека» [4, с. 181].

Исследователь Н. Д. Арутюнова подчеркивает, что «аксиология допускает весьма неоднородные по своему составу классы» [5, с. 6]. Аксиологическая модальность в рассматриваемых интернет-текстах выражается лексемами следующих классов слов: 1) общеоценочные прилагательные и наречия (*прекрасный*, *ужасный*, *шикарно*; англ.: *gorgeous* ‘великолепный’, *disgusting* ‘отвратительный’, *nice* ‘хороший’); 2) оценочно-дескриптивные прилагательные и наречия (*гениальный*, *добрый*, *стильный*, *скучновато*; *rude* ‘грубый’, *talented* ‘талантливый’, *sincere* ‘искренний’); 3) глаголы, выражающие эмоционально-оценочное отношение или состояние (*осуждать*, *любоваться*, *восхищаться*; *have respect (look up to)* ‘уважать’, *adore* ‘обожать’, *appreciate* ‘ценить’); 4) междометия (междометные слова) (*Браво! Класс! Фуу!*; *Mhh*, *Hey*, *Wow*, *Uggh* [как выражение восхищения, удивления, досады и т.п.]); 5) вводные слова и обороты (*Боже мой*, *батюшкин свет* [от батюшки светы]; *Thanks God* ‘слава Богу’, *unfortunately* ‘к сожалению’); 6) оценочные предикаты состояния (*рад*, *жаль*, *стыдно*); 7) существительные (*козлина*, *бездарь*, *грязнуля*, *молодец*; *beauty* ‘красавица’); 8) фраземы и свободные сочетания слов (*глаз не оторвать*, *ни кожи, ни рожи*, *все соки выжала*, *искру не высекает*, *цепляет за душу*, *быдло пахучее*, *гнида с гнилой пастью*, *нет сил смотреть*; *intellectually endowed* ‘интеллектуально одаренный’, *cutie pie* ‘милашка’, *borderline alcoholic* ‘о человеке, который напоминает какими-то чертами, поведением алкоголика’, *monotone motormouth* ‘о человеке, который говорит занудно (скучно) и слишком

много’). Слова и фраземы перечисленных групп, как правило, являются частью предикативной или глагольной конструкции и выполняют роль сказуемого.

Содержание аксиологических модальных значений в значительной степени обусловлено контекстом (ситуацией общения) и характером межличностных отношений между участниками беседы: ***Дергается, чешется***, *диагноз на лицо* [Макр]; *Обе, возможно, личности, но как актрисы* ***не запомнились*** [Борск]. В следующих высказываниях лексемы *брутальный*, *absent in mind,* которые, как правило, имеют отрицательные семы в своем значении [6; 7], приобретают положительную оценку: *Был такой* ***брутальный****, а сейчас... убитый вид, и очень ему не идет* [Макр]; *The cutest thing about Rooney is, she is always seems* ***absent in mind*** *as if she’s still a young kid and keeps forgetting what she was talking or thinking about, so every word came from her mouth feels so true* ‘Самая милая вещь в Руне – она всегда кажется какой-то рассеянной, как будто она все еще маленький ребенок и постоянно забывает то, о чем она говорила или думала, поэтому каждое слово, которое вышло из ее уст, кажется таким правдивым’ [Mara].

В неоднозначных случаях при определении модального значения использовался парадигматический метод перифразирования, состоящий в подборе синонимических конструкций, которые могут выразить близкое значение, но другими средствами, более ясными по своей грамматической или лексико-семантической организации, например: *Почему Мария Каллас в меня* ***входит*** [‘нравится, понятна говорящему’, аксиологическая модальность] *и меня* ***трогает*** [‘задевает, беспокоит чувства говорящего, вызывает положительные эмоции, переживания’, аксиологическая модальность] [Сигл]. Также применялся прием экспериментального распространения высказывания: *I felt like your performance was* ***so nuance*** ‘Я чувствовал, что твоя игра была настолько тонкой’ [и это хорошо]. *The script was very* ***efficient*** *and there* ***wasn’t anything extraneous*** ‘Сценарий был очень умело написан, и там не было ничего лишнего’ [и это хорошо] [Carl].

3. Соотношение положительных и отрицательных аксиологических модальных значений в русских и английских сетевых текстах. В целом людям свойственно в большей степени обращать внимание на отрицательные явления в жизни и поведении людей, чем на положительные моменты, которые в большинстве случаях воспринимаются как норма и вызывают меньше эмоций. М. Я. Гловинская отмечает, что «лексика отрицательной оценки (в широком смысле, включая прагматическую отрицательную оценку некоторых действий или объектов), как хорошо известно, гораздо более разнообразна и богата, чем лексика положительной оценки» [8, с. 202]. В рассматриваемых интернет-текстах преобладают положительные аксиологические модальные значения. Удельный вес аксиологических модальных значений показан в таблице.

Количественная представленность аксиологических модальных значений в русских и английских интернет-дискуссиях

Жанр и язык интернет-коммуникации	Количество фактов и процент в совокупном массиве аксиологических модальных значений		
	Всего	Оценка	
		положительная	отрицательная
Ток-шоу на русском языке	315 (100 %)	210 (66,67 %)	105 (33,33 %)
Комментарии на русском языке	927 (100 %)	621 (67 %)	306 (33 %)
Ток-шоу на английском языке	246 (100 %)	200 (81,3 %)	46 (18,7 %)
Комментарии на английском языке	657 (100 %)	562 (85,54 %)	95 (14,46 %)

При общем преобладании положительных оценок в рассматриваемых интернет-текстах их количественная представленность выше в английском материале. Английские коммуниканты по сравнению с русскими значительно чаще употребляют положительные аксиологические модальные значения. Такое значительное расхождение в соотношении положительных и отрицательных модальных значений в русском и английском материале, а также широкое использование суперлятивных и экспрессивных общеоценочных прилагательных английскими собеседниками свидетельствуют о том, что для английской коммуникативной культуры характерна демонстрация доброжелательности и позитивного отношения к окружающим. Они в большей степени по сравнению с русскими собеседниками дают высокую эмоциональную оценку предметам и явлениям, качествам и действиям собеседника. Т. В. Ларина такую черту коммуникативного поведения называет «аттрактивность», или «демонстративная приветливость» [9, с. 324]. С точки зрения русских культурных норм, подобное стремление к преувеличению, многословию и комплиментарности чрезмерны, неуместны и могут в некоторых случаях вызвать негативную реакцию: эти коммуникативные усилия могут казаться неискренними. Русские люди легко сближаются в процессе коммуникации, что дает возможность выражать свои оценки более открыто, и это не мешает процессу коммуникации.

4. Оппозиция общеоценочных и оценочно-дескриптивных значений в исследованных сетевых текстах. Общепринято противопоставление оценочных прилагательных и наречий («хороший», «плохой», а также их синонимы) оценочно-дескриптивным – в семантику которых «входит какой-либо дополнительный компонент, относящийся к структуре оценки» [4, с. 194]. В терминологии Н. Д. Арутюновой, это общеоценочные и частнооценочные прилагательные [5, с. 12]. Общеоценочные прилагательные не указывают на какие-либо определенные, конкретные признаки предмета, а объединяют в себе совокупность разнородных свойств

(*потрясающий*; англ. *wonderful* ‘великолепный’). Данные прилагательные выражают «холистическую оценку, аксиологический итог», в то время как оценочно-дескриптивные прилагательные характеризуют какой-то определенный признак, свойство предмета или явления (*рассудительный*, *эмоциональный*; *responsible* ‘ответственный’), то есть дают оценку «одному из аспектов значения с определенной точки зрения» [5, с. 12]. В русских и английских интернет-текстах преобладают оценочно-дескриптивные прилагательные и наречия. На диаграмме (рис. 1) показаны количественные различия между русскими и английскими интернет-дискуссиями по представленности в них общеоценочных и оценочно-дескриптивных прилагательных.

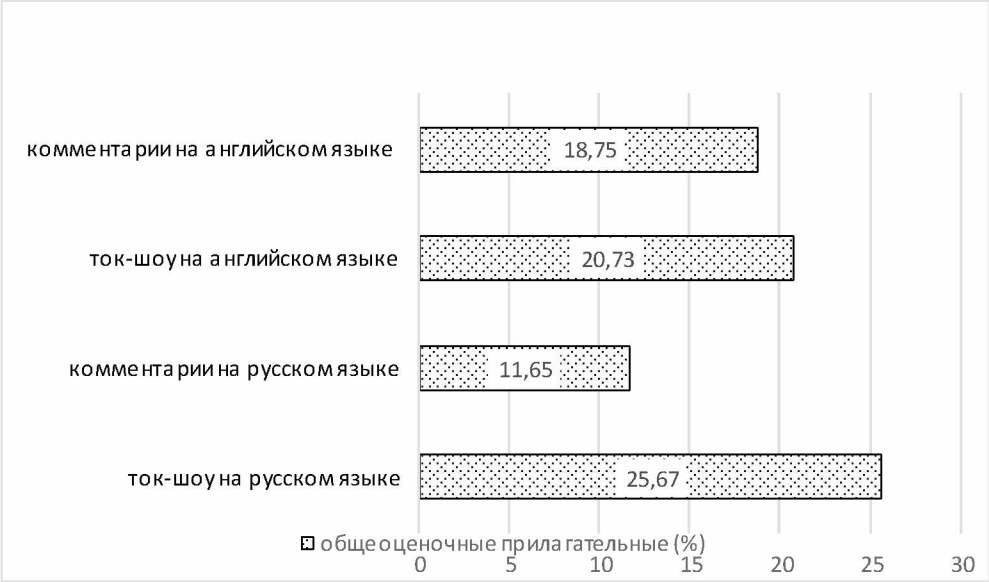

Рис. 1. Количественная представленность общеоценочных прилагательных в русских и английских интернет-текстах

Несмотря на то, что в русском и английском материале преобладают оценочно-дескриптивные прилагательные, в английских текстах наиболее частые слова – это общеоценочные экспрессивные прилагательные (*great*, *amazing*), которые потеряли свое первоначальное значение и выступают как ритуализированные коммуникативные действия, направленные на то, чтобы показать заинтересованность и позитивное отношение к окружающим. В русских интернет-комментариях наиболее частые слова относятся к оценочно-дескриптивной лексике и отражают естественные чувства и эмоции, коллективные ценности (*умный*, *красивый*, *талантливый*).

5. Языковые механизмы субъективной оценки в рассмотренных четырех корпусах текстов. В русском и английском языках есть слова, которые обозначают такие предметы, признаки, действия, которые всеми людьми оцениваются как плохие, нежелательные: *смерть*, *враг*, *больной*,

подлый, *грязный*, *издеваться*. Оценочность таких слов связана с их основным прямым значением, при этом они не имеют оценочной коннотации (образной, стилистической, экспрессивной). Такую аксиологическую модальность будем называть денотативной [10]. Денотативные оценочные значения отражают ценностную картину мира, ее существенные черты. «Оценочность денотативных оценочных значений устойчива, общепринята и поэтому представляется говорящим объективной» [10, с. 302]. Коннотативная оценочность, напротив, представляет собой добавочные, оттеночные со-значения, которые создаются особыми языковыми средствами и существуют обычно в синонимичном ряду (*запах – вонь – аромат*), являясь релятивным свойством слова. Коннотативное значение выступает как вторичная оценочность по отношению к денотативной и затрагивает в большей степени прагматическую часть семантики слова (усиливает перлокутивный эффект сообщаемого). Ниже представлены признаки наличия в слове или номинативной фраземе коннотативного значения:

1) лексикографические прагматико-стилистические пометы (*дешевка* (пренебр.), *зануда* (разг.-сниж.), *бездарь* (презрит.), *вульгарщина* (пренебр.); *dreck* (informal ‘про что-то очень плохого качества’), *hooked* (informal ‘помешенный на чем-либо’), *snooty* (informal ‘высокомерный, презрительный’), *nerd* (informal ‘болван, тупица’), *insane* (informal ‘ненормальный, безрассудный’) [7];

2) узуальная образность (слово употребляется не в прямом, а во втором/третьем словарном значении): ***Тонкой души*** *человек* [Макр]; ***Светлый*** *человек*; ***Море*** *обаяния и харизмы* [Кулк]; *Он совершенно приходит* ***пустой*** [Алдн]; ***Warm*** *and welcoming person* ‘Теплый и гостеприимный человек’; *No weird* ***tensions*** ‘Нет непонятного напряжения’ [Ston]; ***Powerful*** *movie* ‘Мощное кино’ [Mullg]; *I love directors I* ***worship*** *them* ‘Я люблю режиссеров, я боготворю их’ [Carl];

3) модально маркированные аффиксы (***Бревнышко*** *российского кинематографа*; *Бесталанная* ***актрисулька*** *провинциального театра, не больше!* [Борск]; ***Талантище*** [Кулк]; *I was* ***so overjoyed*** ‘Я была вне себя от радости’ [Ston]). Случаи индивидуально-авторского словообразования: ***потрясэ***; ***Прекрасница*** *она...* [Снатк];

4) отсутствие стилистической маркированности у слов, однако семантика их не нейтральна, они отличаются своим воздействующим потенциалом и выразительностью (*потрясающий*, *очаровательный*, *гениальный*, *любоваться*; *amazing* ‘удивительный, изумительный’, *stellar* ‘звездный’, *fascinating* ‘очаровательный, пленительный’, *outstanding* ‘выдающийся’, *admire* ‘восхищаться’). Коннотация выступает как релятивный компонент слова, который хорошо виден на фоне синонимичного ряда. На диаграмме (рис. 2) показана представленность коннотативных значений в сетевых токшоу и интернет-комментариях.

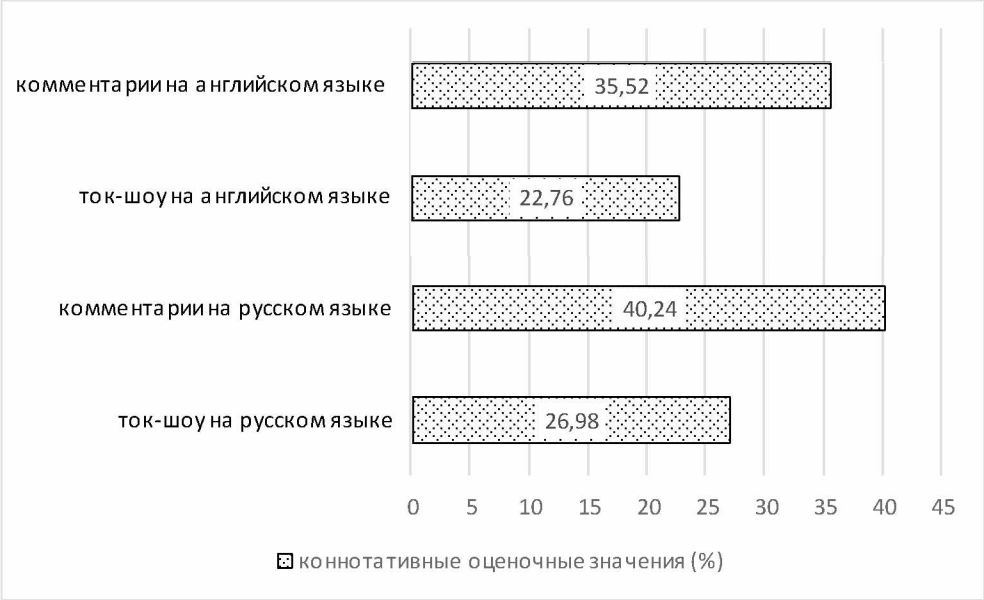

Рис. 2. Количественные различия между исследованными русскими и английскими текстами интернет-дискуссий по представленности в них фактов коннотативных аксиологических значений

Преобладание денотативных оценочных значений связано с тем, что они образуют когнитивно-этическое основание, фундамент, на котором формируются любые коннотативные оценки. Значительное преобладание коннотативных значений в английских и русских интернет-комментариях по сравнению с ток-шоу свидетельствует о высоком прагматическом потенциале этого интернет-жанра, а также о большей степени его полемичности и эмоциональности.

6. В какой мере различия между двумя сетевыми жанрами – ток-шоу и комментариями – значимы для аксиологической модальности текстов? Высокая представленность аксиологических модальных значений в рассмотренных интернет-текстах связана с широтой области приложения оценок, многообразием объектов оценки и оценочных шкал, их большим прагматическим потенциалом. Аксиологические модальные значения соответствуют содержанию и целевой установке рассматриваемых интернет-жанров. В ходе интернет-дискуссий сталкиваются различные взгляды и представления, идет живая полемика, бурно проявляются эмоции, что невозможно без активной интерпретации и оценки фактов и явлений.

Положительные аксиологические модальные значения преобладают как в русских, так и английских интернет-текстах. Однако в английском материале положительные оценочные значения значительно превышают отрицательные, в то время как в русском материале это соотношение не такое существенное. Употребление оценочных модальных значений английскими коммуникантами представляет собой стратегию коммуникативного поведения, сформированную национально-культурными ценностями.

Удельный вес оценочных и оценочно-дескриптивных значений в меньшей степени зависит от того, к какому сегменту сети (англоязычному или русскоязычному) принадлежат рассматриваемые тексты. Однако более равное соотношение общеоценочных значений в английских сетевых ток-шоу и интернет-комментариях по сравнению с русским материалом связано с этнокультурной особенностью англичан употреблять общеоценочные прилагательные, которые во многом потеряли первоначальное значение, а показывают заинтересованность и симпатию собеседников, способствуют сближению коммуникантов и созданию положительной атмосферы общения.

Более высокая представленность коннотативных значений в русских и английских сетевых комментариях подчеркивает, что в этом интернет-жанре оценочная модальность в высокой степени стимулирована субъективно-личностными пристрастиями и интенциями говорящего, а также свидетельствует о более спокойном и информативном характере беседы участников ток-шоу.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вольф, Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф – 2-е изд. доп. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.
2. *Стивенсон, Ч.* Некоторые прагматические аспекты значения / Ч. Стивенсон // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика / под общ. ред. Е. В. Падучевой. – М., 1985. – Вып. 16. – С. 129–154.
3. *Апресян, Ю. Д.* Лингвистическая терминология словаря / Ю. Д. Апресян // Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / под общ. рук. Ю. Д. Апресяна. – М. ; Вена, 2004. – С. XXII–LIII.
4. *Арутюнова, Н. Д.* Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М. : Языки рус. культуры, 1999. – 896 с.
5. *Арутюнова, Н. Д.* Аксиология в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики. – М., 1984. – С. 5–23.
6. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2000. – 1536 с.
7. Longman Dictionary of Contemporary English / Director Della Summers. – Harlow, Essex, UK : Pearson Education, 2003. – 1949 p.
8. *Гловинская, М. Я.* Оценка в составе речевого акта / М. Я. Гловинская // Язык. Личность. Текст : сб. ст. к 70-летию Т. М. Николаевой. – М., 2005. – С. 201–209.
9. *Ларина, Т. В.* Англичане и русские: язык, культура, коммуникация / Т. В. Ларина. – М. : Языки слав. культур, 2013 – 360 с.
10. *Мечковская, Н. Б.* К характеристике аксиологических потенций слова: концепты ‘круг’, ‘колесо’ и их оценочно-экспрессивные дериваты / Н. Б. Мечковская // Логический анализ языка. Языки пространств. – М., 2000. – С. 299–307.

ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

Алдн – Шоу «Парк культуры и отдыха» [Электронный ресурс] / в гостях С. Э. Алдонин и П. А. Красилов ; ведущие К. Радцев, М. С. Баченина // Радио «Маяк». – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=SoHGX1gzvjM. – Дата доступа : 09.09. 2018.

Борск – Интернет-комментарии к программе Татьяны Устиновой «Мой герой» [Электронный ресурс] / в гостях Е. М. Боярская ; ведущая Т. В. Устинова // «ТВ Центр». – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=Vf29tveyAz8. – Дата доступа : 13.05.2017.

Кулк – Интернет-комментарии к программе Татьяны Устиновой «Мой герой» [Электронный ресурс] / в гостях М. Г. Куликова ; ведущая Т. В. Устинова // «ТВ Центр». – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=R7mRGV2izhs. – Дата доступа : 20.05.2017.

Макр – Интернет-комментарии к программе Татьяны Устиновой «Мой герой» [Электронный ресурс] / в гостях А. В. Макаров ; ведущая Т. В. Устинова // «ТВ Центр». – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=bJg6vDF19Lk. – Дата доступа : 24.03.2017.

Сигл – Шоу «Парк культуры и отдыха» [Электронный ресурс] / в гостях Д. А. Бертман, А. М. Сигалова ; ведущие К. Радцев, М. С. Баченина // Радио «Маяк». – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=4yI2QEDWgE0. – Дата доступа : 09.09. 2018.

Снатк – Программа «Приглашает Борис Ноткин» [Электронный ресурс] / в гостях А. А. Снаткина ; ведущий Б. И. Ноткин // «ТВ Центр». – Режим доступа : https//www.youtube.com/watch?v=Hj9BPyeOeh0. – Дата доступа : 03.03.2017.

Carl – Actors on Actors. S. Carell, R. P. Mara [Electronic resource] (ток-шоу «Актеры об актерах», участники Стив Кэрелл и Патриция Руни Мара) // Variety Channel. – Mode of access : https://www.youtube.com/watch?v=Lk4fQLLs-tA. – Date of access : 09.09. 2018.

Mara – Интернет-комментарии к ток-шоу «Actors on Actors»: Steve Carell and Rooney Patricia Mara (ток-шоу «Актеры об актерах», участники Стив Кэрелл и Патриция Руни Мара) [Electronic resource] // Variety Channel. – Mode of access : https://www.youtube.com/watch?v=Lk4fQLLs-tA. – Date of access : 22.02. 2017.

Mullg – Интернет-комментарии к ток-шоу «Actors on Actors»: Carey Mulligan and Elizabeth Banks (ток-шоу «Актеры об актерах», участники Кэри Маллиган и Элизабет Бэнкс) [Electronic resource] // Variety Channel. – Mode of access : https://www.youtube.com/watch?v=fNVYjH2CUGA. – Date of access : 10.05.2017.

Ston – Интернет-комментарии к ток-шоу «Actors on Actors»: Emma Stone and Molly Shannon (ток-шоу «Актеры об актерах», участники Эмма Стоун

и Молли Шеннон) [Electronic resource] // Variety Channel. – Mode of access : https://www.youtube.com/watch?v=UxzuhuW_FFo. – Date of access : 11.10.2017.

The article deals with axiological modality in Russian and English online talk shows and Internet comments. The place of axiological modality is shown among other modal categories. The following axiological oppositions are distinguished: 1) opposition of positive and negative evaluative modal meanings; 2) the opposition of general-value and evaluated-descriptive adjectives and adverbs; 3) the ratio of denotative (objective) and connotative (subjective and expressive) evaluations. The similarities and differences in the use and quantitative representation of axiological modal meanings between Russian and English online talk shows and Internet comments are presented.

Поступила в редакцию 04.04.2019

Л. У. Кулік

РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ КАНЦЭПТУ «ПРАСТОРА» Ў БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ САМАТЫЧНАЙ ФРАЗЕАЛОГІІ

В статье проводится сопоставительное исследование фразеологической репрезентации носителями белорусского и английского языков концепта «пространство» – одного из базовых понятий, проявляющихся у представителей самых разных культур. Акцентируется внимание на архетипических оппозициях «близко – далеко» и «верх – низ». Подчеркивается особое культурное значение соматических лексем как наименований частей тела человека в формировании фрагмента наивной картины мира белорусов и англичан. Анализ фразеологической вербализации концепта «пространство» помогает воссоздать этнокультурный образ и особенности менталитета носителей белорусского и английского языков.

Гісторыя развіцця сусветнай культуры сведчыць аб тым, што ніводная культура не можа існаваць ізалявана. Менавіта ўзаемасувязь культур раскрывае іх сутнасць і ўмовы існавання. Агульнасць экстралінгвістычных фактараў паўплывала на агульнасць протасітуацый, якія праяўляюцца ў моўных карцінах свету пэўных народаў. Разам з тым, кожная культура аб'ядноўвае ўнікальны этнічны вопыт кожнай нацыі, які найбольш ярка і дакладна адлюстроўваецца ў знакавых адзінках мовы – фразеалагізмах.

Выяўленне і апісанне культурна-нацыянальных канатацый, што «ўзуальна суправаджаюць значэнне ў форме вобразных асацыяцый з эталонамі, стэрэатыпамі і іншымі культурнымі знакамі (звычаямі, павер'ямі і да т.п.) і суадносных адзін з другімі сродкамі кагнітыўных працэдур, што надаюць гэтым канатацыям асэнсаванне» [1, с. 310], адбываецца праз зварот да лінгвакультуралагічнага аналізу моўных адзінак. Даследаванне фразеалагічных адзінак (ФА) у святле лінгвакультуралогіі абумоўлівае неабходнасць дэкадзіравання механізмаў спалучэння ў іх інтралінгвістычных і экстралінгвістычных фактараў.