

Оригинальная статья

УДК 811.112.2:124.5:008:070

DOI: 10.29025/1994-7720-2021-1-108-119

**Аксиологический диапазон публицистического дискурса:
ценность «семья» (на материале немецкой периодической печати)**Н.Л. Дружина¹, А.А. Лавицкий^{2*}¹Витебский государственный университет,
210038, Витебск, Республика Беларусь, пр-т Московский, 33;
ORCID ID: 0000-0002-4403-0485²Витебский филиал Международного университета МИТСО,
210010, Витебск, Республика Беларусь, ул. М. Шагала, 8А;
ORCID ID: 0000-0002-9102-4440
*e-mail: antonlavitski@gmail.com

Резюме: Статья посвящена изучению аксиологических особенностей современных немецких печатных масс-медиа, которые представляют собой особый тип дискурсивной практики. Многомерность публицистического дискурса обусловлена тем фактом, что дискурс СМИ, будучи специфической материей, в высокой степени социально и темпорально детерминирован.

Методология выявления вербальной реализации аксиологических особенностей феномена семьи в современных прикладных лингвистических исследованиях вариативна: в зависимости от авторского подхода и избранного направления изучению подвергаются прагмалингвистическая специфика продуктов речедеятельности, их лексико-семантическое наполнение и др. В рамках проведенной работы избрана методологическая процедура описания полевой структуры ценности и ее моделирование.

Обращение к вербальной экспликации ценности «семья» позволило не только получить новые данные и уточнить особенности ее лексико-семантической модели, но и выявить глубинные трансформации в понимании одной из важнейших социальных категорий, цементирующих систему общественных отношений.

В ходе анализа корпуса выявленных контекстов (1352 наименования) в структуре ценности *семья / Familie* установлен целый ряд особенностей. Так, ядро поля включает первичный оним, а также вторичные номинации (*Verwandtschaft / родственники, Parentel / родственники, наследники, Sippschaft / родственники* и др.). Ближнюю периферию поля составляют три компонента (лексико-семантических микрополя): семья как 1) элемент организации общественных отношений (*nicht legalisierte Gemeinschaft / нелегитимное сожительство; die Gattenfamilie / семья, основанная на браке*), 2) сообщество родственников и близких (*Sprössling / отпрыск, чадо; Ehepaar / семейная пара*), 3) субъект хозяйственной деятельности (*der Haushaltsführer / хозяин*).

Дальняя периферия полевой структуры рассматриваемой ценности представлена эмоционально-оценочными компонентами, наиболее частотными среди которых являются различные метафоры (чаще с позитивным семантическим значением: *Liebesnest / любовное гнездышко; der letzte Schutzraum / последнее пристанище; Hafen in einer herzlosen Welt / причал в бессердечном мире* и др., реже – с негативной оценкой: *Nervenspagat / уязвим для нервов; Orga-Katastrophe / организационная катастрофа* и др.).

Особый интерес представляет выявленный в процессе исследовательского анализа достаточно широкий семантический ряд лексем, репрезентирующий различные виды организации семейных отно-

* © Дружина Н.Л., Лавицкий А.А., 2021.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

шений, нетипичные для традиционного понимания семьи: *Probeehe* / *пробный брак*; *nicht legalisierte Gemeinschaft* / *нелегитимное сожительство*; *Commuter-Ehe* / *регулярно-раздельный брак* и др., что свидетельствует о концептуальных трансформациях в аксиологической картине мира немецкой лингвокультуры.

Ключевые слова: дискурс, немецкий публицистический дискурс, лингвоаксиология, семья, ценность, аксиологическая картина мира, лингвокультурология.

Для цитирования: Дружина Н.Л., Лавицкий А.А. Аксиологический диапазон публицистического дискурса: ценность «семья» (на материале немецкой периодической печати). *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2021. №1. С. 108–119.

Original Paper

DOI: 10.29025/1994-7720-2021-1-108-119

Axiological Range of the Publicist Discourse: the Value of «Family» (Based on the Material of German Periodical Press)

Natalia L. Druzhina¹, Anton A. Lavitski^{2*}

¹Vitebsk State University,
33 Moskowski Str., Vitebsk, The Republic of Belarus, 210038;
ORCID ID: 0000-0002-4403-0485

²Vitebsk Branch of International University MITSO,
8A, M. Shagall Str., Vitebsk, The Republic of Belarus, 210010;
ORCID ID: 0000-0002-9102-4440
*e-mail: antonlavitski@gmail.com

Abstract: The article is devoted to the study of the axiological features of modern German printed mass media which represent a special type of discursive practice. The multidimensional nature of the publicist discourse derives from the intrinsically explicit nature of its social and temporal determinability in media space.

The methodology verbal realization for identifying the axiological features of the phenomenon of family in modern applied linguistic research is variable: consideration of the pragmalinguistic peculiarities of speech products and their lexical and semantic content, etc. are conditioned by the approach and direction the author selects. The present research builds on the methodological procedure for describing the field structure of value and its illustrative modelling.

The appeal to the verbal explication of the value “family” allowed not only to obtain new data and clarify the features of its lexical and semantic model, but also to reveal deep transformations in the understanding of one of the most important social categories that cement the system of social relations.

The analysis of the corpus of identified contexts (1352 names) has determined that the structure of the value *family* / *Familie* features a number of peculiarities. Thus, the core of the field includes the primary onym as well as secondary categories (*Verwandtschaft* / *relatives*, *Parentel* / *relatives, heirs*, *Sippschaft* / *relatives*, etc.). The near periphery of the field consists of three components (lexical-semantic microfields): family as 1) an element of the organization of social relations (*nicht legalisierte Gemeinschaft* / *illegitimate cohabitation*; *die Gattenfamilie* / *family based on marriage*), 2) an association of immediate family and relatives (*Sprössling* / *offspring, child*; *Ehepaar* / *married couple*), 3) an entity of economic activity (*der Haushaltsführer* / *owner*).

The far periphery of the field structure of the value contains emotional-evaluative components. The most frequent among them are various metaphors (most commonly with a positive semantic meaning: *Liebesnest* / *love nest*; *der letzte Schutzraum* / *last refuge*; *Hafen in einer herzlosen Welt* / *pier in a heartless world*, etc., and less often – with a negative connotation: *Nervenspagat* / *twine for nerves*; *Orga-Katastrophe* / *organizational disaster*, etc.).

The feature of particular interest revealed by the analysis is a rather broad semantic range of lexemes representing various types of building familial relationships that are different from the traditional concept of the family: *Probethe / trial marriage; nicht legalisierte Gemeinschaft / illegitimate cohabitation; Commuter-Ehe / regular-separate marriage*, etc., which testifies to conceptual transformations in the axiological picture of the world of the German linguistic culture.

Keywords: discourse, German publicist discourse, linguistic axiology, family, value, axiological picture of the world, cultural linguistics.

For citation: Druzhina N.L., Lavitski A.A. Axiological Range of the Publicist Discourse: the Value of «Family» (Based on the Material of German Periodical Press). *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2021, no 1, pp. 108–119 (In Russ.).

Введение

Научные изыскания в области различных дискурсивных практик, впервые обоснованные еще в 50-е годы прошлого столетия Э. Бенвенистом [1] и актуализированные двумя десятилетиями позже сменой исследовательских акцентов с системно-структурной лингвистики на функциональную, представляются значимыми и для современного языкознания. Уход от сосюрковского положения о языке «в самом себе и для себя» предопределил новую веху в развитии лингвистической теории, стал логичным этапом перехода к междисциплинарному изучению продуктов речемыслительной деятельности. Утвердились такие направления, как лингвокультурология, когнитивистика, психолингвистика и др., где язык рассматривается не только как структурный компонент знаковой коммуникации, но и особый феномен человеческого бытия – его главная духовная ценность. Но самым большим «приобретением» всей гуманитарной науки, как нам кажется, стала теория дискурса, формирование которой явилось прямым следствием фундаментальных изменений приоритетов в лингвистике: «Включение в научную парадигму производителей языковых единиц, различных параметров речевых ситуаций способствовало развитию теории коммуникации и речевого взаимодействия, что обусловило возникновение новых направлений в лингвистике <...>, новых объектов исследования, новой языковой единицы – дискурса» [2: 57].

Среди множества определений дискурса наиболее цитируемым является определение, предложенное Н.Д. Арутюновой: «дискурс – это речь, погруженный в жизнь» [3: 137]. Полагаем, что автор прозорливо заложила в трактовку такой дуалистический аспект дискурса, как его многомерность, задаваемая естественным жизненным пространством: а) динамикой (процессуальностью) и б) социальной ориентацией.

Динамический подход к дискурсу обнаруживается уже в первых трудах по теории дискурса – американцев А. Греймаса, Р. Лонгейкра, У. Чейфа и т.д. Т.А. ван Дейк пишет о том, что дискурс – это «речевой поток, язык в его постоянном движении, вбирающий в себя все многообразие исторической эпохи, индивидуальных и социальных особенностей как коммуниканта, так и коммуникативной ситуации, в которой происходит общение» [4: 112–113]. В таком понимании, дискурс как специфическая материя [5: 29–30] имеет связь с понятием «текст», вступая с ним в оппозицию, для которой важен учет таких параметров, как «статика/динамика». Текст лишен процессуальности [6: 597], он «оживает» только как субъект дискурсивной практики, основа коммуникации [7: 655]. Поэтому дискурс следует изучать здесь и сейчас, ибо это «Present Continuous «эпохи»» [8: 27], ее квинтэссенция.

В социальном аспекте дискурс – это «выражение определенного идеологического смысла» [9: 144]. Он включает систему общественных отношений, институциональные установки, иерархию ценностных ориентаций как компонент коммуникативной ситуации, а адресата и адресанта рассматривает как участников социального взаимодействия. Иными словами, дискурс сочетает межличностное, культурное, модальное, идеологическое, прагматическое и другие виды взаимодействия в призме аксиологической оценки каждого из них [10]: важны не только констатация использования языковых единиц в тексте, но и целесообразное объяснение наблюдаемых речетекстовых явлений в их обусловленности дискурсивными факторами [11: 63].

Таким образом, обозначенный дуализм задает значимый вектор в исследованиях различных дискурсивных практик – изучение аксиологической динамики социума, которая, очевидно, находит отражение в тексте как центральном объекте функционирования дискурса. Такая постановка проблемы заложена в основу настоящей статьи, обращенной к ценностным аспектам дискурсивного пространства современной немецкой публицистики.

Цель статьи

Декларируя многомерность дискурса, в представленной работе отражены результаты исследования, целью которого явилось изучение лингвоаксиологических особенностей репрезентации семьи как ценности в немецком публицистическом дискурсе.

Обзор литературы

Категория ценности имеет междисциплинарный характер и включена в фокус пристального исследовательского внимания целого ряда научных парадигм и их направлений: философии, социологии, психологии, педагогики и др., где понимается как «фактор эмпирической реальности» – особый продукт человеческих потребностей [12: 4].

Обозначенные понимания категории ценности экстраполированы и в исследовательскую область лингвистической аксиологии: «Объект есть носитель ценности, а субъект (человек или группа людей) осуществляет оценку объекта, то есть устанавливает его ценность и придает ему определенный смысл. Иначе говоря, ценность есть значение объекта для субъекта – благо, добро, красота и т.п., а оценка есть эмоционально-интеллектуальное выявление этого значения субъектом – переживание блага, приговор совести, суждение вкуса и т.д.» [13: 21]. Такой подход принимается нами и в отношении настоящей работы с уточнениями: объектом в данной системе признается семья, а субъектом ее оценки – немецкая лингвокультура, для которой ценностное отношение к семье является базовой аксиологической характеристикой социальных отношений [14: 24].

Обращение лингвистики к аксиологическому пространству языковой личности не является частным случаем проявления исследовательского интереса. Накопленный опыт фундаментальных и прикладных научных изысканий показывает, что данное направление позволяет продвинуться в вопросах изучения особенностей вербализации национального менталитета, специфики реализации межкультурной коммуникации, лингвокультурологических основ организации коммуникативного пространства, психолингвистических аспектов речемыслительной деятельности и т.д. Кроме того, очевидно, что лингвистика должна интегрировать исследовательские результаты «в единые системы для решения сложных научных и практических задач» [15: 7]. Э. Сепир писал: «Чрезвычайно важно, чтобы лингвисты, которых часто обвиняют – и обвиняют справедливо – в отказе выйти за пределы предмета своего исследования, наконец, поняли, что может означать их наука для интерпретации человеческого поведения вообще. Нравится им или нет, но они должны будут все больше и больше заниматься различными антропологическими, социологическими и психологическими проблемами, которые вторгаются в область языка» [16: 237–238]. Именно поэтому в данной работе не акцентируется внимание на способах вербализации аксиологических представлений, а предпринята попытка интердисциплинарной оценки исследовательского объекта – семьи как ценностной категории – в призме дискурсивного пространства.

Отдельное место в системе лингвистических учений занимают исследования ценностей как феномена реализации дискурса: поэтического (С.Г. Воркачев [17]), рекламного (С.В. Усова [18]), медицинского (Л.С. Бейлинсон [19]), педагогического (А.А. Кондрашина [20]), дискурса моды (А.Р. Аракелова [21]) и др. Думается, что именно такой подход – рассмотрение ценностей как компонента дискурса – позволяет наиболее достоверно представить аксиологическую систему, описать отдельные ценности. Поддерживается такое мнение и позицией В.В. Колесова, отмечающего, что «ценности не составляют особого царства, отделенного от бытия» [22: 474], то есть не могут быть выявлены и реконструированы автономно, вне дискурсивного пространства. В.И. Карасик утверждает, что ценности являются собой олигаторный компонент дискурса – его «основополагающую характеристику» [23: 99].

В современной лингвистике ценности категоризируют языковую картину мира, базовой единицей описания которой является концепт. В свою очередь, выделение концепта как ментального компонента невозможно вне аксиологической системы: о том, что основу любого концепта составляет ценность, пишет В.А. Маслова [24: 47], а В.И. Карасик называет это «ценностным аспектом» концепта [23: 102]. Это позволяет говорить о понятии ценности-концепта, так как ценности, так же как и концепты, являются собой ментальные образования и не даны нам в прямом наблюдении. Они создают в языковом сознании целый ряд образов, представляющих собой когнитивно нагруженные структуры. Именно вокруг ценностей формируются важные для культуры концепты [25: 53] как «результат социальной, креативной, духовной деятельности субъекта [26: 760]. О том, что ценности подвергаются процессу концептуализации и вербализации, пишет Е.Ф. Серебрянникова: «Целостные национальные образы мира, которые порождает каждая из лингвокультур, в своей особой комбинаторике вокруг этнокультурных доминант,

образуют определенную концептосферу, уникальный характер которой обусловлен именно ее ценностным измерением» [27: 22]. Т.Ю. Тамерьян оперирует понятием концептуального домена – «определенное множество стереотипных ментальных схем-образов, представлений, суждений, интерпретаций, мнений» [28: 11], которое также может быть успешно экстраполировано в область лингвоаксиологических исследований.

«Ценности включены в знание о мире и лежат в основе индивидуального и общественного сознания, обусловленного динамикой его исторического, социального, политического, экономического и др.» [23: 74]. Именно поэтому публицистический дискурс представляется одной из наиболее значимых площадок реконструкции аксиологической картины мира. Обусловлено это темпоральной и социокультурной актуальностью материала, что соответствует ранее обозначенным ключевым характеристикам, реализующим дискурсивную многомерность.

Методы исследования

Методологическую основу исследовательской деятельности по реконструкции аксиологической специфики ценности семья в немецком публицистическом дискурсе составили дискурс- и качественно-количественный компонентный анализ, лексико-семантический анализ, метод сплошной выборки фактического материала, элементы статистической обработки данных и стилистического анализа. Кроме того, ключевым этапом реализации поставленной цели стало моделирование, этапы которого разработаны профессором В.А. Масловой.

Результаты и дискуссии

Прежде чем обратиться к рассмотрению результатов анализа собранного фактического материала, следует кратко представить его количественную и качественную характеристику. Так, выбранный нами в качестве источника информации публицистический дискурс представлен в исследовании самыми массовыми по информации издания Министерства иностранных дел Федеративной Республики Германия «Tatsachen über Deutschland» печатными СМИ: «*BILD*» (*B*), «*DIE ZEIT*» (*Z*), «*Frankfurter Allgemeine Zeitung*» (*FAZ*), «*Frankfurter Rundschau*» (*FR*) и «*Süddeutsche Zeitung*» (*SZ*). Методом сплошной выборки материала за 2010–2019 гг. в указанных масс-медиа был обнаружен тематический корпус из 1352 контекстов, что представляется достаточно репрезентативным для реализации поставленной исследовательской цели.

Рассматривая вопрос о методологических основах современной лингвоаксиологии, следует отметить вариативность описания ценностей. В зависимости от исследовательского подхода и избранного научного направления, методологический акцент смещается к оценке того или иного дискурсивного компонента. Так, например, З.К. Темиргазина и Е.М. Вольф исходят из возможности обратиться к прагмалингвистическому анализу продуктов речевой деятельности, в частности, выявлению их модального потенциала, оценочной шкалы: «<...> в дискурсе предложение получает конкретную референцию и модально-субъектную определенность, реализует одну из своих потенциальных иллокуций, обретая тем самым статус высказывания» [13: 63]. Иными словами, ученые считают, что аксиологический потенциал дискурса реализуется в первую очередь на синтаксическом уровне, что обуславливает особое отношение к анализу прагмалингвистического компонента. Следует, однако, подчеркнуть, что данный подход имеет серьезный, с нашей точки зрения, недостаток – отдельные виды дискурса реализуются ограниченным количественным набором иллокутивных и перлокутивных актов, что объясняется жанровой спецификой. Например, рассматриваемое нами публицистическое пространство газетной периодики относится именно к такой форме дискурсивной практики, где иллокутивная и перлокутивная составляющие достаточно жестко увязаны с функциональными установками текстового материала [29: 197–206].

Другое методологическое направление ориентируется на анализ лексических особенностей вербализации ценностей. Так, Е.Ф. Серебренникова акцентирует внимание на поисках «ключевых слов» для аксиологического пространства [27: 45], то есть на первый план выходит «глубинная семантика» (по Л.А. Новикову) как важнейшая цель исследовательской оценки смысла [30: 348].

Думается, что использование обоих представленных подходов является вполне оправданным, ибо получаемые исследовательские результаты, во-первых, не противоречат друг другу, а во-вторых, логично дополняют друг друга. В.В. Красных, Е.И. Шейгал декларируют, что дискурс реализуется и на лингвистическом, и на экстралингвистическом уровнях, то есть является совокупностью вербальных и невербальных компонентов, семантики и прагматики коммуникативной сферы [31: 76], результатом

речемыслительной деятельности представителей национального, профессионального или другого лингвокультурного сообщества [32: 202].

Проводя очевидную параллель между категориями ценности и концепта, исследователи достаточно часто уравнивают методологии реконструкции обоих. Подобные подходы обнаруживаются в трудах Ю.С. Степанова, В.И. Карасика, З.Д. Поповой и И.А. Стернина и др., акцентирующих внимание на изучении полевой структуры ценности – ядра и интерпретационного поля. Первое включает важнейшие когнитивно-ментальные образы, второе – отражает ассоциативные признаки, служит уточнению смыслового содержания [33: 57].

Для проведенного исследования последнее из указанных направлений видится наиболее удачным: экстраполирование полевого описания структуры концепта в область лингвоаксиологических исследований позволяет усилить наглядность полученных результатов, так как они могут быть смоделированы и представлены иллюстративно. А само моделирование во многом облегчает систематизацию языкового материала, является одной из наиболее доступных для восприятия форм научно-исследовательских результатов, а также характеризуется гибкостью, так как легко поддается дальнейшим корректировкам, то есть способно оперативно отражать динамику количественно-качественного варьирования.

В лингвоаксиологических исследованиях успешно верифицирована модель описания ценностей, предложенная профессором В.А. Масловой. В качестве облигаторных компонентов в структуру модели включены: 1) ядро поля – оним ценности, то есть его имя, а также синонимы, включая контекстуальные; 2) ближняя периферия – особый информационно-понятийный слой, реализующий факультативные данные о разных планах ценностного бытия; 3) дальняя периферия – интерпретационное поле [34: 110]. Последний компонент является наиболее сложным для описания. Он реализуется в двух ипостасях: первая – образная зона, где находит отражение система синтагматических отношений, в которую включено имя ценности; вторая – элементы скрытого смысла с имплицитной, чаще всего метафорической, семантикой.

Семья относится к основополагающим ценностным категориям подавляющего большинства национально-культурных общностей. Вероятно, именно аксиологическая значимость этого общественного института и количественное обращение к нему в разных типах дискурса предопределяет два особенных свойства имени ценности. С одной стороны, характеристикой она является полисемия, основанная на метафоричности переноса значения, (сравним: *indoeuropäische Sprachfamilie* / семья индоевропейских языков в лингвистике; *Familien mit unendlichen Indextmengen* / семейства с не конечными индексными множествами в математике; *die Familie Phocaea* / семейство Фокеи в астрономии). С другой стороны, имя ценности, несмотря на семантическую вариативность значения, всегда понимается однозначно: «именем может стать слово с любым числом значений, <...> но характеризующееся одним неизменным свойством: легкой выделительностью общего значения» [35: 130–131]. Ю.Н. Караулов называет это «парадоксом точности» [35: 216].

Ядро ценности являет собой семантическую доминанту, где входящие в него лексемы несут ее общее инвариантное значение, то есть дают не только первичную, но и вторичную номинацию. Эти наименования обладают целым рядом специфичных характеристик: они смежны в контекстуальном плане, стилистически ограничены в силу экспрессивной окрашенности, имеют зачастую сложный морфологический состав и менее частотны в употреблении, нежели первичный оним. Анализ фактического материала показывает, что ядро изучаемой ценности представлено именем *Familie* / семья (здесь и далее курсивом после косой черты представлен наш перевод) и синонимическим рядом, реализующим вторичную номинацию: *Verwandschaft* / родственники, *Anhang* / близкие, родня, *Parentel* / родственники, наследники, *Haus* / семейство, династия, род, *Sippschaft* / родственники, родственнички, *Mischpoke* / родня.

Ближняя периферия структуры ценности являет собой особый ассоциативный ряд ключевых характеристик семьи, объединенных в лексико-семантические микрополя. В исследуемом материале таковые могут быть систематизированы следующим образом:

1. Семья как система общественных отношений – совместная жизнь людей, связанных родственно-семейными отношениями: *Die Familie wird von Jahr zu Jahr kleiner. Und wenn die Familie früher aus Eltern und mehreren Kindern bestand, so wächst heute die Zahl der verheirateten Paare ohne Kinder und der Einelternfamilien mit einem Kind* / Семья с каждым годом становится меньше и меньше. Если раньше семья состояла из родителей и большого количества детей, то сегодня растет количество брачных пар

без детей и семей, состоящих из одного родителя и ребенка (FAZ); *Fakt ist, dass die Spanne verlängert wird, in der deutsche Familien einen Kinderwunsch bekommen* / Факт, что немецкая семья не спешит рожать детей (Z).

К данному компоненту полевой структуры ценности мы также относим отдельные варианты номинации организации семейных отношений, которые можно считать новыми для системы общественных отношений: *Kessel-Buntes-Familie* / лоскутная семья (дословно: пестрый котел) (FR); *Wechselmodell-Familie* / сменяемая модель семьи (семья для детей после развода родителей) (B); *Pendelmodell-Familie* / челночная модель семьи (семья для детей после развода родителей) (FAZ); *Mogelpackung-Familie* / липовая семья (дословно: липовая упаковка) (SZ) и др. Думается, что это является дискурсивным отражением «акта ментальных ценностных трансформаций» [36: 492] в понимании категории семьи.

2. Социальная группа, сообщество:

а) родственников: *Eine Familie, wo mehrere Generationen unter einem Dach leben, ist schon längst nicht mehr aktuell* / Семья, где под одной крышей живет несколько поколений, уже в прошлом (Z); *Für die Deutschen gehören zur Familie nach wie vor fast alle Verwandten, die sie kennen. Das zeigen die Ergebnisse einer bundesweiten Umfrage* / Немцы по-прежнему считают своей семьей практически всех родственников, которых они знают. Таковы результаты опроса, проведенного в крупнейших городах страны (FAZ); *Es ist unmöglich, sich ein vollständiges Bild einer Familie ohne Onkel, Tanten, Kusinen, Opas, Omas und andere Ur-Ur-Großeltern vorzustellen* / Невозможно представить полную картину семьи без наших дядей, тетей, кузин, дедушек, бабушек и прочих пра- пра- прапредков (SZ).

б) близких людей: *Neben der klassischen Kernfamilie und den Blutsverwandten gehören vor allem für Singles auch enge Freunde und sogar Haustiere zur Familie* / Наряду с классической нуклеарной семьей и кровными родственниками в семью для одиноких людей включаются также близкие друзья и даже домашние животные (B).

3. Домохозяйство: *Alltäglichen Haushaltsproblemen widmen die deutschen Familien immer mehr Zeit* / Хозяйственные вопросы занимают все больше свободного времени у немецких семей (FR); *Eine durchschnittliche deutsche Familie gibt jetzt weniger Geld aus* / Среднестатистическая немецкая семья стала тратить гораздо меньше (FAZ); *Zwölf Betten, fünf Zimmer, zwei Bäder und ein großer Tisch – alles, was ist vom Schnelde's Haus – einer der berühmtesten Familien von Meinheim, geblieben* / Восемь кроватей, четыре комнаты, две ванные комнаты и большой стол – все, что осталось от рода Шнелдесов – известнейшей семьи в Майнхайме (Z).

В количественном отношении первое микрополе наиболее частотно представлено в публицистическом дискурсе Германии (выявлен 651 кон-текст). При этом интересным видится анализ лексического пласта, реали-зующего аксиологическое понимание семьи как особой системы общественных отношений, так как это слова и словосочетания, которые можно отнести к социальным неологизмам XXI века: *nicht legalisierte Gemeinschaft* / нелегитимное сожительство (FR); *die Gattenfamilie* / семья, основанная на браке (FAZ); *Ein-Eltern-Familie* / семья с одним родителем (B); *Normalfamilie* / классическая семья (Z, SZ); *Standardmodellfamilie* / стандартная модель семьи (FR); *Familie mit einer untraditioneller Struktur* / семья с нетрадиционной структурой (SZ); *Probewehe* / пробный брак; *Halbfamilie* / неполная семья (дословно: полусемья) (B); *Patchwork-Familie* / «лоскутная» семья (Z); *Teilfamilie* / неполная семья (дословно: частичная семья) (FAZ, SZ); *Restfamilie* / неполная семья (дословно: остаточная семья) (Z); *Non-Standard-Familie* / нестандартная семья (FR); *Kleinstfamilie* / неполная семья (дословно: минимальная семья) (SZ, B); *Mischfamilie* / смешанная семья (B); *Zweitfamilie, Fortsetzungs- oder Folgefamilie* / повторная семья (SZ); *gleichgeschlechtliche Partnerschaft* / однополое партнерство (Z); *Regenbogenfamilie* / однополая семья (FR, B, SZ).

Микрополе, включающее аксиологическую характеристику семьи как особой социальной группы родственников или близких людей, объединяет корпус из 498 выявленных в публицистическом материале немецких СМИ контекстов. На лексическом уровне данную группу реализуют повсеместно используемые в обнаруженном фактическом материале номинации лиц различного уровня семейно-кровных (*biologische Eltern*; *Bruder* / брат; *Halbschwester* / сводная сестра (по отцу / матери); *Geschwister* / братья и сестры, брат и сестра, сестры, братья; *die leibliche Schwester* / единокровная сестра; *Zwilling* / близнец; *der leibliche Bruder* / единокровный брат; *Halbbruder* / сводный брат (по отцу / матери); *Vater* / отец; *Nachkomme* / потомок (раз.); *Mutter* / мать; *Eltern* / родители; *Junge* / сын; *Kind* / ребенок; *Sohn* / сын; *Spross* / отпрыск; *Sprössling* / отпрыск, чадо; *Stammhalter* / наследник;

Nachfahre / потомок (разг.); *Tochter* / дочь; *Mädchen* / дочь, девочка; *uneheliches Kind* / внебрачный ребенок) и семейно-своих (*Ehepaar* / семейная пара; *Pflegefamilie* / семья, взявшая на попечение ребенка; *Adoptivfamilie* / семья с усыновленным ребенком; *Lebenspartner* / партнеры для жизни; *gesellschaftlich anerkannte Familiengruppe* / признанная обществом группа; *homosexuelle Paare* / гомосексуальная пара; *Lebensabschnittsgefährte* / спутник на период жизни) отношений: *verwandtschaftliches Netzwerk* / сеть родственников.

Самым малочисленным является микрополе, в которую входят контексты, характеризующие семью как субъект совместной хозяйственной деятельности, например, лексемы *der Haushaltsführer* / хозяин; *der Hauswirt* / хозяин семьи, дома; *der Hausherr* / глава семьи. В выбранном корпусе публицистических материалов к данному компоненту нами было отнесено 203 контекста.

Интерпретационное поле дает возможность оценить эмоционально-экспрессивную составляющую восприятия семьи в немецкой лингвокультуре. Наиболее частотны здесь представлены различные метафорические выражения: *Ballast* / балласт (FR); *Sicherheit* / надежность (FAZ, B, FR, Z); *keine unveränderliche Größe* / переменная величина (Z); *flexibles Gebilde* / подвижное образование (SZ); *Zusammgehörigkeit* / сплоченность (B, SZ); *Wärme* / тепло, *Lebenssinn* / смысл жизни (SZ); *Nähe* / близость (B, FR); *Geborgenheit* / защищенность (Z); *Vertrauen* / доверие (B, FAZ, FR); *Liebe* / любовь (B, FAZ, FR, Z, SZ); *Stabilität* / стабильность (FAZ, SZ); *Unterstützung* / поддержка (FAZ, FR, B); *Hilfe* / помощь (B, Z, FR, FAZ); *Schutz* / защита (FR, B, Z); *Nestwärme* / семейный уют (FAZ). Чаще всего, метафоры имеют позитивную смысловую окраску, дают положительную характеристику ценностных аспектов семьи. Однако в немецком газетном публицистическом дискурсе встречаются и метафоры с негативным семантическим оттенком: *die Seelengewalt* / душевное насилие (FAZ); *Stress der Liebe* / стресс любви (B, FR); *die Hektik der Treue* / суматоха верности (Z); *die Belastungen des Lebenssinnes* / стресс смысла жизни (SZ); *familiärer Kompass* / семейный компас (FR). В исследуемом материале обнаруживаются и афоризмы (*Es wird schon gehen. Das beste Rezept eines Familienlebens* / Наладится, обойдется – лучший рецепт семейной жизни; *Wenn man eine junge Frau hat, sind Familienschwierigkeiten nicht belastend* / С молодой женой семейные тяготы не тянут (FAZ)), не зафиксированные в лексикографических изданиях, что соответствует общим тенденциям динамики данного средства речевой выразительности [37: 662].

Дополнительную интерпретативную окраску семье как ценности в публицистическом медиа-дискурсе придают повсеместно встречающиеся различные адекватные словосочетания, чаще имеющие позитивную экспрессию (*beste Familie* / лучшая семья; *beispielgebende Beziehungen* / примерные отношения; *befolgungswerte Ehe* / достойный подражания брак; *liebreizende Treue* / чарующая верность; *reine Fernliebe* / настоящая любовь на расстоянии), реже – негативную: *mörderische Verwandtschaft* / убивающее родство; *vernichtende Lebenspartnerschaft* / уничтожающее семейное партнерство; *beleidigter Partner* / обиженный партнер.

Заключение

Несмотря на то, что теория дискурса восходит к античным трактатам, а ее современное понимание верифицировано в научных трудах классиков зарубежного (А. Вежбицкая, Э. Бенвенист, Т.А. ван Дейк и др.) и отечественного языкознания (Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, Ю.С. Степанов и др.), проблемы изучения различных дискурсивных практик находятся в постоянном фокусе исследовательского интереса. Специфика дискурса определяется его многомерностью, обусловленной взаимодействием с различными факторами: социолингвистическими, когнитивными, психолингвистическими и др. Очевидно также, что дискурс в силу социальной и темпоральной детерминированности можно рассматривать в качестве оптимального пространства для реконструкции аксиологической картины мира.

Среди различных институциональных типов дискурса целесообразность описания ценностей по материалам публицистики верифицирована в современных лингвоаксиологических исследованиях, что обусловлено отсутствием тематических ограничений, сильным влиянием на текстовый продукт со стороны не только адресанта, но и адресата, социальными установками и т.д.

Метод полевой реконструкции позволил описать ценность *семья* / *Familie*, выделив в ее структуре – ядро с первичным ономом и вторичными номинациями (*Verwandtschaft* / родственники, *Anhang* / близкие, *родня*, *Parentel* / родственники, наследники, *Haus* / семейство, династия, *род*, *Sippschaft* / родственники, родственнички, *Mischpoke* / родня);

– ближнюю периферию, включающую ассоциативные ряды, характеризующие семью как 1) компонент системы общественных отношений (48,2% выявленных контекстов); 2) особое сообщество род-

ственников или близких (36,8% от общего количества изученного текстового материала); 3) единицу семейно-хозяйственной деятельности (15% контекстов);

– дальнюю периферию, интерпретирующую эмоционально-оценочные отношения, включая зону метафоризации (реализуется чаще всего семантически позитивно окрашенной лексикой).

Небезыносительными представляются выявленные лексические особенности аксиологической вербализации семьи: обнаружен целый ряд слов и словоформ с отличными от традиционных представлений (семья – основанное на браке или кровно-родственных отношениях объединение людей, связанное хозяйственно-бытовой общностью и взаимной ответственностью [38: 452]) характеристиками: *Wochenendfamilie* / семья выходного дня; *Wochenendpendler* / «семья-челнок»; *Teilzeit-Ehe* / брак «по совместительству»; *Commuter-Ehe* / регулярно-раздельный брак; *Spagat-Familie* (раздельный брак; дословно: семья-шпагат). Думается, эти результаты свидетельствуют о высокой динамике социально-аксиологических изменений в понимании семьи и могут стать основой для сравнительно-сопоставительных исследований.

Список литературы

1. Benveniste E. On Discourse. The Theoretical Essays: Film, Linguistics, Literature. Manchester; 1985.
2. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспект. Тамбов; 2007.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический сло-варь. М.; 1990.
4. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. М.; 1989.
5. Задворная Е.Г. Дискурс как фильтрующая система и принципы речевого общения. *Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов*. 2008;5:28–37.
6. Wolter B., Yamashita J., Leung Ch.Y. Conceptual transfer and lexical development in adjectives of space: Evidence from judgments, reaction times, and eye tracking. *Applied Psycholinguistics*. 2020;41,3:595–625.
7. Troshina N. Корпоративная коммуникация в России. *Zeitschrift für Slawistik*. 2019;64,4:653–657.
8. Дымарский М.Я. Текст – дискурс – художественный текст. Текст как объект многоаспектного исследования. *Научно-методический семинар «TEXTUS»*. 1998;1,3:21–29.
9. Морозова Е.И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект. Харьков; 2005.
10. Dudziak A. The Role of Created Anthropological Situations in Forming the Axiosphere of Audiovisual Social Advertising Доступно по: <http://docplayer.pl/2147304-The-role-of-created-anthropological-situations-in-forming-the-axiosphere-of-audiovisual-social-advertising.html>. Ссылка активна на 15.01.2021.
11. Котурова М.П., Баженова Е.А. Частицы-дискурсивы в аспекте критичности мышления журналиста. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2020;64:63–75.
12. Сурженко Л.В. Ценности личности: философский и психологический анализ понятия. *Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета*. 2011;65(01):1–11.
13. Темиргазина, З.К. Избранные труды по лингвистике: в 2 т. *Лингвистическая аксиология: Оценочные высказывания в русском языке*. Павлодар; 2010;1.
14. Дружина Н.Л. Универсальное и идиоэтническое в восприятии феномена семьи русскими, белорусами и немцами. *Филологические науки. Научные доклады высшей школы*. 2016;2:21–26.
15. Маслова В.А. Современная лингвистика – наука о человеке, его сознании, языке и культуре. *Гуманитарный вектор*. 2018;13,1:6–11.
16. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.; 1993.
17. Воркачев С.Г. Концепт счастья: понятийный и образный компоненты. *Известия РАН. Серия литературы и языка*. 2001;60,6:47–58.
18. Усова С.В. Отражение национальных ценностей в рекламном дискурсе (на материале рекламы автомобиля во французской публицистике). *Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке*. 2012;2:34–39.
19. Бейлинсон Л.С. Конститутивные признаки логопедического дискурса. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 2009;5(39):8-12.
20. Кондрашина А.А. Педагогический дискурс: аксиологический стереотип и лингвокреативная практика учителя. *Уральский филологический вестник*. 2012;3:125–129.

21. Аракелова А.Р. Специфика интерпретации вербальных и невербальных кодов в коммуникации о моде. *Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики*. 2018;11:12–17.
22. Колесов В.В., Колесова Д.В., Харитонов А.А. Словарь русской ментальности: в 2 т. П–Я. СПб.; 2014;1.
23. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград; 2002.
24. Славянские ценности в коммуникативном пространстве регионов: кол-лективная монография. Под ред. В.А. Масловой, М. Вас. Пименовой. Минск; 2017.
25. Лавицкий А.А. Ценность-концепт «дети» в языковом сознании жителей Витебщины. *Риторика ↔ Лингвистика*. 2016;12:211–220.
26. Семенова С.Н., Аксютенкова Л.Г. Когнитивно-прагматическая интер-претация языковой личности (на примере рыночно-экономической терминологии). *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2020;11,4:760–774.
27. Серебренникова Е.Ф. Аспекты аксиологического лингвистического анализа. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография. Под ред. Л.Г. Викуловой. М.; 2011:7–27.
28. Тамерьян Т.Ю., Качмазова А.У. Названия партий как маркер идеологических концептов политического дискурса. *Политическая лингвистика*. 2019;6 (78):110–115.
29. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М.; 2003.
30. Новиков Л.А. Избранные труды. Том I. Проблемы языкового значения. М.; 2001.
31. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград; 2000.
32. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций. М.; 2001.
33. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М.; 2007.
34. Маслова В.А. Гидроним Двина как ценность и концепт в языковом сознании жителей Витебщины. *Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования*. 2016:110–113.
35. Караулов Ю.Н. Общая и русская идеография. М.; 1976.
36. Langer A. C. Milton's Aristotelian Transformations in the Representation of Regenerative Change. *Modern Philology*. 2021;118,3: 390–408.
37. Иванов Е.Е. Афоризм как объект лингвистики: основные признаки *Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2020;11,4:659–706.
38. Новейший философский словарь. Минск; 1999.

References

1. Benveniste E. On Discourse. The Theoretical Essays: Film, Linguistics, Literature. Manchester, 1985. (In Eng.).
2. Grigorieva VS. Discourse as an element of the communicative process: pragmalinguistic and cognitive aspects. Tambov, 2007. (In Russ.).
3. Arutyunova ND. Discourse. *Linguistic Encyclopedic Dictionary*. Moscow, 1990. (In Russ.).
4. Dyck van TA. Tongue. Cognition. Communication. Transl. from English Moscow, 1989. (In Russ.).
5. Zadvornaya EG. Discourse as a filtering system and principles of speech communication. *Research methodology of political discourse: topical problems of meaningful analysis of socio-political texts*. 2008;5:27–37. (In Russ.).
6. Wolter B., Yamashita J., Leung ChY. Conceptual Transfer and Lexical Development in Adjectives of Space: Evidence from Judgments, Reaction Times, and eye Tracking. *Applied Psycholinguistics*. 2020;41(3): 595–625. (In Eng.).
7. Troshina N. Corporate Communication in Russia. *Zeitschrift für Slawistik*. 2019; 64(4):653–657. (In Russ.).
8. Dymarsky MYa. Text – Discourse – Literary Text. Text as an Object of Multidimensional Research. *Scientific and methodical seminar «TEXTUS»*. 1998;1(3):27. (In Russ.).
9. Morozova EI. Lying as a Discursive Education: a Linguistic Cognitive Aspect. Kharkov, 2005. (In Russ.).
10. Dudzyak A. The Role of Created Anthropological Situations in Forming the Axiological Sphere of Audiovisual Social Advertising. (In Russ.). Available from: <http://docplayer.pl/2147304-The-role-of-created->

anthropological-situations-in-forming-the-axiosphere-of-audiovisual-social-advertising.html. Accessed Jan. 15, 2021. (In Eng.).

11. Kotyurova MP., Bazhenova EA. Discursive Particles in the Context of the Journalist's Critical Thinking. *Tomsk State University Journal of Philology*. 2020; 64:63–75. (In Russ.).

12. Surzhenko LV. Personal Values: Philosophical and psychological Analysis of the Concept. *Scientific journal of Kuban State Agrarian University*. 2011; 65(01):1–11. (In Russ.).

13. Temirgazina ZK. Selected Works on Linguistics. In 2 volumes. Vol. 1. Linguistic Axiology: Estimated Statements in the Russian language. Pavlodar, 2010. (In Russ.).

14. Druzhina NL. Universal and Idioethnic in the Perception of a Family Phenomenon by Russians, Belarusians and Germans. *Philological Sciences. Scientific Essays of Higher Education*. 2016;2:21–26. (In Russ.).

15. Maslova VA. Modern linguistics is the science of man, his consciousness, language and culture. *Humanitarian vector*. 2018;13,1:6–11. (In Russ.).

16. Sepir E. Selected Works on Linguistics and Cultural Studies. Moscow, 1993. (In Russ.).

17. Vorkachev SG. The Concept of Happiness: Conceptual and Figurative Components. *Bulletin of the Russian Academy of Sciences. Literature and Language Series*. 2001;60(6):47–58. (In Russ.).

18. Usova SV. Reflection of National Values in Advertising Discourse (based on Car Advertising in French Journalism). *Humanitarian Research in Eastern Siberia and the Far East*. 2012;2:34–39. (In Russ.).

19. Beilinson LS. Constitutive signs of speech therapy discourse. *Bulletin of the Volgograd State Pedagogical University*. 2009;5 (39):8–12. (In Russ.).

20. Kondrashina AA. Pedagogical Discourse: Axiological Stereotype and Linguistic Creative Practice of the Teacher. *Ural Philological Bulletin*. 2012;3:125–129.

21. Arakelova AR. The specifics of the interpretation of verbal and non-verbal codes in communication about fashion. *Professional Communication: Topical Issues of Linguistics and Methodology*. 2018;11:12–17. (In Russ.).

22. Kolesov VV., Kolesova DV., Kharitonov AA. Dictionary of the Russian Mentality: In 2 volumes. P–Ya. St. Petersburg, 2014;1 (In Russ.).

23. Karasik VI. Language Circle: Personality, Concepts, Discourse. Volgograd, 2002. (In Russ.)

24. Slavic Values in the Communicative Space of Regions: a Collective Mono-graph. Ed. by VA. Maslova, MV. Pimenova. Minsk, 2017. (In Russ.).

25. Lavitski AA. The Value-concept “Children” in the Linguistic Consciousness of the Inhabitants of Vitebsk Region. *Rhetoric ↔ Linguistics*. 2016;12:211–220. (In Russ.).

26. Semenova SN., Aksyutenkova LG. Cognitive-pragmatic Interpretation of a Linguistic Personality (on the Example of Market-economic Terminology). *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2020;11(4):760–774. (In Russ.).

27. Serebrennikova EF. Aspects of Axiological Linguistic Analysis. Linguistics and Axiology: Ethnosemiometry of Value Meanings: a Collective Monograph. Ed. by L.G. Vikulova. Moscow, 2011:7–27. (In Russ.).

28. Tameryan TYu., Kachmazova AU. Party Names as a Marker of Ideological Concepts of Political Discourse. *Political Linguistics*. 2019;6(78):110–115. (In Russ.).

29. Zheltukhina MR. Tropological Suggestiveness of Mass-media Discourse: on the Problem of Speech Influence of Tropes in the Language of the Media. Moscow, 2003. (In Russ.).

30. Novikov LA. Selected Works. Problems of Linguistic Meaning. Moscow, 2001;1 (In Russ.).

31. Sheigal EI. Semiotics of Political Discourse. Volgograd, 2000. (In Russ.).

32. Krasnykh VV. Fundamentals of Psycholinguistics and Communication Theory: a Course of Lectures. Moscow, 2001. (In Russ.).

33. Popova ZD., Sternin IA. Cognitive Linguistics. Moscow; 2007. (In Russ.).

34. Maslova VA. Hydronym Dvina as a Value and Concept in the Linguistic Consciousness of Vitebsk-Region Residents. *Regional Onomastics: Problems and Research Prospects*. 2016:110–113. (In Russ.).

35. Karaulov YuN. General and Russian ideography. Moscow, 1976. (In Russ.).

36. Langer AC. Milton's Aristotelian Transformations in the Representation of Regenerative Change. *Modern Philology*. 2021;118,3:390–408. (In Eng.).

37. Ivanov EE. Aphorism as an Object of Linguistics: the Main Properties. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2020;11(4):659–706. (In Russ.).

38. The latest philosophical dictionary. Minsk, 1999. (In Russ.).

История статьи:

Получена: 22.12.2020

Принята: 19.01.2021

Опубликована онлайн: 25.03.2021

Article history:

Received: 22.12.2020

Accepted: 19.01.2021

Published online: 25.03.2021

Сведения об авторах:

Дружина Наталья Леонидовна, доцент кафедры мировых языков, Витебский государственный университет имени П.М. Машерова, Витебск, Республика Беларусь; *e-mail: natalia.druzhina@mail.com*.

Лавицкий Антон Алексеевич, доктор филологических наук, профес-сор, заведующий кафедрой иностранных языков и межкультурных коммуникаций, Витебский филиал Международного университета МИТСО, Витебск, Республика Беларусь; *e-mail: antonlavitski@gmail.com*.

Bionotes:

Natalya L. Druzhina, PhD (Philology), Associate Professor, Vitebsk State University, Department of World Languages, Vitebsk, The Republic of Belarus; *e-mail: natalia.druzhina@mail.ru*.

Anton A. Lavitski, Prof.Dr.habil. (Philology), Associate Professor, Head of Foreign Languages and Cross-cultural Communication, Department Vitebsk Branch of International University MITSO, Vitebsk, The Republic of Belarus; *e-mail: antonlavitski@gmail.com*.