

Раздел 1. ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 81-1

Гунькова Дарья ЕвгеньевнаСанкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия
gunk92@gmail.com, Author ID: 1038298, ORCID: 0000-0001-9588-6833

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ДИСКУРСИВНОЙ ЛИЧНОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО КОММЕНТАТОРА- РАДИОВЕДУЩЕГО

В статье представлены результаты комплексного исследования аксиологических ориентиров дискурсивной личности американского политического радиокомментатора. Актуальность работы определяется перспективами изучения способов конструирования ценностей в разных типах дискурса. На материале корпуса текстов авторских радиопередач известных политических журналистов Гленна Бека, Майкла Алана Вайнера и Марка Левина, посвященных предвыборной тематике, выявлены доминантные ценности дискурса политического комментария на американском радио. Для получения достоверных результатов использовались методы корпусной лингвистики, а именно анализ с применением корпусного менеджера AntConc и системы семантической разметки исследовательского центра Ланкастерского университета (USAS). Установлено, что доминантными аксиологическими ориентирами дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего являются ценности «patriotism», «welfare», «security», «freedom», «social justice», «family», «religion», относящиеся к числу национально-специфичных лингвокультурных аксиологических смыслов. Дискурсивно-специфичными являются концепты «power», «fight» и «fear», поддерживающие агональный характер коммуникации, а также ценность «truth», способствующая реализации тактик манипулирования, основанных на искажении истинностного аспекта высказывания. В статье показано, что апелляция к данным ценностям представляет собой важный инструмент воздействия в арсенале дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего. Апробированная в работе методика выявления ценностных ориентиров медийной дискурсивной личности может быть применима в последующих аксиологических исследованиях других типов коммуникации.

Ключевые слова: дискурс, предвыборный дискурс, аксиологические характеристики, корпусная лингвистика, ценности, медиаполитический дискурс.



Гунькова Д. Е. Аксиологические ориентиры дискурсивной личности американского политического комментатора-радиоведущего // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 2 (2). С. 5-22.

Gunkova Daria EvgenievnaSt. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia
gunk92@gmail.com, Author ID: 1038298, ORCID: 0000-0001-9588-6833

AXIOLOGICAL LANDMARKS OF THE DISCURSIVE PERSONALITY OF AN AMERICAN POLITICAL COMMENTATOR – RADIO HOST

The article presents the results of a complex study aimed at revealing the axiological landmarks of the discursive personality of the American political radio commentator. The relevance of the work is determined by

the prospects for studying the ways of construing values in different types of discourse. The dominant values of the political commentary discourse on American radio are revealed on the basis of the corpus of texts of the author's radio broadcasts of famous political journalists Glenn Beck, Michael Alan Weiner and Mark Levin. The analyzed texts are devoted to pre-election topics. In order to obtain reliable results the methods of corpus linguistics were applied based on the AntConc corpus manager analysis and the semantic markup system of the Lancaster University Research Center (USAS). It was found that the dominant axiological landmarks of the discursive personality of the American political commentator - radio host are the values of "patriotism", "welfare", "security", "freedom", "social justice", "family", "religion", which are found among the nationally specific linguistic and cultural axiological features. The discursive-specific ones are the concepts of "power", "fight" and "fear", which support the agonal nature of communication. The value "truth" contributes to the implementation of manipulation tactics based on the distortion of the truth aspect of a proposition. The article shows that the appeal to these values is an important tool of influence of the discursive personality of an American political commentator. The method of identifying the value orientations of a media discursive personality tested in the work can be applied in further axiological studies of other types of communication.

Keywords: discourse, pre-election discourse, axiological characteristics, corpus linguistics, values, media political discourse.



Gunkova D. E. Axiological landmarks of the discursive personality of an American political commentator – radio host. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 2 (2): 5-22.

Постановка проблемы. Исследование дискурсивной личности и ее аксиологических ориентиров относится к наиболее актуальным и активно развивающимся направлениям современной лингвистики. Интенциональная общность участников, обладание едиными признаками и выбор одинаковых стратагемно-тактических схем обуславливают границы исследуемого дискурса, в рамках которого становится возможным составить коллективный образ типового участника отдельного вида дискурса. В дискурсе как языковом проявлении социальных практик ценностные характеристики представляют собой рефлексия, с одной стороны, общей аксиологической системы современной картины мира конкретного общества, объединяющую доминантные исторически сложившиеся установки, а с другой стороны, более личной и индивидуальной формы презентации дискурсивной личности. Эксплицитные и имплицитные аксиологические смыслы в медиаполитическом дискурсе выражаются посредством ценностно-маркированного игрового сценария, реализуемого автором и адресатом. Мотивацией автора в данном игровом сценарии является целенаправленное моделирование восприятия реальности адресатом посредством дискурсивного конструирования определенного набора ценностей. В фокусе нашего исследования находятся ценностные ориентиры дискурсивной личности американского политического комментатора, выбор которых детерминирован стремлением оказать наибольшее манипулятивное воздействие посредством солидаризации с обществом.

История вопроса. Наиболее существенный вклад в развитие аксиологической лингвистики внесли такие отечественные ученые, как В. И. Карасик, В. Л. Абушенко,

И. А. Стернин, Е. Ф. Серебрянникова, С. Г. Воркачев, Г. Г. Слышкин, а также зарубежные исследователи А. Партингтон, М. Рокич, Ш. Шварц и др., которые дифференцировали ценности, подразделяя их в том числе на общечеловеческие, культурные и индивидуальные; определили мотивационную природу ценности, ее ориентационный вектор; отметили когнитивный, аффективный и директивный аспекты ценности; сформулировали ключевые вопросы для дальнейших аксиологических исследований дискурса.

В. Л. Абушенко определяет ценности как «смыслообразующие основания человеческого бытия, задающие направленность и мотивированность человеческой жизни» [Абушенко, 2002: 21]. В. И. Карасик выделяет следующие категории ценностей, которые находят разные способы языковой реализации в различных дискурсивных практиках: базовые ценности (терминальные и инструментальные); коллективные и индивидуальные ценности; моральные и утилитарные ценности; телесные и духовные ценности; дискурсивно-специфические и дискурсивно-универсальные ценности; собственно ценности (представленные в виде концептов и скриптов) и уточняющие их нормы (запреты и предписания), а также различные частные рекомендации (обыкновения и традиции) [Карасик, 2019]. Американский психолог Милтон Рокич полагает, что существует незначительное количество ценностей, определяющих мировоззрение и сценарий поведения большинства людей. Апелляция к этим (базовым) ценностям в дискурсе власти способна оказать влияние на ход социальных и политических событий [Рокич, 2009].

Следовательно, ценности представляют собой триаду смысла, мотивации и ориентационного вектора. В нашем понимании предельные смысловые ценности *выполняют регулятивную функцию в обществе, объединяя в себе нормы поведения, жизненные ориентиры и принципы*, которые служат сплочению социума, ограничению и типизации действий людей в обществе. Ценностные ориентиры формируются избирательным отношением к духовному и материальному благу.

Некоторые исследователи культуры и истории США составили списки базовых ценностей, которые считают свойственными исключительно американскому обществу [Гуляева, 2007; Светоносорова, 2006; Парастаев, 2012]. Данная процедура была осуществлена в том числе благодаря ответам информантов – носителей американской лингвокультуры.

Ряд исследователей провели сопоставительный анализ ценностей разных языков с целью выявить национальные особенности аксиосферы и ценностные приоритеты [Бабаева, 2002; Бабенко, 2010; Тер-Минасова, 2010 и др.]. Благодаря данным исследованиям было сформировано представление об этнокультурологических особенностях отдельных языков. Иерархия в системе ценностных приоритетов имеет большое значение, так как, по мнению М. Рокича, национальные ценностные системы различаются не

столько наличием или отсутствием определенных ценностей, сколько в их аранжировке [Rokeach, 1973].

Некоторые лингвисты рассматривают категорию оценки в тесной связи с понятием «ценность», где оценка определена как результат особой, ценностной субъектно-объектной связи [Апресян, 1995; Васильев, 2006; Ивин, 1970; Сергеева, 2003 и др.]. Проследив данную связь, исследователь может определить категориальный статус языкового феномена и составить рабочий список тех концептов, которые представляют собой кванты переживаемого знания о том, что понимается как ценность. Отечественные лингвисты определяют ценность как значение объекта для субъекта, вербализованное в процессе соотнесения объекта с идеализированной картиной мира.

Способы конструирования ценностей в разных типах дискурса активно изучается в отечественной лингвистике. Существуют исследования, посвященные ценностным характеристикам медиадискурса [Буряковская, 2014; Васильева, 2010, Королькова 2022 и др.], новостного дискурса [Плавина, 2019; Строкова, 2015 и др.], политического дискурса [Грушевская, 2019; Светоноснова, 2006 и др.], в том числе диахронической направленности [Кононова, Мельничук, 2021], религиозного [Бобырева, 2007] и спортивного [Овсянникова, 2012; Трубченинова, 2006] дискурсов, дискурса рекламы [Кочетова, 2013; Кочетова, Кононова, 2019 и др.] и PR-текстов [Кочетова, 2013; Кочетова, Попов, 2019].

Поиск доминантных аксиологических смыслов в больших языковых/текстовых массивах требует от ученых применения корпусных методов исследования. С использованием статистических корпусных методов были проведены исследования ценностных доминант новостного дискурса [Partington, 2010], рекламы [Кочетова, Кононова, 2019], PR-текстов [Кочетова, Попов, 2019] и др.

Цель статьи: с применением корпусных методов исследования описать доминантные ценностные характеристики дискурсивной личности американского политического комментатора – ведущего авторской программы.

Материал и методика исследования. Материалом исследования послужил корпус текстов, включающий скрипты 13 полных радиопередач («The Glenn Beck Program», «The Savage Nation», «The Mark Levin Show») известных американских политических комментаторов (Гленна Бека, Майкла Алана Вайнера и Марка Левина) общим объемом 115792 слова. Радиопередачи были посвящены предвыборной агитации (в период президентской кампании Дональда Трампа в октябре – ноябре 2016 г.) и послевыборной полемике (январь – март 2017 г.). Для выявления аксиологических ориентиров дискурсивной личности американского политического радиокомментатора было проведено комплексное исследование, включающее несколько этапов:

1) Семантическое тегирование отобранных текстов радиопередач с использованием системы семантической разметки исследовательского центра Ланкастерского

университета, специализирующегося на автоматизированном анализе больших массивов естественного языка (UCREL Semantic analysis system) [<https://ucrel.lancs.ac.uk/usas/>].

2) Составление списка абсолютной частотности единиц корпуса с применением корпус-менеджера AntConc [Anthony, 2019] с их последующей семантической категоризацией с целью выделения ведущих дискурсивных ценностей.

3) Сопоставительный анализ результатов, полученных на первом и втором этапах исследования с целью верификации выводов.

4) Интерпретативный анализ контекстов, реализующих ценностные смыслы, с целью уточнения способов их репрезентации.

Исследование ценностных концептов, свойственных тому или иному типу дискурса, предполагает выявление их прямых, косвенных и тропеических репрезентантов [Кононова, 2010: 94]. При прямой апелляции ценность реализуется в дискурсе при помощи конкретной языковой единицы, имеющей с ним внеконтекстную номинативную связь. При косвенной апелляции он формируется в сознании адресата совокупностью значений языковых единиц, которые не являются средствами его номинации [Кононова, 2010: 94]. Тропеическая апелляция предполагает реализацию концепта при помощи образных средств языка и стилистических приемов речи.

Таблица 1. Тематические классы слов, представленные в системе семантического анализа UCREL

A general and abstract terms	B the body and the individual	C arts and crafts	E emotion
F food and farming	G government and public	H architecture, housing and the home	I money and commerce in industry
K entertainment, sports and games	L life and living things	M movement, location, travel and transport	N numbers and measurement
O substances, materials, objects and equipment	P education	Q language and communication	S social actions, states and processes
T Time	W world and environment	X psychological actions, states and processes	Y science and technology
Z names and grammar			

Результаты и обсуждение.

Этап 1. Система семантического тегирования UCREL представляет собой основу для проведения автоматического семантического анализа текста. Семантический набор тегов является многоуровневой структурой, которая позволяет распределять лексические единицы дискурса на 21 тематический класс (см. табл. 1). Набор тегов данной системы автоматического анализа включает метки для 232 семантических

подкатегорий. Каждый тег представлен десятичным числом, каждый тематический класс – заглавной буквой.

Анализ объединенного корпуса текстов радиопередач, проведенный с использованием системы семантической разметки UCREL, показал, что из 21 класса, представленного в системе, в исследуемом корпусе текстов статистически значимые показатели выявляются только у 13 классов слов (см. рисунок 1). Доминантными семантическими категориями, репрезентированными в корпусе, являются: «Safety/Danger», «Law and Order», «Work and Employment», «Money», «Health and Medical Treatment», «Warfare/Defence».

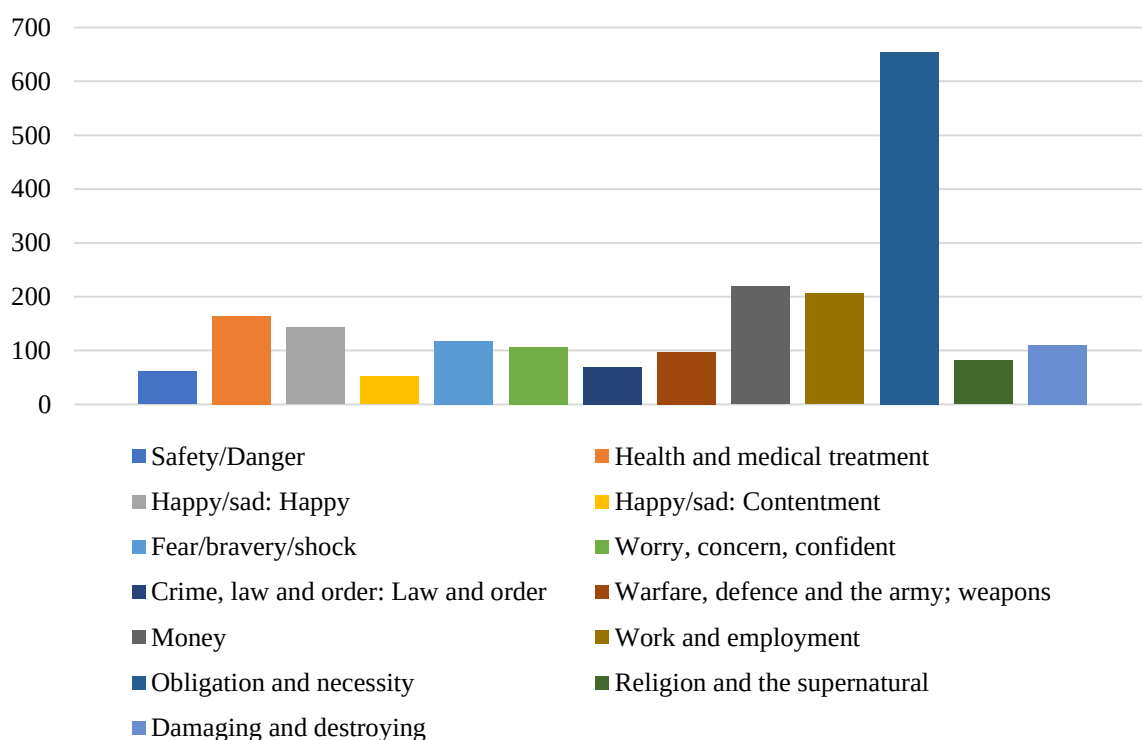


Рисунок 1. Распределение частотных лексических единиц корпуса по тематическим классам

Этап 2. На втором этапе с целью верификации и уточнения полученных результатов нами была проведена семантическая категоризация частотных слов корпуса, выявленных при помощи корпус-менеджера AntConc [Anthony, 2019]. Из полученного списка частотных слов (*Word list*) были исключены служебные слова (артикли, союзы, вспомогательные глаголы), вопросительные наречия и местоимения, а также языковые единицы, реализующие концепт «политические выборы»: названия партий (Democratic party, Republican party), имена политических деятелей, в том числе кандидатов на пост президента, их сторонников и представителей оппозиции, глаголы *vote*, *elect* и пр. Ниже представлен сокращенный список частотных слов корпуса, включающий полноточные слова с наибольшей абсолютной частотностью (см. табл. 2).

Таблица 2. Список частотных слов корпуса (Word-list), реализующих доминантные семантические категории корпуса

слово	абсолютная частотность	слово	абсолютная частотность	слово	абсолютная частотность
American	206	Russians	32	crazy	18
government	129	old	31	defense	18
country	117	gold	30	fear	18
money	104	constitution	29	hell	18
war	85	death	29	military	18
Russian	83	national	29	Ukraine	18
own	76	infrastructure	28	young	18
work	75	justice	28	damn	17
Russia	73	sorry	28	defend	17
jobs	70	amazing	27	dollar	17
bad	67	destroy	27	food	17
sure	67	family	27	forget	17
world	63	sense	27	game	17
tax	59	afraid	26	happy	17
white	59	hope	26	honest	17
together	55	attack	25	imagine	17
dollars	54	hate	25	fair	16
united	54	legs	25	fight	16
friends	52	trust	24	force	16
FBI	51	anti-	23	freedom	16
chance	50	black	23	gun	16
change	47	private	23	hitler	16
history	47	wife	23	human	16
life	47	choice	22	muslims	16
nation	47	paid	22	sick	16
power	46	trade	22	affect	16
immigration	44	truly	22	corruption	15
true	43	truth	22	fire	15
business	42	Americans	21	folks	15
free	41	control	21	ill	15
love	40	muslim	21	independence	15
illegal	39	school	21	intelligence	15
god	37	home	20	respect	15
law	37	honesty	20	taxes	15
spending	37	corrupt	19	church	15
college	34	criminal	19		
principles	33	children	18		
fake	32	certainly	18		

Семантическая категоризация выявленных частотных слов корпуса позволила заключить, что данные лексемы прямо или косвенно репрезентируют следующие ценности:

- «**security**» (*war (85), corrupt/ion (34), Muslim/s (37), destroy (27), death (29), defense (18), defend (17), Nazi (10), fascist (7) immigration (44), illegal/s (46)*);
- «**social justice**» (*law (37), jobs (70), principles (33) constitution (29), justice (28), unconstitutional (12), racist (13)*);
- «**family**» (*family (27), children (18), friends (52), wife (23), middle-class (6)*);
- «**religion**» (*God (37), hell (18), church (15), bible (6) vicious (6)*);

- «**freedom**» (*free* (41), *choice* (22), *freedom* (16), *independence* (15));
- «**welfare**» (*money* (104), *dollar/s* (114), *tax/es* (74), *jobs* (70), *welfare* (24), *illegal/s* (46), *spending* (37)).

Этап 3. Далее нами был проведен сравнительный анализ списка ценностей, полученный с использованием инструмента USAS (UCREL semantic analysis system), и набора ценностей, выделенных на основе абсолютной частотности единиц корпуса с применением корпус-менеджера AntConc.

Очевидно, что данные в значительной степени совпадают. Классы «Safety/Danger», «Warfare/Defence», «Law and Order» и «Health and Medical Treatment» соответствуют категории «Security», тематические классы «Law and Order», «Health and Medical Treatment», «Work and Employment» коррелируют с категорией «Social justice» (очевидно, что понятия «закона и порядка» и «обеспечения охраны здоровья» ассоциируются в американской культуре как с внутренней безопасностью граждан, так и с понятием социальной справедливости). Тематические классы «Work and Employment» и «Money» коррелируют с ценностью «Welfare» в приведенном выше списке. Ценность «Family» ассоциативно связана в культуре с концептами «Welfare» и «Social justice»; с концептом «Social justice» также тесно ассоциируется ценность «Freedom».

Полученные данные показывают, что к числу доминантных ценностей дискурсивной личности американского политического радиокomentатора относятся: «*patriotism*», «*welfare*», «*family*», «*religion*», «*social security*», «*freedom*», «*social justice*», что подтверждает выводы и результаты имеющихся в лингвистике исследований базовых ценностей американской культуры.

При этом было установлено, что доминантный характер в дискурсе американской политической радиопередачи имеют также ценности, которые не входят в данный набор, а именно: «*power*» (*force* (16), *power* (46), *control* (21)), «*fight*» (*attack* (25), *defense* (18), *defend* (17), *anti-* (23), *fight* (16)) и «*truth*» (*true* (43), *truly* (22), *truth* (22), *honesty* (20), *honest* (17), *fair* (16), *fairness* (6), *fake*, *trust* (24), *frankly* (8)), «*fear*» (*fear* (18), *scared* (6)), что также отвечает данным, полученным в результате семантической разметки корпуса с использованием инструмента USAS. В частности, высокую значимость показал тематический класс «Fear/bravery/shock», что совпадает с данными списка частотных слов корпуса.

Важно учитывать при этом, что реализация ценностных смыслов осуществляется в дискурсе на базе концептуальных диад ценностей (*security / insecurity*; *social justice / injustice*; *welfare / poverty*), слова-репрезентанты которых обозначают полярные понятия. Данное явление может быть обусловлено агональностью и агрессивной тональностью медиаполитического дискурса. Несомненно, ценность представляет собой «социально одобряемое и разделяемое большинством людей представление о том, что такое добро, справедливость, патриотизм и т.п.» [Добренков; Кравченко, 2007: 360], однако

актуализация ценностей часто происходит за счет апелляции к отрицательному полюсу ценностной диады – антиценности.

Этап 4. Следующий этап предложенной методики представляет собой интерпретационный анализ контекстуальных значений выявленных частотных слов корпуса, в основе которого лежит рассмотрение их сочетаемостных характеристик, а также специфики их смысловой аттракции, то есть регулярного текстового сближения с теми или иными языковыми единицами. Необходимость проведения интерпретативного анализа обусловлена тем, что автоматическое распределение частотных слов в соответствии с их лексико-семантическим признаками не учитывает аспектов омонимии и полисемии единиц дискурса, что препятствует верифицированному отнесению всех многозначных слов и слов-омонимов к конкретному тематическому классу и, тем более, установлению их внеконтекстной связи с ценностями, организующими дискурс политического радиокomentarия. Полученные посредством инструментов анализа текстовых корпусов данные требуют уточнения и интерпретации.

«**Patriotism**» (патриотизм). Патриотизм в американском обществе является уникальным по своей природе в силу того, что данная ценность формируется общественными институтами разного уровня. Патриотические настроения возникают из уверенности в правильности демократических идей общества и ощущения этнической исключительности, свойственного американскому народу. В отличие от привычного восприятия патриотизма как сохранения и преследования идеалов прошлого, в американском политическом дискурсе патриотизм вербализуется за счет направленности на будущее. Популяризация патриотических идей осуществляется благодаря формированию глубокого уважения к стране, многочисленной акцентуации на наименовании страны и граждан этой страны (*American/s* (227), а также идеи единения *nation* (47), *national* (29), *together* (55)). Ср.: *Please **unite** around principles and values, because those are the things, we may end up sharing and those things can be moved forward and we can unite with people. I and millions of **Americans** will stand with you to the end the Muslims being ejected from **America**.* Реализация данной ценности в дискурсе политического радиоведущего побуждает аудиторию к активным действиям в избирательном процессе. Ср.: *While the part-time reality TV star big Donald Trump things have **real country feeling**, we talked about this. But, unfortunately, Hilary doesn't really care about this issue. The whole thing she cares about you still trust Hilary.* Средством косвенной апелляции к ценности «Patriotism» являются лексемы, репрезентирующие идею угрозы культуре и безопасности государства (*destruction, killing of cultural history, mobs*).

«**Security**» (безопасность). Ценность «**security**» (безопасность) часто реализуется в исследуемом дискурсе через концепт-оппозитив «*threat*» (угроза): *war* (85), *corruption* (34), *Muslim/s* (37), *destroy* (27), *death* (29), *defense* (18), *defend* (17), *Nazi* (10), *fascist* (7), *immigration* (44), *illegal/s* (46). Ключевой репрезентант ценности – существительное

security употребляется в составе словосочетаний *defend security, restore security, destroy security, defense of security*. Таким образом, безопасность концептуализируется как нечто, требующее постоянной защиты. Ср.: *Only it's... only... the one area where it's coherent to me or two areas, actually, is when it comes to **defense of national security** and that's good; I will take the following five actions **to restore security** and the constitutional rule of law: first, I cancel every unconstitutional executive action memorandum and order issued by president Obama.*

Косвенным средством репрезентации концепта «*security*» являются языковые единицы, реализующие в дискурсе радиопередачи концепт концепт-оппозитив «*threat*», в первую очередь существительное *war* (85): *But because of Schumer and Pelosi, who are apparently somehow tied to this **Islamic threat**, we're not possibly... and we're heading back to a new Cold War; Why are they so Russophobic? Why have they dropped the ball in the **war against the Islamofascism**?*

«**Social justice**» (социальная справедливость). Ценность «*social justice*» репрезентируется в дискурсе политического комментатора–радиоведущего как нечто уязвимое, требующее неукоснительной защиты и поддержки. Существительное **justice** употребляется в составе словосочетаний *to stand up for/ to protect/ to promote (social) justice*. Ср.: *It's about what can be achieved when workers organize and **stand up for justice**; History will recognise your effort **to stand up for justice** and peace for all.*

Данная ценность косвенно реализуется в корпусе лексемой *Constitution* (29), что подтверждает значимость конституционального права в американском обществе. Угроза конституции (*destroy/ defend/ threat constitution*) концептуализируется как угроза социальной справедливости. Ср.: *They will use our freedom to destroy our freedom; they will use **our Constitution** to destroy **our Constitution**. I am well aware of this.*

Одним из наиболее частотных косвенных репрезентантов ценности «*Social justice*» становится лексема **jobs**. Радиоведущие указывают на негативное влияние на социальное благополучие граждан повсеместной автоматизации рабочего процесса, которая влечет за собой существенное сокращение рабочих мест, при этом призывают граждан осознать необходимость принести временную жертву (сокращение рабочих мест американцев, привлеченных к низкоквалифицированному труду) ради будущего прогресса и процветания (оптимизация производства, повышение эффективности). Ср.: *The threat that automation poses to **jobs** is a big concern to Chuck Jones, the President of the United Steelworkers union. So, I guess, we should just stop automating, right, folks? Stop being **more efficient**, bring back to 1957.*

«**Family**» (семья). Ценность «*family*» (семья) концептуализируется в корпусе текстов радиопередач следующим образом:

1) семья как транслятор аксиологических ориентиров, приоритетов, принципов и убеждений, являющийся гарантом преемственности поколений на пути к прогрессу.

Ср.: *If it's **owned by your family**, you know what I mean, and your **family pass it** to your son, that's fine. But telling your son and his son and his son what he can and cannot do with that land we have no idea what might be on that land ... is wrong.*

2) семья как основа общественного прогресса. В целом ряде примеров репрезентантом ценности «family» является слово **children**. Обсуждается проблема будущего грядущих поколений, таким образом семья связывается с идеей надежного, стабильного будущего, обсуждается угроза этому будущему: (1) *We're running out of time in this country. **Our children's futures are at stake**.* (2) *Not a few fishermen that will enter claiming ten or twelve thousand dollars, but all manner of persons, people of every trade and occupation may enter in at the breach until **they have eaten up the bread of our children**.*

3) семья как духовная ценность, как инструмент становления личности, залог формирования у личности верной идеологии: Ср.: (1) *We all grew up in **a conservative family**. I align with the conservative ideals.* (2) *And I think that it's really important that **my children are getting a conservative standpoint**. And actually, understanding the truth.*

Очевидно, что основные ценности дискурса в большинстве контекстов объективируются одновременно, так ценность «family» регулярно вербализуется одновременно с ценностью «social security», таким образом постулируется важность безопасности института семьи (как физической, так и экономической): *This is **your home and family deserve to be protected and simply safe**.* В исследуемом корпусе наблюдается регулярная аттракция лексем *family* и *children* и предикатов **to be protected, to be safe, to be defended**.

«**Religion**» (религия). К числу лексем, вербализующих ценность «religion» в дискурсе американского политического радиокомментария, относятся: *God* (37), *hell* (18), *church* (15), *bible* (6) *vicious* (6) и пр. Необходимо отметить, что тематический класс «**Religion**» входит в число 13-ти доминантных кластеров, выявленных с использованием инструмента USAS. Религия в политическом пространстве является регулятором общественных действий, вектором поведения и системой оценки действительности. Как определенный набор сакральных идей, символов и ритуалов, разделяемый подавляющим большинством американцев, религия является основой национальной самоидентичности и способом национальной консолидации.

В исследуемом нами дискурсе «Бог» и «церковь» концептуализируются как:

1. Сила, обеспечивающая поддержку и дающая надежду на лучшее будущее: (1) *And I **pray to God** that with your help in this war that is being fought, that we will prevail;*(2) *If you're a Trump supporter that's a gift from **God**.*

2. Высший моральный закон, судья: (1) *That is their (politicians) main duty to protect those rights, that are the laws all based on natural law and laws of nature and nature's **God**, so the laws out of the **Bible**;* (2) ***God** demands that we say to the other group of people.*

«**Freedom**» (свобода). Ценность «freedom» объективируется в исследуемом корпусе целым рядом лексем: *choice* (22), *freedom* (16), *independence* (15), *free* (34).

Прилагательное *free* употребляется в корпусе 41 раз, однако в ряде контекстов реализует значение «бесплатный» (*for free, free trip, free trial, free housing* и пр.) и, соответственно, не является репрезентантом ценности «freedom». В 9 контекстах прилагательное *free* встретилось в сочетании с лексемой *market* (*free market, free-market reforms, free-market principles*).

Проведенный анализ контекстов показал, что в дискурсе политического радиокomentarия на американском радио ценность «свобода» представлена как:

1. свобода слова, вероисповедания, прессы, свобода академической (университетской) среды: (1) *There's none of the sort of thing that goes on other campuses with respect to violence and safe spaces, and attacks on **academic freedom**, and **freedom of speech** and so forth;* (2) *You know, ladies and gentlemen, it is America: you do have a **free speech**. You are **allowed to speak out** and criticize in a positive way.*

2. свобода экономических процессов («свободный рынок»): (3) *I'm talking about just the words of **free-market capitalism**... Aren't you getting a little concerned that Republicans are attacking free market capitalism? Absolutely. Would have...*; (4) *I thought we had a **free and private economy**. And that was the point of this, where we live and why we establish the country!*

3. свобода политического выбора: (5) *And Trump has to win **independent voters** by more than 20 points.*

Ценность «**freedom**» является одной из ключевых аксиологических доминант американского общества, в связи с этим полученные результаты достаточно предсказуемы. Однако в результате проведенного анализа контекстов употребления лексем *free* и *freedom* удалось сделать выводы о дискурсивной специфичности смысловой структуры концепта. В дискурсе политической радиопрограммы ценность «свобода» реализуется главным образом как *свобода слова, свобода академической (университетской) среды и свобода политического выбора*. Данный феномен обусловлен такой характерной особенностью ценности как ее вариативность (шифтинг) [см.: Севастьянова, 2018: 41].

«**Welfare**» (благосостояние). Апелляция к ценности «welfare» активизирует концептуальную диаду «справедливое/несправедливое распределение материальных благ», таким образом, данная ценность имеет значительную зону пересечения с ценностью «social justice». Как и ценность «свобода», ценность «welfare» вербализуется в корпусе посредством косвенных репрезентантов через коммуникативно-ценностные фрагменты, включающие негативную оценку действий правительства, подрывающих благосостояние общества: (1) *So, I looked up: "The use of welfare **by ethnic and by country of origin**". And based in 2015, what I found was not unexpected. More than ninety percent of middle-eastern refugees are on food stamps.* В силу того, что пособия тратятся на иммигрантов, граждане страны, на которых они рассчитаны, не могут воспользоваться финансовой поддержкой в полном объеме. (2) *36-percent receive temporary assistance for*

needy families, did you know that existed? Did you get any of that money? Are you an American, who is needing? You can't get that money.

Помимо выделенных выше ценностей проведенное исследование позволило выявить следующие концепты, которые можно отнести к числу дискурсивно-специфичных и свойственных исследуемому жанру в силу его агональной природы. К таким концептам можно отнести «*power*», «*fight*», «*fear*» и «*truth*».

Ценность «*power*» вербализуется в дискурсе радиопрограмм лексическими единицами *force* (16), *power* (46), *control* (21). С одной стороны, власть концептуализируется как сила и мощь общественного мнения: (1) *You have more power than you may imagine*; (2) *You can put people like that in office and give them power*. С другой стороны, как антиценность – давление на общество, излишний идеологический контроль в отношении простых американцев, желание навязать им свою волю: (3) *Government is force. That's all it is. It's the pools capacity for violence, of every member of society*.

«***Fight***» (борьба). Ценность «*fight*» концептуализируется как стремление к переменам к лучшему и противостояние политическим противникам. К числу лексем, вербализующий данную ценность, относятся: *attack* (25), *defense* (18), *defend* (17), *anti-* (23), *fight* (16) и другие. В большей части контекстов репрезентанты концепта «*fight*» употребляются в призывах к политической борьбе. Ср.: *They caught that one. It is time to **stop being defensive**. It is time to stop being reactive. It is time to trying to **attack, attack, attack**. We must get on offense against these treasonous rats. Not only these who are **attacking** Sessions, but these treasonous rats who Obama planted in the deep state*.

Стержневой ценностью политического медиадискурса является борьба за власть. В отличие от других видов дискурса в политическом медиадискурсе концепт борьбы, реализуемый словесными конфликтами, как с реальными людьми, так и с воображаемыми оппонентами, оценивается положительно, не выступает как антиценность. Радиоведущий призывает потенциальных избирателей не бояться выразить свое мнение, быть активнее: *Stop being defensive!; Stop being reactive!; Stop being afraid to fight for...!*

«***Fear***» (страх). Концепт «*fear*» реализуется главным образом в контекстах, связанных с переживанием страха противником, представления противника слабым, готовым к необоснованной панике. Ср.: *The republicans are running **scared**. Lindsey Graham's running **scared**, Chaffetz is running **scared**, who else is there running **scared**... Susan Collins is running **scared***.

Одним из основных лейтмотивов дискурса про-республиканских радиоведущих является их несогласие с позицией партии демократов в отношении России. В частности, Майкл Сэвидж в одном из выступлений утверждает, что русофобия в наши дни превосходит антироссийские настроения времен Холодной войны: ***Russo-phobia** that we are seeing in the United States of America today exceeds that of supposed McCarthyism in the*

1950s. The **madness** is so extreme that you would think that Russia has replaced the Islamofascism as our greatest **threat**. And that is my tie-in today. Where has Islam fascism gone?

Корень *Russo-*, во-первых, входит в состав сложного слова *Russo-phobia*, а во-вторых, встречается в условиях узкого контекста со словами *madness* (в данном контексте – ужас, истерия) и *threat* (угроза). Майкл Сэвидж в одной из радиопрограмм 2017 года призывает своих сограждан мыслить самостоятельно и учить мировую историю: *One little footnote for all of you Russo haters. Have you ever heard of the war between the Germans, the Nazis, and Russia?* Опосредованно обращаясь к политическим оппонентам (не проводя параллели между политическим врагом и слушателем), он призывает американцев трезво оценить текущую ситуацию противостояния России, навязанную правительством, учитывать факты прошлого и опираться на уроки истории в вынесении собственных суждений.

«**Truth**» (истина, правда). Доминантный характер ценности «truth» можно объяснить манипулятивной направленностью дискурса. Аппелируя к ценности «truth», радиоведущий убеждает аудиторию в истинности излагаемых фактов и искренности своих намерений. Ср.: (1) *I will stand with anyone who is **honestly** trying to do the same. I'm not going to make it about him or her the president. I'm not going to make it about us versus them.* (2) *We have to be **honest** about our side and stick to principles and we can change hearts that way now.* В то же время конкурентные СМИ характеризуются как источники ложной информации (*fake / liberal / left-wing / fraudulent bloggers, media, people, news*).

Заключение. Установлено, что доминантными аксиологическими ориентирами дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего являются ценности «patriotism», «welfare», «security», «freedom», «social justice», «family», «religion», относящиеся к числу национально-специфичных лингвокультурных аксиологических смыслов. Дискурсивно-специфичными являются концепты «power», «fight» и «fear», поддерживающие агональный характер коммуникации, а также ценность «truth», способствующая реализации тактик манипулирования, основанных на искажении истинностного аспекта высказывания.

В заключение важно отметить, что текстовая семантика в анализируемых корпусах аккумулируется вокруг двух полюсов ценностной оппозиции «Мы – ОНИ (чужие)». Ценностные ориентиры выражаются через оценки дискурсивной личности. К ценностям, ассоциирующимся с полюсом «мы», можно отнести: «patriotism», «family», «religion», «social justice» и «freedom». Языковые репрезентанты данных ценностей сочетаются в отобранных нами контекстах с положительно-оценочной лексикой, в то время как «ОНИ (чужие)» связываются с отрицательным полюсом ценностных оппозиций: «insecurity», «injustice», «poverty», «lack of freedom» и пр. Важным аспектом аксиологического исследования дискурса является определение способов выражения оценочной позиции автора по отношению к ценностному содержанию текста. Для проекции в

текстовые структуры позиции автора и стоящей за ним группы «своих» используются языковые средства оценки. Результаты корпусного анализа свидетельствуют о роли, которую оценочная лексика играет в моделировании ценностей в текстах.

Список источников

Абушенко В. Л. Аксиология: Всемирная энциклопедия: Философия XX век / Главн. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов. Москва : АСТ, Современный литератор, Харвест, 2002. С. 21-23.

Апресян Ю. Д. Интегральное описание языка и системная лексикография. Избр. труды в 2-х тт. Т. 2. М.: Школа «Языки русской культуры», 1995. 767 с.

Бабаева Е. В. Отражение ценностей культуры в языке // Язык, коммуникация и социальная среда. 2002. № 2. С. 25-34.

Бабенко Л. Г. Концепт и концептосфера в аспекте моделирования // Модели в современной науке: единство и многообразие : сборник научных трудов, Калининград, 17–19 сентября 2009 года / Под редакцией С. С. Ваулиной, В. И. Грешных; Российский государственный университет им. Иммануила Канта. Калининград: Российский университет им. Иммануила Канта, 2010. С. 180-188.

Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии: на материале православного вероучения: дис. ...д-ра. филол. наук : 10.02.19 / Волгоградский государственный педагогический университет. Волгоград, 2007. 465 с.

Буряковская В. А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе: на материале русского и английского языков: дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Волгоградский государственный социально-педагогический университет. Волгоград, 2014. 326 с.

Васильев Л. М. Исследование модусных категорий в эволюции медиадискурса: на материале американской прессы XX века. Уфа: БашГУ, 2006. 524 с.

Васильева Л. В. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе: на материале русского и английского языков: дис. ...канд. фил. наук : 10.02.04 / Дальневосточный государственный гуманитарный университет. Владивосток, 2010. 224 с.

Грушевская Е. С. Адресатность в политическом дискурсе: ценности, стратегии, способы выражения: дис. ...д-ра. филол. наук : 10.02.19 / Адыгейский государственный университет. Майкоп, 2019. 342 с.

Гуляева Т. В. Вокативность американского официально-политического дискурса: коммуникативный и когнитивный аспекты: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Пермский государственный университет. Пермь, 2007. 178 с.

Добренков В. И., Кравченко А. И. Социология. Общий курс : Учебное пособие для вузов. Москва : Инфра-М, 2007. 624 с.

Ивин А. А. Основания логики оценок. М.: МГУ, 1970. 230 с.

Карасик В. И. Ценности как культурно значимые ориентиры поведения // Гуманитарные технологии в современном мире. Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике: материалы Международной научной конференции (Тяньцзинь,

Тяньцзиньский университет иностранных языков, 16 ноября 2018 г.). Тяньцзинь, 2019. С. 22-25.

Кононова И. В. Структура и языковая репрезентация британской национальной морально-этической концептосферы : в синхронии и диахронии : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. Санкт-Петербург, 2010. 361 с.

Кононова И. В., Мельничук Т. А. Аксиологическая составляющая американского предвыборного дискурса в динамическом аспекте // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2021. Т. 20, № 4. С. 113-125. DOI 10.15688/jvolsu2.2021.4.9.

Королькова А. С. Прагматико-семантический потенциал единиц концептосферы «Здоровый образ жизни» (на материале современного медиадискурса): дис. ...канд. филол. наук : 10.02.01 / Астраханский государственный университет. Астрахань, 2022. 174 с.

Кочетова Л. А. Динамика аксиологических характеристик рекламного дискурса // Гуманитарные и социально-экономические науки, 2013. № 2 (69). С. 61–64.

Кочетова Л. А., Кононова И. В. Когнитивно-корпусный подход к анализу конструирования ценностных смыслов в рекламном дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2019. № 2. С. 65–74.

Кочетова Л. А., Попов В. В. Исследование аксиологических доминант в жанре пресс-релиза на основе методов автоматического извлечения ключевых слов корпуса текстов // Научный диалог. 2019. № 6. С. 32-49.

Овсянникова М. А. Языковая репрезентация оценки в Интернет-форуме как жанре спортивного дискурса: на материале современного английского языка: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Московский педагогический государственный университет. Москва, 2012. 143 с.

Парастаев Г. Н. Лексико-семантические особенности американского политического дискурса: на примере исторических и общественно-политических реалий: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Московский государственный областной социально-гуманитарный институт. Москва, 2012. 209 с.

Плавина А. А. Жанрово-стилистические характеристики англоязычного травелога в динамическом аспекте: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Волгоградский государственный университет. Волгоград, 2019. 184 с.

Рокич М. Методика "Ценностные ориентации". // Большая энциклопедия психологических тестов / авт.-сост. А.А. Карелин. Москва : Эксмо, 2009. С. 26-28.

Светоносова Т. А. Сопоставительное исследование ценностей в российском и американском политическом дискурсе: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.20 / Уральский государственный педагогический университет. Екатеринбург, 2006. 174 с.

Севастьянова А. Л. Прагмалингвистический анализ ценностно-событийного дискурса: на материале

выступлений политических лидеров США: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Санкт-Петербургский государственный университет. Москва, 2018. 202 с.

Сергеева Л. А. Проблемы оценочной семантики. М.: МГОУ, 2003. 140 с.

Серебrenикова Е. Ф. Этносемиотика как способ лингвистического аксиологического анализа // Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов: коллективная монография. М.: ТЕЗАУРУС, 2011. С. 49-76.

Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и мета-концепты. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Волгоград, 2004. 323 с.

Строчкова Ю. А. Жанрово-стилистические характеристики англоязычного травелога в динамическом аспекте: дис. ...канд. филол. наук : 10.01.10 / ФГБОУ ДПО Академия медиаиндустрии. Москва, 2015. 180 с.

Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. 624 с.

Трубченинова А. А. Эмотивность и оценочность в немецком газетном спортивном дискурсе: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Московский государственный лингвистический. Москва, 2006. 208 с.

Anthony, L., AntConc (Version 3.5.8) [Computer Software]. Tokyo, Waseda University. 2019. URL: <http://www.laurenceanthony.net/> (date of access: 04.12.2021)

Partington, A. Modern diachronic corpus-assisted discourse studies on UK newspapers: an overview of the project. *Corpora*. 2010. Vol. 5, iss. 2. P. 83–108.

Rayson, P., Piao, S., Moore, A. UCREL Semantic analysis system [Computer Software]. Lancaster, Lancaster University. URL: <https://ucrel.lancs.ac.uk/usas/> (date of access: 18.06.2021).

Rokeach, M. The nature of human values. Free press, 1973. 476 p.

Schwartz, S. H. Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1992. Vol. 25. P. 1- 65.

References

Abushenko, V. L. (2002) *Aksiologiya: Vsemirnaya entsiklopediya: Filosofiya XX vek: [World Encyclopedia: Philosophy of the XX century]*. Main scientific ed. and comp. A. A. Gritsanov. Moscow: AST, *Sovremennyy literator* [Modern Writer], Harvest: 21-23. (In Russ.)

Anthony, L., AntConc (Version 3.5.8) [Computer Software]. Tokyo, Waseda University. 2019. URL: <http://www.laurenceanthony.net/> (date of access: 04.12.2021)

Apresyan, Yu. D. (1995) *Integral'noye opisanie yazy'ka I sistemnaya leksikografiya* [Integral description of the language and systemic lexicography]. Izbr. trudy' v dvux t.t. Vol. 2. Moscow: Shkola «Yazy'ki russkoj kul'tury»: 767. (In Russ.)

Babaeva, E. V. (2002) *Otazhenie cennostej kul'tury v yazyke* [Reflection of the values of culture in the language]. *Language, communication and social environment*, (2): 25-34. (In Russ.)

Babenko, L. G. (2010) *Koncept i konceptosfera v aspekte modelirovaniya* [Concept and concept sphere in terms of modeling]. *Modeli v sovremennoj nauke: edinstvo i mnogoobrazie* : sbornik nauchnyh trudov [Models in modern science: unity and diversity: a collection of scientific papers], Kaliningrad, September 17–19, 2009 / Edited by S. S. Vaulina, V. I. Greshnykh; Russian State University Immanuel Kant. Kaliningrad: Publishing house of the Russian University. Immanuel Kant: 180-188. (In Russ.)

Boobyeva, E. V. (2007) *Religioznyj diskurs: cennosti, zhanry, strategii: na materiale pravoslavnogo veroucheniya* [Religious Discourse: Values, Genres, Strategies: On the Material of the Orthodox Faith]: Dis. ...doc. Phil. Sciences: 10.02.19 / Volgograd State Pedagogical University. Volgograd: 465. (In Russ.)

Buryakovskaya, V. A. (2014) *Kommunikativnye harakteristiki massovoj kul'tury v medijnom diskurse: na materiale russkogo i anglijskogo yazykov* [Communicative characteristics of mass culture in media discourse: on the material of Russian and English languages]: dis. ...cand. Phil. Sciences:

10.02.19 / Volgograd State Social and Pedagogical University. Volgograd: 326. (In Russ.)

Dobrenkov, V. I., Kravchenko A. I. (2007) *Sotsiologiya. Obshchii kurs* [Sociology. General course]: Textbook for universities Moscow: Infra-M: 624. (In Russ.)

Grushevskaya, E. S. (2019) *Adresatnost' v politicheskom diskurse: cennosti, strategii, sposoby vyrazheniya* [Targeting in political discourse: values, strategies, ways of expression]: dis. ...doc. Phil. Sciences: 10.02.19 / Adyge State University. Maikop: 342. (In Russ.)

Gulyaeva, T. V. (2007) *Vokativnost' amerikanskogo ofitsial'no-politicheskogo diskursa: kommunikativnyi i kognitivnyi aspekty* [Vocativity of the American Official Political Discourse: Communicative and Cognitive Aspects]: Dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.04 / Perm State University Perm: 178. (In Russ.)

Ivin, A. A. (1970) *Osnovaniya logiki ocenok* [Base of logic of estimations]. M: 230. (In Russ.)

Karasik, V. I. (2019) *Tsennosti, kak, kul'turno, znachimye, orientiry, povedeniya* [Values as culturally significant guidelines of behavior]. *Gumanitarnye tekhnologii v sovremennoe mire. Lingvokul'turnye tsennosti v yazykovom soznanii i kommunikativnoi praktike: materialy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* [Humanitarian technologies in the modern world. Linguistic and cultural values in linguistic consciousness and communicative practice]: Materials of the International Scientific Conference (Tianjin, Tianjin University of Foreign Studies, November 16, 2018). Tianjin, 2019: 22-25. (In Russ.)

Kononova, I. V. (2010) *Struktura, i yazykovaya, reprezentatsiya, britanskoi, natsional'noi, moral'no-eticheskoi, kontseptosfery: v sinkhronii, i diakhronii* [Structure and language representation of the British national moral and ethical concept sphere: in synchrony and

diachrony]: dis. ... Doctor of Philology: 10.02.04 / St. Petersburg state University of Economics and Finance. St. Petersburg: 361. (In Russ.)

Kononova, I. V., Melnichuk, T. A. (2021) Aksiologicheskaya, sostavlyayushchaya, amerikanskogo, predvybornogo, diskursa, v, dinamicheskom, aspekte [Axiological component of the American pre-election discourse in a dynamic aspect]. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2: Linguistics*, 20, (4): 113-125. DOI 10.15688/jvolsu2.2021.4.9. (In Russ.)

Korol'kova, A. S. (2022) Pragmatiko-semanticeskij potencial edinic konceptosfery «Zdorovyj obraz zhizni» (na materiale sovremennogo mediadiskursa) [Pragmatic-semantic potential of units of the concept sphere "Healthy lifestyle" (on the material of modern media discourse)]: dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.01 / Astrakhan State University. Astrakhan: 174. (In Russ.)

Kochetova, L. A. (2013) Dinamika, aksiologicheskikh, kharakteristik, reklamnogo, diskursa [Dynamics of axiological characteristics of advertising discourse]. *Humanitarian and socio-economic sciences*, 2013, 2 (69): 61–64. (In Russ.)

Kochetova, L. A., Kononova, I. V. (2019) Kognitivno-korpusnyi, podkhod, k, analizu, konstruirovaniya, tsennostnykh, smyslov, v, reklamnom, diskurse [Cognitive corpus approach to the analysis of the construction of value meanings in advertising discourse]. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki* [Issues of cognitive linguistics], (2): 65–74. (In Russ.)

Kochetova, L. A., Popov, V. V. (2019) Issledovanie aksiologicheskikh dominant v zhanre press-reliza na osnove metodov avtomaticheskogo izvlecheniya klyuchevykh slov korpusa tekstov [The study of axiological dominants in the press release genre based on methods for automatically extracting keywords from a text corpus]. *Nauchnyi dialog* [Scientific Dialogue], 2019, (6): 32-49. (In Russ.)

Ovsyannikova, M. A. (2012) Yazykovaya reprezentatsiya ocenki v Internet-forume kak zhanre sportivnogo diskursa: na materiale sovremennogo anglijskogo yazyka [Language representation of evaluation in the Internet forum as a genre of sports discourse: on the material of modern English]: dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.04 / Moscow Pedagogical State University. Moscow: 143. (In Russ.)

Parastayev, G. N. (2012) Leksiko-semanticeskie osobennosti amerikanskogo politicheskogo diskursa: na primere istoricheskikh i obshchestvenno-politicheskikh realii [Lexico-semantic features of American political discourse: on the example of historical and socio-political realities]: dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.04 / Moscow State Regional Social and Humanitarian Institute. Moscow: 209. (In Russ.)

Partington, A. (2010) Modern diachronic corpusassisted discourse studies on UK newspapers: an overview of the project. *Corpora*, 5 (2): 83–108.

Plavina, A. A. (2019) Zhanrovo-stilisticheskie kharakteristiki angloyazychnogo traveloga v dinamicheskom aspekte [Genre and stylistic characteristics of an English-language travelogue in a dynamic aspect]: dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.04 / Volgograd State University. Volgograd: 184. (In Russ.)

Rokeach, M. (2009) Metodika "Cennostnye orientatsii". [Method Value Orientations]. Moscow, Bol'shaya

entsiklopediya psikhologicheskikh testov [Big encyclopedia of psychological tests] / ed. A.A. Karelin. Moscow, Eksmo: 26-28. (In Russ.)

Rayson, P., Piao, S., Moore, A. UCREL Semantic analysis system [Computer Software]. Lancaster, Lancaster University. URL: <https://ucrel.lancs.ac.uk/usas/> (date of access: 18.06.2021).

Rokeach, M. (1973) The nature of human values. Free press: 476.

Schwartz, S. H. (1992) Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25: 1- 65.

Sevastyanova, A. L. (2018) Pragmalingvisticheskii, analiz, tsennostno-sobyitiinogo, diskursa: na materiale vystuplenii politicheskikh liderov, SShA [Pragmalinguistic analysis of value-event discourse: based on the speeches of US political leaders]: dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.04 / St. Petersburg State University. Moscow: 202. (In Russ.)

Sergeeva, L. A. (2003) Problems of estimated semantics. Moscow, Publishing house MGOU: 140. (In Russ.)

Serebrennikova, E. F. (2011) Etnosemiometriya kak sposob, lingvisticheskogo aksiologicheskogo analiza [Ethnosemiometry as a way of linguistic axiological analysis]. *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnykh smyslov* [Linguistics and axiology: ethnosemiometry of value meanings]: a collective monograph. Moscow: THEZAURUS: 49-76. (In Russ.)

Slyshkin, G. G. (2004) Lingvokul'turnye, kontsepty, i, mehtakontsepty [Linguistic and cultural concepts and metaconcepts]. dis. ... Doctor of Philology: 10.02.19 / Volgograd: 323. (In Russ.)

Strokovaya, Yu. A. (2015) Zhanrovo-stilisticheskie kharakteristiki angloyazychnogo traveloga v dinamicheskom aspekte [Genre and stylistic characteristics of an English-language travelogue in a dynamic aspect]: dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.01.10 / Academy of media industry. Moscow: 180. (In Russ.)

Svetonosova, T. A. (2006) Sopostavitel'noe issledovanie tsennostei v rossiiskom i amerikanskom politicheskom diskurse [Comparative study of values in Russian and American political discourse]: dis. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.20 / Ural State Pedagogical University. Yekaterinburg: 174. (In Russ.)

Ter Minasova, S. G. (2000) Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya [Language and intercultural communications]. M: 624. (In Russ.)

Trubcheninova, A. A. (2006) Emotivnost' i ocenochnost' v nemeckom gazetnom sportivnom diskurse [Emotivity and Appraisal in German Newspaper Sports Discourse]: Cand. ...cand. Phil. Sciences: 10.02.04 / Moscow State Linguistic. Moscow: 208. (In Russ.)

Vasiljev L. M. (2006) Issledovanie modusnykh kategoriy v evolyucii mediadiskursa: na materiale amerikanskoy pressy XX veka [The study of modus categories in the evolution of media discourse: based on the material of the American press of the XX century.]. Ufa: 524. (In Russ.)

Vasil'eva, L. V. (2010) Kommunikativnye kharakteristiki massovoy kul'tury v medijnom diskurse: na materiale russkogo i anglijskogo yazykov [Communicative characteristics of mass culture in media discourse: on the material of

Russian and English languages]: dis. ...cand. Phil. Sciences:
10.02.04 / Far Eastern State University for the Humanities.
Vladivostok: 224. (In Russ.)

© Гунькова Д.Е., 2023

Гунькова Дарья Евгеньевна – кандидат филологических наук, ассистент кафедры английской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, nab. Griboyedov Canal, 30-32). E-mail: gunk92@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 28.03.2023.