

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

На правах рукописи



Гертнер Елизавета Викторовна

**ГЕНДЕРНО-АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ГЛАМУРНО-
ГЛЯНЦЕВЫХ ТЕКСТОВ**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2021

Работа выполнена на кафедре русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Купина Наталия Александровна

Официальные оппоненты: **Клушина Наталья Ивановна,**
доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО
«Московский государственный университет имени М.В.
Ломоносова», профессор кафедры стилистики русского
языка

Литовская Мария Аркадьевна,
доктор филологических наук, профессор, ФГАОУ ВО
«Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина», профессор кафедры
русской и зарубежной литературы

Руженцева Наталья Борисовна,
доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО
«Уральский государственный педагогический университет»,
профессор кафедры межкультурной коммуникации,
риторики и русского языка как иностранного

Защита состоится «18» ноября 2021 года в «11-00» часов на заседании диссертационного совета УрФУ 10.01.10 по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов, ком. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=2858>

Автореферат разослан «__» октября 2021 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета:
доктор филологических наук,
доцент



Е.Е. Приказчикова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В диссертационной работе представлен опыт лингвоаксиологической и лингвостилистической интерпретации текстов женской глянцевого публицистики и гламурной прозы.

В XXI веке тексты массовой словесности оказывают существенное влияние на общественное сознание. Необходимо учитывать, что «массовое сознание, его формирование и изменение, определило важнейшие процессы в современном обществе, культуре, языке»¹. Исследователи аргументируют необходимость специального изучения медиатекстов происходящей под их воздействием трансформацией общественного сознания, подчеркивают, что «под влиянием медиакультуры формируется особый тип массового сознания – массовое медийное сознание». Такой тип сознания «ограничивается медиаресурсами и массовой литературой, оно воспринимает внешний мир не критически, не отделяет себя от внешнего мира, а внешнюю реальность от реальности массмедиа»². Интенсивное развитие массовой словесности мотивируется социальным заказом.

Сегментом массовой словесности являются актуальные в постиндустриальном обществе глянцевые и гламурные тексты, тиражирующие новейшие аксиологические предпочтения россиян. Особого внимания заслуживает далеко не всегда соответствующая параметрам художественности, но имеющая читательский спрос массовая литература. Мы разделяем точку зрения Е.Г. Водолазкина: «Даже плохой, слабый текст очень важен для отражения общей картины. Для того, чтобы определить литературную магистраль той или иной эпохи, нужно обращать внимание и на проселочные дороги»³.

В диссертационной работе исследуются тексты популярных в текущее время авторов, которые, будучи носителями культуры гламура, внедряют в сознание целевого адресата ценности данной культуры. Произведения, созданные женщинами для женщин, содержат гендерные установки, которые не всегда соответствуют традициям и нормам русской национальной культуры. Лингвоаксиологический и стилистический анализ речевых средств рассматриваемых текстов проводится в проекции на сложившуюся систему общенациональных ценностей (Н.Ф. Алефиренко, В.П. Барышков, Е.М. Верещагин, С.Г. Воркачев, В.В. Воробьев, В.В. Дементьев, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, О.В. Рябов, С.Г. Тер-Минасова и др.).

¹ Солганик Г. Я. О современной культурно-речевой ситуации / Г. Я. Солганик // Актуальные проблемы стилистики. – 2016. – № 2. – С. 24.

² Клушина Н. И. Медиакультура и ее роль в развитии современного информационного общества / Н. И. Клушина // Актуальные проблемы стилистики. – 2016. – № 2. – С. 51.

³ Водолазкин Е. Г. Дом и остров, или Инструмент языка / Е. Г. Водолазкин. – Москва: АСТ : Редакция Елены Шубиной, 2017. – С. 311.

Выбор для анализа популярных текстов, не относящихся к высоким образцам словесности, позволяет расширить представление об общих тенденциях развития языка и стиля произведений отдельных жанровых разновидностей и о направлениях формирования «языкового вкуса эпохи»⁴.

Особое внимание в процессе анализа текстов глянца и гламура уделяется образу автора, который предстает как «реальная подлинная личность»⁵. Примером такой личности, стратегически формирующей собственный имидж, является Ксения Собчак, завоевавшая популярность прежде всего как телеведущая, главный редактор глянцевого журнала, а также автор гламурной прозы. В 2018 году она приняла участие в избирательной кампании (выборы президента РФ), обратила на себя внимание как политик и автор агитационных текстов. Необходимо отметить, что при исследовании текстов разных функциональных стилей и жанров учитываются особенности категории образа автора (И.И. Бакланова, М.М. Бахтин, В.В. Виноградов, Г.О. Винокур, Г.Я. Солганик и др.). Привлечение к анализу устных и письменных текстов К. Собчак позволяет уточнить сложившееся представление о специфике образа автора произведений современной женской массовой словесности разных жанров.

Актуальность диссертационного исследования определяется необходимостью специального изучения текстов массовой словесности, оказывающих влияние на формирование собственно языковых и аксиологических предпочтений носителей современного русского языка и культуры.

Степень разработанности темы. Ключевым для диссертационного исследования является понятие «словесность», трактовка которого представлена не только в толковых словарях русского языка, но и в терминологических справочных изданиях. В специальных исследованиях отмечается трансформация содержания термина «словесность» (В.И. Аннушкин, Ю.И. Минералов, Ю.В. Рождественский и др.). Отдельная проблема теории словесности – система текстовых жанров СМИ (Л.М. Майданова, Т.В. Матвеева, А.А. Тертычный, Э.Г. Шестакова, С.С. Ярцева) и современной массовой литературы (М.М. Козлова, Н.А. Купина, М.А. Литовская, Н.А. Николина).

Формирование терминологического поля диссертационного исследования осуществляется с опорой на труды, посвященные массовой словесности, которая является органической частью массовой культуры. В этой связи значимость приобретают теоретические положения ученых, занимающихся изучением феномена массовой культуры

⁴ Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи : Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – Санкт-Петербург : Златоуст, 1999.

⁵ Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи / Г. Я. Солганик. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2010. – С. 27.

(Л.Г. Березовская, Л.Д. Гудков, Б.В. Дубин, А.В. Захаров, Н. Конди, А.В. Костина, Е.В. Кузнецова, Л.В. Мордовина, В. Падунов, К.Э. Разлогов, В. Страда, J. Cullen, T. Modleski, D. Novitz, S. Pendergast, T. Pendergast и др.).

В настоящее время развивается выделившаяся из функциональной стилистики (В.В. Виноградов, И.Б. Голуб, М.Н. Кожина, Т.В. Матвеева, В.В. Одинцов, Г.Я. Солганик, Д.Н. Шмелев, В. Navganek) медиастилистика (И.В. Анненкова, М.Н. Володина, Ст. Гайда, Н.И. Клушина). Для анализа активно привлекаются «продукты» словесной массовой культуры, в том числе глянцевого журналы (М.Ю. Гудова, Н.С. Писаревская, А.А. Слепцова, И.Д. Ракипова, О.В. Ромах), ток-шоу (А.Р. Залегдинова, Н.Е. Кондратьева, Л.В. Мордовина, А.Ю. Салихов).

Особое внимание уделяется интерпретации массовой литературы (В. Беньямин, Л.Д. Гудков, Е.В. Козлов, Ю.М. Лотман, Г.М. Маклюэн, И.Л. Савкина, Ю.Н. Тынянов, В.Е. Хализев, В.Д. Черняк, М.А. Черняк, В.Б. Шкловский и др.) и отдельным ее жанрам, в том числе любовному роману (М.М. Козлова, J.G. Cawelty, J. Radway и др.). В связи со спецификой этой разновидности литературы традиционно рассматривается проблема художественности (Ю.Б. Боров, В.В. Бычков, В.В. Виноградов, Г.О. Винокур, В.П. Григорьев, Д.В. Затонский, М.С. Каган, Ю.М. Лотман).

В диссертационной работе специально анализируется лингвоаксиологическое содержание произведений массовой словесности. В этой связи важность приобретает обращение к философским трудам (В. Виндельбанд, Г. Риккерт, М. Шелер и др.). Поскольку настоящее исследование выполнено на материале текстов русской массовой словесности, особую значимость приобретают аксиологические идеи русских мыслителей и современная интерпретация этих идей (С.Ф. Анисимов, Н.А. Бердяев, А.А. Ивин, В.В. Ильин, И.А. Ильин, Н.О. Лосский, В.В. Розанов, Н.С. Рыбаков, В.С. Соловьев, Л.Н. Столович и др.).

Философские идеи аксиологии получили развитие в лингвистике (Н.Д. Арутюнова, Г.И. Богин, И.Т. Вепрева, С.Г. Воркачев, Т.А. Гридина, В.В. Дементьев, Н.И. Коновалова, Л.В. Коцюбинская, О.А. Кузина, Т.В. Ларина, О.А. Михайлова, С.Г. Павлов, И.В. Шалина и др.). Развивается лингвистическая аксиология – самостоятельное научное направление (Аксиологическая лингвистика 2003; 2005; Аксиологические аспекты современных филологических исследований 2019; Лингвистика и аксиология... 2011 и др.). В границах отмеченного направления получает особое развитие теория оценки (Е. Бартминский, Е.М. Вольф, Ст. Гайда, В.И. Карасик, С.М. Толстая и др.).

В научный оборот вводится понятие «аксиологема» – «концепт (смысл), который воспринимается носителями языка (точнее лингвокультуры) как абсолютная ценность и игнорирование которого обществом, обслуживаемым данным языком (в нашем случае –

русским), осуждается»⁶. В реферируемой работе используется лишенное максимализма лингвистическое определение аксиологемы как «вербальной номинации ценности»⁷. Целесообразно разграничивать персональные ценности, групповые ценности, ценности общенациональные. Продуктивным оказывается выделение ценностей «первичных» и «производных»⁸. Важными являются наблюдения о связи русского языка и национальной культуры, позволяющие установить ментально значимые аксиологические константы (Н.Ф. Алефиренко, Н.Д. Арутюнова, Е.Л. Березович, В.В. Воробьев, В.В. Колесов, Д.В. Колесова, Ю.Е. Прохоров, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин, В.Н. Телия, А.А. Харитонов, А.Т. Хроленко и др.). Единообразная общепринятая классификация ценностей в настоящее время отсутствует. Не подвергается сомнению значимость для национальной русской культуры ценностей коммуникативных (В.В. Дементьев, В.И. Карасик, Т.В. Ларина и др.).

Массовая словесность изучается гендерной лингвистикой, которая тесно связана с лингвокультурологией, лингвоаксиологией, социолингвистикой, коммуникативистикой, психолингвистикой. Проблемы гендерной лингвистики активно изучались на Западе (D. Cameron, A. Goddard, L.M. Patterson, R. Lakoff, K.M. McCormick, K. Nordenstam, S. Romaine, M. Talbot, D. Tannen). Вклад в развитие гендерной лингвистики внесли российские ученые (Е.И. Горошко, В.А. Ефремов, Е.А. Земская, А.В. Кирилина, М.В. Китайгородская, Л.Н. Маслова, Н.Н. Розанова, М.В. Томская и др.).

Объект исследования – тексты устных и письменных жанров массовой словесности: статьи, опубликованные в женских глянцевах журналах, мастер-классы, выпуски ток-шоу, размещенные в интернете, агитационные тексты; специальный объект анализа – произведения гламурной прозы, адресованные определенному сегменту женской читательской аудитории.

Предмет анализа выделяется поэтапно.

На первом этапе **предметом анализа** являются словарные и собственно научные дефиниции понятий, составляющих терминологическое поле исследования. Ядром данного поля является термин «словесность».

На втором этапе анализируются относящиеся к разным жанрам авторские тексты Ксении Собчак (далее также КС): письменные и электронные тексты женского глянцевого журнала “L’Officiel”, мастер-классы, агитационные политические тексты, ток-шоу на YouTube-канале, речевая партия КС в фильме «Монастырь особого назначения». **Предмет**

⁶ Кретов А. А., Стародубцева Ю. А. Русские аксиологемы по данным МАСа-2 / А. А. Кретов, Ю. А. Стародубцева // Политическая лингвистика. – 2016. – № 2 (56). – С. 140.

⁷ Купина Н. А. Любительская датская поэзия: групповой аксиологический лексикон и креативные речевые практики / Н. А. Купина // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2, Языкознание. – 2020. – Т. 19, № 2. – С. 33.

⁸ Лосский Н. О. Ценность и Бытие / Н. О. Лосский. – Париж : YVCA PRESS, 1931. – С. 64.

анализа – стилистически маркированные единицы, вербальные знаки традиционных базовых ценностей и гендерных ценностных предпочтений, характерных для культуры гламура, а также прямые аксиологические суждения и установки.

На третьем этапе **предметом анализа** является аксиологическое содержание и стилистическое своеобразие текстов современной женской гламурной прозы. С учетом разграничения речи автора и речи персонажей исследуются аксиологемы, стилистически и аксиологически маркированные слова и словосочетания, вербально оформленные аксиологические суждения и установки.

Материал, анализируемый на первом этапе исследования, – словари русского языка.

Материал, анализируемый на втором этапе исследования, – выпуски журнала “L’Officiel” (2017–2018 гг.), выпуск сетевого ток-шоу на YouTube-канале Ксении Собчак (2018), аудиозаписи мастер-класса К. Собчак (2013) и публичного выступления КС на бизнес-форуме (2019), агитационные тексты КС (2018) и ее речевая партия в фильме «Монастырь особого назначения» (2020).

Материал, анализируемый на третьем этапе исследования, – гламурная проза Оксаны Робски, Ксении Собчак, Юлии Шиловой.

Цель исследования – выявление гендерно-аксиологической и стилистической специфики глянцевого и гламурного текстов современной русской массовой словесности. В соответствии с отмеченной целевой установкой поэтапно выделяются задачи анализа.

Задачи, выдвигаемые на первом этапе исследования:

С опорой на словари русского языка, терминологические словари и специальную литературу уточнить содержание базовых для исследования терминов: «массовая культура», «словесность», «массовая словесность», «образ автора»;

Охарактеризовать принятые в научной литературе подходы к интерпретации текстов массовой словесности.

Задачи, выдвигаемые на втором этапе исследования:

Выявить стратегически заданные принципы отбора и реализации аксиологем – номинаций ценностей, – а также стилистически и аксиологически маркированных речевых средств; описать содержание аксиологических суждений и установок, адресованных целевой аудитории; охарактеризовать стилистический облик и функциональную нагрузку авторских текстов Ксении Собчак – главного редактора глянцевого журнала “L’Officiel”;

С учетом гендерного фактора и опорой на разграничение «самоимиджа» и «воспринимаемого» имиджа (Г.Г. Почепцов) установить стилистическую, аксиологическую, функциональную специфику программного агитационного текста, автором которого является К. Собчак.

Задачи, выдвигаемые на третьем этапе исследования:

Выявить приемы использования и тиражирования гендерных стереотипов культуры гламура в их проекции на сложившиеся традиции национальной культуры; описать конструируемый в текстах гламурной прозы лингвокультурный типаж гламурной девушки;

Систематизировать критерии, позволяющие вывести современную женскую гламурную прозу за границы «литературно-художественных изданий».

Методология и методы исследования. В работе использован дефиниционный анализ, методы контекстологического, лингвостилистического анализа, приемы лингвоаксиологической интерпретации языковых средств, реализованных в текстах. Лингвостилистическая интерпретация проводится с учетом функционально-стилевой дифференциации текстов публицистического и художественного стилей. В процессе лингвоаксиологического анализа, который осуществляется с опорой на коммуникативную рамку (автор текста – адресат, т.е. сегмент целевой аудитории), описываются вербализованные ценностные смыслы. Для выявления имиджевых характеристик автора группы анализируемых текстов по принципу дополнения используются корпусный анализ и социологический опрос.

Степень достоверности результатов исследования определяется опорой на авторитетные теоретические труды по проблематике исследования, использованием репрезентативного текстового материала, комплексной методикой анализа.

Научная новизна диссертационной работы заключается в выделении гламурно-глянцевого разновидности текстов массовой словесности, выявлении номинаций базовых ценностей культуры гламура, систематизации аксиологических суждений и установок, тиражируемых гендерных стереотипов, а также в уточнении специфики категории образа автора гламурно-глянцевого текста и лингвокультурного типажа гламурной девушки.

Теоретическая значимость диссертационной работы состоит в возможности использования ее результатов в трудах по гендерной лингвистике, лингвоаксиологии, медиастилистике, креативной стилистике.

Практическая значимость определяется возможностью применения материалов диссертационного исследования в процессе преподавания вузовского курса «Стилистика русского языка»; материалы диссертации могут быть использованы при разработке спецкурсов по проблемам массовой словесности, лингвоаксиологии и гендерной лингвистики.

Положения, выносимые на защиту:

1. В постиндустриальном информационном обществе интенсивно развивается массовая культура, органической частью которой является массовая словесность, оказывающая влияние на состояние общественного сознания.

2. Органическая часть массовой словесности – объединенные типовым образом автора гламурно-глянцевые тексты, ориентированные на коммерческий успех, находящийся в прямой зависимости от социального заказа целевого адресата – определенного сегмента массовой аудитории.

3. Характерологические приметы гламурно-глянцевых текстов: брендовый стиль, вульгаризация морально-нравственных ценностей и их вытеснение ценностями материальными, переосмысление традиционных гендерных ценностных предпочтений.

4. В женских глянцево-медийных текстах и текстах гламурной прозы автор предстает как реальная узнаваемая личность – женщина-бренд, образец для подражания, эталон стиля, носитель гендерно ориентированного мировоззрения, на основе которого формулируются не лишённые цинизма установки, задающие аксиологический выбор целевого адресата – женщины, стремящейся стать «своей» в мире гламура. Транслируется презрительно-снисходительное отношение к тем, кто не стремится соответствовать рекомендуемым образцам.

5. Тексты современной массовой словесности текущего времени могут служить источником для выявления аксиологических констант и сдвигов на «аксиологической шкале» массового сознания, а также для описания гендерных лингвокультурных типажей.

Апробация работы. Основные результаты работы обсуждались на заседаниях кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации УГИ Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. Материалы по теме диссертации были представлены на XVI Международной научно-практической конференции «Россия в мире XXI века: между насилием и диалогом» (Екатеринбург, 2013), Межвузовском научном семинаре с международным участием «Многоречие: проблемы изучения» (Екатеринбург, 2013), IX Международной научно-практической конференции молодых ученых «Язык. Культура. Коммуникация» (Челябинск, 2014), Международной научной конференции «Речевое воздействие в политическом дискурсе» (Екатеринбург, 2016), Первой международной заочной научно-практической конференции молодых ученых «Язык. Коммуникация. Культура» (Москва, 2017), Международной научной конференции «Учимся понимать Россию: политическая и массмедийная коммуникация» (Екатеринбург, 2018), научных семинарах с международным участием «Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований» (Екатеринбург, 2016, 2017, 2018, 2020),

Международных научных конференциях «Аксиологические аспекты современных филологических исследований» (Екатеринбург, 2019, 2021). Содержание работы отражено в 18 публикациях. Три статьи опубликованы в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ.

Структура работы соответствует поставленным задачам. Диссертация состоит из введения, трех основных глав и заключения. Список источников включает 18 наименований; в списке использованных словарей русского и английского языков отмечено 21 издание; список литературы содержит 275 наименований. В Приложении представлены аудиозаписи публичных выступлений К. Собчак, проходивших в Екатеринбурге в 2013 и 2019 гг. Общий объем диссертации – 220 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность и научная новизна выбранной темы, оценивается степень разработанности проблемы, формулируются цель и задачи работы, характеризуются материал, объект, предмет, описываются методы анализа, отмечается теоретическая и практическая значимость проведенного исследования.

Первая глава «Современная массовая словесность: аспекты изучения» состоит из трех разделов.

В разделе **1.1. «Словесность, массовая словесность, массовая литература: к интерпретации понятий»** формируется терминологическое поле исследования, уточняется содержание ключевых понятий.

С опорой на словари русского языка, терминологические словари и специальные научные исследования выделяются узкий и широкий подходы к толкованию термина «словесность». В соответствии с узким подходом, к *словесности* относят тексты художественной литературы и фольклора. Отмеченная трактовка находит отражение в толковых словарях XXI века. Так, в словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой представлено соответствующее толкование основного значения лексемы *словесность*; устойчивое сочетание *изящная словесность*, являющееся лингвоспецифическим, акцентирующим литературоцентричность национальной культуры, интерпретируется как хронологически отмеченное: «Художественное литературное творчество и словесный фольклор (книжн.). *Изящная с.* (устарелое название художественной литературы)»⁹. В соответствии с широким подходом, к *словесности* относят все вербальные тексты. Данный подход представлен в

⁹ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – Москва : ИТИ Технологии, 2006. – С. 730.

толковых словарях XX века: «Творчество, выражающееся в слове, как устном, так и письменном, словесное творчество»¹⁰, а также в терминологических словарях XXI века: «Исследования в области языкознания и литературоведения, в которых язык рассматривается как материал, из которого создаются речевые произведения, а эти произведения – тексты, в свою очередь, рассматриваются как произведения словесного творчества»¹¹. В специальной литературе предлагается классификация видов словесности (В.И. Аннушкин, Ю.В. Рождественский). Рассматриваются письменные и устные виды массовой словесности.

В диссертационной работе реализован широкий подход к толкованию термина «словесность».

В пространстве массовой коммуникации функционирует массовая словесность, которая является органической составляющей массовой культуры. Исследователи (К.З. Акопян, Л.Д. Гудков, Б.В. Дубин, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая, В. Страда, Р. Cormac, J.R. Wilson) выделяют основные характеристики «массовой культуры»: примитивизм, «пошлая развлекательность»¹², культ успеха любой ценой, унификация базовых ценностей, стремление к удовлетворению требований и запросов массового общества. Отмечается связь массовой культуры с типом общества (индустриального и постиндустриального). Специально выделяется манипулятивная функция произведений массовой культуры.

Значительное место в пространстве современной печатной массовой словесности занимают тексты массовой литературы. Отношение к массовой литературе и к массовой культуре неоднозначно. Основной массив текстов русской массовой литературы лишь с недавнего времени стал специальным объектом исследований, для которых характерны определенные подходы: «обвиняющий, фаталистический и оправдывающий»¹³. Отмечаются дифференциальные признаки многотиражной массовой литературы: низкая эстетическая значимость, клишированность, формульность, серийность, развлекательная, психотерапевтическая, дидактическая направленность. Признаки массовой литературы выделяются на основе ее противопоставления литературе высокой (В. Беньямин, Ю.М. Лотман, Г.М. Маклюэн, В.Е. Хализев и др.). Характеризуются социальные факторы, обуславливающие интенсивное развитие массовой литературы текущего времени; систематизируются особенности образа автора и образа целевого адресата. Специально

¹⁰ Толковый словарь русского языка : в 4 т. Т. 4 / под ред. Д. Н. Ушакова. – Москва : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1940. – С. 270.

¹¹ Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – С. 423.

¹² Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против» / К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая [и др.]. – Москва : Гуманитарий, 2003. – С. 507.

¹³ Купина Н. А., Литовская М. А., Николина Н. А. Массовая литература сегодня: учебное пособие / Н. А. Купина, М. А. Литовская, Н. А. Николина. – Москва : Флинта ; Наука, 2009. – С. 30.

рассматривается вопрос о клишированности, тривиальности текстов массовой литературы (В.Д. Черняк, М.А. Черняк, J.G. Cawelty). Вкусовой подход к произведениям массовой литературы в настоящее время вытесняется ее объективной интерпретацией как неотъемлемой составляющей литературного процесса.

В разделе **1.2. «Тексты массовой словесности в лингвоаксиологическом освещении»** с опорой на аксиологию как «философскую доктрину ценностей <...>, анализирующую природу, характер, способы, состав регламентирования смысложизненных позиций, ориентации, мотиваций человеческой деятельности»¹⁴, рассматриваются возможности лингвоаксиологического подхода к интерпретации произведений массовой словесности. В процессе исследования личностных, групповых, общенациональных ценностных предпочтений лингвистами выявляются национально-специфические особенности языкового сознания, разрабатываются модели языковой личности как носителя такого сознания, описываются лингвокультурные типажи (Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, И.Р. Гальперин, М.С. Каган, В.И. Карасик, Л.В. Коцюбинская, О.А. Кузина, С.Г. Павлов, С.Г. Тер-Минасова). В процессе специального анализа выделяются аксиологемы – номинации ценностей. Синхронное типологическое описание аксиосферы способствует выявлению аксиологического состояния национального сознания.

Специального внимания заслуживают опыты систематизации гендерных ценностей. Исследования показывают, что традиционные базовые ценности мужчин и женщин отличаются. В ряду женских ценностей – «Вера, Внимание к людям, Доверие, Здоровье, Любовь, Милосердие, Мир, Надежда, Образование, Покой, Порядочность, Развитие, Семья»; в ряду мужских ценностей – «Власть, Долг, Законность, Могущество, Независимость, Природа, Профессионализм, Равенство, Родина, Свобода, Смысл жизни, Творчество, Труд, Убеждения, Удовольствие»¹⁵.

Произведения массовой литературы сегодня становятся текстами аксиологического влияния, поэтому их нельзя оставлять за пределами гуманитарных исследований. В них фиксируются новейшие речекультурные стереотипы. Для определенных жанров массовой литературы характерно тиражирование консервативных ценностей. Например, и для любовного романа, и для фэнтези, и для детектива «важным становится создание именно гуманистической картины мира, в котором зло обязательно будет наказано, преступление раскрыто, свет победит тьму, любовь победит смерть»¹⁶.

¹⁴ Ильин В. В. Аксиология / В. В. Ильин. – Москва : Изд-во МГУ, 2005. – С. 10.

¹⁵ Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / отв. ред. А. В. Рябов, Е. Ш. Курбангалеева. – Москва : Дом интеллектуальной книги, 2003. – С. 208.

¹⁶ Черняк М. А. Актуальная словесность XXI века: Приглашение к диалогу / М. А. Черняк. – Москва : Флинта, 2020. – С. 63.

В эпоху перемен целесообразным является лингвоаксиологический анализ текстов гламурной словесности. Особая ее примета – разработка технологий, формирующих круг избранных, внутри которого разрабатывается система ценностных предпочтений, выходящих за границы традиционных.

В разделе **1.3. «Массовая словесность как объект гендерной лингвистики»** рассматривается принятый в специальной литературе подход к интерпретации произведений массовой словесности с точки зрения гендерной лингвистики.

Гендерные особенности речевого поведения строятся с опорой на сложившиеся стереотипы, закрепленные в языке (И.Т. Вепрева, В.А. Ефремов, Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова, Сюй Шаньшань, J. Coats, R. Lakoff). Женские гляцевые журналы, будучи произведениями современной массовой словесности, транслируют не всегда соответствующие аксиологическим константам национальной культуры ценности и установки, гендерные стереотипы, формирующие в сознании читательниц представления о должном, предлагают живые образцы для подражания. Тексты гляцевой публицистики и гламурной прозы требуют специальной лингвоаксиологической интерпретации.

Особую значимость приобретает разработка категории образа автора. Соответствующий термин используется как в лингвистических, так и в литературоведческих трудах и определяется как «индивидуальная словесно-речевая структура, пронизывающая строй художественного произведения и определяющая взаимосвязь и взаимодействие всех его элементов»¹⁷. Категория образа автора в приложении к текстам гляцевой публицистики и гламурной прозы требует специального осмысления.

Вторая глава «Тексты женской гляцевой публицистики и образ автора» состоит из трех разделов, в которых выявляется лингвоаксиологическая и стилистическая специфика гляцевых текстов массовой словесности. К таким текстам относятся публикации в гляцевых журналах, мастер-классы, сетевые ток-шоу, агитационные тексты. Автором проанализированных текстов является Ксения Собчак, которая завоевала известность как телеведущая, она периодически меняет роли, сохраняя статус «селебрити», т.е. знаменитости.

В разделе **2.1. «Аксиологическое содержание гляцевых медиатекстов»** рассматриваются публикации КС в гляцевом журнале “L’Officiel” и видеозапись на YouTube-канале «Осторожно, Собчак!».

Будучи главным редактором журнала “L’Officiel” с 2014 г. по 2018 г., КС стремится соединить два принципа интерпретации информации: «гляцевый» и «интеллектуальный».

¹⁷ Виноградов В. В. О теории художественной речи / В. В. Виноградов. – Москва : Высшая школа, 1971. – С. 151.

Журнал, в соответствии с данной установкой, должен вызывать интерес у интеллектуальной элиты. Внешняя выделимость, привлекательность, образованность, осведомленность в новостях мира литературы и искусства – приметы гламурного женского типажа, соответствующие требованиям времени. Ядро базовых ценностей культуры гламура составляют ценности материальные; периферию – ценности духовные – орнаментальные по отношению к материальным.

На страницах “L’Officiel” Ксения Собчак публикует тексты разных жанров: *Письмо редактора*, комментариев в рубрике *Выбор главного редактора*, интервью в разделе *О главном*. В диссертационной работе проанализированы тексты главного редактора в выпусках 2017 и 2018 гг. с учетом их жанровой принадлежности.

В *Письме редактора* прослеживается характерная для авторской разработки данного жанра интимизация коммуникативного взаимодействия, которая создается за счет использования инициальных я-высказываний (**Я** все-таки мать!) и мы-конструкций. Последние обычно употребляются в *Письме* для обозначения сотрудников глянцевого издания: *Решать – вам. Мы* можем только посоветовать; *А чтобы вдохновить вас на смелые шаги, мы* собрали в этом номере героев, которые круто изменили свою жизнь. К коллективному адресату КС обращается, используя формы вы-отношения. В контактных высказываниях выделяются группы коллективных субъектов: *мы* (монстры глянца) – *вы* (читатели): *Вы – с нами! Мы – с вами!* Формулы совместности направлены на формирование взаимопонимания, основанного на общности аксиологических предпочтений. Особое место в текстах главного редактора занимают прямые и косвенные аксиологические установки: *Переезжайте!; ...не отставайте!* Активно используются выполняющие рекламную функцию ссылки на заслуживающие внимания читателей материалы номера, в том числе упоминание об интервью, которое КС брала у знаменитости. Аксиологически значимой характеристикой интервьюируемого как образца для подражания является достигнутый им и признанный общественностью успех. Складывается типаж успешного человека. Ценностные характеристики: оптимизм, стойкость, решительность, стремление к роскоши и ее обретение, изысканность, склонность к развлечениям и отчасти – интеллектуальным занятиям. Эти качества в равной степени характеризуют и мужчин, и женщин. Одной из ярких особенностей глянцевого текста является использование номинаций брендов. *Письмо редактора* – не исключение: *Тут* (в фэшн-мире) *и капсульные коллекции дольчиков-габбанчиков для Востока, и лимитированные коллекции закрытых купальных костюмов Eres, и даже модель Халима Аден в закрытом платке на показе MaxMara; ...два кутюрных платья Dolce & Gabbana в год – must have.* Анализируемые тексты поддерживают «космополитичность» культуры глянца и гламура. Употребляются аксиологически

маркированные сигналы пространства: *рублевские видеотеки, Николина Гора, «Успенские дачи номер 2»; Канны, Неаполь, Сицилия, миланские подиумы, бухта Гарун в Антибе* и др. Аксиологическую значимость приобретает топоним *Москва*. Пространственные номинации городов российской провинции отсутствуют.

Рубрика *Выбор главного редактора* конструируется с помощью фотографий брендовых вещей и сопровождается небольшим комментарием, выполняющим рекламную функцию. Рекламируются изделия известных модных брендов (Chanel, Jimmy Choo, BVLGARI, Prada и др.), которые являются показателями роскоши.

В авторских текстах главного редактора популярного глянцевого журнала демонстрируется подкрепленный авторитетной точкой зрения аксиологический выбор базовых ценностей элитарного светского общества и его представителей, достигших жизненного и профессионального успеха. Стилистический облик журнала соответствует сложившимся в глянцевого сегменте журнальной публицистики принципам отбора и реализации стилистически и аксиологически маркированных языковых средств. Номинации брендов и объектов вещного мира богатых получают контекстуальную аксиологическую маркированность. Наиболее частотные номинации используются как аксиологемы.

Интервью Ксении Собчак можно отнести к аналитической разновидности данного жанра: вопросы, сформулированные интервьюером, задают направления анализа определенной ситуации. Последовательно заданные взаимосвязанные вопросные реплики побуждают адресата к откровенности и вербализации собственных этических воззрений на частную жизнь и личную судьбу. Интервьюер проявляет осведомленность, знание предметного содержания событий и фактов, значимых не только для собеседника, но и для коллективного целевого адресата. Собственно авторская позиция, как и в *Письме редактора*, выражается прямо, с помощью использования личного местоимения *я*. К собеседнику КС нередко обращается, используя местоимение *ты*: *Я знаю твой* (А. Долецкой) *характер; Я знаю, как ты* (К. Богомоллов) *уважал Олега Павловича*. Формула *ты-отношения* интимизирует коммуникативное взаимодействие, обеспечивает дружескую тональность. КС стремится сделать интервью максимально открытым. С помощью атрибутивного сопроводителя *откровенный* (*читайте в откровенном интервью для L'Officiel*) подчеркивается доверительность, искренность, прямота участников диалога. Степень откровенности зависит не только от ответов интервьюируемого, но и, в первую очередь, от содержания развернутых вопросов, сформулированных самой КС, нередко идущей на «коммуникативный риск».

Транслируемые на страницах глянцевого журнала ценности гламурной культуры находят отражение в размещенном на YouTube-канале «Осторожно, Собчак!» выпуске

«Инстаграмщицы VS Тяжелый люкс» (29 мая 2019 г.). Дискуссия проводится в формате круглого стола. Диалогические единства содержат аксиологемы, номинирующие ценности культуры гламура, и контраксиологемы, номинирующие антиценности светского общества. Аксиологические предпочтения и отталкивания (Таблица 1) позволяют очертить отдельные штрихи к портрету светской львицы.

Аксиологические предпочтения	Аксиологические отталкивания
Высокая покупательская способность, возможность приобретать брендовые вещи	Возможность получать вещи бесплатно, в подарок от «бренда»
Статусные светские мероприятия для избранных	Светские мероприятия, на которые приглашают случайных людей
Укорененность в светском обществе	Популярность среди массовой аудитории
Интеллигентность	Откровенная сексуальность
Соблюдение правил светского этикета	Незнание правил светского этикета
Бизнес-леди и жена миллионера в одном лице	Рублевская жена без определенных занятий

Таблица 1

Для проанализированных медиатекстов характерно номинирование гендерных ценностей гламурной культуры. Руководящей ценностью, определяющей аксиологический выбор, является успех. Ядерными, обеспечивающими успех, являются ценности материальные: брендовая одежда, аксессуары, косметика, драгоценности – все, что можно купить. Частотные аксиологемы: *стиль, мода, красота*. В зоне ближайшей периферии оказываются такие духовные ценности, как образованность, погруженность женщины в мир литературы и искусства, стремление к новому, решительность, профессионализм. Допускается манипулятивное использование коммуникативных ценностей: доверительное общение, взаимопонимание, соблюдение правил речевого этикета.

В разделе **2.2. «Гламурно-глянцевый вариант текстов устной массовой словесности и образ автора»** рассматриваются устные публичные выступления К. Собчак в Екатеринбурге: мастер-класс, проведенный в 2013 году, и выступление на бизнес-форуме в 2019 году. Оба выступления объединены темой успеха, на пути к которому открываются возможности создания собственного бренда.

В рамках данных выступлений номинируются ценности утилитарные (*деньги, доход, бренд*). Акцентируются коммуникативные ценности: откровенность, другоцентризм, взаимопонимание, радость общения: *Если бы мне не были интересны люди, мне не было интересно с ними общаться и делать интервью, я бы тоже не прорвалась сквозь неделю*

сбора какой-то информации, подготовки материалов...(2013); Я рада вас всех видеть, я рада, что вас так много сегодня (2019). Персональные базовые ценности: выбор своего пути, успех, известность, узнаваемость, материальная выгода: *Человек сам представляет себя брендом и развивает свое имя. Мне этот путь очень близок (2013); Бренд – это возможность за одну и ту же работу – спикерство, интервью, консалтинг, все что угодно, получать добавленную стоимость, это возможность быть на виду, быть заметным и влиять (2019); О себе любимой я могу говорить вечно (2013).* Последнее высказывание не лишено свойственной автору самоиронии. В ходе проведения мастер-класса и выступления на бизнес-форуме КС апробирует способы риторического воздействия и влияния на целевого коллективного адресата. Их основу составляют речевые технологии, включающие использование имени собственного как бренда, употребление средств диалогизации и интимизации общения, в том числе побудительных конструкций и вопросно-ответных диалогических фрагментов, поддерживающих живой контакт с аудиторией, внедрение в состав высказываний аксиологем. Отмеченные технологии реализуются в авторских текстах глянцевого журнала и совершенствуются в гламурной прозе.

В разделе **2.3. «Глянец, политика, имидж: аксиологическое содержание текстов, включенных в социально-политическую ситуацию»** изложены результаты комплексного анализа агитационной речевой деятельности К. Собчак во время президентской кампании 2018 года, отмечены особенности общественного восприятия этой деятельности. Специально анализируются оценочные высказывания о политической деятельности КС, размещенные в текстах СМИ.

Отделяя себя от действующих политиков, КС мотивирует максималистский лозунг *«Против всех»*. Критикуя действующую власть и заявляя о своем выдвижении на пост президента РФ, Собчак-политик не предлагает решения существующих проблем, не выдвигает политическую программу. В анализируемом видеообращении КС к избирателям отсутствуют «абсолютно специфические единицы» (Ю.М. Скребнев), которые презентовали бы перспективную политическую концепцию. Идеологическая лакунарность свидетельствует о политической несамостоятельности автора речи, а в тексте обращения просматривается политическая стратегия, не обеспеченная необходимыми средствами идеологического влияния. Взвесив свои возможности, КС стала выдвигаться от партии «Гражданская инициатива», а не как самовыдвиженец, предложила политическую программу «123 трудных шага». Отказавшись от лозунга *Собчак против всех!* она использовала призывы *За молодость. За смелость. За Собчак.; За правду. За свободу. За Собчак.* Призывы включают аксиологемы, которые номинируют ценности демократического общества, а также выделяют личностные качества КС-политика, тем самым выполняя

функцию «”конструктора качеств” – стандартного набора слов, посредством которых создаются миниатюрные политические портреты-характеристики»¹⁸. В агитационных материалах тиражируются персональные ценности (молодость, смелость, правда, самостоятельность) и социально-политические ценности (свобода, гражданская общность, сменяемость власти). Константными остаются базовые ценности: семья, дети.

Результаты специального анализа показывают, что в восприятии общественности менялись имиджевые характеристики КС с момента ее заявления о намерении участвовать в выборах и после того, как она подала документы в ЦИК и приступила к сбору подписей. Из базы данных Интегрум были извлечены три выборки высказываний, включающих собственное имя *Ксения Собчак*. Выборка 1 – с 16.10.17 по 16.11.17 – 1280 документов; Выборка 2 – с 16.12.17 по 16.01.18 – 717 документов; Выборка 3, отражающая ход предвыборной кампании и ее результаты, – с 06.03.18 по 20.03.18 – 1125 документов. В корпусе высказываний выделяются таксономические сопроводители собственного имени. На основе разграничения «классифицирующих», «характеризующих» и «реляционных» предикатов¹⁹ с учетом принципа гендерной дифференциации можно выделить группы предикатов, относящихся непосредственно к КС. На шкале времени (выборка 1 и выборка 2) отмечены подсистемы классифицирующих предикатов. В их числе не включенные в словообразовательные пары, закрепленные в системе языка номинации лица, обозначающие лицо женского пола (*дама, мадам, женщина, баба, дева, девушка, девчонка*); номинации-феминитивы, включенные в словообразовательные пары и обозначающие лицо женского пола по профессии и роду занятий: *журналистка, ведущая, телеведущая, радиоведущая, шоуменша*, а также *хайперша*, т.е. лицо, стремящееся к популярности. Формируется ряд существительных лица, объединенный семантическим стержнем «участник политического процесса» (частотность этих номинаций возрастает в высказываниях, составляющих выборку 2): *оппозиционерка, претендентка, кандидатка, самовыдвиженка*. Особо выделяются номинации, включенные в словообразовательные пары, из состава которых извлекается имя мужского рода, употребляющееся в значении женского: *журналист, шоумен, блогер*. Ср.: *оппозиционер, участник президентской гонки, кандидат, кандидат от партии «Гражданская инициатива», претендент на пост президента*. Характерно, что выбор имен мужского рода сопровождает преимущественно фиксацию политической деятельности КС (выборки 2, 3). Сквозные характеризующие предикаты отражают узнаваемость КС: *известная, популярная, яркая, эпатажная*. Предикаты-ярлыки строятся на

¹⁸ Руженцева Н. Б. Портреты политиков: типология и речевая организация / Н. Б. Руженцева // Политическая лингвистика. – 2019. – № 5. – С. 59.

¹⁹ Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – Москва : Языки русской культуры, 1999. – С. 8.

базе оксюморона, приобретающего аксиологическую значимость: *гламурный лидер, светская оппозиционерка, причудливый кандидат* (выборка 1). Подчеркивается несовместимость имиджа светской львицы с устойчивыми представлениями об образе политика. Константные «реляционные предикаты» отсылают к именам родителей КС, чаще всего к отцу (*дочь Анатолия Собчака; дочь первого мэра Санкт-Петербурга; Собчак-младшая*). Речевая действительность свидетельствует о том, что сложившиеся коллективные представления, несмотря на фактор узнаваемости, не складываются в целостный образ КС. Корпусные данные показывают, что на восприятие текстов автора, вне зависимости от их жанровой разновидности, влияет сложившийся «воспринимаемый» имидж. Активная публичная деятельность, независимость суждений, обнаруживающая склонность КС к речевой борьбе, обуславливает постепенный сдвиг в восприятии интеллектуальной составляющей имиджа. Вместе с тем гламурный имидж («Собчак как бренд») оказывается непреодолимым. Аксиологически несовместимыми в общественном сознании являются гламур и политика.

Общественный отклик получил документальный фильм-расследование «Монастырь особого назначения» (2020 г.), посвященный схиигумену Сергию Романову. В диссертации проанализирована речевая партия К. Собчак, средства конструирования портрета схиигумена. КС использует опорные номинации – прежде всего имя собственное (*Сергий, Сергей Романов*); номинации, связанные с ролевым статусом и родом деятельности (*отец Сергей, священнослужитель, схиигумен, духовник монастыря, батюшка, духовный учитель*). Акцентируются несовместимые со статусом схиигумена характеристики, содержащие негативную оценку: *опальный схиигумен; батюшка, «впавший в прелесть»; самый одиозный священнослужитель России*. Иронией охвачены аналогии: *Сергий предстает как: протопоп Аввакум цифровой эпохи; русский аятолла*. В эпоху пандемии ключевым становится новообразование *ковид-диссидент*. Устоявшееся представление о нравственном облике священнослужителя разрушает сочетание *схиигумен с криминальным прошлым*. КС убеждает коллективного адресата в том, что образ *духовного учителя* создан искусственно: *проект «Сергий Романов»; проект Распутин, версия 2.0*.

Во время съемок фильма КС проявила такие профессиональные компетенции, как умение работать в команде, выбирать и обобщать фактологический материал, оценивать этот материал не только с субъективной, личностной позиции, но и с позиции гражданской. Не лишенный категоричности опыт портретирования схиигумена Сергия осуществляется с аксиологических позиций в ориентации на широкую массовую аудиторию.

Третья глава «Тексты гламурно-глянцевой прозы» состоит из трех разделов, в которых выявляется лингвоаксиологическая и стилистическая специфика прозаических произведений, объединенных ценностями и установкам культуры гламура.

В разделе 3.1. «Ключевое слово гламурного текста: к проблеме аксиологического противостояния» анализируется опубликованный в 2010 году текст К. Собчак «Энциклопедия лоха», который (вопреки рекомендации издательства «АСТ») нельзя отнести к научно-популярным.

Маска ученого-*лоховеда* и игра жанрами не скрывает реальности: автор – популярная телеведущая, гламурная девушка, целенаправленно поддерживающая статус «селебрити», – открыто пропагандирует идеологию гламура. Не лишённые иронии формулировки аксиологических суждений и установок не позволяют согласиться с предложенным издательством «АСТ» грифом «популярное издание». Отметим параллельно, что гриф исключает иронию. Такие признаки, как аксиологический максимализм, прямооценность, стратегически заданная автором самопрезентация позволяют интерпретировать «Энциклопедию лоха» в границах гламурной прозы, осваивающей креативные речевые технологии. Авторские новообразования поддерживают сквозную оппозицию свои – чужие.

Методом сплошной выборки из анализируемого текста были извлечены однокоренные слова с корнем *лох-*. Новообразования (всего 59), которые можно считать результатом экспериментальной креативной речевой деятельности автора, составляют основной массив внутритекстовой парадигмы. Выделяются образованные по типу сложения имена, обозначающие мир лохов в общем виде (*лохомир, лохогалактика, Лохорейх*); номинируются объекты, составляющие приметы *лохиного* мира и образа жизни лохов: *лохомобиль, лохоресторан, лохоотпуск, лохо-словечки*. Номинации, которые обозначают мир лохов в границах целого текста, способствуют формированию оппозиции «мир гламура – мир лохов». Имплицитно формируется адресованное женщинам аксиологическое суждение: «Если ты бываешь в *лохоресторанах*, пользуешься *лохомобилем*, то, окружающие примут тебя за *лохушку*». Охарактеризованные в данном разделе «креатемы» (термин В.П. Григорьева)²⁰ подготавливают дидактическую составляющую текста.

Диагностируя болевые участки *лохомира*, характеризуя лингвокультурный типаж *лоха*, КС, ориентируясь на целевую читательскую аудиторию, мотивирует безальтернативность аксиологического выбора. Категорически отвергается примитивизм *лохомира*, его «наивная аксиология» (И.Т. Вепрева), а также демонстрация богатства, не являющегося таковым, безвкусица, отсутствие подлинного успеха. Отстаиваются ценности «мира гламура»: роскошь, безупречный вкус, известность, успех. *Лох* никогда не станет «селебрити»; «селебрити» должны по капле выдавливать из себя *лоха*.

²⁰ Григорьев В. П. Поэтика слова / В. П. Григорьев. – Москва : Наука, 1979. – С. 77–78.

В разделе 3.2. «**“Замуж за миллионера”**: динамика гендерных ценностей» анализируется книга “Замуж за миллионера, или брак высшего сорта”, которая вышла в свет в 2007 году и была рекомендована издательством “Астрель” как «литературно-художественное издание». Авторы – Оксана Робски и Ксения Собчак – презентуют себя как известные в светских кругах лица, *истинные рублевские эксперты*, которые делятся своим личным опытом с целевой женской аудиторией.

Текст характеризуется наличием стратегически заданной дидактической составляющей. Единство сюжетной линии отсутствует. В аннотации утверждается, что для читательниц он станет *отличным практическим пособием*. Адресный характер носят гендерные аксиологические установки, с помощью которых тиражируются ценности культуры гламура, конкретизирующие представление о круге «своих», избранных.

Традиционные культурно-ценностные предпочтения вульгаризируются: *Опыт показывает, что совместное владение собственностью куда эффективнее в деле сохранения семьи, чем такие эфемерные понятия, как любовь и взаимная привязанность*. Ср.: *Дело в том, что олигарх абсолютно искренне не понимает, почему он <...> должен придерживаться каких-то никому не нужных семейных ценностей. <...> эти ценности существуют исключительно для лохов*. В мире гламура базовые морально-нравственные ценности подавляются материальными и используются лишь в целях манипуляции. Аксиологемы, номинирующие эти ценности, носителями аксиологических традиций воспринимаются как лингвоцинизмы.

В речевую ткань текста внедряются номинации известных брендов, каждая из которых выступает как прагматоним: *шуба Fendi; красивое пальто Dolce & Gabbana; босоножки Manolo Blahnik; вечерние украшения от Graff и Chopard; сумочки Hermes; платье Chanel; колечки Cartier* и др. Для культуры гламура в ее гендерном преломлении характерен брендовый стиль мышления, формирующий зависимость от бренда, стремление продемонстрировать наличие брендовых вещей.

На первый план восприятия выдвигаются мотивированные игровым использованием жанра учебного пособия авторские аксиологические установки, обеспечивающие обретение женщиной успеха и богатства – базовых ценностей культуры гламура. Вербализуются гендерные ценности, способствующие достижению целевой установки: привлекательный внешний вид, женское коварство: *...вооружись старым прабабушкиным принципом – главное не быть, главное казаться. <...> Задача – ничем не брезгуя, создать у олигарха иллюзию, что ему наконец невероятно повезло и он встретил настоящую королеву*. По мере развертывания текста развивается представление о женском превосходстве. Скрытое под разными масками высокомерное отношение к мужчине мотивируется коммуникативным

«мастерством», а именно – алгоритмизированными технологиями обмана, которые приводят женщину к искомому результату.

В составе текстового целого проявляются отдельные элементы художественности. Развивается сквозная метафора охоты. Девушка, желающая *правильно выйти замуж*, предстает в образе *охотницы*. Жертва – олигарх, для характеристики которого используются зоосемизмы (*медведь-шатун, снежный козел, енот, олень, барашек-крошка* и др.). *Охотнице* рекомендуется целенаправленно продумывать каждый свой шаг: *Если ты вышла на охотничью тропу с целью преследовать олигарха-удава, имей в виду, что любой неверный ход – и охотник с добычей поменяются местами; Олигарх-гагарка <...> оказывается в плену у первой же охотницы, в чей радиус поражения попадает*. Используются контактные метафоры, объединенные мотивом охоты: *охотничья тропа, радиус поражения, оружие, сеть, капкан, добыча*. Авторы признают шутливо-иронический характер рекомендаций, следование которым не всегда гарантирует успех.

Истории из жизни включены в реальное «биографическое время» (М.М. Бахтин) авторов и поэтому быстро устаревают, что противоречит критерию художественности вообще и критерию художественного вымысла в частности: *P.S. Оксана Робски была замужем три раза, кстати, если вы не знали, сейчас одинокая. Ксения Собчак так и не вышла замуж, хотя очень хотела*.

За пределы художественности выходят аксиологическая тенденциозность, дидактичность, подавляющие эстетическую функцию. Точечно используются ирония и самоирония. Текст, как показывает анализ, приближается к таблоидным и не может быть отнесен к собственно художественной литературе.

В разделе **3.3. «Лингвокультурный типаж девушки-охотницы в серии гламурных романов»** объектом специального исследования послужили три текста из серии романов Юлии Шиловой: «Я сделала приворот, или Мужчина, мое сердце свободно» (текст 1), «Руки прочь! Он мой, или Как стать счастливой с чужим мужем» (текст 2), «Трофейная жена, или Мужчины приходят и уходят» (текст 3).

Ю. Шилова стремится утвердиться в пространстве гламурной литературы. Не являясь знаменитостью, она выбивается из ряда «селебрити», но, стремясь к популярности, настаивает на исключительности «неисключительного сюжета»: *...моя книга отличается тем, что в ней описана судьба реальной девушки* (текст 1). Обозначается целевая читательская аудитория: *Книга полезна не только для девушек, мечтающих заарканить миллионера и получить доступ к его неисчерпаемым финансам, она полезна и интересна всем, кто хочет заглянуть в закрытый мир богатых людей* (текст 1). Автор определяет серию книг как *руководство по отлову богатого и успешного спутника жизни, а также*

навигатор по превращению пешки в королеву (текст 1). Дидактическая направленность сближает произведения Шиловой с проанализированным текстом Робски и Собчак. В то же время дидактические установки формулируются персонажами, прежде всего героиней.

В серии романов, объединенных образом героини, развивается собирательный лингвокультурный типаж девушки-охотницы, одержимой стремлением добиться финансового благополучия с помощью выгодного замужества: *Он (будущий муж) даст мне определенный статус, материальное благополучие, комфортную жизнь и уверенность в завтрашнем дне* (текст 1). Типажеобразующие характеристики: стратегически заданный отказ от традиционных духовных ценностей в пользу материальных, следование аксиологическим установкам культуры гламура, алчность, цинизм, беспринципность, эгоцентризм: *Мужчин надо использовать, а не слюни распускать – люблю, целую...* (текст 2); *Любовь по расчету – это верный путь к успеху* (текст 1); *Там, где богатство и знатность, нет места искренним чувствам* (текст 2); *Любовь без денег мне действительно не нужна. Хочется, чтобы любовь была финансово обеспеченной* (текст 2).

Названия брендов, за исключением марок машин, не встречаются в анализируемых текстах. Их функции выполняют контекстные синонимы: *роскошь (шик, гламур, богатство), роскошный (на высочайшем уровне, отменный, для избранных, безупречный, фантастический, шикарный, изумительный, безумно дорогой)*. Активно используются номинации предметов роскоши: *модный аксессуар, бриллиантовое кольцо, тиара с бриллиантами*. Показатели роскоши: *пентхаус, апартаменты класса люкс, свой особняк, огромный дом, бассейн, теннисный корт, винный погреб, красивая спальня, огромная антикварная кровать; частный борт, яхта*.

Складывающийся в серии романов лингвокультурный типаж охотницы может быть интерпретирован как «диагноз». Болезненная страсть к богатству, как следует из текстов, разрушает личность и способствует гибели близких. Путь к замужеству (всего 5 опытов) и супружеская жизнь – основы единой сюжетной линии, которая завершается выходом из аксиологического тупика: охотница, переставшая быть охотницей, полюбила и вышла замуж, не прибегая к коварству (текст 3). Не обладающий художественной достоверностью, авторский аксиологический компромисс – утверждение любви как базовой гендерной ценности – сочетается с укоренившимся в гламурной среде стереотипом: известность и карьеру женщине обеспечивают финансовое положение и связи мужа. Сюжетный поворот – влюбленность и брак по любви – не способствует вытеснению ценностей гламура. Героиня становится женой успешного, обеспеченного человека и кинозвездой. Успех и богатство остаются в ядре базовых ценностей.

Проведенный анализ позволил установить сближение стиля гламурной женской прозы

со стилем глянцевого журнала. Общие стилеобразующие характеристики: аксиологемы, способствующие выделению особой системы ценностей культуры гламура, номинации востребованных брендов, прагматонимы, лингвоцинизмы. Гламурную прозу и глянцевые медиатексты сближает также прямая дидактичность, находящая выражение в аксиологических установках и суждениях. И глянцевые журналы, и гламурная проза адресуются сегменту целевой женской аудитории. Объединяет их и образ автора, выступающего как реальная личность, характеризующаяся стратегически сформированным имиджем. Новейшие тексты гламурно-глянцевой словесности, тиражирующие ценности богатых и знаменитых, должны стать объектом специального лингвоаксиологического анализа.

В **Заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, намечается его перспектива, связанная с возможностью дальнейшего изучения фиксируемых авторами текстов массовой словесности аксиологических сдвигов в массовом сознании, а также с описанием лингвокультурных типажей, конструируемых в произведениях, адресованных мужской читательской аудитории.

Основные положения диссертации отражены в 18 публикациях.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ:

1. Гертнер Е. В. Экспозиция предвыборной кампании – 2018: гендерная составляющая / Е. В. Гертнер // Политическая лингвистика. – 2018. – № 2 (68). – С. 40–44; 0,46 п. л.

2. Гертнер Е. В. Типаж девушки-охотницы в гламурно-глянцевых текстах / Е. В. Гертнер // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12, вып. 6. – С. 308–312; 0,46 п. л.

3. Гертнер Е. В. Гламурная проза как сверхтекст: опыт лингвоаксиологической интерпретации / Е. В. Гертнер // Известия УрФУ. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2019. – Т. 21, № 1 (184). – С. 172–180; 0,65 п. л.

Другие публикации:

4. Гертнер Е. В. (Караваева Е. В.) Взаимодействие сигналов разных политических субъязыков в программной речи Ксении Собчак / Е. В. Караваева // Молодые голоса : сб. тр. – Екатеринбург : Литур, 2013. – С. 28–33; 0,37 п. л.

5. Гертнер Е. В. (Караваева Е. В.) Многоречие как примета диалогичности риторического образа Ксении Собчак / Е. В. Караваева // Россия в мире XXI века: между насилием и диалогом : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф. Гуманитарного

университета, 15–16 апреля 2013 года : доклады. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2013. – Т. 1. – С. 649–651; 0,125 п. л.

6. Гертнер Е. В. (Караваева Е. В.) Об экспериментальном изучении полигlossии / Е. В. Караваева // Многоречие: проблемы изучения : тез. докл. и сообщ. межвуз. науч. семинара с междунар. участием, Екатеринбург, 14 мая 2013. – Екатеринбург, 2013. – С. 40; 0,04 п. л.

7. Гертнер Е. В. (Караваева Е. В.) Имиджевый риск: лингвокультурологический этюд / Е. В. Караваева // Молодые голоса : сб. тр. / под ред. И.В. Шалиной. – Екатеринбург : Ажур, 2014. – С. 117–121; 0,2 п. л.

8. Гертнер Е. В. (Караваева Е. В.) Ксения Собчак как журналист: представление главного редактора о целевой аудитории / Е. В. Караваева // Язык. Культура. Коммуникации. – 2014. – № 2. – URL: <http://journals.susu.ru/lcc/article/view/63/72>; 0,23 п. л.

9. Гертнер Е. В. (Караваева Е. В.) Стратегическая установка и ее реализация в журналистском тексте / Е. В. Караваева // Молодые голоса : сб. тр. / под ред. И.В. Шалиной. – Екатеринбург : Ажур, 2015. – С. 104–108; 0,2 п. л.

10. Гертнер Е. В. Аксиологическая неудача в политической речи / Е. В. Гертнер // Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований / под ред. Ю.М. Михайловой. – Екатеринбург : Ажур, 2016. – С. 13–14; 0,14 п. л.

11. Гертнер Е. В. Штрихи к речевому имиджу Ксении Собчак: на пути к политической аналитике / Е. В. Гертнер // Речевое воздействие в политическом дискурсе / гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2016. – С. 20–22; 0,32 п. л.

12. Гертнер Е. В. Гламурная проза в контексте современной культуры: к проблеме формирования представлений иностранного студента о русской языковой личности / Е. В. Гертнер // Язык. Коммуникация. Культура : сб. материалов Первой междунар. заоч. науч.-практ. конф. молодых ученых (20 апреля 2017 г.) / отв. ред. В. В. Богуславская. – Москва : Гос. ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 2017. – С. 112–114; 0,1 п. л.

13. Гертнер Е. В. Оценочные высказывания воспринимающего как средство диагностики имиджа медиаперсоны / Е. В. Гертнер // Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований / под ред. Ю.М. Михайловой. – Екатеринбург : Ажур, 2017. – С. 13–15; 0,17 п. л.

14. Гертнер Е. В. Гендерно ориентированные мастер-классы: трансляция ценностных установок / Е. В. Гертнер // Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований / под ред. Ю.М. Михайловой. – Екатеринбург : Ажур, 2018. – С. 10–11; 0,17 п. л.

15. Гертнер Е. В. Текущая политическая ситуация: гендерный вызов времени / Е. В. Гертнер // Учимся понимать Россию: политическая и массмедийная коммуникация / Урал. гос. пед. ун-т ; отв. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург : [б.и.], 2018. – С. 65–66; 0,23 п. л.

16. Гертнер Е. В. Репродукция ценностей культуры гламура в текстах массовой словесности / Е. В. Гертнер // Аксиологические аспекты современных филологических исследований (УрФУ, 15–17 октября 2019 г.) / отв. ред. Н.А. Купина. – Екатеринбург : Ажур, 2019. – С. 288–290; 0,1 п. л.

17. Гертнер Е. В. Ценности гламурной культуры и их трансляция в медиадискурсе / Е. В. Гертнер // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. междунар. науч. семинара / под ред. Ю. Н. Михайловой. – Екатеринбург : Ажур, 2020. – С. 21–22; 0,17 п. л.

18. Гертнер Е. В. Сдвиги на аксиологической шкале гламурных ценностей / Е. В. Гертнер // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. междунар. науч. конф. / под ред. Ю.Н. Михайловой. – Екатеринбург : Ажур, 2021. – С. 32–34; 0,17 п. л.