

*На правах рукописи*

**ЧЕРНИЦЫНА Татьяна Владимировна**

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ  
ПОХВАЛЫ И ПОРИЦАНИЯ  
В ИДИОСТИЛЕ В. М. ШУКШИНА**

10.02.01 – русский язык

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Волгоград — 2013

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

- Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор  
*Брысина Евгения Валентиновна.*
- Официальные оппоненты: *Милехина Татьяна Алексеевна*, доктор филологических наук, доцент (ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный университет», профессор кафедры русского языка и речевой коммуникации);  
*Стародубцева Наталья Анатольевна*, кандидат филологических наук (ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», доцент кафедры русского языка и документалистики).
- Ведущая организация – ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет».

Защита состоится 6 декабря 2013 г. в 10.00 час. на заседании диссертационного совета Д 212.027.03 в Волгоградском государственном социально-педагогическом университете по адресу: 400066, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, 27.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Волгоградского государственного социально-педагогического университета.

Текст автореферата размещен на официальном сайте Волгоградского государственного социально-педагогического университета: [http:// www.vspu.ru](http://www.vspu.ru) 5 ноября 2013 г.

Автореферат разослан 5 ноября 2013 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор филологических наук,  
профессор



Е.В. Брысина

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Речевое общение в жизни каждого человека занимает важное место и как область лингвистических знаний привлекает к себе большое внимание ученых. Ежедневная речевая практика говорящего связана не только с успехами в решении тех или иных коммуникативных задач, но и с неудачами. Анализ таких «провалов» в общении приводит к изучению коммуникативного поведения, к выбору тех или иных коммуникативных стратегий и тактик, представляющих интерес как в теоретическом, так и в прикладном аспекте.

Настоящее диссертационное исследование имеет коммуникативную, прагматическую и функционально-стилистическую направленность. Выбор оптимальных языковых ресурсов выступает основой для речевой коммуникации, являющейся стратегическим процессом. Изучение речевых стратегий и тактик похвалы и порицания в идиостиле В.М. Шукшина позволит выявить стратегически обусловленные ситуации выражения положительной или отрицательной оценки, определить потенциальный перечень тактик с учетом изменения коммуникативных параметров, проверить приемлемость выбора той или иной тактики с позиций участников коммуникации. Это возможно при прагматическом подходе к анализу коммуникации, который основывается на изучении функционирования языка в коммуникативном контексте.

**Актуальность исследования** обусловлена следующими причинами:

1) коммуникативные стратегии и тактики похвалы и порицания являются одними из самых распространенных в коммуникативной практике, поэтому становится важной разработкой комплексного подхода к описанию языковых средств выражения данных стратегий в масштабах идиостиля писателя, в произведениях которого нашли свое отражение коммуникативные ситуации выражения как положительной, так и отрицательной оценки объектов похвалы и порицания;

2) анализ коммуникативных стратегий и тактик в идиостиле В.М. Шукшина дает возможность открыть новые аспекты идиостиля данного автора и описать значимые составляющие русского речевого поведения, отраженного в прозе писателя;

3) изучение механизмов достижения коммуникативной цели посредством конкретных коммуникативных стратегий и тактик важно для понимания природы иллюкативной силы похвалы и порицания и для выбора оптимальных языковых ресурсов;

4) исследование различных типов коммуникативных ситуаций может стать основой для формирования новых стратегических и тактических решений как в теоретическом, так и в практическом применении.

В основу работы была положена следующая **гипотеза**: порицание в идиостиле В.М. Шукшина имеет больше способов языковой реализации

по сравнению с похвалой, что объясняется особенностями авторского мировидения, в котором большую значимость для межличностного общения представителей из простого народа приобретает морально-этический аспект, свидетельствующий о том, что негативные проявления личности в русском языковом сознании воспринимаются острее.

В качестве **объекта исследования** выступает идиостиль В.М. Шукшина, в котором широко представлены коммуникативные стратегии и тактики похвалы и порицания. Важным фактором при выборе нами идиостиля писателя послужило неоднозначное отношение к творчеству В.М. Шукшина (1929–1974) как со стороны критиков, так и со стороны исследователей художественного творчества писателя. Исследования его творческого наследия проводились в разных аспектах: функционально-коммуникативном (Г.Г. Хисамова «Диалог как компонент художественного текста: на материале художественной прозы В.М. Шукшина»), прагмалингвистическом (Р.М. Байрамуков «Речевое действие угрозы в рассказах В.М. Шукшина»), концептуальном (Лю Лицзюнь «Герой рассказов В. Шукшина как языковая личность»), лексико-семантическом, с учетом эмоциональной тональности текста (В.Л. Каракчиева «Лексические средства обозначения эмоций в художественном тексте: на материале рассказов В.М. Шукшина»), Н.Н. Захарова «Особенности использования фразеологических единиц в художественном тексте: на материале произведений В.М. Шукшина»), с точки зрения взаимодействия диалога с другими композиционно-речевыми формами художественной прозы (Е.И. Папава «Композиционно-речевая организация рассказов В. Шукшина»). Однако работ, освещающих творчество В.М. Шукшина с позиции коммуникативных стратегий и тактик, нет. Это, на наш взгляд, является необходимым, т.к. и национальные, и социальные аспекты речевой коммуникации широко представлены в творчестве действительно народного писателя. При выборе объекта исследования учитывался и такой фактор, как широкая распространенность похвалы и порицания в живой народной разговорной речи, ярко представленной в прозе писателя. Таким образом, исследование функционирования эмотивных коммуникативных стратегий похвалы и порицания в идиостиле В.М. Шукшина является актуальным.

**Предметом исследования** служат коммуникативные стратегии и тактики похвалы и порицания и языковые средства, используемые для их выражения в произведениях В.М. Шукшина.

**Теоретические положения** коммуникативной лингвистики, раскрывающие поведение языковых знаков в реальных процессах коммуникации, представлены в классических и современных трудах отечественных и зарубежных лингвистов (Н.Д. Арутюнова, П. Браун, Т.В. Бульгина, В.Г. Гак, Г. Грайс, В.З. Демьянков, Р. Лакофф, С. Левинсон, Дж. Лич, Дж. Остин, Е.В. Падучева, Дж. Сёрль, Н.И. Формановская и др.), изучающих значе-

ние и функции речевых актов, коммуникативной ситуации, говорящего и адресата в их социальных и психологических отношениях, а также в исследованиях по коммуникативной прагматике (Т.Д. Винокур, А.А. Романов, Г.Г. Почепцов, И.А. Стернин, А. Вежибицкая, Ю.Д. Апресян, Е.А. Попова, В.В. Богданов и др.).

Коммуникативные стратегии и тактики рассматривались в аспекте речевого поведения в конфликтных ситуациях [Гулакова, 2004], в современном учебном [Ильичёва, 2005; Токарева, 2005; Певнева, 2008], газетном [Назаров, 2005; Антонова, 2007], медицинском [Акаева, 2007], судебном [Тютюнова, 2008], политическом [Самарина, 2006; Юрина, 2006; Калинин, 2009], диалогическом [Бессонова, 2003] дискурсах, в условиях самопрезентации [Черкасова, 2006; Ковригина, 2010; Тенева, 2011], в речевом жанре современной православной проповеди [Савин, 2009], в речевом поведении участников реалити-шоу [Ланских, 2008] и др., однако на материале художественной прозы В.М. Шукшина коммуникативные стратегии и тактики похвалы и порицания не рассматривались.

**Цель исследования** состоит в выявлении коммуникативных стратегий и тактик похвалы и порицания и особенностей их языкового воплощения в идиостиле В.М. Шукшина.

Поставленная цель достигается с помощью решения следующих **задач**:

- 1) определить структуру коммуникативных стратегий и тактик похвалы и порицания в идиостиле В.М. Шукшина и способы их реализации;
- 2) разработать классификацию коммуникативных стратегий и тактик похвалы и порицания в идиостиле В.М. Шукшина;
- 3) выявить оценочные аспекты положительного и отрицательного отношения к объекту похвалы и порицания;
- 4) определить коммуникативные тактики и ходы, реализующие коммуникативные стратегии похвалы и порицания в идиостиле В.М. Шукшина;
- 5) установить равноуровневые языковые средства выражения коммуникативных стратегий и тактик похвалы и порицания в прозе В.М. Шукшина и выявить сходство и различие между ними.

**Материалом** для исследования послужили рассказы В.М. Шукшина 1960–1970-х гг., киноповесть «Калина красная» и роман «Любавины». Авторская картотека составляет 1215 диалогических единств (коммуникативных единиц диалога, представляющих структурно-семантическое единство взаимосвязанных реплик [Хисамова, 2009]), содержащих похвалу и порицание.

**Методологической базой** диссертационной работы являются общепризнанные философский закон единства и борьбы противоположностей, а также фундаментальное положение диалектики о всеобщей взаимосвязи языковых и внеязыковых явлений, взаимоотношениях языка, сознания и действительности, принцип взаимосвязи языка и культуры.

В работе используются следующие **методы исследования**: описательный и такие его приемы, как анализ и синтез, сопоставление, классификация, интерпретация, прием количественных подсчетов, а также метод сопоставительного анализа, используемый для сравнения особенностей функционирования коммуникативных стратегий похвалы и порицания на разных языковых уровнях.

**Научная новизна** работы определяется тем, что в ней впервые в русле коммуникативно-прагматического исследования проведен комплексный анализ языковых средств выражения коммуникативных стратегий похвалы и порицания в идиостиле писателя, на основании чего выявлены новые характерные особенности идиостиля В.М. Шукшина. В работе уточнены понятия *коммуникативная стратегия похвалы* и *коммуникативная стратегия порицания*, обозначены их дифференциальные признаки, предложена общая типология данных стратегий, выявлены коммуникативные тактики и ходы, реализующие данные стратегии, установлены лексические, словообразовательные, грамматические маркеры похвалы и порицания в идиостиле автора. Обоснованы роль ценностных ориентаций автора, их взаимосвязь с народными представлениями о положительных и отрицательных проявлениях личности, уточнены функции языковых единиц, участвующих в реализации коммуникативных стратегий похвалы и порицания при выявлении особенностей идиостиля писателя.

**Теоретическая значимость** диссертационного исследования состоит в том, что оно вносит определенный вклад в развитие коммуникативной лингвистики и прагмалингвистики, расширяет представление о коммуникативных стратегиях и тактиках как единицах речевого взаимодействия, определяет специфику стратегий похвалы и порицания в идиостиле В.М. Шукшина и выявляет языковые средства их реализации.

**Практическая ценность** работы видится в том, что материалы исследования могут быть использованы в вузовских курсах стилистики, культуры речи, риторики; при подготовке спецкурсов по идиостилю писателя, проблемам аксиологии, спецкурсов и спецсеминаров по коммуникативной лингвистике. Кроме того, рассмотренные коммуникативные ситуации будут способствовать осознанному выбору говорящими стратегий и тактик речевого поведения в ситуациях похвалы и порицания.

В результате проведенного исследования сформулированы и выносятся на защиту следующие **положения**:

1. Коммуникативные стратегии похвалы и порицания в прозе В.М. Шукшина имеют одинаковую структуру, схожий во многом механизм реализации, но разные образы, полярную оценочность.

2. Коммуникативные стратегии похвалы и порицания имеют общую типологию, в основе которой лежат следующие параметры: функциональное назначение, адресность, степень эмоциональности, тональность, времен-

ная направленность, способ выражения, особенности языкового оформления, уровень достижения иллокутивной цели.

3. Как в похвале, так и в порицании морально-этический аспект занимает главенствующее положение: положительная и отрицательная оценка прежде всего направлена на внутренние (моральные) качества человека, его образ жизни, действия и поступки, что свидетельствует о народном характере идиостиля В.М. Шукшина, иллюстрирует связь его творчества с русской культурой и традициями.

4. Коммуникативную стратегию похвалы чаще всего представляют тактики одобрения, иронии, описания. Коммуникативные тактики, реализующие стратегию порицания, количественно превосходят тактики похвалы. Наиболее частотной является тактика упрека. Характерной особенностью идиостиля В.М. Шукшина является выбор сходных для выражения похвалы и порицания коммуникативных тактик иронии и сравнения.

5. Характерными языковыми средствами для выражения похвалы являются: звукопись, акцентирование, графические средства передачи длительности звучания; стилистически нейтральная лексика и инвертированные оценочные выражения, деминутивные суффиксы, частотность прилагательных, сравнения, противопоставления, эллиптические конструкции, риторические фигуры, прямой порядок слов; для выражения порицания: просторечная лексика, субстантивные и глагольные фразеологизмы, аугментативные суффиксы, частотность экспрессивно-оценочных существительных и глаголов, инверсивные конструкции, сравнения, противопоставления, риторические восклицания и вопросы, переспросы, эллиптические повторы и языковая игра.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты диссертационного исследования были представлены на международных конференциях «Языкознание 2010: Язык. Культура. Современность» (Челябинск, 2010 г.), «Современное общество, образование и наука» (Тамбов, 2012 г.), «Интернационализация региональных вузов: тенденции, стратегии, пути развития» (Волгоград, 2012 г.), «Актуальные проблемы развития науки и образования» (Москва, 2013 г.), «Актуальные вопросы в научной работе и образовательной деятельности» (Тамбов, 2013 г.), научно-методических семинарах кафедры общего и славяно-русского языкознания Волгоградского государственного социально-педагогического университета. По теме диссертации опубликовано 12 работ, в том числе 4 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ, общим объемом 3,9 п.л. (из них авторских – 3,6 п.л.).

**Структура работы** определяется целями и задачами диссертационного исследования и включает введение, три главы, заключение и библиографический список (279 наименований), приложение (схемы и таблицы). Общий объем диссертации составляет 210 страниц.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** доказываемся актуальность исследования, определяются его объект и предмет, формулируются цели и задачи работы, обосновываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, выдвигается научная гипотеза, формулируются положения, выносимые на защиту, приводятся данные об апробации исследования.

В **первой главе «Проблемы исследования коммуникативных стратегий похвалы и порицания»**, включающей четыре параграфа, рассматриваются основные теоретические понятия, такие как «речевое воздействие», «речевой акт», «коммуникативная цель», «коммуникативная стратегия», «коммуникативная тактика», «коммуникативный ход», «речевая ситуация», которые лежат в основе нашего исследования.

В **первом параграфе** «Коммуникативные стратегии и теории речевого общения» раскрывается специфика коммуникативных стратегий, которая обусловлена различными аспектами коммуникации. Так, целью речевого общения в коммуникативных ситуациях похвалы и порицания в произведениях В.М. Шукшина является выражение положительной или отрицательной оценки в отношении деятельности, способностей, жизненной позиции, внутренних и внешних качеств человека.

Несмотря на то, что проблема коммуникативных стратегий и тактик исследована достаточно хорошо, существует неоднозначное понимание термина «стратегия». Различие подходов к определению понятия речевой / коммуникативной стратегии объясняется тем, что ученые опираются на теоретическую базу различных наук, изучающих общение: психологию, логику, этику, теорию информации, лингвистическую прагматику.

На основе приведенных определений обнаружены два основных подхода к понятию «коммуникативная стратегия»: во-первых, она рассматривается как комплекс или последовательность речевых действий, во-вторых, – как сверхзадача, коммуникативные цели или замысел, планирование действий. Оба подхода обуславливают внимание к использованию соответствующих языковых средств для реализации общей коммуникативной стратегии.

В работе рассматриваются коммуникативные стратегии похвалы и порицания, которые имеют общую направленность «сверху вниз» по статусным ролям участников коммуникации. По иллюкативной цели, которая является компонентом иллюкативной силы (коммуникативного смысла), коммуникативные стратегии похвалы и порицания равнозначны: выразить положительную или отрицательную оценку действий, поступков, намерений адресата. Но по иллюкативной силе похвала и порицание как коммуникативные стратегии принципиально отличаются: во-первых, порицание относится к основным стратегиям по степени глобальности намерений (по

О.С. Иссерс), т.е. порицание, неодобрение – это и есть главное коммуникативное намерение в стратегии порицания, похвала же относится к вспомогательным коммуникативным стратегиям, т.к. стремление вызвать эмоционально положительную оценку на одобрительный, похвальный отзыв может быть вспомогательной целью в достижении основной (добиться расположения, изменить позицию слушающего).

Анализ научных работ, посвященных коммуникативным стратегиям и тактикам в разных аспектах, показал, что изучение речевого поведения с точки зрения коммуникативных стратегий – это самостоятельное направление в современной лингвистике. В его рамках исследуются проблемы речевых жанров, закономерности диалогического взаимодействия, правила речевого общения и этикета. Стратегиям и тактикам речевого поведения посвящено немало работ, в их числе работы Г.П. Грайса (1985) о максимумах речевого общения и Дж. Лакоффа (1983) о постулатах речевого общения, работы О.С. Иссерс (1997, 2008) о речевых стратегиях и тактиках и других исследователей [Киселева, 1978; Крысин, 1989; Дейк, 1989; Верещагин, Ротмайр, Ройтер 1992; Гойхман, Надеина 1997; Седов 1998; Янко 2001; Макаров, 2003; Гулакова, 2004; Токарева, 2005; Назаров, 2005; Самарина, 2006; Тимонина, 2006; Антонова, 2007; Баоянь, 2008; Певнева, 2008; Тютюнова, 2008; Галимова, 2009; Калинин, 2009; Савин, 2009; Ковригина, 2010; Горяинова, 2010 и др.].

Так как полное многоаспектного описания коммуникативных стратегий похвалы и порицания в русистике нет, актуальным является такое описание применительно к идиостилю В.М. Шукшина. Выбор произведений данного писателя в качестве материала для исследования объясняется наличием разговорной речи в его прозе, особенно в рассказах, в которых самые обыкновенные люди, простые, такие, которые окружают нас в настоящей жизни, показаны в беседах друг с другом через диалоги и полилоги.

Во **втором параграфе** «Коммуникативные тактики в коммуникативно-прагматическом аспекте изучения единиц общения» рассматривается понятие *коммуникативная тактика* как структурная единица коммуникации относительно других коммуникативно-прагматических единиц общения.

Под *коммуникативной тактикой* в исследовании понимается речевое действие (речевой акт или совокупность нескольких речевых актов), соответствующее тому или иному этапу в реализации коммуникативной стратегии и направленное на решение коммуникативной задачи этого этапа. Данное толкование коммуникативной тактики опирается на работы О.С. Иссерс (2008), А.П. Сквородникова (2004). Согласно такому подходу, понятие *коммуникативная тактика* связано с понятием *речевой акт* – как совпадающее с ним речевое действие. Соответственно, для обозначения коммуникативной тактики, речевого акта и речевого действия может использоваться одно наименование, называющее ту или иную коммуникативную задачу (в нашем случае – похвалу и порицание).

Каждая коммуникативная тактика направлена на определенные аспекты модели мира адресата и его психики (знания, оценки, желания). Подведение адресата к необходимым решениям или действиям предполагает некое психологическое воздействие: усилить какие-либо желания, изменить оценки, трансформировать образ какой-либо ситуации. В качестве инструмента реализации той или иной тактики выступают коммуникативные приемы более низкого порядка – коммуникативные (речевые) ходы [Иссерс, 2008]. Понятие коммуникативного хода активно используется в прагмалингвистике [Дейк, 1989; Карасик, 2002; Тарасова, 1992], однако исследователи вкладывают в данный термин различное содержание.

В работе коммуникативный ход трактуется как минимальная стратегическая единица, связывающая реплику говорящего с репликой слушающего и представляющая собой конкретное языковое выражение, т.е. прием, реализующий ту или иную коммуникативную тактику, который в конечном счете ведет к решению сверхзадачи, коммуникативной цели. Характеристика коммуникативного хода определяется его функциональной нагрузкой в решении коммуникативной задачи.

В *третьем параграфе* «Опыт классификации коммуникативных стратегий» подробно рассмотрены имеющиеся в лингвистике различные типологии коммуникативных стратегий. Так как исследователи используют разные критерии для анализа речевого воздействия, до сих пор не существует единой классификации коммуникативных стратегий. Основопологающей характеристикой коммуникативной стратегии является ее целевая направленность, поэтому большинство предлагаемых исследователями классификаций коммуникативных стратегий основываются на различных типологиях речевых целей. Как указывает Ю.Н. Караулов (2003), полного перечня коммуникативно-деятельностных потребностей личности (и коммуникативных целей) пока нет и создать его довольно трудно.

Цели речи одними из первых рассмотрели древнегреческие мыслители, занимающиеся риторикой. Аристотель в своей «Риторике» предложил первую классификацию речей по цели, исходя из которой коммуникативные стратегии похвалы и порицания являются эпидейктическими: «Хвалить или порицать, цель – прекрасное или постыдное» [Аристотель, 1984: 26].

В терминологии А.К. Михальской выделяются стратегия близости и стратегия отдаления, соответствующие законам человеческого общения, а также стратегия отказа от выбора, при реализации которой говорящий предоставляет партнеру право разрешить ситуацию, выбрать тип коммуникативного поведения [Михальская, 1998]. В соответствии с данной классификацией автор относит стратегию похвалы к стратегиям близости, а стратегию порицания – к стратегиям отдаления.

В основе классификации И.Н. Борисовой лежит коммуникативная целеустановка, рассматриваются три вида стратегий: регулятивная, цель ко-

торой – вызвать изменения в контексте ситуации; диктальная, назначением которой является информирование собеседника; модальная, определяющая передачу эмоций и чувств [Борисова, 1996]. В соответствии с данной классификацией коммуникативные стратегии как похвалы, так и порицания относятся к регулятивным и модальным стратегиям.

О.С. Иссерс разграничивает коммуникативные стратегии по степени глобальности целей на общие (цели не ограничены рамками определенных коммуникативных ситуаций) и частные (цели связаны с конкретной речевой ситуацией). С функциональной точки зрения исследователь выделяет основные (семантические или когнитивные) и вспомогательные (прагматические, диалоговые, риторические) стратегии. В соответствии с данной классификацией коммуникативную стратегию порицания автор относит к основным семантическим, а коммуникативную стратегию похвалы – к вспомогательным прагматическим.

Таким образом, типология коммуникативных стратегий неразрывно связана с прагматической составляющей речевого общения, поскольку именно прагматические установки говорящего, характер отбора языковых средств для достижения целей коммуникации, а также их соответствие общепринятым нормам речевого поведения составляют в комплексе те лингвопрагматические основания, на которых строится понятие коммуникативной стратегии как совокупности определенных речевых действий, подчиненных определенным целям речевого общения.

В *четвертом параграфе* «Коммуникативные стратегии похвалы и порицания в художественном дискурсе» обоснована актуальность изучения данных стратегий на материале прозы В.М. Шукшина, т.к. язык художественного произведения есть отпечаток сущности личности, ее авторской установки, индивидуальной картины мира. Творческое наследие В.М. Шукшина свидетельствует о том, что жизненной позицией писателя было утверждение достойного образа жизни человека, для которого смыслом жизни были труд и поиск истины, правды. Через отрицание той нравственной изнанки, которую писатель неоднократно описывал в различных ее проявлениях: пьянство, грубость, хамство, равнодушие, лень, – его герои делают нравственный выбор, через слово как объект рефлексии и оценки приходят к истине, т.е. нравственности.

Эмоциональность и оценочность художественного текста определили своеобразие прозы В.М. Шукшина – ее народность. Писатель отразил социально-духовные изменения общества, национальную картину бытия и сущность народного характера [Сигов, 2000, 2005], поэтому народно-разговорный язык является основной особенностью произведений В.М. Шукшина. Просторечная лексика в его творчестве занимает значительное место. Она отличается от литературной лексики большей выразительностью, эмоциональностью, поэтому ярче характеризует челове-

ка, его поведение, отношение к людям и отношение к нему окружающих. Писатель использует ее чаще всего в диалогах персонажей как яркое оценочное средство для наименования лиц, их характеристик, оценки другими персонажами: *лысан, бестолочь, бугай, вертихвостка, горлопан, лоботряс, побирушка, трепач, сварганить, звездануть, дроболызнуть, жогнуть, вздрючиваться, загнуться, окочуриться, долдонить, вякать, башковитый, незанозистый, шебутной*.

Эти примеры свидетельствуют о том, что В.М. Шукшина интересуется человеком в моменты наивысшего напряжения чувств, когда он может быть естественным, непосредственным, поэтому эмоционально-оценочная лексика в его прозе выполняет важную художественную задачу – показывает естественные, неподдельные проявления человека, вовсе не идеала, а простого русского мужика со своей «чудинкой», со своей народной философией и правдой жизни. Сам писатель подчеркивал, что открыть главное в художественном мире писателя возможно только тогда, когда осознается важность проблемы народного характера в его творчестве: «...литература – это все же жизнь души человеческой, никак не идеи, не соображения, даже самого высокого нравственного порядка» [Шукшин, 2006: 410].

Анализируемые в работе диалогические единства в идиостиле В.М. Шукшина представляют собой бытовые диалоги, которые очень приближены к естественной речи представителей простого народа того времени (1960–1970-е гг.). Например, народные представления о культуре, о городских и деревенских жителях писатель передает в диалоге молодых людей (роман «Любавины»):

– *Некультурная ты, Катерина. Темнота.*

– *Ох ты!.. Давно ты культурным-то таким стал?*

<...>

– *Вы сами, Катька, виноваты во всем. Обвиняете ребят, что они за городскими начинают ударять, а вас забывают, а нет чтобы подумать: а почему так? А потому, что городские интереснее. С ней же поговорить и то тянет. Наша, деревенская, она, может, в три раза красивее ее, а нарядится в какой-то малахай... черт не черт и дьявол не такой. Нет, чтобы подтянуть все на себе да пройтись по улице весело, станцевать там, спеть... Нет, вы будете сидеть на лавочке, семечки лузгать да сплетничать друг про друга...<...>*

– *Пошел к дьяволу!.. Приперся нотации тут читать. Мне без них тошно. <...>*

– *Никакого движения в человеке! – горько воскликнул Пашика. <...>*

– *Культурный нашелся. Уж чья бы корова мычала, а твоя бы молчала...* [Шукшин, 1992а: 461–462].

В данном отрывке из текста колорит разговорной речи создают: просторечная лексика (*лузгать, приперся*), историзмы (*малахай* – род ста-

ринной крестьянской одежды, широкий кафтан без пояса [Ожегов, 1990: 338]), разговорные обращения и выражения (*Катька, черт не черт и дьявол не такой; уж чья бы корова мычала, а твоя бы молчала*), инвективы (*Пошел к дьяволу!..*), сниженная лексика в переносном значении (*ударять за кем-то*), грамматические нарушения речи (*красившее*). Такое общение демонстрирует типичные для деревенских жителей речевые ситуации.

В аспекте художественного дискурса теоретически можно рассматривать русскую разговорную речь как лексическую основу идиостиля В.М. Шукшина, не забывая при этом, что писатель, применяя художественный вымысел, проецирует речевые ситуации, в которых «рождаются» бытовые диалоги, содержащие похвалу и порицание. Стилистически окрашенная лексика концентрируется в прямой речи персонажей, в частности, в их обращениях к другим персонажам. Таким образом, расширение словаря, выражение положительных и отрицательных оценок по отношению к объекту похвалы и порицания, опора на «живое» словопотребление изображаемой среды, особый характер связи оценки с реалиями определили своеобразие идиостиля В.М. Шукшина и его место в русской прозе шестидесятых – семидесятых годов.

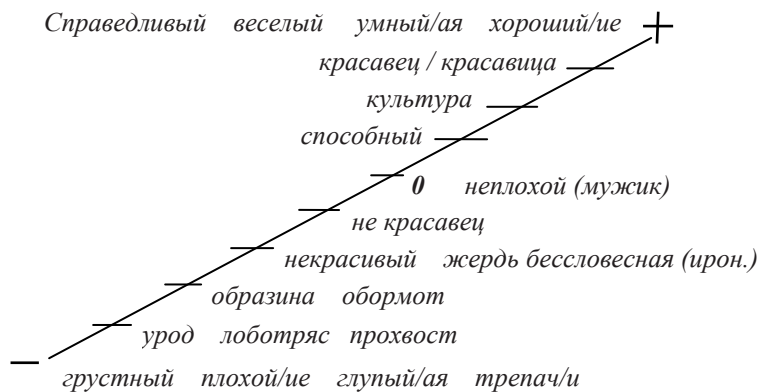
**Вторая глава «Похвала и порицание как коммуникативные стратегии в прозе В.М. Шукшина»**, включающая три параграфа, посвящена анализу данных коммуникативных стратегий, их классификации, описанию реализующих их коммуникативных тактик и ходов на материале прозы В.М. Шукшина.

В первом параграфе «Коммуникативные стратегии похвалы и порицания как оценочные стратегии в художественном тексте» определяются коммуникативные цели и сфера оценки похвалы и порицания в диалогических единствах прозы В.М. Шукшина.

В результате анализа коммуникативных стратегий похвалы и порицания в прозе В.М. Шукшина мы выявили, что оцениваются: интеллектуальные способности человека, его образованность, поведение, речь как проявление его внутреннего мира, физические данные, внешний вид – как по врожденным, онтологическим признакам, так и по социальным, поведенческим. Похвала за внутренние (моральные) качества встречается чаще, реже всего оценивается внешность, что объясняет важность внутреннего содержания, духовной красоты для русского народа, о котором и для которого писал В.М. Шукшин. Это отражает народный характер творчества писателя, связь с русской культурой и традициями.

Для определения контрастности положительной и отрицательной оценочности лексических номинаций похвалы и порицания составлена градуальная шкала с нейтральной оценочностью в делении «0», которая совпадает с нормой. Отмечено, что нейтральная лексика как языковое средство выражения похвалы и порицания отличается приставочным слово-

образованием с приставкой *-не* / сочетанием с отрицательной частицей *не* и расположена на градуальной шкале ближе к отметке «0»; чем дальше от этой отметки находятся слова, тем более контражны понятия, характеризующие похвалу и порицание: *грустный – веселый, глупый – умный, плохой – хороший, урод – красавец* (рис. 1).

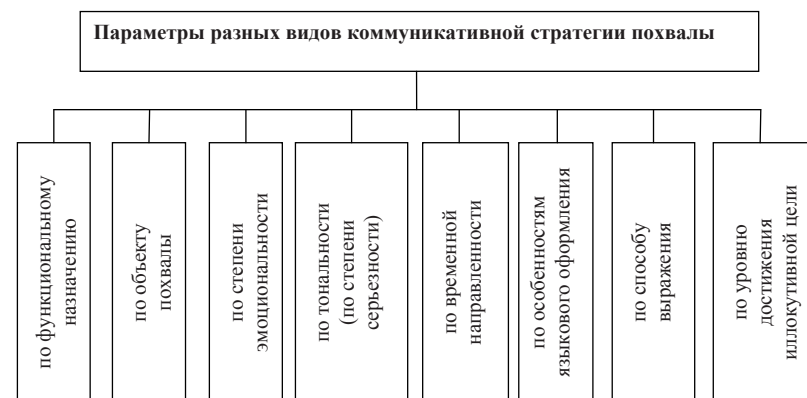


**Рис. 1.** Положительная и отрицательная оценочность лексических номинаций похвалы и порицания

Анализ частотности употребления оценочных лексических единиц, похвалы и порицания показал: во-первых, слова с отрицательной семантикой наиболее употребимы, во-вторых, чаще используются слова, относящиеся к просторечной лексике, в-третьих, их антонимичность может выражаться энантиосемией, которая чаще встречается в высказываниях, содержащих порицание: *герой-любовник* (о человеке, не пользующемся популярностью у противоположного пола), *культурный нашелся* (о некультурном человеке), *шибко умная* (о глупом, недалеком человеке), *богач!* (о человеке без финансового состояния).

При рассмотрении оценочной лексики отмечено, что объективный компонент оценки складывается тогда, когда номинатор, оценивая определенную реалию, опирается на ее собственные свойства и стереотипное представление о ней. Субъективный характер положительной оценке придают следующие языковые средства: деминутивные суффиксы, риторические фигуры (обращения, восклицания), неполные предложения, синтаксический параллелизм, повторы. Субъективное значение отрицательной оценки достигается с помощью императивов, инверсий, просторечной, бранной и жаргонной лексики.

Во *втором параграфе* «Коммуникативная стратегия похвалы: цели, типология, коммуникативные тактики и ходы» предложена классификация видов названной стратегии в идиостиле В.М. Шукшина, составленная с опорой на типологию речевых актов похвалы и комплимента [Серебрякова 2002: 93–100]. Используются дополнительные критерии: по функциональному назначению, адресности, особенностям языкового оформления, уровню достижения иллокутивной цели. Параметры, выступающие основанием для типологии коммуникативных стратегий и тактик похвалы, представлены на рис. 2.



**Рис. 2.** Параметры выделения видов коммуникативной стратегии похвалы (в идиостиле В.М. Шукшина)

Анализ позволяет отметить, что похвалу по критерию «функциональное назначение» больше остальных заслуживает правильный образ жизни, менее всего – внешний вид. Это подтверждает, что в идиостиле В.М. Шукшина положительная морально-этическая оценка направлена на то, как живет человек, о чем думает и мечтает, т.е. на внутренние качества, а не внешние. Следовательно, писатель в своих произведениях отразил особенности национального характера в языковой картине мира русских людей. Так, Ю.Д. Апресян (1995), А. Вежицкая (1996) считают, что в наиболее полной мере особенности русского национального характера проявляются в трех уникальных понятиях русской культуры: душа, судьба и тоска. Исследователи доказывают это, опираясь на несколько семантических характеристик, образующих смысловой универсум русского языка: эмоциональность, иррациональность, любовь к морали и др. [Апресян, 1995; Вежицкая, 1996]. Данное положение подтверждает исследуемый материал.



Коммуникативную стратегию похвалы реализуют разные тактики, чаще всего встречаются тактики одобрения (20%), иронии (17%), описания (12,5%), комплимента и сравнения (по 11,5%). Меньше представлены тактики признания (6,5%), поддержки (6,2%), симпатии (5,9%), отвлечения внимания (5,7%), благодарности (2,8%).

Несмотря на наличие общих признаков, выявлены отличия коммуникативных тактик комплимента, поддержки, одобрения, благодарности от коммуникативной стратегии похвалы. Так, перлокутивный эффект похвалы – дать положительную оценку кому- или чему-либо, а в представленных тактиках целью воздействия на адресата является расположение его к себе, установление кооперативного общения. Если говорить об оценке, то похвале свойственна объективная оценка, как и одобрению, однако характер оценки в благодарности носит в большей мере этикетный или ритуальный характер. Существуют различия и в количестве оцениваемых признаков, и в иллокутивной, пропозициональной семантике.

Отмечено, что коммуникативная тактика благодарности встречается крайне редко. Это объясняется тем, что в языковой культуре русского народа выражение благодарности носит этикетный, ритуальный характер, подобно языковым формулам приветствия или прощания, о чем не раз упоминали исследователи [Акишина, Формановская, 1968; Формановская, 1987]. Поскольку формулы благодарности, как правило, имеют формальный (этикетный) характер, они лишены оценочного значения. В анализируемом материале коммуникативные тактики благодарности единичны:

*Мать Витькина, сухая, двужильная, легкая на ногу, заметалась по селу. Сбегала к председателю сельсовета – тот тоже развел руками:*

*– Как я могу помочь? Ну, характеристику могу написать... Все равно, наверно, придется писать. Ну, напишу хорошую.*

*– Напиши, напиши, как получше, разумная ты наша головушка. Напиши, что – по пьянке он, он тверезый-то мухи не обидит...*

*– Там ведь не станут спрашивать – по пьянке он или не по пьянке. Милиционера изувечил... Ты вот что: съезди к тому милиционеру, может, не так уж он его и зашиб-то. Хотя вряд ли...*

*– Вот спасибо-то тебе, андел ты наш, вот спасибочко-то... [Шукшин, 1992б: 415].*

Как видно из приведенного примера, на просьбу о помощи следует совет обратиться к пострадавшему, поэтому тактика благодарности является ответной реакцией на добрый совет, за который по этикету принято говорить «спасибо». При этом формула благодарности не содержит оценочного значения, которое проявляется в обращениях *андел ты наш* и *разумная ты наша головушка*.

Тактики похвалы чаще всего представляют следующие коммуникативные ходы: сравнение, эмоциональное обращение, различные риторические фигуры, инвертированные выражения, сожаление, обещание, утешение, уточнение информации, сообщение о хорошем отношении и др.

Количественная представленность коммуникативных тактик и коммуникативных ходов, реализующих коммуникативную стратегию похвалы, как показал анализ, достаточно ограничена. Это еще раз доказывает, что соответствие норме не требует положительной оценки, в отличие от нарушения общепринятых норм поведения.

В *третьем параграфе* «Коммуникативная стратегия порицания: цели, типология, коммуникативные тактики и ходы» анализируются цели, тактики и ходы названной стратегии.

Виды коммуникативной стратегии порицания, как и похвалы, различаются по функциональному назначению, объекту порицания, особенностям языкового оформления, способу выражения, интонации (восклицательной, вопросительной), временной направленности, степени серьезности, уровню достижения иллокутивных целей, тональности (степени серьезности), особенностям языкового выражения.

Отмечено, что тактики порицания частотны и разнообразны, в отличие от тактик похвалы, что подтверждает общезыковой фактор: отражение отрицательных явлений действительности воспринимается как отклонение от морально-этических норм и получает отрицательную языковую оценку, положительные реалии воспринимаются как норма и не требуют похвалы. Порицание направлено на отрицательные проявления личности: лень, трусость, жадность, ошибки и промахи в работе, неподобающий внешний вид, поведение, в том числе и речевое. Реже всего порицаются внешний вид, бедность, отсутствие вкуса. Таким образом, отрицательной оценки заслуживает неправильный образ жизни. Из всех аспектов оценки в порицании преобладает морально-этический.

Коммуникативную стратегию порицания в идиостиле В.М. Шукшина, как показал анализ, представляют коммуникативные тактики, представленные на рис. 3.



Рис. 3. Коммуникативные тактики, реализующие стратегию порицания

Наиболее частотными коммуникативными тактиками порицания являются упрек (18,5%), ирония (12%), обида (8,3%). Самыми непопулярными оказались тактики оправдания (2,8%), обвинения (4,5%), ссоры (4,2%), проклятия (3,2%), оправдания (2,8%) и унижения (2,1%). Коммуникативные тактики порицания представлены следующими ходами: отрицанием, сравнением, грубым просторечием, оскорбительными словами и выражениями, повторами, восклицательными предложениями, риторическими восклицаниями и вопросами, неполными предложениями, парцелляцией, императивами с отрицанием, указанием на возраст, слабость, эгоизм, переадресацией, самовосхвалением, обзыванием, негативным пожеланием, предупреждением о негативных последствиях, объяснением, обещанием физической расправы и другими.

В третьей главе «Языковые средства выражения коммуникативных стратегий похвалы и порицания» проводится сравнительный анализ фонологических, словообразовательных, лексико-семантических и синтактико-семантических языковых маркеров, реализующих коммуникативные стратегии похвалы и порицания, обозначены их сходство и различия.

В первом параграфе «Языковые средства выражения коммуникативной стратегии похвалы» отмечено, что автор использует единицы разных языковых уровней для выражения положительной оценочности. Наиболее частотны лексические средства, достаточно широко представлены морфологические (разные части речи с коннотативным содержанием), синтаксические (порядок слов, определенные конструкции), словообразовательные, фонетические средства, придающие речи живое звучание.

Для выражения положительной оценочной семантики система языка располагает разнообразными языковыми средствами. В.М. Шукшин использует разные формы маркирования разговорной речи, применяет различные техники и приемы в изображении речи деревенских жителей, а также диалектизмы. С помощью искаженной орфографической записи создается колорит устной речи, передаются орфоэпические особенности диалектной речи и просторечия. Например, диалектные средства выражения похвалы представлены в большей степени фонетически: просторечная диссимилиация: *куфайка* ([ф]), *гумага* ([б]), *дак* ([т]), *андел* ([г]), *наскрозь* ([в]); просторечное опущение начального звука: *спомнить* ([в]); разговорная диэреза: *тада*; просторечное стяжение: *счас*, *жись*, *оклемаицца*; яканье (в первом предупредном слоге гласные неверхнего подъема совпадают в звуке [а] после мягких согласных): *чяво*, *мядку туясок*; редукция предупредного гласного: *сичас*; грамматические изменения темы в окончаниях глаголов 3-го л. ед. и мн. ч.: *женются*, *ходят*, *простют*; просторечное упрощение групп согласных: *вобчем*, *нащот*.

Активными средствами создания разговорности речи как характерной черты идиостиля В.М. Шукшина, который ставит своей целью передать

стилистику и фонетику живой народной речи, являются графические приемы: написание через дефис, акцентирование, намеренное искажение орфографического облика слова.

Как показал анализ, доминирующей в коммуникативных стратегиях похвалы является нейтральная по стилистической маркированности лексика. Наиболее широко представлены качественные прилагательные (*другой*, *хорошие*, *вежливый*, *здоровые*, *добрый*, *уважительный*) и наречия меры и степени (*хорошо живёшь-то*, *сынко*; *очень неглупый мужик*): – *А я, Кузенька, думаю тоже. Ночи не сплю, думаю. Любить мне охота... А некого. Наши... здоровенные все, как жеребцы, и шибко уж неинтересно с ими. Ты другой вроде...* [Шукшин, 1992а: 30]. Активно используются инвертированные оценочные выражения, в основе которых – лексика с отрицательно-оценочной семантикой, поэтому они отличаются особой экспрессивностью и часто встречаются в разговорной речи. Например: – *Я вас всех уважаю, черти драные!*... [Шукшин, 1992б: 192]. Слово *черти* с отрицательной семантикой в данном примере имеет положительную коннотацию.

Несмотря на оценочный характер коммуникативной стратегии похвалы, стилистически нейтральная лексика (30%) является самой частотной в создании положительных оценочных высказываний. Это объясняется, во-первых, тем, что нейтральная лексика является стилиобразующей для любого текста, во-вторых, значительно меньшей представленностью коммуникативных стратегий похвалы по сравнению со стратегиями порицания, в-третьих, языковой асимметрией в сторону отрицательной оценочности: негативные реакции в языке проявляются значительно чаще, чем положительные, т.к. мотивируются отклонением от нормы, поэтому всегда остро воспринимаются.

Одним из способов создания положительной оценочности в идиостиле В.М. Шукшина является окказиональная деривация (*горбатиться* – трудиться до изнеможения, изнурять себя тяжёлой работой; внутренняя форма, соотносящая глагол с фразеологизмом *гнуть горб*: – *А я честно всю жизнь горбатился!* [Шукшин, 1992б: 65]). Частотным языковым средством выражения положительной оценки является суффиксация с диминутивными суффиксами (уменьшительными, ласкательными): *-к*, *-ушк*, *-ишк*, *-щик*, *-ашк*, *-еньк*, *-ечк*, *-очк*, *-ят*, *-ец* / *-иц* (*кровинушка*, *матушка*, *зоренька*). Широко представленная суффиксация с диминутивными суффиксами, как видно из предложенных примеров, направлена именно на оценку человека, а не на его быт, окружающую действительность. Это в очередной раз доказывает, что в центре внимания В.М. Шукшина находится человек, а не те реалии, в которых он существует. Данная особенность идиостиля В.М. Шукшина проявляется и на уровне морфологии: поскольку оценочные прилагательные и существительные

направлены на характеристику человека, его моральных качеств, способностей, то экспрессивно-оценочные прилагательные и существительные представлены шире (*умница, красавица, идеал, молодец, орлы, зоренька, стерженек, справедливый, уважительная, передовая, мастеровой, способный, башковитый, головастый*), чем глаголы, которые призваны оценивать действия (*кокетничал, люблю, буду гордиться, уважаю, принимаю, нравишься*). Соотношение групп экспрессивно-оценочных прилагательных (по оценочной семантике), как и языковых маркеров похвалы, отражено на рис. 4.

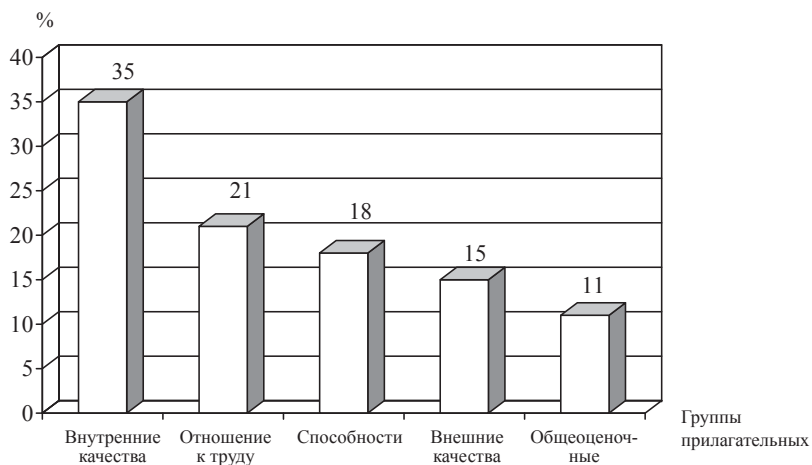


Рис. 4. Соотношение экспрессивно-оценочных прилагательных – маркеров похвалы

Выбор синтаксических средств у В.М. Шукшина также обоснован необходимостью создания впечатления живой, разговорной речи. В диалогах своих героев писатель использует такие синтаксические средства, как неполные предложения: – *Чиженька мой, – ласково, тихо – так знакомо! – говорила Клара, – да что ж ты так торопишься? Дай я тебя...* [Шукшин, 1992б: 81]; восклицательные предложения: – *Хорошо! Давай еще!..* [Шукшин, 1993: 17]; характерное для разговорной речи нарушение порядка слов: – *Домовитая. Хозяйка будет хорошая* [Шукшин, 1992б: 412]; повторы: – *Хорошее дело, – сказал дядя Володя. – В жизни пригодится. Вот пойдешь в армию: все будут строевой шаг отрабатывать, а ты в красном уголке на баяне тренироваться. Очень хорошее дело* [Шукшин, 1992б: 270].

На первом месте по частотности употребления в похвальных высказываниях находятся синтаксические конструкции с прямым порядком слов.

Это можно объяснить тем, что выражение положительной оценки часто совпадает с понятием нормы, поэтому не требует специальных средств для привлечения внимания адресата похвалы.

Во втором параграфе «Языковые средства выражения коммуникативной стратегии порицания» рассматриваются языковые средства для выражения отрицательной оценки, характеризующие идиостиль В.М. Шукшина.

В коммуникативных стратегиях порицания в основном отмечаются следующие коннотативные фонетические и просодические средства достижения экспрессивности: просторечное стяжение: – *Хоть сейчас-то не ерепенся...* [Шукшин, 1992б: 324]; просторечное опущение начального [а] и произнесение предупредного «э» как [и]: – *А то ирапланов понаделали...* [Шукшин, 1992б: 199]; просторечное опущение начальной гласной и упрощение зияния [ya]→[o]: *Иногда, чтобы подзадорить Хавронью, Яша кидал через улицу: – Ксплотатор!* [Шукшин, 1992а: 51]; просторечно-диалектное отверждение [ш]: – *...я пошел их шишолкать*» [Шукшин, 1993: 425]; – *Разинул рот. Шишенок* [Шукшин, 1993: 226]; яканье (в первом предупредном слове гласные неверхнего подъема совпадают в звуке [а] после мягких согласных) и просторечная ассимиляция: – *...а вы теперь сляли на шею обществу, «Анчихрист!* [Шукшин, 1992а: 188]).

Стремление писателя к реалистичности в изображении простых русских людей прослеживается, прежде всего, в выборе языковых средств на лексическом уровне языка. Разговорная речь воспринимается как необработанная запись языкового материала жителей алтайских деревень благодаря изобилию в их диалогах просторечных слов и выражений, диалектных вкраплений. Именно поэтому создается такое ощущение, что герои В.М. Шукшина говорят так же, как говорят в повседневной жизни простые деревенские жители. Нейтральная по своей стилистической окраске лексика как индикатор порицания слабо представлена в идиостиле В.М. Шукшина (*не красавец, несознательный, слабый, ребенок*). Это можно объяснить тем, что для выражения отрицательной оценки используются слова с яркой эмоционально-экспрессивной окраской – просторечная, разговорная, диалектная лексика. Просторечная лексика как часть разговорной лексики, отличающаяся сниженным характером, грубостью, ненормированностью, отнесена к отдельной группе для того, чтобы подчеркнуть особую резкость, оценочность, экспрессивность таких слов. Просторечные слова составляют около половины из всех представленных в анализе лексических групп. Из этого следует, что именно просторечная лексика занимает значительное место в творчестве В.М. Шукшина и является лексической основой для выражения порицания. Писатель широко применяет стилистически маркированную лексику, представленную в названии-характеристике человека.

Коммуникативную стратегию и коммуникативные тактики порицания в идиостиле В.М. Шукшина активно представляют фразеологизмы (*сердце кровью обливается* [Шукшин, 1992б: 343]; *пристал как банный лист* [Шукшин, 1992а: 65]; *трепать языком* [Шукшин, 1992б: 348]). Активное использование в коммуникативных стратегиях порицания глагольных, субстантивных и адъективных фразеологических единиц, которые в исследуемом материале имеют, прежде всего, оценочную функцию, еще раз доказывает, что для В.М. Шукшина великой ценностью является человек. Внимание писателя сконцентрировано на человеке – его образе жизни, моральном облике, делах и помыслах.

Среди словообразовательных средств выражения порицания необходимо выделить суффиксацию с аугментативными (увеличительными, огрубляющими) суффиксами (75%), которые включают оттенок негативной оценки суффиксами, выражающими пренебрежение: *-ин, -юг, -яй, -юх, -ьё, -ник, -от, -ун, -ер, -яр, -ач -ак/-як, -ах: ворюга, ухажер, поганец, поганка, сосунок, трепач, дьяволина, детина, образина, орясина, дьяволина, лягушатинка, хамье.*

На морфологическом уровне, помимо экспрессивно-оценочных существительных с отрицательной семантикой (*сволочь, сопляк, недоносок, оборот, подлец, хохмач*), активными являются глаголы с отрицательной семантикой, императивы, нередко с отрицательной частицей *не*, выступающие в качестве интенсификаторов экспрессивности: *– Где у тебя обрез? – сразу начал Кондрат. – Какой обрез? – Макар сделал изумленное лицо. – Не корчи из себя дурачка. Где он?* [Шукшин, 1992а: 32]. Прилагательные и наречия придают более глубокую выразительность речи, создавая объемность образа и самого текста (*заполошный, малохольный, гундосая, проклятые, тяжельше, прямо, шибко, уж, дурной, ишо, тада*). В функции усилителей отрицательной оценки, помимо императивов, выступают наречия, междометия, частицы, относительные местоимения (*очень / шибко, просто, вот, уж, ах, эх, ей-богу, уж, ну, даже, только, какой / ая, как и др.*): *– Ах, как я бездарно прожил, Ваня! Как жалко... Я даже не любил – боялся любить, ей-богу...* [Шукшин, 1992б: 297]. В идиостиле В.М. Шукшина маркерами порицания, помимо инверсивных конструкций (38,4%), являются также следующие выразительные синтаксические средства: сравнения (17,5%), риторические восклицания (12,8%), эллиптические предложения, в основном побудительные (11,3%), риторические вопросы (9%), противопоставления (4,2%), повторы (3,5%).

В *третьем параграфе* «Сопоставительный анализ языковых средств выражения коммуникативных стратегий похвалы и порицания» в соответствии с названием проводится сравнение описанных в первом и втором параграфах третьей главы языковых маркеров.

Анализ диалоговых единств (1215), из которых 86% (1075 единиц) – порицание и всего 14% (175 единиц) – похвала, показал, что в идиостиле В.М. Шукшина, отражающем народные представления о положительных и отрицательных проявлениях человека, коммуникативная стратегия порицания встречается гораздо чаще, чем полярная по своей интенции коммуникативная стратегия похвалы.

Коннотативная лексика, представленная просторечными, разговорными, диалектными лексемами, количественно преобладает в коммуникативной стратегии порицания, и, наоборот, в похвале она менее разнообразна, менее образна по сравнению с экспрессивными средствами, репрезентующими порицание (рис. 5).

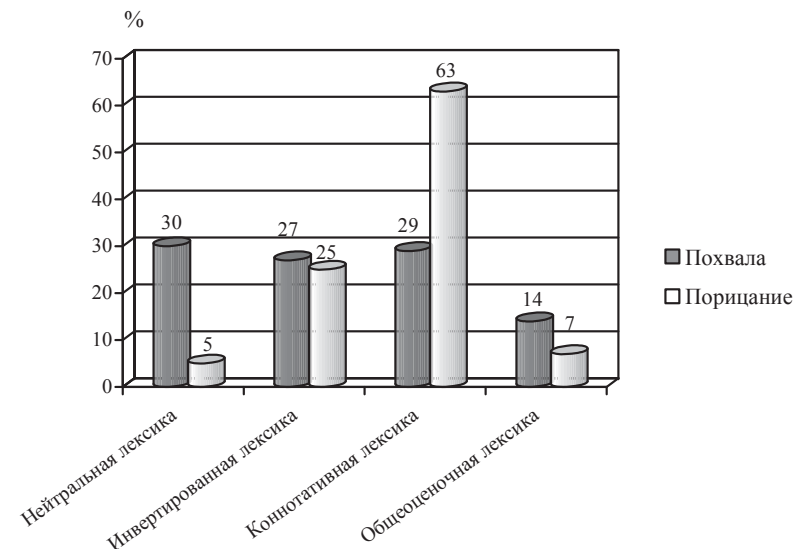


Рис. 5. Количественная представленность лексических маркеров похвалы и порицания

В качестве яркой оценочной лексики в идиостиле В.М. Шукшина как в похвале, так и в порицании особое место занимает диалектная лексика, являясь достоверным средством социальной характеристики, отражающим особенности быта, образа жизни и деятельности персонажей. Лексическими индикаторами коммуникативных стратегий и тактик похвалы являются субстантивные и глагольные фразеологизмы.

На словообразовательном уровне отмечено, что слова с положительной семантикой образуются, как правило, с помощью диминутивных суффик-

сов и окказиональной деривации. Негативная оценка достигается в основном с помощью аугментативных суффиксов и словосложения.

Экспрессивно-оценочные прилагательные, положительная оценочная семантика которых направлена на внутренние (моральные) качества человека, встречаются чаще, чем оценочные существительные. Интенсификаторами похвалы выступают наречия, междометия, частицы, относительные местоимения. Семантический состав просторечной лексики с отрицательной оценочностью активно представлен не только экспрессивно-оценочными существительными, но и экспрессивными глаголами. Отмечена частотность императивов с частицей *не*.

Синтаксическими маркерами похвалы являются синтаксические модели типа *Я-то – дай бог каждому!*; *Вот дуриха-то!*; предложения-предикаты. Синтаксические конструкции типа «прил. + мест. / сущ.» (*не-нормальные вы, слабый ты, чудной человек*) в похвале встречаются гораздо чаще, чем синтаксические конструкции «межд. + обращение» (*Эх, вы; Ах, Ваня, Ваня*) и «межд. + глаг.» (*Ох, попадет тебе; Эх, учили вас учили*). Другими синтаксическими маркерами похвалы являются сравнения, противопоставления, инверсия, эллиптические конструкции, риторические фигуры. В коммуникативной стратегии порицания отмечено также частое использование экспрессивно-синтаксических инверсивных конструкций типа «сущ. + прил. / прич.» (*сундук старорежимный, лесина неотесанная, баран недобитый*), выявлена наименьшая частотность конструкций типа «межд. + обращение / мест.». Маркерами порицания, помимо инверсивных конструкций, являются также сравнения, противопоставления, риторические восклицания и вопросы, переспросы, эллиптические повторы, а также языковая игра.

Анализ языковых маркеров похвалы и порицания показал, что порицание играет важную роль в русском межличностном общении, которое является важной составляющей идиостиля В.М. Шукшина. Несмотря на различия в выборе стратегий и тактик порицания, мы отметили богатую парадигму разноуровневых языковых средств, служащих для реализации данных стратегий и тактик.

В **заключении** диссертации излагаются основные результаты принятого исследования и обрисовываются перспективы дальнейших изысканий, связанные с разносторонним изучением коммуникативных стратегий и тактик и выявлением особенностей их языкового выражения как на материале художественных произведений, так и в живой речи.

## Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях автора:

*Научные статьи в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ*

1. Черницына, Т.В. Особенности использования коммуникативных стратегий и тактик порицания в художественном тексте (на материале рассказов В.М. Шукшина) / Т.В. Черницына // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер.: Филол. науки. – 2013. – № 1 (76). – С. 63–66 (0,4 п.л.).
2. Черницына, Т.В. Коммуникативные стратегии похвалы в прозе В.М. Шукшина: типология, языковая реализация / Т.В. Черницына // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. – 2013. – № 1 (17). – С. 160–163 (0,5 п.л.).
3. Черницына, Т.В. Коммуникативные стратегии похвалы и порицания в идиостиле В.М. Шукшина: оценочная семантика / Т.В. Черницына // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2013. – № 7 (25). – Ч. 2. – С. 196–198 (0,4 п.л.).
4. Черницына, Т.В. Лингвистические средства коммуникативных стратегий порицания как отражение языковой картины мира (на материале прозы К.Н. Леонтьева и В.М. Шукшина) / Е.В. Хрипунова, Т.В. Черницына // Изв. Волгогр. гос. техн. ун-та. Сер. «Проблемы социально-гуманитарного знания». – 2013. – № 2 (105). – Вып. 12. – С. 178–181 (0,4 п.л., авт. – 0,2 п.л.).

*Статьи в сборниках научных трудов и материалов научных конференций*

5. Черницына, Т.В. Самопрезентация как коммуникативная стратегия / Т.В. Черницына // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания русского языка в вузе и школе: сб. науч. тр. – Воронеж: Науч. книга, 2009. – Вып. 9. – С. 100–105 (0,4 п.л.).
6. Черницына, Т.В. Коммуникативные стратегии и тактики похвалы и порицания / Т.В. Черницына // Языкознание-2010: Язык. Культура. Современность: материалы Междунар. заоч. лингв. науч.-практ. конф.: сб. науч. ст. – Челябинск, 2010. – Вып. 2. – С. 128–134 (0,4 п.л.).
7. Черницына, Т.В. Коммуникативная цель стратегий похвалы (на материале прозы В.М. Шукшина) / Т.В. Черницына // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания русского языка в вузе и школе: сб. науч. тр. / Воронеж. гос. ун-т, Науч.-метод. центр рус. языка. – Воронеж, 2012. – Вып. 20. – С. 86–91 (0,4 п.л.).
8. Черницына, Т.В. Коммуникативная цель стратегий и тактик похвалы и порицания (на материале рассказов В.М. Шукшина) / Т.В. Черницына // Современное общество, образование и наука: сб. науч. тр. по материалам Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 25 июня 1012 г.: в 3 ч. / М-во образования и науки РФ; ТРОО «Бизнес–Наука–Общество». – Тамбов, 2012. – С. 188–189 (0,1 п.л.).
9. Черницына, Т.В. Коммуникативная цель стратегий и тактик похвалы (на материале рассказов В.М. Шукшина) / Т.В. Черницына // Интернационализация региональных вузов: тенденции, стратегии, пути развития (Волгоград, 23–25 окт.

2012 г.): материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 50-летию подготовки спец. для зарубеж. стран в Волгогр. гос. техн. ун-те / ВолгГТУ. – Волгоград, 2012. – С. 433–437 (0,3 п.л.).

10. Черницына, Т.В. Языковые средства коммуникативных стратегий похвалы как способ выражения народного сознания в произведениях К.Н. Леонтьева и В.М. Шукшина / Е.В. Хрипунова, Т.В. Черницына // Интернационализация региональных вузов: тенденции, стратегии, пути развития (Волгоград, 23–25 окт. 2012 г.): материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 50-летию подготовки спец. для зарубеж. стран в Волгогр. гос. техн. ун-те / ВолгГТУ. – Волгоград, 2012. – С. 444–449 (0,4 п.л., авт. – 0,3 п.л.).

11. Черницына, Т.В. Коммуникативные стратегии и коммуникативные тактики порицания: языковая реализация (на материале рассказов В.М. Шукшина) / Т.В. Черницына // Актуальные вопросы в научной работе и образовательной деятельности: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф., 31 янв. 2013 г.: в 13 ч. / М-во образования и науки РФ; ТРОО «Бизнес – Наука – Общество». – Тамбов, 2013. – Ч. 11. – С. 137–138 (0,1 п.л.).

12. Черницына, Т.В. Коммуникативные стратегии и тактики порицания в идиостиле В.М. Шукшина: оценочный аспект / Т.В. Черницына // Актуальные проблемы развития науки и образования: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. 30 апр. 2013 г.: в 6 ч. / М-во образования и науки РФ. – М.: «АР-Консалт», 2013. – Ч. 2. – С. 52–53 (0,1 п.л.).

ЧЕРНИЦЫНА Татьяна Владимировна

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ  
ПОХВАЛЫ И ПОРИЦАНИЯ  
В ИДИОСТИЛЕ В. М. ШУКШИНА

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Подписано к печати 29.10.13. Формат 60x84/16. Бум. офс.  
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 1,4. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 110 экз. Заказ .

Издательство ВГСПУ «Перемена»  
Типография Издательства ВГСПУ «Перемена»  
400066, Волгоград, пр. им. В. И. Ленина, 27