

УДК 81'23

DOI: 10.37482/2687-1505-V064

СИДОРОВА Наталья Анатольевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английского языка Военного университета Министерства обороны Российской Федерации, профессор кафедры лингвистики и перевода Российского государственного социального университета (Москва). Автор 126 научных публикаций*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0529-6026>

КУРОЧКИНА Елена Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английского языка Военного университета Министерства обороны Российской Федерации (Москва). Автор 32 научных публикаций**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4082-8553>

СЕМАНТИКА ЦЕННОСТНО МАРКИРОВАННОГО ДИСКУРСА

Цель данной статьи заключается в утверждении идеи ценностной определенности семантики дискурса, при этом высказывания, семантическую основу которых составляют ценности коммуникантов или их представления о ценностях, обозначаются в работе как ценностно отмеченные, а подобный дискурс – как ценностно маркированный. Авторы используют системно-деятельностный ценностный подход к исследованию речевой коммуникации в рамках изучения семантики дискурса. Исследованы высказывания на английском и русском языках, в которых ценности коммуникантов актуализируются эксплицитно. Установлено, что высказывания подобного типа обладают специфической особенностью – придают семантике дискурса свойство замещать ценностные представления коммуникантов. Детальное рассмотрение функционирования соответствующих словесных единиц в речевой коммуникации явилось основанием для выделения их в отдельный тип, отнесения подобного дискурса к особому виду и утверждения его как объекта для дальнейших научных исследований. По мнению авторов статьи, механизм функционирования ценностей в дискурсивной реальности реализуется при помощи знаковых программ актуализации ценностей в сознании коммуникантов, ценности, в свою очередь, являются базой создания знаковых программ понимания, интерпретации, мотивации поведения реципиента. Авторы приходят к заключению, что анализ семантики ценностно маркированных высказываний может существенным образом дополнить представления о природе и функциях дискурса, поскольку позволяет доказать семиотическую идею о знаковом замещении ценностных представлений говорящего и реципиента в ценностно маркированном дискурсе. Последнее является важным моментом для исследования положений и принципов дискурсивной лингвистики, обоснования функционирования аксиолингвистических механизмов в дискурсивной реальности.

Ключевые слова: семантика дискурса, ценности, представления о ценностях, ценностно маркированный дискурс, ценностно отмеченные высказывания, речевая коммуникация.

*Адрес: 123001, Москва, ул. Б. Садовая, д. 14; e-mail: natuzz@rambler.ru

**Адрес: 123001, Москва, ул. Б. Садовая, д. 14; e-mail: el_kurochkina@mail.ru

Для цитирования: Сидорова Н.А., Курочкина Е.В. Семантика ценностно маркированного дискурса // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2020. № 6. С. 63–71. DOI: 10.37482/2687-1505-V064

Явление ценностного маркирования дискурса состоит в том, что семантическая организация высказываний, основу которых составляют ценности или представления о них участников речевой коммуникации, обладает определенным специфическим свойством. В частности, наличие в дискурсе словесных единиц, замещающих ценностные образы, придает семантике дискурса способность коррелировать с представлениями о ценностях говорящего и реципиента. Следовательно, маркированность становится важнейшим свойством дискурса, а ценностная отмеченность формирует особую семантику речевой коммуникации. Природа речевой коммуникации интерактивна, это значит, что при организации совместной деятельности коммуникантов [1] семантика высказываний говорящего эксплицитно или имплицитно реализует ценности автора и, частично, представления о ценностях адресата, поскольку взгляд «другого», «сознательное действие с вещью подразумевает необходимость понимания того, что данная вещь значит для других» [2, с. 23]. Таким образом, высказывания дискурса могут содержать словесные единицы, обозначающие ценности коммуникантов или замещающие их представления о ценностях; это является объективным основанием для типологического выделения данной разновидности дискурса и, соответственно, для утверждения его в качестве многосоставного объектного поля для научных исследований.

Феномен ценностей в речевой коммуникации исследуется рядом ученых по различным направлениям: ценности рассматривают как детерминанты речевой коммуникации (Е.В. Сидоров [3], Н.А. Сидорова [4], Е.Ф. Тарасов [5] и др.), как личностные ориентиры коммуникации, ценностную картину мира [6], как основания культурной вариативности (Е.М. Верещагин [7], В.И. Карасик [8], А.А. Леонтьев [9], Ю.С. Степанов [10], F.R. Kluckhohn, F.L. Strodtbeck [11]), также изучают культурологическую проблематику дискурса с точки зрения ценност-

ного подхода (В.П. Синякин [12], Ю.А. Сорокин [13], Е.Ф. Тарасов [5], Н.В. Уфимцева [14], А. Вежбицкая [15] и др.), «путем переноса исследовательских процедур из психологии в лингвокультурологию» [12], толкуя феномен «ценности... организующего как в целом языковое сознание, так и каждый отдельный его элемент» [16, с. 92]. Однако исследования семантики дискурса в аспекте ее ценностной определенности, т. е. ценностной маркированности дискурса, проводятся, на наш взгляд, не достаточно интенсивно, поэтому в нашей работе будут продемонстрированы методы системно-деятельностного ценностного подхода к исследованию речевой коммуникации и результаты этого исследования. При этом следует заметить, что изучать семантику такого рода будет возможным, если представить ее «в виде цепи причинения, в которой значение словесной формы в РД¹ выступает как причина организации соответствующего компонента текста, компонент же текста выступает в качестве причины актуализации значения словесной формы в РД реципиента» [17, с. 84].

Приведем ряд примеров семантически маркированных высказываний, особенностью которых является наличие семантических образований, соотносящихся с ценностями и представлениями о них участников речевого общения:

1. I didn't mean that; I *only said it to tease you*. (Я об этом не думал. Я сказал об этом, *только чтобы подразнить тебя*) [18, p. 35].

2. *It sounds like a broken record!* (Что за хриплый голос!) [19, p. 146].

3. Is that *the way for one buddy to talk to another?* (Разве так *приятели разговаривают друг с другом?*) [20, p. 68].

4. Now I say *this and make it a rule, because I'm chief*. (Теперь я *утверждаю это, и теперь все будет по-моему, потому что я начальник*) [21, с. 91].

Семантика первых трех высказываний определена ценностными представлениями говорящих о нормах речевого общения между

¹РД – речевая деятельность.

приятелями (*Is that the way for one buddy to talk to another*) и о том, как нужно или можно вести себя в ситуации речевой коммуникации. Семантика четвертого высказывания определена ценностями говорящего, его представлениями о том, какие должны быть права начальника, а именно тем, что позволительно начальнику в отношениях с подчиненными (*make it a rule, because I'm chief*).

В первом примере словесный ряд *only said it to tease you* (*только чтобы подразнить тебя*) служит для знакового замещения ценностных представлений говорящего, в тексте которого предугадываются и учитываются ценности партнера-реципиента, виртуального речевого поведения реципиента в состоянии того, кого дразнят. Отметим, что в данном высказывании очевиден «нереальный» (виртуальный) характер дискурсивной семантики, в которой замещаются денотаты, только воображаемые говорящим и предлагаемые адресату-реципиенту для осознания наряду с «реальными» денотатами, наблюдаемыми коммуникантами. Наличие фактов «виртуальной» референции в семантике дискурса побуждает нас задуматься над тем, насколько справедливыми являются часто встречающиеся в лингвистической литературе заявления о «реальном» характере референции.

Во втором примере словесный ряд *to sound like a broken record* (*звучать хрипло, как треснувший колокол*) характеризует некую особенность речевого поведения самого говорящего, замечающего, что он говорит неожиданно хриплым голосом. Данное словесное образование служит для знакового замещения представлений о ценностях говорящего в аспекте его трактовки образа речевого поведения, а именно норм звучащей речи в диалоге, причем в данном высказывании содержатся и элементы замещенных ценностей реципиента или представлений о них у реципиента в отношении речевого поведения — по поводу того, как должно произносить и интонировать тексты в диалоге. Предъявляя анализируемые знаковые (вербальные) средства партнеру, говорящий как будто извиняется за то, что фонетические свойства его речевой де-

ятельности выходят за рамки общепринятых норм, рассчитывая, что и адресат будет относиться к сложившейся ситуации так же.

В третьем примере словесный ряд *Is that the way for one buddy to talk to another?* (*Разве так приятели разговаривают друг с другом?*) служит для знакового замещения образа речевого поведения партнера, поведения, которое, согласно мнению говорящего, не соответствует его ценностям по поводу отношений между приятелями («так не говорят»), и предъявления этого знакового образования реципиенту. Предъявляя данные знаковые средства партнеру, говорящий создает коммуникативные предпосылки для того, чтобы побудить партнера к осознанию некорректности своего речевого поведения и, следовательно, к его изменению в желаемую для говорящего сторону.

В четвертом примере словесный ряд *I say this and make it a rule, because I'm chief* (*Я утверждаю это, и теперь все будет по-моему, потому что я начальник*) характеризует некую особенность речевого поведения самого говорящего, связанную со статусом начальника. Данное словесное образование служит для знакового замещения образа речевого поведения говорящего и предъявления этого знакового образования реципиенту. Предъявляя данные знаковые средства партнеру, говорящий определяет социально-статусные условия общения («я начальник» и «все будет по-моему») и создает коммуникативные предпосылки для того, чтобы побудить партнера к принятию им новых условий своего речевого поведения и, следовательно, к изменению речевого поведения партнера в желаемой для говорящего манере.

В аспекте изучаемой темы возникает вопрос о том, что подлежит передаче в коммуникативных актах дискурса с обозначением ценностей и представлений о ценностях. Данный вопрос регулярно воспроизводится в связи с известным истолкованием природы речевой коммуникации как «передачи мыслей и чувств». Согласно данной формуле, в изучаемых нами формах дискурса передаются ценности или

представления о ценностях коммуникантов, однако в действительности это не так, потому что в реальной коммуникации ценности и представления о них не могут быть переданы никому. Зато могут передаваться и регулярно передаются знаковые программы актуализации ценностей в сознании. Поэтому весьма уместно и справедливо вести речь о *знаковых программах дискурса*, которые строятся и используются для управления процессами понимания, интерпретации, мотивации поведения реципиента. Согласно аргументированному мнению профессора Е.В. Сидорова, знаковые программы и составляют содержание высказываний, текстов в коммуникации [22].

Обсуждая вопрос о природе референции в феномене знакового обозначения ценностей в речи коммуникантов, следует охарактеризовать рассматриваемую ситуацию в семиотическом плане. Такая характеристика может быть сделана в форме ряда утверждений. Во-первых, знаками в этой ситуации являются исключительно материальные словесные формы – акустические или графические, замещающие мыслимые говорящим образы речевого поведения. Во-вторых, содержанием данных серий знаков выступают материальные по своей субстанции знаковые программы психических процессов, к осуществлению которых призваны побуждать указанные знаковые серии. В-третьих, сигнификатами данных знаков (словесных форм, замещающих образы речевого поведения) служат элементы социального опыта, закрепленные в языковом сознании коммуникантов. В-четвертых, в качестве денотатов словесных форм, замещающих образы речевого поведения коммуникантов, могут рассматриваться ценности или представления о них в сознании говорящего и реципиента – визуальные, акустические, тактильные, возможно, другие. В-пятых, в качестве референтов словесных форм, замещающих образы речевого поведения коммуникантов, могут рассматриваться сами представления о ценностях или реальные элементы ценностей. Семиотиче-

ский анализ семантики высказываний, замещающих ценностные представления коммуниканта, существенным образом уточняет сведения о природе ценностно маркированной семантики дискурса.

Необходимо также указать на познавательный статус референции рассматриваемого типа. В данном ракурсе существенное значение имеет решение вопросов об истинности высказываний изучаемого типа и о пресуппозициях, сопровождающих их употребление.

В качестве примера рассмотрим высказывания с вербальным обозначением ценностей говорящего в отношении проявления эмоций в речевом общении:

- Ты шутишь, *а мне не до шуток...* [23, с. 12].

- You think *I'm kidding*, don't you? (Ты что думаешь, я шучу?) [24, р. 421].

Значением таких высказываний является наличие ценностного представления, заключающегося в отказе от ложного истолкования эмоциональной интерпретации речевого поведения говорящего, создающего текст со значением шутки. Этот смысл высказывания слушающий извлекает для себя, основываясь на прагматической пресуппозиции, общей для него и говорящего, согласно которой некоторый тип речевого поведения может быть истолкован как шутка, на самом деле шуткой не являясь. Коммуникативную основу подобного высказывания составляет пресуппозиция возможности разного ценностного истолкования речевого поведения. Пресуппозиция строится с учетом логической импликатуры – возможности ложного истолкования типа речевого поведения партнера в диалоге. Говорящий считает истинность данного положения само собой разумеющейся; он исходит из того, что слушающий также считает истинность данного положения само собой разумеющейся; данную пропозицию можно считать явно подразумеваемой уже до произнесения высказывания; тем самым данная коммуникативная импликатура («возможно истолкование серьезного речевого поведения как шуточного») является полноценной пресуппозицией.

Пресуппозицию определяют также как известное, которое прямо не высказано и не нуждается в выражении [25–27]. Например:

- Я вам *рассказала* все это, но доверия у меня к вам нет [23, с. 31].

В приведенном высказывании пресуппозицией является правило, согласно которому рассказывать все можно только тому, к кому испытываешь доверие. Для данного высказывания именно это знание есть нечто известное, что прямо не высказано и не нуждается в выражении, но определяет построение высказывания, поскольку отношение смыслового противопоставления между предложениями – компонентами высказывания основывается именно на этой пресуппозиции. В данном случае пресуппозиция выступает в качестве контекста, для которого «может быть избран ряд различных множеств допущений, извлеченных из различных источников – долговременной памяти, кратковременной памяти и восприятия» [25, с. 87].

Истолковывая феномен пресуппозиций широко, можно допустить, что наличие их в коммуникации – это выражение принципа экономии в языке. Пресуппозиции не имеют статуса сообщаемой информации и поэтому не могут быть приравнены к имплицитному содержанию высказывания (в самом высказывании они не содержатся). Основу пресуппозиций составляют знания языка, мира, контекста и особенностей коммуникативных ситуаций. В конкретной речевой деятельности часть этих знаний актуализируется и становится пресуппозициями высказывания.

Важнейший для коммуникации класс прагматических пресуппозиций связан с явлением, получившим название «учет апперцептивного фона восприятия речи». «Строя свое высказывание, – писал М.М. Бахтин, – я стараюсь его активно определить; с другой же стороны, я стараюсь его предвосхитить, и этот предвосхищаемый ответ в свою очередь оказывает активное воздействие на мое высказывание (я парирую возражения, которые предвижу, прибегаю ко всякого рода оговоркам и т. п.). Говоря, я всегда учитываю апперцептивный фон восприятия моей речи адресатом: насколько он осведомлен

в ситуации, обладает ли он специальными знаниями данной культурной области общения, его взгляды и убеждения, его предубеждения (с нашей точки зрения), его симпатии и антипатии – ведь все это будет определять активное ответное понимание им моего высказывания. Этот учет определит и выбор жанра высказывания, и выбор композиционных приемов, и наконец, выбор языковых средств, то есть стиль высказывания» [28, с. 291]. Так, например, высказывание с обозначением ценностных предпочтений по поводу следования нормам поведения коммуниканта «*You think I'm kidding, don't you?*» (Ты что думаешь, я шучу?) является результатом предвосхищения говорящим определенного типа понимания ранее сказанного, в частности ложного понимания, что требует от говорящего коррекции вероятного неадекватного понимания его речевого поведения с помощью высказывания, содержащего ценностное предпочтение обозначения желаемого речевого поведения коммуниканта.

Этот случай можно сравнить с приемом пояснения намерения говорящего «*Ты шутишь, а мне не до шуток...*». Значение данного высказывания состоит в ценностно-предпочтительном отказе от ложного истолкования речевого поведения говорящего как шутки. Такого рода смысл высказывания слушающий извлекает для себя, основываясь на прагматической пресуппозиции, общей для него и говорящего. Данная пресуппозиция допускает, что некоторый тип речевого поведения может быть истолкован как шутка, но как шутку это высказывание коммуникант не интерпретирует, исходя из его ценностного отношения к ситуации. Коммуникативную основу данного высказывания составляет пресуппозиция возможности разного ценностного истолкования речевого поведения, в связи с чем пресуппозиция строится на основе логической имплицитности возможности ложного истолкования типа речевого поведения партнера в диалоге. Говорящий, основываясь на своих ценностных предпочтениях, считает истинность данного положения само собой разумеющейся;

он исходит из того, что слушающий также считает истинность данного положения само собой разумеющейся. Следовательно, данную пропозицию можно считать явно подразумеваемой уже до произнесения высказывания; тем самым данная коммуникативная ценностная импликатура («возможно истолкование серьезного речевого поведения как шутливого») является полноценной пресуппозицией.

Как оказывается, взгляды М.М. Бахтина на апперцептивный фон восприятия речи позволяют нам выдвинуть критерии для оценивания исследуемого феномена, в частности для рассмотрения особенностей ценностно маркированных высказываний и их семантики. Так, высказывание «You think I'm kidding, don't you?» является результатом предвосхищения говорящим понимания ценностного типа ранее сказанного, что потребовало от него коррекции вероятного неадекватного понимания своего речевого поведения с помощью высказывания, содержащего ценностные маркеры.

Таким образом, введение прагматического ракурса в исследование ценностно обозначенных высказываний обеспечивает возможность многоаспектного рассмотрения дискурса, позволяет анализировать интерпретативную сущность высказываний подобного

типа, выделить мотивы действий участников общения, изучить природу когнитивного в дискурсе.

Приведенные соображения в определенной степени проливают свет на природу семантики ценностно маркированного дискурса – дискурса, отмеченного ценностями либо представлениями о ценностях коммуникантов, что является немаловажным вкладом в развитие как аксиологической лингвистики, так и теории дискурса в целом.

Семиотический анализ семантики высказываний, замещающих ценности коммуникантов, существенным образом уточняет представления о природе ценностно маркированной семантики дискурса. Рассмотрение семантики высказываний, замещающих представления о ценностях коммуникантов, с познавательной точки зрения, а также в плане ее связи с пресуппозициями позволяет осознать природу маркированной ценностями семантики дискурса с учетом свойственных ей различных измерений. Дальнейшее изучение функционирования ценностных представлений в речевой коммуникации позволит расширить знания о сущности не только ценностно маркированного дискурса, но и дискурса в целом, определить дальнейшие векторы рассмотрения феномена как коммуникативной реальности.

Список литературы

1. *Тарасов Е.Ф.* Производство речи в теории речевого общения // *Per linguam ad communicatione*. Ключевые вопросы лингвистической науки в режиме дискуссии: коллектив моногр. / под ред. А.В. Вдовиченко, Е.Ф. Тарасова, И.В. Журавлева. М.: Ин-т языкознания, 2019. С. 367–384.
2. *Журавлев И.В.* Теория речевого общения Е.Ф. Тарасова: методология и перспективы развития // *Вопр. психолингвистики*. 2020. № 2(44). С. 16–27.
3. *Сидоров Е.В.* Речевая коммуникация: фундаментальные необходимости. М.: Изд-во РГСУ, 2010. 154 с.
4. *Сидорова Н.А.* Основы лингвоаксиологической концепции речевой коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2011. 350 с.
5. *Тарасов Е.Ф.* Социальные аспекты формирования языкового сознания // *Психолингвистика в XXI веке: результаты, проблемы, перспективы: XVI междунар. симп. по психолингвистике и теории коммуникации*, Москва, 15–17 июня 2009 г. М.: Эйдос, 2009. С. 51–56.
6. *Карасик В.И.* Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. М.: Гнозис, 2019. 424 с.

7. *Верещагин Е.М.* Коммуникативные тактики как поле взаимодействия языка и культуры // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики: материалы Всесоюз. науч. конф., Москва, 20–23 мая 1991 г. М.: ИРЯЗ, 1991. Ч. 1. С. 32–44.
8. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 392 с.
9. *Леонтьев А.А.* Язык, речь, речевая деятельность. М.: URSS: КомКнига, 2005. 214 с.
10. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. М.: Акад. проект, 2001. 989 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000693418> (дата обращения: 30.03.2020).
11. *Kluckhohn F.R., Strodtbeck F.L.* Variations in Value Orientations. London: Greenwood Press, 1973. 437 p.
12. *Синячкин В.П.* Общечеловеческие ценности в русской культуре: лингвокультурологический анализ: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2011. 323 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/obshchechelovecheskie-tsennosti-v-russkoi-kulture-lingvokulturologicheskii-analiz> (дата обращения: 27.11.2020).
13. *Сорокин Ю.А.* Человек говорящий в его модусах и отношениях (обзор-дискуссия) // Мир лингвистики и коммуникации: электрон. науч. журн. 2010. № 20. С. 61–72. URL: http://tverlingua.ru/archive/020/9_20.pdf (дата обращения: 03.04.2020).
14. *Уфимцева Н.В.* Жизнь как ценность: эволюция содержания // Вопр. психолингвистики. 2016. № 28. С. 16–21.
15. *Вежбицкая А.* Семантические универсалии и базисные концепты. М.: Языки славян. культур, 2011. 568 с.
16. *Уфимцева Н.В.* Этнопсихолингвистика как раздел теории речевой деятельности // (Нео)психолингвистика и (психо)лингвокультурология: новые науки о человеке говорящем / под ред. В.В. Красных. М.: Гнозис, 2017. С. 21–96.
17. *Сидорова Н.А., Харченко В.А.* Целостная семантика текста // Уч. зап. Нац. о-ва приклад. лингвистики. 2018. № 1(21). С. 82–99.
18. *Fitzgerald F.* The Great Gatsby. London: Wordsworth Classics, 1993. 357 p.
19. *Steinbeck J.* The Pastures of Heaven and other stories. Moscow: Raduga publishers, 1984. 539 p.
20. *Ewing T.* Starburst. N. Y.: The Berkley/Jove Publishing Group, 1982. 183 p.
21. *Golding W.* Lord of the Flies. London: Faber and Faber, 1970. 272 p.
22. *Сидоров Е.В.* Онтология дискурса. М.: Либроком, 2009. 228 с.
23. *Ананьев А.* Версты любви: роман. М.: Совет. Россия, 1980. 352 с.
24. *Grisham J.* The Firm. London: Arrow, 1993.
25. *Арутюнова Н.Д.* Понятие пресуппозиции в лингвистике // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. 1973. Т. 32, № 1. С. 85–95.
26. *Маслова В.А.* Когнитивная лингвистика. Минск: Тетра Системс, 2004. 256 с.
27. *Кривоносова А.Т.* Слово и мысль. Вопросы взаимодействия языка и мышления. М.; Нью-Йорк, 2017. 548 с.
28. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 445 с.

References

1. Tarasov E.F. Proizvodstvo rechi v teorii rechevogo obshcheniya [Speech Production in the Theory of Speech Communication]. Vdovichenko A.V., Tarasov E.F., Zhuravlev I.V. (eds.). *Per liguam ad communicatione. Klyuchevye voprosy lingvisticheskoy nauki v rezhime diskussii* [Per liguam ad communicatione. Key Questions of Linguistics Discussed]. Moscow, 2019, pp. 367–384.
2. Zhuravlev I.V. Teoriya rechevogo obshcheniya E.F. Tarasova: metodologiya i perspektivy razvitiya [E.F. Tarasov's Theory of Speech Communication: Methodology and Development Perspectives]. *Voprosy psikholingvistiki*, 2020, no. 2, pp. 16–27.
3. Sidorov E.V. *Rehevaya kommunikatsiya: fundamental'nye neobkhodimosti* [Verbal Communication: Fundamental Necessities]. Moscow, 2010. 154 p.
4. Sidorova N.A. *Osnovy lingvoaksiologicheskoy kontseptsii rechevoy kommunikatsii* [Fundamentals of the Linguo-Axiological Concept of Speech Communication: Diss.]. Moscow, 2011. 350 p.

5. Tarasov E.F. *Sotsial'nye aspekty formirovaniya yazykovogo soznaniya* [Social Aspects of the Formation of Linguistic Consciousness]. *Psikholingvistika v XXI veke: rezul'taty, problemy, perspektivy* [Psycholinguistics in the 21st Century: Results, Problems, Prospects]. Moscow, 2009, pp. 51–56.
6. Karasik V.I. *Yazykovaya spiral': tsennosti, znaki, motivy* [Linguistic Spiral: Values, Signs, Motifs]. Moscow, 2019. 424 p.
7. Vereshchagin E.M. *Kommunikativnye taktiki kak pole vzaimodeystviya yazyka i kul'tury* [Communicative Tactics as a Field of Interaction Between Language and Culture]. *Russkiy yazyk i sovremennost'. Problemy i perspektivy razvitiya rusistiki* [The Russian Language and Modernity. Problems and Prospects of Development of Russian Studies]. Moscow, 1991. Pt. 1, pp. 32–44.
8. Karasik V.I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Moscow, 2004. 392 p.
9. Leont'ev A.A. *Yazyk, rech', rechevaya deyatel'nost'* [Language, Speech, Speech Activity]. Moscow, 2005. 214 p.
10. Stepanov Yu.S. *Konstanty. Slovar' russkoy kul'tury* [Constants. A Dictionary of Russian Culture]. Moscow, 2001. 989 p. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000693418> (accessed: 30 March 2020).
11. Kluckhohn F.R., Strodtbeck F.L. *Variations in Value Orientations*. London, 1973. 437 p.
12. Cinyachkin V.P. *Obshchechelovecheskie tsennosti v russkoy kul'ture: lingvokul'turologicheskii analiz* [Human Values in Russian Culture, a Linguoculturological Analysis: Diss.]. Moscow, 2011. 323 p. Available at: <https://www.dissercat.com/content/obshchechelovecheskie-tsennosti-v-russkoi-kulture-lingvokul'turologicheskii-analiz> (accessed: 27 November 2020).
13. Sorokin Yu.A. *Chelovek govoryashchiy v ego modusakh i otnosheniyakh (obzor-diskussiya)* [Speaking Man in His Mode and Attitude (Review-Discussion)]. *Mir lingvistiki i kommunikatsii: elektronnyy nauchnyy zhurnal*, 2010, no. 20, pp. 61–72. Available at: http://tverlingua.ru/archive/020/9_20.pdf (accessed: 3 April 2020).
14. Ufimtseva N.V. *Zhizn' kak tsennost': evolyutsiya sodержaniya* [Life as a Value: The Evolution of Content]. *Voprosy psikholingvistiki*, 2016, no. 28, pp. 16–21.
15. Wierzbicka A. *Semantics: Primes and Universals*. Oxford, 1996. 500 p. (Russ. ed.: Vezhbitskaya A. *Semanticheskie universalii i bazisnye kontsepty*. Moscow, 2011. 568 p.).
16. Ufimtseva N.V. *Etnopsikholingvistika kak razdel teorii rechevoy deyatel'nosti* [Ethnopsycholinguistics as a Branch of the Theory of Speech Activity]. Krasnykh V.V. (ed.). *(Neo)psikholingvistika i (psikho)lingvokul'turologiya: novye nauki o cheloveke govoryashchem* [(Neo)psycholinguistics and (Psycho)linguoculturology: New Sciences on Homo Loquens]. Moscow, 2017. 392 p.
17. Sidorova N.A., Kharchenko V.A. *Tselostnaya semantika teksta* [The Complete Semantics of the Text]. *Uchenye zapiski Natsional'nogo obshchestva prikladnoy lingvistiki*, 2018, no. 1, pp. 82–99.
18. Fitzgerald F. *The Great Gatsby*. London, 1993. 357 p.
19. Steinbeck J. *The Pastures of Heaven and Other Stories*. Moscow, 1984. 539 p.
20. Ewing T. *Starburst*. New York, 1982. 183 p.
21. Golding W. *Lord of the Flies*. London, 1970. 272 p.
22. Sidorov E.V. *Ontologiya diskursa* [Discourse Ontology]. Moscow, 2009. 228 p.
23. Anan'ev A. *Versty lyubvi: roman* [Kilometres of Love]. Moscow, 1980. 352 p.
24. Grisham J. *The Firm*. London, 1993.
25. Arutyunova N.D. *Ponyatie presuppozitsii v lingvistike* [The Concept of Presupposition in Linguistics]. *Izvestiya AN SSSR. Ser. literatury i yazyka*, 1973, vol. 32, no. 1, pp. 85–95.
26. Maslova V.A. *Kognitivnaya lingvistika* [Cognitive Linguistics]. Minsk, 2004. 256 p.
27. Krivososova A.T. *Slovo i mysl'. Voprosy vzaimodeystviya yazyka i myshleniya* [Word and Thought. Questions of the Interaction Between Language and Thinking]. Moscow, 2017. 548 p.
28. Bakhtin M.M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [The Aesthetics of Verbal Art]. Moscow, 1986. 445 p.

DOI: 10.37482/2687-1505-V064

Natal'ya A. Sidorova

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation;
Russian State Social University;
ul. B. Sadovaya 14, Moscow, 123001, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0529-6026> e-mail: natuzz@rambler.ru

Elena V. Kurochkina

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation;
ul. B. Sadovaya 14, Moscow, 123001, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4082-8553> e-mail: el_kurochkina@mail.ru

SEMANTICS OF VALUE-MARKED DISCOURSE

This article aimed to assert the idea of value-definiteness of discourse semantics. Utterances and discourse based on the values of communicants or their ideas about values are here referred to as value-marked. The authors applied the value-activity system approach to the study of speech communication within the framework of the study on discourse semantics. The research is based on English and Russian utterances, in which the values of communicants are actualized explicitly. It was established that utterances of this type have a special property: they enable discourse semantics to replace the communicants' ideas about values. A detailed examination of the functioning of corresponding verbal units in speech communication allowed us to determine them as a special type of units and such discourse as a special kind of discourse, requiring further research. According to the authors, the mechanism of functioning of values in discourse reality is realized through sign programs for actualizing values in the speaker's consciousness. These values, in turn, form the basis for creating sign programs for understanding, interpreting, and motivating the recipient's behaviour. The authors come to the conclusion that the analysis of semantics of value-marked utterances can greatly contribute to the understanding of the nature and functions of discourse, as it allows us to prove the semiotic idea of symbolic substitution of the speaker's and the recipient's ideas about values in a value-marked discourse. The latter is essential for studying the principles and propositions of discourse linguistics and substantiating the functioning of axiolinguistic mechanisms in discourse reality.

Keywords: *discourse semantics, values, ideas about values, value-marked discourse, value-marked utterances, speech communication.*

Поступила: 17.04.2020

Принята: 12.10.2020

Received: 17 April 2020

Accepted: 12 October 2020

For citation: Sidorova N.A., Kurochkina E.V. Semantics of Value-Marked Discourse. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2020, no. 6, pp. 63–71. DOI: 10.37482/2687-1505-V064