

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность” vs. “светскость” vs. “гламурность” в современной русской прессе

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ
(Саратов)

0. Постановка проблемы

Проблема коммуникативных ценностей, представляющих один из лучших ключей к пониманию национальной культуры (Leech 1983; Грайс 1985; Дементьев 2010; Карасик 2002; Ларина 2009), недостаточно рассмотрена в современной лингвистике. Еще не разработана система общих (универсальных) и частных (например, в русистике) теоретических положений: сложности начинаются уже с базового определения коммуникативной ценности и основных представлений о ее структуре. Не было осуществлено систематического лингвистического (с привлечением необходимого культурно-исторического контекста) исследования отдельных русских коммуникативных ценностей в их взаимосвязи.

Как нам представляется, *коммуникативная ценность* должна быть отграничена от целого ряда смежных феноменов (таких как, например, коммуникативная норма, коммуникативная категория, коммуникативный концепт, коммуникативный сценарий, а также культурная норма, культурный концепт, культурный сценарий и культурная ценность) по наличию следующих признаков. Во-первых, по своей вертикальной организации коммуникативная ценность производна от одной или нескольких

культурных ценностей: только под общим зонтиком культуры и ее базовых установок, с санкции соответствующих культурных ценностей, концептов, сценариев возможно существование той или иной коммуникативной ценности¹.

Во-вторых, коммуникативная ценность сама, в свою очередь, является таким зонтиком для соответствующих коммуникативных, речевых, риторических, этикетных и т.д. **норм**, включая правила и нормы конкретных речевых жанров.

В-третьих, коммуникативная ценность проявляется в **оценочной деятельности** в целом и отдельных **оценочных действиях**, обуславливая их соответствие существующим в культуре и языке оценочным ориентациям и шкалам.

В-четвертых, каждая коммуникативная ценность получает выражение в **языке** – прежде всего это представленные в лексике и идиоматике оценочные номинации для коммуникативных единиц, а также некоторые более опосредованно связанные с коммуникативными ценностями грамматические и фонетические нормы.

Наконец, в-пятых, наиболее непосредственным является **текстово-речевое** выражение коммуникативных ценностей, при этом если языковым показателем “ценностно” и релевантности той или иной единицы может служить “глубина проникновения в систему”, число и разнообразие значимых связей и производных единиц, то наиболее надежным речевым показателем, по-видимому, следует считать частотность, представленность данной единицы в текстах, относящихся к разным сферам речевого общения.

В частности, может быть эффективно обращение для изучения коммуникативных ценностей к **прессе** в силу таких базовых характеристик публицистической речи, как ее мобильность, отражение новых тенденций в общественной жизни (в том числе – формирование новых ценностей/идеалов). Немаловажно также, что стилевой доминантой публицистической речи является постоянное балансирование между экспрессией и стандартом, чьи динамика и конкретное соотношение определяют “публицистический облик эпохи”.

1 Теоретические и терминологические вопросы отношения термина-понятия *коммуникативная ценность* к таким смежным терминам-понятиям, как *концепт*, *коммуникативный концепт*, *речевой жанр*, подробно рассматриваются в двух выпусках сборника *Жанры речи* – четвертом *Жанр и концепт* (Саратов 2005) и пятом *Жанр и культура* (Саратов 2007).

Для истории новейшей российской культуры, кроме того, принципиально, что все годы активных перемен (то есть последнее двадцатилетие) публицистика не только чутко реагировала на многочисленные перемены, но и сама активно участвовала в них, творила и закрепляла огромное число новых речевых и даже языковых фактов (Коньков 2002; Сиротинина 2003).

1. Русские коммуникативные ценности: *персональность* и ее лексическое и речезанровое выражение

В данной статье мы не будем, естественно, говорить о всех русских коммуникативных ценностях, таких, например, как категория “*соборности*” или ценностно-ориентированные коммуникативные концепты *дружба, правда, душа*, уже широко описанные в лингвистике и смежных гуманитарных науках. Выделяется одна коммуникативная ценность, имеющая, на наш взгляд, принципиальное значение для общего пространства русской коммуникации и в значительной степени определяющая собой коммуникативные составляющие названных и многих других ключевых концептов русской культуры: русская *персональность*, которая существует в русской коммуникации, речи и языке в виде глобальной оценочной шкалы (как редуцированный вариант – оппозиции), охватывающей собой многие явления русской коммуникации, речи, языка.

Данная шкала / оппозиция в общих чертах может быть охарактеризована как противопоставление (в восприятии мира, человеческих взаимоотношениях, коммуникации, языке) начала в целом персонального, личностного и межличностного – и начала социального, неличностного (официального, ритуального).

Левый член оппозиции оценивается через призму русской “межличностной” системы ценностей (это прежде всего нравственная оценка). Здесь присутствует идея огромности мира, не поддающегося рациональному упорядочению, воспринимаемого через призму сильных, неконтролируемых и иррациональных эмоций, мечты и бесконечно многообразных человеческих отношений, где единственным безусловным ориентиром является нравственный. Правый член оппозиции принадлежит внеличностной сфере жизни и взаимоотношений людей, где человек воспринимается как абстрактный носитель социальной функции. На первый план выходит идея социального института, ограничений, нечто рационально-логическое, нацеленное на статусное взаимодействие

с людьми. На правый член оппозиции не распространяется нравственно-личностная оценка – и в то же время в русском речевом сознании данное явление оценивается отрицательно за сам факт отказа от нравственной оценки, выбор в пользу неличностного типа отношений, то есть, с точки зрения русской картины мира, как бы сознательное уклонение от естественных человеческих обязанностей и законов.

Если назвать условно коннотативный компонент, содержащийся в левом члене оппозиции, Р (*personal*), то наличие Р, [Р] представляет собой норму и нейтрально с точки зрения оценки, а отсутствие Р, [-Р] оценивается отрицательно. Данная оценочная оппозиция рассматривалась нами в (Дементьев 2007).

Действие названной оппозиции проявляется в организации русской лексики. Ср. лексические пары в современном русском языке: *мастер – профессионал; мой парень – мой бойфренд; халывец – иждивенец; очень плохо – крайне неудовлетворительно; убийца – киллер; совесть – нравственность, этика; родной – казенный; начальник – руководитель, менеджер; интеллигент – интеллектуал; банда, шайка – группировка; жалеть – сочувствовать, соболезновать; справедливый – легитимный, правовой; добро – благосостояние; муж – супруг; любимый – сожитель; везение – успешность; ... – состоявшийся; вождь – лидер; друг – ...; известный – раскрученный; дом – быт; любить, жалеть – уважать; злиться – негодовать; работа – деятельность; душевный – бездушный* и подоб.

При всём разнообразии и разнородности, как нам кажется, лексемы, представляющие правый член оппозиции, в целом гораздо уже, беднее по значению и сферам употребления, гораздо меньше способны к экспрессии, меньше способны к словообразованию и почти не образуют глагольные производные, резко ограничена их дистрибуция, особенно с глаголами. Правый член в какой-то степени тяготеет к официально-деловому стилю. Левый член несколько чаще представлен исконным словом, правый – заимствованным. Правый член чаще имеет отрицательную оценку, левый – нейтральную или положительную, однако данная тенденция почти никогда не прослеживается до конца.

В оппозицию [Р] – [-Р] вступают не только лексемы, но и другие единицы русского языка и речи, в частности, **речевые жанры**. Важной для русского языка и речи является речжанровая оппозиция *разговора по душам* и светской беседы (см.: Дементьев 2010: 305-398). Члены данной оппозиции – антонимичные в русской речевой культуре жанры, – представляя разные

нормы выражено гармонического общения, задают совершенно разные коммуникативные ориентации, взгляд на мир через призму противоположных оценочных “речежанровых картин мира”.

Проявлениям шкалы [Р] – [-Р] в данной речежанровой оппозиции и посвящена настоящая статья.

Речевой жанр *разговор по душам* (РЖ РпД) является важнейшей коммуникативной составляющей русского концерта “душа” (Булыгина, Шмелев 1997; Степанов 1997; Шмелев 2002). Разговаривагь по душам так же понятно, естественно и исполнено глубокого смысла для русского человека, как говорить *правду*, жить по *правде* и по *совести*, гулять на *воле* – и *тосковать*, маяться оттого, что такова *судьба*, оттого, что не в ладу с *совестью* или от отсутствия *воли*, *простора*, *раздолья* или *приволья*. Выделенные слова культурологически рядоположены и относятся к “ключевым словам русской культуры”, по определению А. Вежбицкой (2001).

Так, во-первых, лексема *душа* входит в названия коммуникативных жанров (*разговор по душам*), стратегий (*излить душу*), а также в состав фразеологизмов, дающих оценочное наименование для очень важных коммуникативных факторов. Значения почти всех идиом с лексемой *душа* в той или иной степени коммуникативны: *душа в душу*, *по душам*, *читать в душе*, *с открытой душой*, *душа нараспашку*, *войти в душу*, *влезть в душу*, *без мыла в душу лезть*, *открывать душу*, *выкладывать душу*, *изливать душу*, *распахивать душу* и *не слышать души*, *закрывать душу на замок*; ср. прилагательное *душевный* и мн. др. В других европейских языках, как известно, нет такого многообразия идиом с аналогами лексемы *душа*.

Во-вторых, при помощи лексемы *душа* обозначаются два важнейших диалогических момента в гармоническом общении: высказать главное для себя (*открыть душу*) и услышать главное для собеседника (*войти в душу*).

РЖ РпД ярко и подробно отображен в русской литературе XIX и XX веков; следует упомянуть также постоянный интерес к нему у русских философов.

Как писал М.М. Бахтин о диалоге персонажей Достоевского и о русском диалоге вообще, “быть – значит общаться диалогически” (Бахтин 2002: 338). В русской культуре “человека можно раскрыть точнее, заставить его самого раскрыться – лишь путем общения с ним, диалогически” (там же). Таким образом, концепт “открытия души” представляет кульминацию общения. В других национально-речевых культурах такое представление о гармонизирующем общении может отсутствовать.

А. Вежбицка отмечает, что одна из высших нравственных ценностей русской культуры состоит в особом отношении к правде, причем правде коммуникативной, когда “открывается душа”, а собеседники говорят не только друг с другом, но и с Богом: “Нужно еще раз подчеркнуть, что “правда”, о которой здесь идет речь, – не абстрактная и безличная правда, а правда, которая процветает в человеческой речи, в искреннем общении людей не с

“открытым умом” (*an open mind* – выражение, не существующее в русском языке), а с “открытой душой” (*an open soul* – выражение, не существующее в английском языке), т. е. душой, открытой для других людей” (Вежбицкая 2002: 21).

В русской культуре самое большое разочарование, самая большая неудовлетворенность от общения возникают у человека, когда не происходит ожидаемого “открытия души”. Это явление исключительно ярко отображено в классической русской литературе ср. произведения Л.Н. Толстого, Ф.М. Достоевского. У А.П. Чехова отсутствие интеллигентного понимающего собеседника приводит к тоске, безысходности, деградации личности.

Следует добавить, что человек не может сам планировать и сознательно осуществлять процесс “открытия души”: открытие души есть чудо и, как и любое чудо, возможно только при наличии “санкции свыше”. Если все повороты в общении находятся под контролем, имеет место не РпД, а что-то иное (возможно, *светская беседа*). При этом сама по себе негладкая речь, естественно, не означает ни кооперативности, ни искренности.

Характеристики РЖ РпД во многом определяют русский коммуникативный идеал основополагающие правила коммуникации на данном языке в рамках данной культуры, которые разделяются всеми говорящими на данном языке (Дементьев, Рогачева 2006).

Интенциональная структура, тематика и стилистика РпД охватывает, как это в целом характерно для коммуникативного идеала, все виды, формы и жанры фатической и нефатической коммуникации.

Итак, в традиционной русской языковой картине мира складывается важная коммуникативная ценность “по душам”. Следует подчеркнуть, что данная ценность **не была однозначной**: она была значительно осложнена существованием **разных ориентиров** в общении.

С определенного времени (приблизительно с XVIII-XIX вв.) русская коммуникативная культура ориентируется не только на нормы РпД, но и нормы совершенно другого – заимствованного из западных культур (прежде всего французской) – жанра фатического общения *светская беседа* (далее – СБ).

Начиная с Петра I активно идет формирование образа представителя власти, который ведет себя не как все, говорит по-французски – на языке, непонятном простоллюдинам, и иначе общается фатически. Именно в это время на существующее представление о коммуникативных образцах, опирающееся на традиции народной культуры, накладываются нормы заимствованного жанра светской беседы (*small talk*).

Отмечалось, что эти заимствованные нормы (шире – стоящая за жанром СБ система коммуникативных норм, ценностей и приоритетов, “жанровая картина мира”) противоречат общим нормам и ценностям русской речевой культуры (Стернин 2003). Отрицательная оценка светского общения высказывалась еще русскими философами, писателями, публицистами XIX века – как разновидности общения не только бессодержательного и фальшивого, но и чужеродного для России.

Ю.М. Лотман в книге *Беседы о русской культуре: быт и традиции русского дворянства* подчеркивает, что в дореволюционной России светская жизнь (светское общение) была нормой для дворянина, “формой социальной организации [...] и в этом смысле получала ценность общественного дела”. Одним из главных проявлений светскости в дворянской среде XVIII-XIX веков было владение нормами светского общения. Создавались условия для развития *светской беседы*, то есть те типические ситуации, в которых была возможность ее появления, например, на балу во время мазурки. Однако нормы светского общения и светский этикет в целом были чужды российскому духу, не приемлющему нормативности и ограниченности. Это стало причиной поиска новых форм как вербального, так и невербального поведения. Настоящим антагонистом светского общества в XIX веке в России стало, по мнению Ю.М. Лотмана, общество *декабристов*, которое оказало сильное воздействие на целое поколение русских людей отчасти потому, что их идеи и ценности соответствовали русскому духу и русской ментальности (Лотман 1994: 124; 335).

Различия жанров РпД и СБ очевидны. Прежде всего, жанр РпД принципиально противостоит понятию “власти” и вообще социального неравенства, тогда как жанр СБ был заимствован из западной культуры как одно из средств противопоставить власть черни. Еще одно очевидное различие состоит в том, что в “свете” не принято высказывать свои идеи и взгляды. Нарушение этого негласного требования приводит к конфликтам, которые широко отображены в русской литературе начиная с *Горя от ума* А.С. Грибоедова.

Интересно, что в современной русской речи *светский* в значительной степени сохраняет традиционное значение. Несмотря на то, что в современной России нет собственно “света” (дворянства), оппозиция светский – несветский в современном русском языке небессодержательна: в современной русской речи выражения *светская беседа*, а также *светский тон*, *светские манеры*, *светская хроника* не представляют собой аномалии, хотя иногда используются в ироническом значении; ср. *светская тусовка*. За все годы, прошедшие после революции, типологическое место светского типа поведения, типа воспитания, типа общения, наконец, светского человека в русской культуре осталось почти неизменным – достаточно четко определенным и узнаваемым; с лингвистической точки зрения, лексемы *свет* / *светский* сохранили практически то же содержание, что и в русском языке дореволюционного периода. Конечно, место *светского* в *советском* обществе стало меньше – а в раннесоветский период “светских” людей просто уничтожали. Но уже в позднесоветское время светский тип общения вновь становится распространенным в среде городской интеллигенции – он

богато отображен в литературе и фильмах тех лет, например прозе Юрия Трифонова, Даниила Гранина. Использовалось в это время и слово *светский* – иногда с иронией, иногда без – применительно к современной действительности, но практически в прежнем значении.

Остались прежними основные содержательные доминанты лексемы *светский*: с одной стороны, высокий социальный статус, элитарность, аристократизм, с другой – некоторая фальшь, пустота, а также эгоизм и порочность.

Первые существенные изменения как в общекультурном, так и лингвистическом содержании *света* / *светского* произошли на протяжении последних десяти лет – как нам представляется, они были гораздо более серьезными, чем в 1917 г. Мы имеем в виду **появление в это время у *светский* частичного синонима – заимствованной лексемы *гламур* / *гламурный***. Данная лексема называет новое и уже ставшее очень заметным, хотя во многом еще не сформировавшееся до конца явление.

Так, слова *гламур* еще не выделяет ни *Толковый словарь современного русского языка: Языковые изменения конца XX столетия* Г.Н. Складневской (2001), ни *Большой академический словарь русского языка* (Том IV, “Г”, 2006). *Толковый словарь русского сленга* В.С. Елистратова (2008) выделяет *гламур* и *гламурный* в значениях, соответственно: ‘Обобщенно (часто *пренебр.*) обо всем, что связано с т.н. светской жизнью т.н. высшего общества (звезд эстрады, банкиров и т.п.)’; ‘Относящийся ко всему “шикарному”, “светскому”, “богатому” и т.п.’ Следует отметить тоже весьма характерное объяснение через *свет*, хотя и с “осторожным” уточнением “т.н.” либо в кавычках.

Близость данного термина-понятия к *свету* очевидна (хотя, естественно, было бы очень большим преувеличением говорить, что это одно и то же). Кроме того, утвердившись в системных отношениях русской культуры и языка, оба заимствованные концепта становятся уникальными явлениями **русской** культуры, не имеют точных соответствий ни в одном из европейских языков.

В настоящей статье анализируются “новые” контексты, в которые вступают, с одной стороны, “*задушевность*” (коммуникативная составляющая – *разговор по душам*), с другой – “*светскость*” (коммуникативная составляющая – *светская беседа*) и “*гламурность*” (коммуникативная составляющая которой пока не ясна: ?*гламурная беседа*), представляющие антонимичные члены оппозиции [Р] – [-Р], с точки зрения их коммуникативно-ценностных характеристик.

Материалом исследования послужили публикации в современной (после 1991 г.) русской прессе (российские и русскоязычные зарубежные издания), собранные и обработанные при помощи корпусно-поисковой системы Integrum² (6328 источников за период с 1992 по 2009 гг.).

2. “По душам” в современной русской прессе

Система Integrum выдала **29965** контекстов с *по душам*. В частности, с *по душам* сочетаются: *поговорить* – 13178 контекстов; *разговор* – 8766; *говорить* – 1723; *беседа* – 1385; *беседовать* – 764; *общение* – 404; *общаться* – 283; *потолковать* – 169 (и *толковать* – 30); *разговориться* – 162; *разговаривать* – 113; *диалог* – 84; *(по)болтать* – 48; *переговорить* – 36 (иногда это ирония); кроме того, зафиксированы единичные употребления: *трепаться* (скорее ирония); *покалякать* (ирония); *бухтеть*; *договориться* и др.

В результате анализа обнаружилась значительная **сложность** и **противоречивость** данного коммуникативного концепта: РпД может быть “простой” – и кому-то не по силам; может быть с “простым” собеседником – и высокообразованным специалистом; может быть коротким – и длинным; расслабленным (релаксирующим) – и напряженным; со “своими”, избранными – и с незнакомцем; может привести к примирению – и к ссоре; может быть спокойным – и включать элементы спора (мужской РпД) или истерики (женский); обычно РпД не может состояться “по заказу”, и положительно оценивается РпД, проводимый (успешно) специалистами-психологами с психически больными или неуравновешенными людьми. Абсолютное большинство оценочных характеристик РпД, фиксируемых в примерах, **положительные и ярко-положительные**; в то же время есть и отрицательные характеристики.

Анализ многочисленных примеров в прессе убеждает, что концепт “по душам” относится к числу “**простых**” **непреходящих ценностей**, таких как любовь и дружба, которые постоянно забывают в наше суетное, циничное время:

Мы в Москве уже давно озверели, в этом беге, суете не останавливаемся, не говорим по душам. Оксана Пушкина. Аргументы и факты; 17.07.2002.

2 О системе Integrum см.: *Integrum: точные методы и гуманитарные науки* 2006.

То культ денег, то культ успеха, то потолковать по душам не с кем, поплачешься в жилетку, а не подадут. Жажда ответа. Дружба народов; 15.10.1999.

- Во многих контекстах подчеркивается: РпД – разговор “о главном”:

Теперь пришло время разговора с Сережей по душам – о самом главном в его жизни. Твой курс / приложение к АиФ; 16.11.2005.

Лена очень любит живое общение с людьми, беседы о самом главном в человеке, и непременно по душам. Звени, гитарная струна. Вечерняя Москва; 10.11.1996.

- Поэтому не удивительно, что наиболее значимыми характеристиками РпД являются *серьезность* и *личностность* (даже *интимность*), а также *неофициальность*.

Данные характеристики обусловлены местом РпД в оппозиции [Р] – [-Р], соответственно, с одной стороны, в РпД ценятся искренность, открытость, непосредственность, с другой – РпД противостоит идее социального института и проистекающих отсюда явлений и измерений коммуникации, таких как уозость, “рациональность”, заорганизованность.

- Так, РпД безусловно противопоставлен *казенной фальши*, то есть формам и типам коммуникативного поведения, противостоящего и РпД как русскому коммуникативному идеалу, и всей системе русских коммуникативных ценностей, регулируемой оппозицией [Р] – [-Р]:

Поэтому разговор о Петербурге сегодня – это совсем не казенное мероприятие, а разговор по душам. Невское время; 27.05.2000.

- Как и казенной фальши, РпД противопоставлен фальши *светской* – в силу действия той же оппозиции [Р] – [-Р]. А именно: жанр РпД противопоставлен жанру *светской беседы* – как общению поверхностному, неискреннему, не предполагающему глубокого понимания и стремления понять: это важное противопоставление, существовавшее, как было сказано выше, еще в XIX в., сохранилось практически неизменным:

Как писали в одной статье – “не очень привлекает нас эта светская болтовня”, нам необходим разговор по душам, что невозможно в условиях телевидения. Михаил Швыдкой: “Меня требуют уволить”. Санкт-Петербургский курьер; 28.03.2003.

В ресторане на Маяковке была тоже своего рода премьера: впервые Сергей, Вера и Маша смогли наговориться по душам, без полутонов и светских улыбок. ForUm; 06.05.2008.

- Идея **простоты** представляется достаточно важной, она часто фиксируется в речи:

*Я понимал, что ничего не могу да и не хочу, наверное, уже изменить, но так хотелось **просто** встретиться, поговорить по душам.* Комсомольская правда; 16.08.2000.

*Что, так уж трудно, прямо-таки невозможно выкроить два часа два раза в месяц для того, чтобы покататься с парнем на лыжах, сходить в театр, **просто** пошатаваться по городу и поговорить по душам? Мать или мачеха?* Вечерняя Москва; 04.01.2003.

- В то же время “простота” вовсе не отрицает **ума**, напротив, РпД должен быть **умным, мудрым** (кстати, это слово встречается достаточно часто):

*И вряд ли этому стоит удивляться: наверное, чем более жесткой, сложной и наполненной стрессами становится наша жизнь, тем больше мы начинаем ценить совершенно особую атмосферу разговора по душам: **умного, честного, заставляющего под другим углом взглянуть на окружающий мир и самих себя.*** Парламентская газета; 27.02.2004.

*А вот по душам лучше всего все-таки говорить с **мудрой** женой.* Учительская газета; 02.08.2004

В целом в РпД на первый план выходит **настроенность на понимание** собеседника.

- РпД противопоставлен коммуникативному поведению, исключающему понимание и желание понять, прежде всего – **агрессивному**:

*И если вижу несправедливость, то не ругаюсь и не кричу, а стараюсь решить проблему **спокойно** ... поговорить по душам.* Комсомольская правда; 22.11.1999.

*Разговор с частниками и владельцами грузов по-прежнему идет с **позиции силы, а не по душам.*** Пять лет ни пяди конкурентам. SeaNews; 26.09.2008.

- А хорошо для РпД то, что этому пониманию способствует: **искренний, открытый, откровенный, честный, спокойный, вдумчивый, доброжелательный** (часто эти определения идут вместе):

*Но в редкие минуты отдохновения удается поговорить по душам, **искренне и откровенно.*** Московская правда / Спорт; 08.05.2001.

*А ждет читатель **честного и открытого** разговора по душам, рассказов о том светлом, по-хорошему интересном, что, как ни странно, еще встречается в нашей жизни.* Российская газета; 15.11.1996.

*Летом можно **спокойно и вдумчиво** посидеть у костра, отходя от суеты, и не спеша поговорить по душам с теми, кого, казалось бы, знаете, видя каждый день, просыпаясь и*

засыпая в одном доме... и, между прочим, забываете порой спросить о самом главном... Зачем прилетает “Синичка”? Миасский рабочий; 25.08.2008.

- Материал подтвердил: **темы РпД** могут быть практически любыми: от самых высоких до самых низких, бытовых:

И если отец старался по душам на любые темы с сыном говорить, разъяснял, что хотел бы им гордиться, – это всегда действовало только на пользу. Куда уходят наши дети? Краснокамская звезда (Краснокамск. Пермская область); 16.12.2003.

Помимо прочего, она умна и общительна, с ней можно поговорить по душам на любую тему, но когда разговор идет о деле, она бывает непреклонной и настойчивой, не терпящей необязательности и неряшливости. Считаю себя счастливой. Марийская правда, Йошкар-Ола; 20.06.2000.

- Единственное существенное требование к темам – чтобы это было то, что по-настоящему важно для собеседников, волнует их. Это означает, что РпД скорее **эмоциональный**:

Гости, оказавшиеся в этот вечер в Центре “Семья”, попали на теплый семейный праздник, где за чашкой чая можно поговорить по душам, поплакать и посмеяться. Отдохнули по-семейному. Самарская Газета; 18.12.2002.

- Но при этом складывается впечатление, что в РпД можно скорее **поплакать(ся)**, чем посмеяться (и мужчинам, и женщинам):

*Попили чаю, поговорили по душам, **поплакали** немного, наконец заснули. Красный Север (Вологда); 18.03.2003.*

*Однажды она разговорилась со своим постоянным покупателем по душам, **пожаловалась** на свою нелегкую долю, что, мол, одна практически и кормит большую семью. Аргументы и факты; 10.09.2003.*

*Правда, еще можно поговорить по душам с начальником отряда, которую нередко называют “наша мамочка”, – душу излить, **поплакаться** о своей горемычной судьбе. Королева зоны. Владивосток (Владивосток); 18.03.2005.*

- Действительно, в РпД принято говорить “о наболевшем, больном” – о **проблемах**:

*Они не прочь с вами поговорить по душам о **жизнь-быть, проблемах-болезнях**, что-то дружески посоветовать, выслушать признания... Всем ветрам и собакам назло. Рабочий край, Иваново; 24.07.1999.*

Это выводит нас на такую важную особенность РпД (для русской коммуникации в целом сформулированную И.А. Стерниным), как **коммуникативный пессимизм**: в РпД откровенность подразумевает обычно, что делаются плохим (проблемами), не хорошим, “плачутся”. Удовольствие (релаксация) от РпД имеет катартическую природу. Человек, который говорит про себя “у меня всё хорошо” и именно это подразумевает, тем более – хвалится, вряд ли способен понять собеседника, настроенного на РпД. Всё это заставляет сделать вывод, что собеседник в РпД должен уметь слышать чужую боль – а для этого... сам должен иметь определенный опыт страдания.

- В результате РпД нередко получается **тяжелый**:

– *Разговор по душам получился тяжелый?*

– Я все сказал. У меня с главным тренером всегда были натянутые отношения на протяжении всех этих лет. Вечерние ведомости, Екатеринбург. 12.10.2001.

По ее словам, у тех, кто решается на **самый трудный вариант – разговор по душам** – семьи, как правило, сохраняются. Вечерний Ростов (Ростов-на-Дону); 17.07.2007.

Следствием названных доминант РпД становится **противоречивость** общей коммуникативной окраски РпД.

Так, будучи изначально жанром гармонического, кооперативного персонального общения, РпД не обязательно исключает все элементы конфликта, более того – может вполне естественно сближаться даже с жанрами такого выражено конфликтного типа общения, как *спор, ссора, истерика*:

Потом были чаепитие, разговор по душам и, конечно, споры о прошлом и настоящем. В музее звучит голос Ленина. Правда-КПРФ (Москва); 28.09.2007.

Бывало, как только я чем-то делилась, у нее начиналась паника: “Ты еще слишком мала для этого!” И разговор по душам превращался в ссору. По материнской линии. Натали (Украина, Киев); 15.05.2007.

Обе закатывали Сергею истерики и разговаривали по душам. Две жены одного счастливирика. Ульяновский меридиан; 19.04.2006.

- Русские, в общем, отдают себе отчет, что РпД – это часть их **национального** характера: важно для них и непонятно или неприятно для других:

Впрочем, есть одно качество, которое между нами, русскими, можно считать действительно общенациональным, – это культура общения, в частности, способность поговорить по душам со всяким встречным-поперечным, почувствовать кровную близость с человеком, вовсе тебе незнакомым. Тайна народного. Версты, Москва; 25.02.1999.

Американцы никак не могут понять, что это такое, загадочная русская душа, что такое разговор по душам. Американская горизонталь. Вёрсты; 24.01.2002.

Немцы терпеть не могут всевозможных разговоров по душам о смысле жизни, которыми так грешат русские. Елена Власова. Берлин – Рига. Час (Латвия); 08.03.2002.

Результат (“прагматическая синтагматика”) РпД:

- РпД может сделать другом/подругой:

Люба, после разговора по душам ставшая мне практически подругой, взялась присматривать за ним и гулять вовремя. Последняя потеря. Твой курс / приложение к АиФ; 03.08.2005.

- результатом РпД может быть **понимание**:

Главное, чего можно добиться “разговором по душам”, – услышать друг друга. Если практиковать “разговор по душам”, вы сможете понимать друг друга с полуслова. Комсомольская правда; 24.11.2005.

- **доверие**:

Приехал самолично, поговорил по душам, и Леша гостю поверил, о чем, кстати, нисколько сейчас не жалеет: команда ведь приняла его, как родного. Вечерняя Москва; 09.12.1999.

- **ответ на вопрос**:

Сейчас вы можете со всеми разговаривать по душам, вы получите ответы на все интересующие вас вопросы. Вечерняя Москва; 05.09.2002.

- в РпД естественно дать и получить **совет**:

Ведь каждому из нас, будь то представитель сильной или слабой половины, нужен человек, с которым было бы комфортно, а главное – с кем можно поговорить по душам о своих планах и получить хороший совет. Мечтаю о дружбе. Волгоградская правда; 05.08.1999.

- **моральная поддержка**:

А когда мне вводили лекарства, ребята всегда сидели со мной в процедурке, следя за капельницей и болтая по душам. Любовь под капельницей. Я молодой / приложение к АиФ; 27.09.2000.

- **релаксация**:

И лишь изредка позволяет себе расслабиться и поговорить по душам, не обходя острые углы. Аргументы и факты; 21.02.2001.

Рассмотрев эти положительные оценочные характеристики РпД, перейдем к другой, менее многочисленной, но довольно сложно организованной группе значений “по душам” – **отрицательно-оценочным**, отражающим **осуждение РпД, неприятие и нелюбовь к нему** у авторов газетных текстов.

РпД может **не приниматься** по следующим причинам: (1) следствием такого общения может быть нежелательное **сближение**; (2) такое общение может быть **неэстетично** (*сопливый РпД*):

*Кстати, есть целая категория мачо-мэнов, которым просто не хватает общения по душам и они готовы на все ради того, чтобы ты выслушивала их **сопливо-алкогольные откровения** и расспрашивала о нелегкой жизни. Консумация (пособие для динамщицы). Хулиган; 15.03.2002.*

*В магазине спорили, сплетничали, плевались семечками, ругали своих и чужих **музиков** – в общем, **разговаривали по душам**. Галдеж мгновенно затих, и все усталились на **вошедшего**. Елена Наумова. Серая кошка на белом облаке. Москва. 15.10.2007. № 10.*

Как нам представляется, в целом (1) и (2) – это “не настоящее” отрицание РпД, поскольку не отрицаются ни РпД как таковой, ни его необходимость, ни удовольствие от него. В таких случаях часто ищут какой-то другой выход, например, ведут РпД с незнакомыми, в приятной, “эстетической” обстановке и т.д., например:

*Польза от него (легкого вина – В.Д.) очевидна: в теплой компании такое угощение **придется как нельзя кстати** – пьяным не будешь, а разговор по душам завязывается сам собой. Что упало, не пропало. Городские вести (Волгоград); 16.04.2005.*

Этого нельзя сказать про следующие ситуации: (3) **огрицается естественность** или **нравственность РпД** вообще (например, высказывается мнение, что РпД непременно **пьяный**):

*Такая “исповедь” больше походит на **пьяный** разговор “по душам” в каком-нибудь кабаке. Гудок; 21.01.2004.*

В последние годы появляются две “новые” причины: (4) РпД отрицают за его **бесполезность** – не понимая, что РпД имеет ценность сам по себе, и (5) за то, что РпД противоречит неким **новым** жизненным ориентирам –

присущим людям “современным”, “деловым”, “прагматичным”, “индивидуалистичным”, ориентированным на западные ценности.

Жутковатое действие под названием “разговор по душам” ... А уж разговор-то незнамо какой незнамо о чем вести – самое привычное для нас дело. Это зарубежных наших партнеров от таких разговоров трясоти начинается, нам же – хоть бы что. Для нас даже особое наслаждение, если беседа к тому же пришла, с чего началась, – вот уж отрада русскому сердцу, никаких обязательств! И не надо, вот только не надо нас к ответственности призывать: душа – штука непредсказуемая: сейчас “лежит”, через час – “не лежит”... имейте, стало быть, уважение. И что, что договаривались? Ну, договаривались. Договаривались, да получается, не договорились... Евгений Клюев. Русскость русских. Дружба Народов. 2009. №2.

Здесь следует отметить еще одно важное противоречие в семантике РпД: с точки зрения своей интенционально-иллокутивной природы РпД может быть “процесс-ориентированным” и “результат-ориентированным”.

Это противопоставление представляется достаточно важным, хотя во многом условным: во-первых, в реальном общении обе базовые интенции, присущие обоим типам РпД, обычно сочетаются, во-вторых, нам не встретилось ни одного контекста, где *по душам* относилось бы к в меньшей степени коммуникативным и в большей степени абстрактным и постоянным характеристикам человеческих отношений: по-видимому, невозможны не только контексты с существительными **отношения по душам*, **близость по душам*, **дружба по душам*, но и с глаголами **относиться по душам*, **дружить по душам*. Еще в большей степени это касается постоянных характеристик человека: абсолютно невозможны сочетания с существительными **человек по душам*, **друг по душам* и прилагательными **близкий по душам*, **доброжелательный по душам*.

“Процесс-ориентированный” РпД сближается с другими разновидностями *фатического* общения, в качестве положительной оценки такого типа общения отмечается, что он *приятный* или *чудесный* (хотя такой РпД вполне может получиться *тяжелым*, а результатом стать *ссора*).

“Результат-ориентированный” РпД может быть *полезным*. Такой РпД чаще осуждается, чем первая разновидность РпД, поскольку даже общая благая цель, которая может быть достигнута **в результате** РпД, не оправдывает отступления от *искренности* в отдельных репликах в РпД. Но в целом “результат-ориентированный” РпД гораздо чаще оценивается положительно, если конечная цель действительно благая и продиктована искренней заботой о собеседнике (например, помочь ему найти правильное реше-

ние, помириться с ним, успокоить, смягчить, поддержать в трудную минуту).

- Нередко встречаются контексты, когда **просто** РпД (то есть “процесс-ориентированого”) оказывается **недостаточно** для удовлетворительного разрешения ситуации:

*В случае возникновения споров с недвижимостью, разговора “по душам” будет **недостаточно**, лучше переговорить с профессионалом.* Янтарный Караван (Калининград); 13.03.2002.

*Беседы, разговоры по душам – одно дело, а когда тебе как представителю России и ее литературы дают слово на праздничном стадионе, куда пришло чуть не все население городка-юбилера, люди с окрестных сел да гости из Витебска и соседних райцентров – **тут иные слова нужны**.* Три дня у сябров (впечатления от белорусской глубинки). Завтра; 11.11.1997.

- РпД может использоваться сознательно как (эффективное) средство воздействия, убеждения – при общении с начальниками, чиновниками и т.д.:

Поговорите об этом с инспектором по душам. Политэкономия. Ведомости; 25.07.2002.

- иногда это дает положительные результаты:

К примеру, в Оренбургской области после разговора по душам с налоговиками 88% приглашенных повысили зарплату своим сотрудникам. Бой с зарплатной тенью. Бизнес; 17.10.2006.

- иногда – нет:

Разговоры “по душам” не помогли. Вечерняя Москва (Москва); 29.07.2004.

Интересно, что в обоих случаях нет осуждения такого использования РпД “не по назначению”, какого можно было бы ожидать, если сравнить эти примеры с описанными в литературе XIX–XX веков; нет и осуждения **обывателя**. В целом авторы статей сочувствуют обывателю, который обычно понимается как “наш простой человек”: такому даже **советуют** использовать РпД (которым он, как “наш человек” и как “простой человек”, блестяще владеет):

*В ответ на скепсис **обывателя** я отвечаю так: приходи в Пирогово по Пятницам (это такое место сбора Мужиков если ты в Москве конечно), **поздоровкайся со мной по душам**, опрокинь рюкзаку и ты, друг, икуррой поймешь где иллюзорность а где данная наощупь ткань Мужика Бытия. Живой журнал словами писателей. Русский журнал; 03.10.2003.*

- Наконец, положительно оцениваются профессионалы (психологи), которые умеют проводить РпД:

*Ну а значение психологического сопровождения в современных пансионатах даже сложно переоценить, **именно психологи снимают напряжение пациентов, говорят по душам, улаживают конфликты**. Кому в радость моя старость. Аргументы и факты; 07.12.2005.*

Таким образом, в результате анализа современного речевого материала обнаружилась значительная противоречивость коммуникативного концепта “по душам”, в том числе нравственно-этическая оценочная амбивалентность, во многом соответствующая противоречивости, присущей данному концепту в предшествующие исторические эпохи.

3.1. *Светский* в современных контекстах

Статистический анализ подтвердил: в современной русской речи слово *светский* является чрезвычайно распространенным. Система Integrum выдала в общей сложности **339572** контекстов для “*светский*” (1992-2009).

Эти контексты делятся на две отчетливо противопоставленные группы: **традиционные**, по-видимому, автоматически связываемые с классической литературой: *беседа; вечер; дама; круг; лев; лоск; львица; манеры; общение; общество; прием; разговор; раут; салон; сплетни; человек; этикет* и др., и в большей степени **новые**, современные: *тусовка, тусовщик, тусовщица, звезда, дива, треп, болтовня, презентация, вечеринка* и др., например:

*Вассерман, надо заметить, в светской толпе ничуть не смущался. Напротив – с удовольствием обнимал длинноногих моделей, угощался черной икрой и вел **светские беседы** с гостями. Московский комсомолец; 05.07.2008.*

*Сбор гостей лидера группы “Ленинград” состоялся в столичном центре дизайна. Поглощая тоннами канале и запивая их виски с кока-колой **светские тусовщицы** и именитые журналисты слонялись без дела по залу и поглядывали на установленный в центре огромный подиум. Вечерняя Москва. 22.02.2008.*

Конечно, сам факт расширения сочетаемостных возможностей *светский* (некоторые из этих новых сочетаний представлены неологизмами – см.

таблицы 1 и 5 ниже) уже свидетельствует о некоторых изменениях значения данного слова, однако, судя по всему, эти изменения еще не были по-настоящему принципиальными: например, новое *светская тусовка* в целом близко к традиционным *светский вечер* или *светское общество*, а *светский тусовщик* – к *светский денди / хлыщ*.

3.2. Гламурность как новая светскость?

Система Integrum (1992-2009) выдала в общей сложности **91585** контекстов для “*гламур*” / “*гламурный*”, из них по годам: 1992 – 1; 1993 – 0; 1994 – 0; 1995 – 1; 1996 – 11; 1997 – 88; 1998 – 120; 1999 – 138; 2000 – 207; 2001 – 677; 2002 – 998; 2003 – 2444; 2004 – 4607; 2005 – 8431; 2006 – 16787; 2007 – 25099; 2008 – 25165; 2009 – 6886³.

Содержание данного концепта еще только формируется и во многом остается неопределенным. *Гламур / гламурный* обнаруживает очень значительную **противоречивость**: это и утонченность – и дурновкусие; и элитарность – и неразборчивость; и острота эксперимента, эпатаж – и приторная, “розовая” слащавость; и пестрота – и однообразие; требованиям “гламурности” трудно соответствовать – и гламур означает упрощенность и “уплощенность” мыслей, чувств, отношений...

“Проблема гламура” активно обсуждается (конечно, наиболее заметны многочисленные высказываемые точки зрения в той же прессе), но общая картина в целом еще далеко не стала ясной. Одни авторы считают, что *гламур* – это лишь стиль “глянцевых” журналов, художественных произведений, эстрадных постановок, ТВ-шоу; другие – что это гораздо более общий “жизненный” стиль и даже новая форма масс-культуры, политики, межличностных отношений. Гламур связывают с новой социальной иерархией, формированием новой элиты и попытками приобщения к ней аутсайдеров. Гламур называют новой идеологией, даже новой религией.

В чем авторы более или менее едины – что можно говорить о настоящей экспансии *гламура* в современную культуру как о свершившемся факте; так, *гламур* было признано “словом года” в 2007 году (М. Эпштейн. *Слова года: Гламурный год под знаменем политконкретности*. Независимая газета – НГ Ex Libris. 17.01.2008).

3 Данные на 1 мая 2009.

В то же время, насколько нам известно, **не было полноценного лингвистического исследования** концепта *гламур* в современном русском языке, никто не связал нынешнюю экспансию *гламура* с очевидно сущностно близкой экспансией *светского* (стиля) в русскую культуру приблизительно два столетия назад.

Нередко *светский* и *гламурный* абсолютные синонимы, как в следующих примерах:

Ксения отправится по светским вечеринкам, фитнес-центрам, выставкам и концертам – местам, где можно встретить претендента на руку и сердце. Комсомольская правда; 14.02.2008.

Пользуясь журналистскими связями, доставала ей приглашения на гламурные вечеринки, где подруга заводила новые знакомства. Комсомольская правда; 20.12.2008

Ею оказалась популярная телеведущая и завсегдатай светских тусовок Ксения Собчак. Комсомольская правда; 31.05.2006.

Первой к выходу направилась Собчак, за ней потянулись все остальные представители гламурной тусовки. Профиль; 21.07.2008.

Семантика *гламурного* максимально близка к *светскому* также в тех контекстах, когда значение данного слова **объясняется через светский**; нередко они встречаются в составе сложных определений: *гламурно-светский*, в качестве однородных определений: *гламурная светская дама*; показательны выражения “*гламур светской жизни*” и подоб.:

С непривычки легко почувствовать себя белой вороной и на какой-нибудь московской “гламурной” (светской – от англ. “glamour”) вечеринке. Аргументы и факты; 27.12.2000.

Ведь этот путь усеян не розами и гламуром светской жизни, а зачастую отказом от многого: от радостей семейной жизни, общения с друзьями и близкими, реальных удовольствий и т.д. Независимая газета – НГ Ex Libris; 15.11.2007.

Конечно, в списке сплошь девушки гламурные, светские и тусовочные. Комсомольская правда; 17.03.2005.

И, возможно, она сама не погеряна для ТВ, поскольку тот *гламурно-светский мир*, который она олицетворяет и представляет, нуждается в своих сиренах и репрезентативных образах. Искусство кино; 15.11.2006.

В то же время во многих своих значениях данные концепты расходятся. Выявить различия нам поможет более детальный анализ сопоставимых и несопоставимых контекстов, в которых встречаются *свет* и *гламур* в современной прессе.

3.3. Количественные данные

Были выявлены следующие абсолютные и относительные количественные данные. В таблице они даны в алфавитном порядке:

Таблица 1

Сравнительная таблица абсолютной встречаемости и взаимозамен

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
адвокат	14	11
аксессуары	25	92
альбом	24	8
ангел	1	8
аристократ	13	2
аристократизм	2	0
артист	15	19
баба	2	11
батюшка	3	9
безвкусице / безвкусица	0	1
белье	0	26
Берлин	1	7
беседа	5152	11
бл...дь	0	3
блеск	136	246
блог	1	1
блондинка	32	350
богема	34	23
бойфренд	0	3
болезнь	4	21
болтовня	423	8
бомонд	322	23
бренд	0	109
брюнетка	0	8
буржуазность	1	4
вечер	828	44
вечеринка	5544	1066
виски	0	5
вкус	6	27
воспитание*	413	0

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
врач	64	3
высший (!)	15202	11
богема	34	23
бойфренд	0	3
болезнь	4	21
болтовня	423	8
бомонд	322	23
бренд	0	109
брюнетка	0	8
буржуазность	1	4
вечер	828	44
вечеринка	5544	1066
виски	0	5
вкус	6	27
воспитание*	413	0
врач	64	3
высший (!)	15202	11
гей	5	22
г...вно	0	3
господин	38	13
грязь	0	1
дама	4910	474
девица	40	229
девушка	712	947
девчонка	1	57
дед	0	7
дела*	448	67
денди	91	13
джентльмен	7	9
диалог	64	5
дива	460	500
дитя	0	2
доктор	2	2
дура	9	11
душа	27	6
европей	12	3
жвачка	2	5

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
<i>жена</i>	45	35
<i>животное</i>	0	4
<i>жизнь*</i>	35473	1446
<i>журнал*</i>	585	3113
<i>заведение</i>	197	118
<i>звезда и суперзвезда</i>	142 + 0	243 + 8
<i>знаменитость</i>	146	721
<i>издание*</i>	722	860
<i>имидж</i>	34	194
<i>интеллектуал*</i>	63	15
<i>интеллигент*</i>	18	1
<i>информация*</i>	40	6
<i>кампания</i>	9	3
<i>камуфляж</i>	0	5
<i>киска</i>	0	2
<i>кич</i>	1	16
<i>книга / книжка*</i>	401	77
<i>козел</i>	4	1
<i>колготки</i>	0	5
<i>компания</i>	125	75
<i>комплимент</i>	14	1
<i>костюм*</i>	284	69
<i>котенок</i>	2	1
<i>кошечка</i>	1	16
<i>красавица</i>	1034	344
<i>красотка</i>	83	341
<i>круг</i>	1482	61
<i>культура*</i>	1754	107
<i>кумир</i>	0	9
<i>купальник</i>	0	17
<i>курва</i>	0	1
<i>кутьюрье</i>	2	15
<i>лахудра</i>	0	1
<i>лев</i>	4320	5
<i>леди</i>	347	83
<i>лексикон</i>	0	1

	КОЛ-ВО КОНТЕКСТОВ ДЛЯ <i>светский</i>	КОЛ-ВО КОНТЕКСТОВ ДЛЯ <i>гламурный</i>
<i>лесбиянка</i>	0	0
<i>личность</i>	90	61
<i>Лондон</i>	29	2
<i>лоск</i>	537	121
<i>львица</i>	18763	41
<i>любовник</i>	2	6
<i>любовница</i>	3	11
<i>мальчик</i>	8	171
<i>манерность</i>	1	5
<i>манеры</i>	1147	37
<i>мачо</i>	8	26
<i>мерзавец</i>	3	10
<i>мероприятие</i>	15262	350
<i>мессия</i>	0	2
<i>мир</i> *	958	472
<i>мисс</i>	4	23
<i>мода</i>	116	136
<i>модель</i>	257	351
<i>модник</i>	19	20
<i>модница</i>	130	67
<i>Москва</i> *	585	212
<i>москвич</i>	8	16
<i>муж</i>	19	0
<i>мужик</i>	4	45
<i>мужчина</i>	84	74
<i>мэтр</i>	3	3
<i>натура</i>	4	1
<i>нимфетка</i>	0	9
<i>новости</i>	4147	71
<i>Нью-Йорк</i>	3	12
<i>образование</i> *	3817	3
<i>общение</i>	860	4
<i>общество</i>	6917	94
<i>обязанности</i> *	286	0
<i>ореол</i>	1	15
<i>отношения</i>	148	10
<i>очки</i>	1	23



1. *Bawet*, technika collage+druk cyfrowy, 50x70 cm, Halina Fleger

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

	кол-во контекстов для <i>светский</i>	кол-во контекстов для <i>гламурный</i>
<i>парень</i>	25	54
<i>Париж</i>	46	30
<i>пати + party</i>	41 + 33	61 + 39
<i>пацан</i>	0	5
<i>певец</i>	29	33
<i>педераст</i>	0	6
<i>Петербург*</i>	198	14
<i>петербуржец</i>	5	1
<i>петух</i>	0	1
<i>пидор</i>	0	1
<i>платье*</i>	137	149
<i>плейбой</i>	11	3
<i>поведение</i>	92	23
<i>повеса</i>	92	3
<i>подонок</i>	1	1049
<i>политик</i>	649	72
<i>поп</i>	17	132
<i>попка</i>	0	1
<i>попса</i>	0	51
<i>поэт</i>	40	5
<i>праздник</i>	1944	32
<i>презентация</i>	56	38
<i>претензии</i>	17	9
<i>привычка</i>	92	8
<i>прием</i>	3371	30
<i>прикид</i>	7	75
<i>прическа</i>	6	50
<i>провинциал</i>	1	4
<i>пусс + пусик</i>	0	11
<i>развлечение</i>	1275	39
<i>разговор</i>	1225	13
<i>раут</i>	11170	8
<i>ресторан(чик)</i>	41	177
<i>рожса</i>	1	5
<i>роман</i>	83	166
<i>роскошь</i>	32	92
<i>сайт*</i>	15	67

Stylistyka XIX

	кол-во контекстов для <i>светский</i>	кол-во контекстов для <i>гламурный</i>
<i>салон</i>	1527	46
<i>самка</i>	2	2
<i>священник</i>	42	9
<i>секс</i>	3	52
<i>сказка*</i>	11	66
<i>скука</i>	9	14
<i>слащавость</i>	0	2
<i>сливки</i>	7	11
<i>сопля</i>	0	2
<i>сплетни</i>	1504	30
<i>старик</i>	2	4
<i>стерва</i>	11	127
<i>стразы</i>	0	17
<i>света</i>	278	4
<i>сука</i>	9	3
<i>телка</i>	1	5
<i>тетка</i>	0	15
<i>тон</i>	213	36
<i>тоска</i>	1	11
<i>треп</i>	144	7
<i>трусики</i>	0	2
<i>трэш</i>	0	107
<i>тусовка</i>	10228	1155
<i>тусовщик</i>	497	97
<i>тусовщица</i>	550	89
<i>увлечение</i>	55	15
<i>украшения</i>	63	19
<i>улыбка</i>	127	12
<i>феерия*</i>	1	3
<i>фенечки</i>	0	2
<i>фигня</i>	0	6
<i>флирт</i>	65	1
<i>формат</i>	46	44
<i>француз</i>	9	11
<i>харизма</i>	2	1
<i>хит</i>	1	13
<i>хлыщ</i>	85	1

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
<i>хроника</i>	25917	21
<i>ценность*</i>	336	36
<i>человек</i>	5490	254
<i>чернь</i>	202	0
<i>шик</i>	67	204
<i>шоколад</i>	0	3
<i>шиншилла</i>	0	1
<i>шлюха</i>	1	10
<i>шоу</i>	97	253
<i>штучка</i>	50	100
<i>шуба</i>	0	1
<i>шубка</i>	0	5
<i>элита</i>	670	53
<i>эпатаж</i>	5	19
<i>эротика</i>	0	25
<i>этикет</i>	546	0
<i>эффект</i>	10	14
<i>эффектность</i>	0	2
<i>юноша</i>	31	57

* в этих контекстах светский используется одновременно и в другом значении ‘нерелигиозный’, т.е. сами по себе количественные данные малопоказательны.

Выделяются группы: 1) сопоставимые контексты; 2) контексты, в которых заметно больше доля *светский*; 3) контексты, в которых заметно больше доля *гламурный*.

Итак, в целом сопоставимые числа:

Таблица 2

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
<i>артист</i>	15	19
<i>богема</i>	34	23
<i>вечеринка</i>	5544	1066
<i>девушка</i>	712	947
<i>дива</i>	460	500
<i>жена</i>	45	35
<i>жизнь*</i>	35473	1446
<i>заведение</i>	197	118

	кол-во контекстов для <i>светский</i>	кол-во контекстов для <i>гламурный</i>
<i>издание*</i>	722	860
<i>личность</i>	90	61
<i>мир*</i>	958	472
<i>мода</i>	116	136
<i>модель</i>	257	351
<i>мужчина</i>	84	74
<i>па(р)ти + party</i>	41 + 33	61 + 39
<i>певец</i>	29	33
<i>платье*</i>	137	149
<i>презентация</i>	56	38
<i>тусовка</i>	10228	1155
<i>формат</i>	46	44
<i>юноша</i>	31	57

Явно несопоставимые: контексты, где подавляющее преимущество за *светский*:

Таблица 3

	кол-во контекстов для <i>светский</i>	кол-во контекстов для <i>гламурный</i>
<i>беседа</i>	5152	11
<i>болтовня</i>	423	8
<i>бомонд</i>	322	23
<i>вечер</i>	828	44
<i>воспитание*</i>	413	0
<i>высший</i>	15202	11
<i>дама</i>	4910	474
<i>диалог</i>	64	5
<i>компания</i>	125	75
<i>комплимент</i>	14	1
<i>костюм*</i>	284	69
<i>красавица</i>	1034	344
<i>круг</i>	1482	61
<i>лев</i>	4320	5
<i>леди</i>	347	83
<i>львица</i>	18763	41
<i>манеры</i>	1147	37
<i>мероприятие</i>	15262	350
<i>муж</i>	19	0

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
новости	4147	71
образование*	3817	3
общение	860	4
общество	6917	94
обязанности*	286	0
отношения	148	10
политик	649	72
поэт	40	5
праздник	1944	32
привычка	92	8
прием	3371	30
развлечение	1275	39
разговор	1225	13
раут	11170	8
салон	1527	46
сплетни	1504	30
суета	278	4
тон	213	36
улыбка	127	12
флирт	65	1
хлыщ	85	1
хроника	25917	21
ценность*	336	36
человек	5490	254
чернь	202	0
элита	670	53
этикет	546	0

Где полавляющее (или просто заметное) преимущество за гламурный:

Таблица 4

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
белье	0	26
журнал*	585	3113
блондинка	32	350
бренд	0	109
девица	40	229
девчонка	1	57

	кол-во контекстов для <i>светский</i>	кол-во контекстов для <i>гламурный</i>
<i>звезда и суперзвезда</i>	142 + 0	243 + 8
<i>знаменитость</i>	146	721
<i>имидж</i>	34	194
<i>кич</i>	1	16
<i>кошечка</i>	1	16
<i>красотка</i>	83	341
<i>мальчик</i>	8	171
<i>мужик</i>	4	45
<i>подонок</i>	1	1049
<i>попса</i>	0	51
<i>прикид</i>	7	75
<i>прическа</i>	6	50
<i>ресторан(чик)</i>	41	177
<i>роскошь</i>	32	92
<i>секс</i>	3	52
<i>сказка*</i>	11	66
<i>стерва</i>	11	127
<i>трэш</i>	0	107
<i>шик</i>	67	204
<i>шоу</i>	97	253
<i>эротика</i>	0	25

Подчеркнем: до сих пор речь шла о **заметном** превосходстве. Но если взять контексты, где разница в пользу *гламура* не такая явная (например, данные контексты являются просто менее многочисленными), то картина получится гораздо более интересная и разнообразная. Складывается впечатление, что с *гламурный* могут сочетаться чрезвычайно неожиданные вещи – едва ли не любые (таблица 5), например:

А олигархам нашим, по-моему, интереснее поддерживать гламурную попсу... Труд; 15.07.2006.

Видимо, на канале посчитали неуместным сводить в день выборов воедино столь важные для государства политические итоги голосования и гламурный трэш. Коммерсантъ Daily; 23.11.2007.

Если же ей хотелось немного гламурного эпатажа, то на светских раутах она потягивала модный в те годы коктейль “Московский мул” – водка, имбирное пиво, лайм и лёд. Аргументы и факты; 20.12.2006.

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

Это розовую и гламурную эротику от Кати Грязевой и Максима Наумова кировские цензоры браковать не решились. Аргументы и факты – Вятка (Киров); 15.11.2007.

Надо сказать, что вместо обычного лимузина и прочей гламурной фигни певица прилетела на свою презентацию на реальном самолете. Твой курс / приложение к АиФ; 21.12.2005.

Немного гламурных соплей на закуску, или, чтобы утешить девочек, два часа двадцать минут мучавшихся почему зря. Страна.Ru; 16.05.2008.

Раскройте любой журнал, к примеру “7 дней” – “Тайны гламурного Петербурга” – оказывается это реклама культовых бутиков, где можно купить гламурные трусики, или ботинки гламурно-спортивного стиля с бронзовым напылением, как “золотые” кроссовки Марии Шараповой. Люберецкая газета; 14.04.2006.

В конце концов, ты считаешь себя розовым гламурным пупсиком или настоящей женщиной? О чем молчат мужчины. “Ukraine Daily” – Информационно-аналитическое издание; 01.03.2006.

Не избежала этой участи даже сама “Снегурочка” Островского, превращенная в историю гламурной инопланетянки-нимфетки, попавшей в царство похотливых отморозков-берендеев. Итоги; 03.09.2007.

Кто-то из них увяз в рутине жизненных проблем, кто-то спился, кто-то стал гламурным петухом, кто-то затерялся в мегаполисах, а кто-то и предал меня. Уфимские ведомости (Уфа); 03.07.2008.

Сколько раз вы видели по телику или в журнале одни и те же гламурные рожи, обалдевшие – хоть земля под ногами гори! Урал (Екатеринбург); 15.05.2007.

Она сыграла в ней богатую, гламурную стерву Веронику. Русский курьер; 18.12.2006.

Теперь любая гламурная лахудра может политиком стать, а вот на интеллектуала без денег журналисты даже не посмотрят. Центр экстремальной журналистики; 14.11.2008.

Здесь нет гламурных пацанов и совсем мало девчонок глянцевого поведения. Белорусская газета (Минск); 25.09.2006.

И вот “панфиловские дела”, все эти гламурные мужики в юбках, накачанные, фактурные, – это то, что сейчас нужно и востребованно. Советская Беларусь (Минск); 30.11.2007.

Таким образом, сочетаемость у лексемы *гламур* оказывается в целом заметно больше, чем у *светский* (особенно показательны соответствия с нулевыми контекстами для последнего), в том числе с такими словами, которые как будто бы по своей основной семантике противоречат доминантам *гламура*. Показательно, что среди них много слов с “непостоянной лингвистической пропиской” в литературном языке – жаргонизмов, в том числе слов с ярко-отрицательными коннотациями (бл...дь, курва, мерзавец, педераст, подонок, рожа, сопля, фигня, шлюха), неологизмов (бойфренд, гей, кутюрье, нимфетка, стразы, трэш, фенечки, хит), молодежных диминутивов (киска, пупсик, телка, трусики, шубка, фенечки). Если в целом предсказуемо в этом “гламурном” ряду место слов: *фее-*

рия, шоколад, ореол, купальник, шик, эротика, то сочетания гламурного со словами типа: тетка, баба, мужик, пацан, провинциал, камуфляж, дитя, ангел, поп, мессия могут показаться неожиданными.

Таблица 5

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
ангел	1	8
баба	2	11
бл...дь	0	3
бойфренд	0	3
болезнь	4	21
брюнетка	0	8
буржсуазность	1	4
виски	0	5
гей	5	22
дитя	0	2
камуфляж	0	5
киска	0	2
колготки	0	5
кошечка	1	16
кумир	0	9
купальник	0	17
курва	0	1
кутюрье	2	15
мерзавец	3	10
мессия	0	2
мисс	4	23
нимфетка	0	9
ореол	1	15
очки	1	23
пацан	0	5
педераст	0	6
петух	0	1
поп	17	132
провинциал	1	4
пупс + пупсик	0	11
рожа	1	5
сопля	0	2
стразы	0	17

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
<i>телка</i>	1	5
<i>тетка</i>	0	15
<i>тоска</i>	1	11
<i>трусики</i>	0	2
<i>феерия*</i>	1	3
<i>фенечки</i>	0	2
<i>фигня</i>	0	6
<i>хит</i>	1	13
<i>шлюха</i>	1	10
<i>шоколад</i>	0	3
<i>шубка</i>	0	5

Конечно, большинство таких “неожиданных” сочетаний обладают мощным зарядом экспрессии. Единичная сочетаемость говорит только о нехарактерности, полезной для экспрессии, игры, которая пока остается экспрессией и еще не перешла в штамп⁴.

Возможно, *свету*, с его шлейфом холодноватого аристократизма, несколько не хватает той современной “молодежной” энергетики, мобильности, эксперимента, эпатажа, веселой разухабистости, которые и сообщают *гламуру* вкус манительной вседозволенности, отсутствия (старых) правил. На этом фоне *свет* даже может показаться... скучным! Составляющие ‘красота’ данных концептов относятся друг к другу как, с одной стороны, ‘вкус’ (*светский*), с другой – ‘эффектность’ (*гламур*): это *красавица* (1034 контекста для *свет* при 344 для *гламур*) и *красотка* (341 для *гламур* при 83 для *свет*).

Гламур вообще как бы гораздо громче кричит о себе, не особенно заботясь о вкусе, тогда как *свету* не нужно о себе кричать; из-за этого *гламур* вообще гораздо легкомысленнее – но и наглее, и циничнее, и... Неувереннее.

3.4. Процентный коэффициент соответствий

Следующая часть нашего исследования была посвящена выяснению, насколько в целом явления и понятия с определением *светский* обнаруживают

4 Впрочем, некоторые из них уже превратились в клише, например *гламурный подонок*, который первоначально был названием программы / роли Павла “Снежка” Воли в передаче Комеди-клуб; ср. официальный сайт “гламурного подонка” П. Воли: <http://www.pavelvolya.com/> Система Integrum выдала в общей сложности 353 контекста для *гламурного подонка* в одном контексте со словами: *Комеди Клуб, Павел, Снежок, Воля*.

тяготение к *гламурности*. Данное исследование также было статистическим, с использованием возможностей системы Integrum: для этого нами фиксировались все контексты со словосочетаниями, включающими определение *светский*, в которых, кроме того, использовалась и лексема *гламур / гламурный*. При этом был задан режим расширительного поиска: слово *гламур / гламурный* должно быть внутри того же текста (в данном случае – одной и той же газетной статьи), что и словосочетание с определением *светский*, но необязательно в том же предложении. Для этого были выбраны лексемы, где 1) было зафиксировано самое большое число контекстов для словосочетаний с определением *светский*, 2) по возможности было бы также большое число контекстов для словосочетаний с определением *гламур / гламурный*. Третья колонка – процентный показатель (таблица 6).

Таблица 6

“Светский” + “гламур” в одном контексте – 11413 (10787) контекстов (1992-2009)

	кол-во контекстов для <i>светский</i> всего	контекстов вместе с “гламур”	
		количественный показатель (в скобках для <i>гламурный</i>)	процентный показатель (для <i>гламур</i>)
коммуникативные			
<i>беседа</i>	5152	179 (161)	3,47
<i>болтовня</i>	423	22 (22)	5,20
<i>вечер</i>	828	31 (27)	3,74
<i>вечеринка</i>	5544	467 (450)	8,42
<i>диалог</i>	64	4 (4)	6,25
<i>мероприятие</i>	15262	796 (770)	5,21
<i>общение</i>	860	18 (17)	2,09
<i>пати</i>	41	2 (2)	4,87
<i>презентация</i>	56	9 (30)	17,85
<i>прием</i>	3371	100 (98)	2,96
<i>разговор</i>	1225	27 (25)	2,20
<i>раут</i>	11170	622 (602)	5,56
<i>сплетни</i>	1504	120 (115)	7,97
<i>треп</i>	144	18 (17)	12,5
<i>тусовка</i>	10228	965 (946)	9,43
некоммуникативные			
<i>артист</i>	15	0 (0)	0
<i>богема</i>	34	2 (2)	5,88

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

	кол-во контекстов для светский всего	контекстов вместе с “гламур”	
		количественный показатель (в скобках – для гламурный)	процентный показатель (для гламур)
<i>девица</i>	40	1 (30)	2.50
<i>девушка</i>	712	86 (87)	12.07
<i>дива</i>	460	39 (39)	8.47
<i>жизнь*</i>	35473	1527 (1497)	4.30
<i>заведение</i>	197	12 (12)	6.09
<i>звезда</i>	142	26 (28)	18.30
<i>знаменитость</i>	146	9 (9)	6.16
<i>издание*</i>	722	27 (28)	3.87
<i>лея</i>	4320	328 (304)	7.59
<i>личность</i>	90	5 (4)	4.44
<i>лоск</i>	537	42 (39)	7.82
<i>львица</i>	18763	2151 (2113)	11.46
<i>мир*</i>	958	83 (84)	8.76
<i>мода</i>	116	9 (8)	7.75
<i>модель</i>	257	0 (0)	0
<i>модник</i>	19	3 (3)	15.78
<i>модница</i>	130	19 (19)	14.61
<i>мужчина</i>	84	8 (8)	9.52
<i>общество</i>	6917	213 (189)	3.07
<i>party + party</i>	41 + 33	2 + 1 (2)	4.05
<i>певец</i>	29	0 (0)	0
<i>платье*</i>	137	5 (4)	3.64
<i>салон</i>	1527	38 (38)	2.48
<i>тусовщик</i>	497	99 (97)	19.92
<i>тусовщица</i>	550	54 (53)	9.81
<i>формат</i>	46	0 (0)	0
<i>ценность</i>	336	0 (0)	0
<i>человек</i>	5490	123 (119)	2.24
<i>штучка</i>	50	3 (3)	6.00
<i>юноша</i>	31	0 (0)	0

Процентный показатель может означать: а) что встретив *светский* в данном контексте, мы здесь же встретим *гламур(ный)*: процент есть вероятность такой встречи; б) иногда такой процент есть также степень вероятности того, что *светский* был использован в том же значении, что и *гламурный*.

При этом случаи, когда высоким процентным показателем во второй таблице обладали те контексты, у которых абсолютный численный показатель в первой таблице был равно высоким для *светского* и *гламурного*, достаточно очевидны.

По-видимому, более глубокого осмысления заслуживают контексты, у которых, наоборот, абсолютный численный показатель в первой таблице был равно высоким для *светского* и *гламурного*, а процентный показатель совпадений во второй таблице оказывался **низким**.

Каждый из таких случаев должен быть проанализирован тщательно и по отдельности, но данная задача выходит за рамки настоящего исследования: такое осмысление – дело будущего. Что-то, вероятно, может быть списано на случайность; в ряде же случаев нужен такой масштаб и тщательность осмысления, претендовать на которую сейчас было бы совершенно преждевременно.

3.5. Коммуникативные контексты

Относим к коммуникативным характеристикам концептов “*светский*” и “*гламурный*» следующие параметры: названия речевых / коммуникативных жанров (*разговор, беседа, болтовня, сплетни, флирт*); отдельных коммуникативных действий (улыбка); коммуникативно-знаковые системы (этикет); тональность коммуникации; отдельные (оценочные) измерения коммуникации.

Прежде всего, обращает на себя внимание отчетливо **более** коммуникативный характер концепта *светский*. Несомненно, в русском языке и речи к рубежу XX-XXI веков уже сложилась достаточно четкая система коммуникативных измерений данного концепта. Так, для концепта *светский человек*, являющегося, по-видимому, организующим центром общего поля *светский*, коммуникативная составляющая является чрезвычайно существенной; можно сказать, что *светский человек* – это тот, кто способен вести *светскую беседу*. *Светский тон* в XIX веке имел значительно более коммуникативное значение, чем современный *гламурный тон* (ср.: *Крепкий в правилах светского тона и в условной светской нравственности, но морально неустойчивый в душе ... таким представляется нам Геккерен*. П.Е. Щеголев. История последней дуэли Пушкина – и *Студия оформлена в гламурных тонах*). Многие из этих сочетаний относятся к традиционным и устойчивым и активно использовались еще в XIX веке (*беседа; разговор; сплетни; общение; этикет; манеры; прием; вечер; раут; отношения; тон;*

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

суета; улыбка; диалог; флирт; поведение). Для гламура коммуникативные контексты в целом малочисленны (кроме вечеринка и тусовка).

Таблица 7

	кол-во контекстов для светский	кол-во контекстов для гламурный
беседа	5152	11
болтовня	423	8
вечер	828	44
вечеринка	5544	1066
диалог	64	5
комплимент	14	1
манеры	1147	37
мероприятие	15262	350
общение	860	4
отношения	148	10
пати + party	41 + 33	61 + 39
поведение	92	23
презентация	56	38
прием	3371	30
развлечение	1275	39
разговор	1225	13
раут	11170	8
сплетни	1504	30
суета	278	4
тон	213	36
треп	144	7
тусовка	10228	1155
улыбка	127	12
флирт	65	1
шоу	97	253
этикет	546	0

Итак, гламур и свет в своем коммуникативном измерении вполне эквивалентны в контекстах: вечеринка: для светский – 5544, гламурный – 1066; тусовка: для светский – 10228, гламурный – 1155; а также (с более скромными количественными показателями): па(р)ти, презентация. Показательно отсутствие контекстов *гламурный этикет: по-видимому, дело здесь не в отсутствии правил у гламура, а в том, что быть вежливым – это как

бы не очень гламурно; прикрывать же безупречной вежливостью превосходство, агрессию, издевку – этому “молодой” гламур еще не научился.

Где с большим перевесом побеждает гламур(ный) – это контекст с шоу (253 контекста для гламурный при всего 97 для светский). Впрочем, следует отметить, что собственно коммуникативное содержание данного концепта весьма специфично.

Анализ показывает, что в современных контекстах реализуются, в общем, все те же коммуникативные характеристики концепта светский, что были выявлены нами для прошлых эпох:

- светская беседа – это беседа “ни о чем”:

Я ничего не рассказывала о себе, была какая-то светская беседа... Елена Ханга: Душевная сила это сексуально. Дочки-матери / приложение к АиФ; 12.03.2003.

- на неинтересные темы, обсуждать которые в тягость; поддерживать светскую беседу приходится только из вежливости, “потому что так принято”:

Так что помимо поглощения клейкого теста вам еще приходится и поддерживать светскую беседу об исключительности вашего с ней мальчика на протяжении всего вечера. Делай ноги. Дочки-матери / приложение к АиФ; 14.10.2002.

- высокий социальный статус собеседников:

Много раз к моему кебу, в котором сидела хорошенькая барышня, пристраивался шикарный автомобиль, завязывалась непринужденная светская беседа. Велокөб подан! Вечерняя Москва (Москва); 29.06.2006.

- их принадлежность к “светскому обществу” людей избранных – известных, публичных, “тусовочных” (ср. “знаковые имена” в примерах):

Мария Арбатова быстро нашла общий язык с Валентином Юдашкиным – завела с ним светскую беседу. У “Премьеры” нет плохой погоды. МК; 04.09.2007

Иногда прекращали на время светскую беседу и гладили прелестное дитя. Волочкову поздравил Григорович. Вечерняя Москва; 23.01.2007.

- расширенная по сравнению с обычной коммуникативная компетенция, риторические умения, которыми владеют не все:

Коммуникативные ценности в зеркале медиа: “задушевность”

ВАДИМ В. ДЕМЕНТЬЕВ

Еще одна далеко не последняя услуга, которую заказывают уже после всех вышеперечисленных, это обучение **светским манерам**. Обычно эту услугу заказывают те, кто по счастливой случайности приглашен на высокий прием, но чувствует себя скованно и неуверенно. Так вот, вас научат не только различать столовые приборы, но и красивой походке и умению поддержать беседу. Когда весна стучит в окно. Вечерняя Москва; 09.03.2007.

Я, например, научилась непринужденно разговаривать ни о чем и часами поддерживать **светские беседы**. Жених по интернету. Дочки-матери / приложение к АиФ; 29.12.2004

- Соответственно светская беседа имеет неповседневный характер, может быть яркой, праздничной, искусной, изощренной:

Хозяйка занимала **светской беседой** гостей: двух солидного вида мужчин в строгих костюмах и юную девушку. Лето ее жизни. Дочки-матери / приложение к АиФ; 07.12.2005.

Что касается концепта **гламур / гламурный** в его коммуникативном измерении, можно с уверенностью говорить, что в современном русском языке и речи еще **не сложилась** четкая система его коммуникативных характеристик.

Это хорошо видно из количественных показателей: практически все словосочетания, именующие собственно коммуникативные явления и измерения, встречаются с **гламурный** во много раз реже, чем со **светский**: разговор – 13; беседа – 11; сплетни – 30; общение – 4; треп – 7; болтовня – 8; диалог – 5; отношения – 10; манеры – 37; тон – 36; улыбка – 12; суета – 4; прием – 30; вечер – 44; раут – 8; флирт – 1; поведение – 23.

Коммуникативные характеристики концепта **гламур** гораздо менее разнообразны и разработаны. Представлены лишь некоторые, очень немногие значения из тех, которые реализует в современных контекстах концепт **светский** – тогда **гламурный** и **светский** применительно к общению, поведению, разговору и т.д. синонимы.

В то же время **светский разговор** и **гламурный разговор** не совсем одно и то же: если первый, в общем, понимается приблизительно в том же значении, как было в XIX в. (см. примеры выше), то **гламурный разговор** – как бы более “фотогенично”, “форматно”, то есть должен быть не просто **красивым** (как и **светский разговор**), а должен выглядеть красиво, снятый в виде фотографии в журнале, на телепередаче или в качестве отдельной сцены в фильме, которые положительно оценят **гламурные** зрители / читатели. Ср.:

А гламурные разговоры о неделимой любви к Нью-Йорку и Москве “двуграждан”: российских и балтийских американцев-англичан А. Журбина и супруги И. Гинзбург-Журбиной, П. Вайля, А. Гениса и др. Народу-то их эстетские эмоции, пардон, по барабану. Как и звездные перебивания друг друга эфирных дуэтов. Литературная газета; 16.07.2008.

Архитекторы любят богатых и именно к ним тянутся. В итоге старый Петербург гибнет под напором домов-эгоистов и проектов-эгоцентриков. Комфорт внутри, плевать на то, что снаружи. А гламурные разговоры о недопустимости мимикрии и стилизаций оказываются лишь красивой оберткой для того, чтобы прикрыть уничтожение городской истории. Город (Санкт-Петербург); 23.04.2007.

- В целом определение *гламурный* очень слабо и неопределенно характеризует общение. Преобладает плеонастическое использование лексемы *гламурный* в контекстах, описывающих коммуникативные ситуации: *гламурное общение* – это общение *гламурных людей* (как и всё, связанное с жизнью, местом в обществе, поведением, привычками, внешним видом, речью *гламурных людей*, может быть охарактеризовано как *гламурное*):

Вечером съездили на вечеринку игроков. Она проходила в зале, забитом гламурными людьми, ведущими гламурные беседы. Новые известия (Москва); 29.09.2006.

- Кроме того, *гламурное общение* – это общение на “*гламурные*” темы: прежде всего, мода, телевидение, шоу-бизнес и т.д. (ср.: *говорили в основном на fashion-темы*):

Атмосфера вечера была вполне “английской” – под стать марке Burberry. Гости не отказывали себе в винах и говорили в основном на fashion-темы. Член совета директоров издательского дома Independent Media Михаил фон Шлиппе приглашал на обед заместителя главного редактора журнала Elle Сергея Николаевича. Все гламурные беседы проходили под Рахманинова, Шопена и Масне. Игра в классику. Коммерсантъ; 29.03.2004.

- Наконец, *гламурное общение* – это общение в “*гламурных*” обстоятельствах (они обычно очерчивают и выбор тем): на подиумах, съемочных площадках, в модных ресторанах и т.д.:

Ухоженные леди – от совсем юных до тех, в чьих глазах читается уже слишком богатый жизненный опыт, – собираются здесь вовсе не для того, чтобы пропустить пару рюмочек (хотя, в принципе, и это возможно). Это царство маникюра и гламурного общения. Бизнес-журнал; 11.05.2006.

Думается, что на такое распределение коммуникативных значений *света* и *гламура* в современном русском языке и речи повлиял тот исторический факт, что концепт *свет*, чьи значения первоначально достаточно четко, по-видимому, делились на коммуникативные и некоммуникативные, к настоящему времени пережил почти полную утрату своей некоммуникативной составляющей – поскольку фактически ушло из жизни все, кроме собственно манер в общении (образ жизни старого русского дворянства, то есть *света*, во всех его проявлениях). Теперь некоммуникативное значение *света* сохраняется только в текстах, относящихся к ушедшей эпохе или стилизующих ее. Таким образом, некоммуникативная составляющая *света* оказалась невостребованной – во многом именно эту лакуну прежде всего и заполняют развивающиеся значения “нового” *гламура*.

В то же время сказать, что коммуникативное значение *гламурный* бедно, “плоско”, неинтересно, было бы не вполне справедливо. В большинстве случаев коммуникативные характеристики *гламура* могут быть рассмотрены как частные составляющие или проявления более важных **ценностных** характеристик, достаточно часто фиксируемых в текстах прессы. Данное явление не случайно, по всей видимости, оно прямо проистекает из базового значения *гламур*, а также его основных функций в современной русской речи: это, прежде всего, противопоставление всему “обычному”. В этом отношении противопоставление “обычным” **ценностям** представляется весьма важным, оно скорее с готовностью демонстрируется, чем скрывается, – как сторонниками данных “новых” ценностей и отношений, так и противниками.

Эти две системы ценностей – “*светская*” и “*гламурная*” – во многом близки, а в чем-то даже полностью совпадают. *Светские* ценности, как было показано выше, тоже во многом складывались под знаком отрицания и формирования замкнутого общества “своих”.

В то же время (в современном русском языке и речи) это достаточно разные ценности. Пафос отрицания у *гламура* захватил отчасти и *светский* – как, по сравнению с ним, тоже нечто “старое” и “обыкновенное”.

Характерные сочетания с “ключевыми словами русской культуры” – через “**минус**”: с “не” и “без”:

Конечно, г-дам Марголиту и Ростюцкому бездушные гламурные кошечки милее. Демократы и пираты. Советская Россия (Москва); 07.03.2007.

Кажется, автор так до конца и не определился, обличать ему или же воспевать всю эту офисную близость и весь этот бездуховный гламур. Коммерсантъ; 23.03.2006.

Иначе чем объяснить засилье на "предвыборном" экране криминала и совершенно бессовестного гламура? Условие для преемника-2. Московская правда; 10.07.2007.

Более того, гламур часто противопоставляется **человеческим ценностям вообще**:

Автор и режиссер Елена Немченко сталкивает два полюса, которые никогда не пересекутся: искусственная среда гламура и извечные человеческие ценности. Журналист; 16.09.2008

Есть и выраженные однозначно **положительные** ценностные характеристики *гламура*, однако доля их ничтожно мала, и на общую картину тотального противопоставления *гламура* основным ценностям русской культуры они никак не влияют.

В целом положительные ценностные характеристики гламура можно распределить на несколько основных групп (характерны часто используемые в таких контекстах положительно-оценочные определения: *красивый, изысканный, пленительный, манящий* и т.д.): это, во-первых, **красота гламурных вещей и гламура в целом**; во-вторых, **богатство гламурных вещей и гламурных людей**; в-третьих, их **хороший вкус**; в-четвертых, принадлежность *гламурных людей* к некой новой элите:

Благородный лоск, искристость поверхности, пленительный гламур. Publish. 11.12.2003.
...Все изысканно, красиво – гламурно. Московская правда; 06.09.2007.

Итак, оба концепта противопоставлены основным ценностям русской (традиционной) культуры, но значение *светский* в целом гораздо **более коммуникативно**. Вероятно, дело в том, что и "светские люди", и "гламурные люди" – "утонченные прожигатели жизни", но при этом *светский человек* – это изначально **аристократ**, "**представитель власти**", "**хозяин жизни**" – а они осуществляют эту власть через посредство коммуникации. *Гламурный же человек* изначально представитель буржуазного общества, буржуазии и "буржуазности", "**потребитель**".

Поэтому если наиболее типичные представители *света* – лев и львица (см. количественные данные выше), то *гламура* – звезда, знаменитость; *свет* населяют дама, леди, *гламур* – девушка и особенно девчонка, девица, дива, кошечка... здесь также гораздо больше места для таких "несветских" персонажей, как мужик, мачо, нимфетка... *Свет* – общество, *гламур* – тус-

овка (хотя теперешний свет – тоже в значительной степени тусовка...); свет – элита, манеры, гламур – попса, кич, трэш; свет – отношения, гламур – шоу, шик, блеск...

Все эти соображения придают настоящему исследованию подчеркнuto начальный, предварительный характер – собственно, результаты в основном статистические, их настоящее осмысление – дело будущего.

Итак, частотность и разнообразие контекстов, прежде всего коммуникативных, подтверждают идею, что “задушевность”, “светскость” и “гламурность” занимают важное место в русской коммуникативной компетенции, а тот факт, что в большинстве контекстов выражения *по душам*, *светский* и *гламур(ный)* наделяются ярко-оценочным содержанием, позволяет говорить о них как о коммуникативных ценностях.

Использование контекстно-статистического метода и содержательный анализ контекстов в современной прессе, с одной стороны, позволяет сделать целый ряд дополнений и уточнений к набору речевых характеристик *разговора по душам* и *светской беседы*, выявленных ранее (и на другом материале), а с другой стороны, – выявить некоторые закономерности в современной очень быстро меняющейся коммуникативной реальности, где, несмотря на перемены, сохраняются многие традиционные ориентиры, к важнейшим из которых, безусловно, относятся коммуникативные ценности.

Литература

- Бахтин М.М., 2002, Собрание сочинений в 7 т. Т. 6: *Проблемы эстетики Достоевского*, 1963, Работы 1960-х – 1970-х гг., Москва.
- Булыгина Т.В., Шмелев А.Д., 1994, *Оценочные речевые акты извне и изнутри. – Логический анализ языка. Язык речевых действий*, Москва.
- Вежбицкая А., 2001, *Понимание культур через посредство ключевых слов*, Москва.
- Вежбицкая А., 2002, *Русские культурные скрипты и их отражение в языке*, “Русский язык в научном освещении”, № 2 (4), Москва.
- Грайс Г.П., 1985, *Логика и речевое общение. – Новое в зарубежной лингвистике*, Москва, вып. 16.
- Дементьев В.В., 2007, *Об одной оценочной системе в русском языке. – Проблемы речевой коммуникации*, Сарагов, вып. 7.
- Дементьев В.В., 2010, *Теория речевых жанров*, Москва.
- Дементьев В.В., Рогачева Н.Б., 2006, *Сопоставление культур через посредство категории “коммуникативный идеал”*, “Stylistyka” XV, с. 7-35.
- Карасик В.И., 2002, *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*, Волгоград.

- Коньков В.И., 2002, *СМИ как речевая система*, "Мир русского слова", № 5.
- Ларина Т.В., 2009, *Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций*, Москва.
- Лотман Ю.М., 1994, *Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII – начало XIX века)*, СПб.
- Сиротинина О.Б., 2003, *Речевая культура. – Стилистический энциклопедический словарь*, Москва.
- Степанов Ю.С. Константы, 1997, *Словарь русской культуры. Опыт исследования*, Москва.
- Стернин И.А., 2003, *Почему русский человек не любит светское общение? – Прямая и непрямая коммуникация*, Саратов.
- Шмелев А.Д., 2002, *Русская языковая модель мира*, Москва.
- Integrum: точные методы и гуманитарные науки*, 2006, Москва.
- Leech G.N., *Principles of Pragmatics*, L.; N.Y., 1983.

Communicative Values in the Mirror of Media: "zadoushevnost" vs. "svetskost" vs. "glamournost" in Contemporary Russian Newspapers

In the article, Russian communicative values have been discussed. Such values belong to the best clues for understanding a national culture. The media speech material is an effective tool for researching the communicative values. The contexts with the lexical names of three Russian communicative values and their parts have been selected out of the contemporary Russian newspapers with an aid of the Integrum system, and then the connotative meaning of these contexts have been analyzed.

Keywords: *Russian, communicative values, media, the Integrum system, personality, speech genres.*