турная коммуникация : сб. ст. VIII Междунар. научно-практ. конф. – Астрахань : Изд. дом «Астраханский университет», 2016. – С. 60–63.

9. Рябичкина Г. В. Социолексикографический анализ «Большого Толкового Словаря Русского Жаргона» В.М. Мокиенко и Т.Г. Никитиной / Г. В. Рябичкина // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2008. – № 2. – С. 31–40.

10. Толстая С. М. Категория родства в этнолингвистической перспективе / С. М. Толстая // Категория родства в языке и культуре. – М., 2009. – С. 7–22.

References

1. Bagrintseva O. B. Leksicheskie edinitsy "svekr", "zolovka", "svoyachenitsa" v substandartnom sloe russkogo yazyka (na primere www.slovoborg.ru) // Yazyk i mezhkulturnaya kommunikatsiya. Astrakhan, Publishing House “Astrakhan University", 2016, pp. 5–8.

2. Bagrintseva O. B. Sotsioleksikograficheskiy analiz terminov rodstva v sotsioleksikograficheskom internet-izdanii www.slovoborg.ru // Osnovnye voprosy pedagogiki, psihologii, lingvistiki i metodiki prepodavaniya v obrazovatelnyh uchrezhdeniyah. Astrakhan, Publishing House “Astrakhan University", 2014, pp. 10–13.

3. Belov N. Slovar zhivogo razgovornogo angliyskogo i amerikanskogo slenga. Minsk, 2010. 256 p.

4. Zobnina O.A. Osobennosti tsennostnoy sostavlyayuschey kontsepta «OX-BRIDGE» // Izvestiya Volgogradskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo Universiteta, 2007, № 2, pp. 30–33.

5. Kolokolova, N.M. Emotivnye komponenty zhenskogo promissiva B russkom i frantsuzskom yazykah // Yazyk i mezhkulturnaya kommunikatsiya. Astrakhan, Publishing House “Astrakhan University", 2016, pp. 38–42.

6. Krivyh L. D. Kategoriya "otnoshenie": sotsialnyy aspekt // Geologiya, geografiya i globalnaya energiya, 2006, № 6, pp. 192–194.

7. Metelskaya E. V. Istoricheskiy obzor prezentatsii substandartnyh leksem-zoonimov v zarubezhnoy i otechestvennoy sotsialnoy leksikografii // Gumanitarnye issledovaniya, 2014, № 1 (49), pp. 45–51.

8. Pitelina M. V. Lingvisticheskaya kompressiya kak sredstvo realizatsii modalnyh znacheniy v reklamnyh tekstah // Yazyk i mezhkulturnaya kommunikatsiya. Astrakhan, Publishing House “Astrakhan University", 2016, pp. 60–63.

9. Ryabichkina G. V. Sotsioleksikograficheskiy analiz "Bolshogo Tolkovogo Slovarya Russkogo Zhargona" V.M. Mokienko i T.G. Nikitinoy // Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta, 2008, № 2, pp. 31–40.

10. Tolstaya S. M. Kategoriya rodstva v etnolingvisticheskoy perspective // Kategoriya rodstva v yazyke i kul’ture. M., 2009, pp. 7–22.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЦИАЛЬНУЮ ЦЕННОСТЬ (НА ПРИМЕРЕ СТАТЕЙ О ПРОБЛЕМАХ БРИТАНСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ ГАЗЕТЫ “THE GUARDIAN”)

Зобнина Ольга Александровна, *кандидат филологических наук, Астраханский филиал Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, 414057, Россия, г. Астрахань, ул. Б. Хмельницкого, 33/1, e-mail: june2676@ya.ru.*

В статье проводится описательное лингвистическое исследование динамики и результатов воздействия на социальную ценность языковыми средствами на примере отражения проблем британского образования в дискурсе средств массовой информации. Проводится различие между стереотипным восприятием культурного символа и социального явления. Подтверждается

взаимосвязь реализации воздействующей функция публицистики и формирования оценки социальных явлений большими группами людей, относящимися к одной социокультурной общности.

Ключевые слова: дискурс средств массовой информации, образность, Оксбридж, оценка, публицистический стиль, символ, социокультурная ценность, элитное образование

LINGUISTIC ASPECTS OF INFLUENCING A SOCIAL VALUE (ON THE ARTICLES ON THE PROBLEMS OF BRITISH EDUCATION IN THE E-VERSION OF "THE GUARDIAN")

Zobnina Ol'ga A., *Candidate of Philological Sciences, Astrakhan branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 414057, Russia, Astrakhan, 33/1 B. Khmelnitsky st., e-mail: june2676@ya.ru.*

The article presents a descriptive linguistic research of dynamics and results of influencing a social value with linguistic means through reflecting the problems of British education in mass media discourse. The difference between a stereotyped comprehension of a cultural symbol and a social event is drawn. The interconnection between the implementation of the function of influence in publicism and formation of social events evaluation by large groups in the given socio-cultural community is proven.

Keywords: mass media discourse, expressiveness, Oxbridge, evaluation, publicism, symbol, socio-cultural value, elite education

Антропоцентрическая парадигма гуманитарных исследований подразумевает постоянное обращение к вопросу основ небиологического существования человека, создающих его сопричастность определённому социуму и культуре. Социокультурные ценности закреплены в сознании языковой личности и являются основой отношений в обществе, присутствуют в различных сферах человеческой жизни [1, с. 108].

Социальные ценности, согласно одному из определений, – «общественно значимые для личности, социальной общности, общества в целом материальные, социальные объекты, духовная деятельность человека и её результаты; социально одобряемые и разделяемые большинством людей представления о том, что такое добро, справедливость, патриотизм, романтическая любовь, дружба и т.п.» [7]. Постановка вопроса о ценности социального явления или института требует его всесторонней оценки по критериям включенности в систему духовных культурных кодов. Тип культуры определяет восприятие людьми окружающей действительности в определённом свете, создает предпосылки их поведения. Актуальным остаётся положение о тесной взаимосвязи ценностей, символов, слов, значений, оценок и социального поведения в рамках одной культуры [4, с. 149].

Критика социальных явлений и институтов является способом выражения мнения большими группами, то есть выступает как процесс оценки и переоценки ими определённых социальных ценностей. Каналы и инструменты подобной критики находятся в сфере деятельности средств массовой информации, на уровне языка и речи – в дискурсе средств массовой информации или в «медийном» дискурсе. Доступность и разнообразие средств массовой информации в наши дни, их увеличившаяся направленность на интерактивное взаимодействие отправителя и получателя информации не только ведут к расширению их формата (например, возможность комментирования и обмена мнениями в электронных версиях газет), но и дают возможность всё большему количеству читателей обозначить свою позицию по волнующим их вопросам.

Целью данной статьи является рассмотрение и описательное исследование динамики и результатов воздействия на социальную ценность языковыми средствами. Объектом исследования стали оценки старейших университетов Европы – Оксфордского и Кембриджского университетов (Оксбридж), выраженные в газетном дискурсе. Материалом исследования послужили статьи рубрики *Education* электронной версии газеты *The Guardian* [10] за период с 2013 по 2016 год. Всего было проанализировано 87 статей, тематически соотносимых с проблемой социального неравенства в британском образовании, которая сформулирована в данном электронном печатном издании как *Oxbridge elitism* (*элитизм Оксбриджа*). Для выявления динамики и результатов воздействия на генерализованную ценность, определяющую национальную картину мира, был проведён сравнительный анализ ранее выявленных оценок социального неравенства в британском образовании, и оценок, выявленных в средствах массовой информации на данный момент.

Постановка вопроса о ценности социального явления или института требует его всесторонней оценки по критериям включенности в систему духовных культурных кодов. Тип культуры определяет восприятие людьми окружающей действительности в определённом свете, создаёт предпосылки их поведения. Старейшие университеты Европы – Оксфорд и Кембридж – традиционно называемые *Oxbridge*, на протяжении веков выступают в качестве одного из символов Великобритании, но при этом неизменно подвергаются критике в проявлениях социального неравенства. Проблема социального неравенства в высшем образовании начинает проявляться уже на уровне среднего образования, поскольку для учащихся государственных школ поступление в самые престижные университеты Великобритании может быть затруднительно.

Консерватизм британцев давно утвердился в качестве общепринятого стереотипа. Одним из таких стереотипов является представление о том, что Оксфорд и Кембридж – это «совершенство» образования, единственно достойные внимания королевского семейства университеты [4, с. 33].

Ранее проведённое исследование подтвердило предположение о том, что становление Оксбриджа как символа британской культуры проходило через процесс аккумулирования основных британских ценностей: консерватизма и монархии. Оценки данного института культуры сводились к критике критериев и целей отбора в Оксфордский и Кембриджский университеты, что подтверждало несовпадения ценностных установок правительственных структур и Оксбриджа, проявляющееся в широкомасштабных акциях правительства, направленных на лишение Оксбриджа статуса элитного университета. Лишив Оксбридж статуса элитного университета, правительство пыталось перейти к меритократичному устройству общества [3, с. 51].

Средства массовой информации, электронные версии газет в том числе, всегда активно влияют на общественное мнение. Публицистика предстаёт в виде некого «социального пространства, формально-содержательной рамки» [6, с. 26]. Социальные явления подвергаются в этом внутреннем пространстве оценке и переоценке.

Использование языковых средств выражения оценки социального явления обусловлено форматом публицистического стиля, главными функциями которого являются воздействующая и информативная. Доказано, что «воздействующая функция обуславливает наличие и формирование оценочной лексики», а в самом тексте газеты сочетаются «экспрессия и стандарт» [8].

Информативная функция публицистики подразумевает проведение отбора информации по принципу её актуальности и важности для читательской аудитории, тем интереснее становится тот факт, что из множества университетов Британии именно Оксбридж вызывает интерес широкой общественности, а в газете *The Guardian* даже ведётся колонка *Oxbridge elitism*.

В 2000 году электронной версией *BBC NEWS* был проведён опрос независимых мнений относительно Оксбриджа [9], в котором нами были выявлены негативные оценки Оксбриджа, проявившиеся на уровне лексической семантики: *«an establishment clique»* (образовательная клика), *"right" social class* («правильный» социальный класс), "*bastion of privilege*" (бастион привелигированных).

На данный момент тема элитизма Оксбриджа нисколько не утратила своей актуальности. Метафоры войны, которые отражают состояние противоборства и преимущества по-прежнему составляют значительный пласт лексики статей по данной теме [10]:

«A fierce attack on selection procedures at Oxford University» («Жестокие нападки (атака, нападение) на процесс отбора в Оксбридж)»;

«*In its annual report this week, the government's Social Mobility and Child Poverty Commission will pick a major fight with Oxbridge all over again. And they expect it to make waves»* («В ежегодном отчёте, предоставленном на этой неделе, правительственный отдел по социальной мобильности и детской бедности снова присоединится к главной схватке с Оксбриджем. Ожидают, что это даст резонанс»);

«Despite initially appearing to take a hard line, the college put up the white flag and settled out of court» («Несмотря на изначально выбранную жесткую позицию, колледжи подняли белый флаг и покинули поле боя»);

«But what a battle. And he recognizes just how otherworldly an Oxbridge education must seem to many young men and women from disadvantaged backgrounds» («Но какая битва. И он признаёт, насколько нереальным кажется образование в Оксбридже для многих молодых мужчин и женщин с простым происхождением»).

Используя военные метафоры, авторы статей пытаются представить противостояние элиты и остальной части населения как противоборство Оксбриджа и страдающих от его несправедливости «простых» людей. Вербально это также выражается через использование описательных прилагательных, в которых эксплицитно выражено отношение автора: «*disadvantaged backgrounds; under-represented socio-economic backgrounds; deprived backgrounds»* («обделённые в правах из-за происхождения; представленные в небольшом числе из-за социально-экономических особенностей происхождения; слои, ущемлённые в правах»).

Использование оценочной лексики в её прямом значении отмечено в большинстве газетных заголовков, что обусловлено архитектоникой газетной статьи:

«THE WORST OFFENDERS. Colleges with the lowest proportion of acceptances from the state sector» («ХУДШИЕ НАРУШИТЕЛИ. Колледжи с наименьшим процентом зачислений выпускников государственного сектора образования»). В данном примере также используются графические средства выразительности.

«Oxbridge colleges named and shamed for failing to admit poorer students» («Предали огласке и пристыдили колледжи Оксбриджа, не сумевших принять небогатых студентов»);

«Only the rich can afford to work at Oxford and Cambridge» («Только богатые могут позволить себе работать в Оксфорде и Кембридже»).

Метафоры игры представлены практически во всех рассмотренных текстовых фрагментах и имплицитно описывают соперничество Оксбриджа с другими менее престижными университетами, стратегии сохранения индивидуальности при постоянном давлении со стороны правительства Великобритании, попытки Оксбриджа повлиять на общественное мнение в плане создания привлекательного образа для «непривилегированных» слоёв населения:

«*Tug of war won't topple universities, says Oxford professor*» («Профессор университета заявил, что в перетягивании каната Оксбридж не проиграет»);

«With summer holidays a distant memory and many hopeful students having already finished their university applications, the race for a coveted uni place is on» («Летние каникулы стали далёким воспоминанием, и многие студенты, полные надежд, подали заявления в университеты, гонка за вожделенное университетское место продолжается»);

«For some students, crafting a statement is a team effort, with siblings, parents and family friends all chipping in. But others go it alone and are at a disadvantage on this unlevel playing field» («Для некоторых студентов резюме создается командными усилиями родителей, сестёр, братьев, друзей семьи. Другие создают его в одиночку, находясь в невыгодной позиции на этом неравном игровом поле»).

Тема отбора в Оксбридж является одной из самых актуальных тем для обсуждения, когда речь заходит о таком понятии, как «социальная инженерия». Большинство британцев воспринимают Оксбридж как недоступное учебное заведение, куда человеку «несоответствующего» происхождения попасть невозможно: «*But studying there as an undergraduate would not have occurred to me in a million years, no more than living in Buckingham Palace*» («Но мой шанс обучаться там после школы был один на миллион, не больше, чем шанс пожить в Букингемском дворце»).

Характерно, что попытки снизить статус Оксбриджа языковыми средствами, обращаясь к метафорам когнитивной области «торговля» при описании процесса отбора абитуриентов для обучения в этих учебных заведениях, малочисленны:

«*But you only write one personal statement for all unis you apply to, so have 4,000 characters (including those precious spaces) to sell yourself to a variety of potential takers»* («Вы пишите только одно резюме для всех университетов, поэтому имейте в наличии 4 000 печатных знаков (включая эти ценные пробелы), чтобы продать себя разнообразным потенциальным приобретателям»);

«Oxbridge is an attractive brand, but how much can you afford to pay for it?» («Оксбридж – это привлекательный бренд, но сколько вам придётся за него заплатить?»).

Метафоричное изображение отбора при помощи отсылки к сфере торговли не является устойчивой характеристикой текстов данной тематики и может рассматриваться как авторский приём, направленный на формирование негативной оценки процессов, происходящих в Оксбридже.

Метафоры когнитивной области «механизм, машина» встречаются чаще, но всё же значительно уступают по количеству метафорам войны и игры:

«I have friends who have paid special tutors to help them fine-tune their supposedly personal statements» («У меня есть друзья, которым педагоги помогали отшлифовать их предполагаемые резюме»);

Schools with a record of sending kids to top universities are like well-oiled machines with informed careers advisers and in-depth tactical knowledge of which Oxbridge colleges to go for» («Те школы, из которых дети чаще всего попадают в лучшие университеты, похожи на хорошо смазанные механизмы, у которых есть неофициальные советники по карьере и глубокое тактическое знание относительно выбора колледжа»).

В анализируемых газетных публикациях были выделены метафоры, не представленные обширно и относящиеся к самым разнообразным когнитивным областям. Среди них – пространственные метафоры «…*ever-widening gap between the funds that a university like Cambridge can raise compared to the rest of the sector*» («…всё разрастающаяся пропасть между средствами, которые может заработать такой университет, как Оксбридж, в сравнении с остальным образовательным сектором»); «*From Oxford and Cambridge's perspective howev-*

er, there is still an enormous financial mountain to climb in their drive to match their US counterparts» («Однако в перспективе финансированию Оксфорда и Кембриджа предстоит ещё долго карабкаться до уровня их американских аналогов»); метафоры движения: *«Oxford and Cambridge, however, were thrown into disarray»* («Оксфорд и Кембридж, однако, были подвержены разоблачению»).

Квантитативный анализ представленных в текстовых отрывках когнитивных метафор показал, что наиболее часто авторы обращаются при описании Оксбриджа к метафорам войны (37 %), игры (23 %), механизмов (11 %), пространственных отношений (10 %); прочие метафоры составили 19 %.

Динамика тематической направленности статей показала сохранение следующих тем для обсуждения: 1) Оксбридж и правительство Великобритании; 2) Оксбридж и государственный сектор образования; 3) Оксбридж и его зарубежные соперники. Тема дискриминации по гендерному признаку (ранее Оксфорд и Кембридж рассматривались как традиционно «мужские» университеты) утратила актуальность и не затрагивалась в исследуемом материале на протяжении нескольких лет. К новым темам, несколько раз поднимаемым в прессе по поводу элитизма Оксбриджа, можно отнести вопрос об этнической принадлежности студентов Оксбриджа и материальной стороне жизни профессорского состава этих университетов. В статьях данной тематики также представлен весь спектр стилистических средств, использование которых целенаправленно формирует смысловой каркас повествования и его эмоционально-оценочную тональность:

«Poor pay, exorbitant rent and no hope of owning a house – is the prestige of the Oxbridge brand really. The demographics of Oxbridge are regularly discussed in the media. Are sufficient numbers of state school students being admitted? Are ethnic minorities proportionally represented? Is there sufficient diversity? But there is far less discussion about whether equity of opportunity extends to Oxbridge staff, and the implications this could have on the quality of teaching and research»

«Низкая плата, завышенная рента и никакой надежды стать собственником жилья – таков престиж бренда "Оксбридж" на самом деле. Демография Оксбриджа регулярно обсуждается в средствах массовой информации. Достаточно ли зачисляется учеников государственных школ? Пропорционально ли представлены этнические меньшинства? Достаточно ли разнообразия? И намного меньше обсуждают, а распространяется ли это равенство возможностей на профессорско-преподавательский состав Оксбриджа, и каким образом оно оказывает влияние на качество обучения и исследований».

Всё большее использование Интернета увеличило способы взаимодействия источников информации и широкой общественности. Статьи электронных газет сопровождаются комментариями читателей, в которых подтверждается или оспаривается позиция автора по поставленной теме. Возможность комментирования не только создаёт интерактивную среду для выражения общественного мнения, но и возможность отслеживания его тенденций. Формат коммуникации при помощи Интернета на официальных сайтах газет подразумевает процедуру цензуры администраторами сайта, поэтому комментарий находится стилистически в границах общепринятых языковых норм. Тематика комментариев соответствует заявленной автором тематике статьи и представляет собой выраженное средствами языка индивидуальное преломление проблемы, в том числе той её стороны, где речь идёт о ценностях. Показателен следующий пример оценки «несправедливости» при поступлении в Оксбридж:

“Interviews … are designed to give candidates a chance to show their real ability and potential.” My interview at Oxford, 14 December 2010: “Wouldn’t you [as someone with dyslexia] be better off applying to a university where the essay requirement is one a term, rather than one a week?” I wonder whether Oxford is also

planning to release these types of questions which reduced me, as a 17-year-old, to tears?»

«Собеседование … проводится таким образом, чтобы дать кандидату шанс показать свои реальные способности и потенциал». Моё собеседование в Оксфорде 14 декабря 2010 года: «Не было бы лучше для Вас (как для человека, страдающего дислексией) поступать в университет, где эссе требуют писать один раз в семестр, а не в неделю?» Интересно, планирует ли Оксфорд задавать такие вопросы, как те, которые довели меня в 17 лет до слёз?»

Комментарий, составляющий с текстом статьи единое тематическое целое, способствует усилению модальности текста, под которой здесь понимается функционально-семантическая категория, субъективная по своим основным свойствам [2, с. 115]. Точки пересечения множества субъективных оценок могут служить показателем обобщенной оценки. Языковые средства, при помощи которых формируется модальность, представлены разнообразно и не ограничены клишированными конструкциями. Эффект диалогичности, как видно из представленных выше примеров, достигается за счёт использования повествования от первого лица, использования риторических вопросов, эмоционально окрашенной лексики.

Анализ языковых средств в свете основной концепции постоянной взаимозависимости и взаимосвязи языка и культуры способен выявить тенденции в отношении представителей определённой культуры к так называемым общекультурным ценностям.

Подводя итог, следует отметить, что специфичная культурная ценность способствует сохранению национального своеобразия. Оксбридж на протяжении веков символизирует британскую культуру. Но активизация тем, в которых напрямую или косвенно затрагивается общенациональная ценность, может служить показателем изменений в общественном устройстве. Анализ материалов газет по проблемам британского образования показал, что при некоторых изменениях тематики их общий спектр остался прежним. Граница социального и культурного остаётся чётко обозначенной, в силу того что культурные символы и стереотипы воспринимаются как непреложные ценности, в то время как социальные явления оказываются объектом пристального внимания и активного обсуждения. Переформатирование британской системы образования, попытки социальной инженерии не влияют на восприятие британцами Оксбриджа как символа культуры, но в значительной мере изменяют его статус как социального института. Языковые средства дискурса средств массовой информации во многом влияют на индивидуальную оценку социального явления.

Список литературы

1. Бахтин М. М. К философии поступка / М. М. Бахтин // Философия и социология науки и техники. – М. : Наука, 1986. – С.108-109.

2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 137 с.

3. Зобнина О. А. Концепт “Oxbridge” в британской лингвокультуре: дис. … канд. филол. наук / О. А. Зобнина. – Волгоград, 2007. – 207 с.

4. Зобнина О. А. Особенности ценностной составляющей концепта “Oxbridge” / О. А. Зобнина // Известия Волгоградского педагогического университета. – 2007. – № 2. – С. 31–33.

5. Зобнина О. А. Языковое выражение категории ценности и оценки в смысловой реконструкции концепта / О. А. Зобнина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 7 (25) : в 2 ч. Ч. II. – С. 102–104.

6. Солганик Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) / Г. Я. Солганик // Язык современной публицистики : сб. ст. – М. : Флинта, 2007. – С. 13–31.

7. Социальная ценность // Педагогический словарь / сост. Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – М. : Академия, 2005. – Режим доступа: http://pedagogical.academic.ru/885, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

8. Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной. – М. : Флинта : Наука, 2003. – Режим доступа: http://stylistics.academic.ru/127/Публицистический_стиль, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

9. Is Oxbridge elitist? // BBC NEWS – Режим доступа: http://news.bbc.co.uk/1/hi/talking_point/764767.stm, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.

10. The Guardian. – Режим доступа: http://www.theguardian.com, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.

References

1. Bakhtin M. M. K filosofii postupka // Filosofiya e sociologiya nauki i tehniki. M., Nauka, 1986, pp.108–109.

2. Galperin I. R. Text kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya. M., Nauka, 1981. 137 p.

3. Zobnina O. A. Concept "Oxbridge" v britanskoi lingvokul'ture. Volgograd, 2007. 207 p.

4. Zobnina O.A. Osobennosti tsennostnoi sostavlyauschei concepta "Oxbridge" // Izvestya Volgogradskogo Pedagogicheskogo universiteta, 2007, № 2, pp. 31–33.

5. Zobnina O. A. Yazikovoe viradzenie kategorii tsennosti e otsenki v smislovoy reconstruktsii concepta // Filologicheskie nauki. Voprosi teorii e praktiki. 2013. № 7 (25): in 2 parts. Part II, pp.102–104.

6. Solganik G. J. O structure e vadzneishih parametrah publicisticheskoi rechi (jazika SMI) // Jazik sovremennoi publicistiki. M., Flinta, 2007, pp. 13–31.

7. Social'naya cennost' // Pedagogicheskii slovar' / G. M. Kodzhaspirova, A. Y. Kodzhaspirov. M., Akademia, 2005. Available at: http://pedagogical.academic.ru/885.

8. Publicisticheskii stil' // Stilisticheskii enciklopedicheskii slovar' russkogo yazika / ed. M. N. Kozhina. M., Flinta, Nauka, 2003. Available at: http://stylistics.academic.ru/127/Publicisticheskii stil'.

9. Is Oxbridge elitist? // BBC NEWS Available at: http://news.bbc.co.uk/1/hi/talking_point/764767.stm.

10. The Guardian. Available at: http://www.theguardian.com.

АСПЕКТУАЛЬНОСТЬ ГЛАГОЛЬНО-ИМЕННЫХ СЛОВОСОЧЕТАНИЙ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Уразалиева Азалия Рафиковна, *старший преподаватель, Астраханский государственный медицинский университет, 414000, Россия, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121; аспирант, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: azaliya.urazalieva@mail.ru.*

Статья посвящена исследованию аспектуальной семантики глагольно-именных словосочетаний во французском языке. Структурная и функциональная характеристики глагольно-именного словосочетания во многом зависят от лексико-грамматической семантики именного предиката, выражающего действие. При этом в рамках глагольно-именного словосочетания имя существительное, выражающее действие, характеризуется аспектуальной семан-