

а водители, пешеходы и другие участники движения – упряжные животные и те, которые препятствуют безопасному передвижению (стада овец, коров, лошади и пр.) оказываются объектами, в отношении которых эти персоны-институционалы исполняют репрессивно-регулятивную функцию. В их дискурсе доминируют *знаки-лимитаторы / знаки-рестриктивы, знаки-пермиссивы и знаки-регулятивы / знаки-директивы; знаки-репрессивы* – как вербальные, так и невербальные.

Пешеходы, пассажиры и животные прямо или косвенно также являются как объектами институционального контроля и управления со стороны сотрудников ГИБДД, так и субъектами, обременяющими водителей ответственностью за обеспечение их необходимыми мерами безопасности. Первые в дискурсе российских водителей получают статус «перманентного врага» и потенциального источника опасности. Пешеходы-нарушители оказываются клиентами репрессивного дискурса сотрудников ГИБДД, содержащего знаки-репрессивы; в то же время, водители, пересекающие пешеходную полосу в момент, когда пешеход вступил в зону «зебры» еще у тротуара, непременно будут остановлены инспектором и оштрафованы.

Работники дорожных служб наделены функциями обеспечения безопасности дорожного движения поддержанием качества дороги и ее охраны. В российском автомобильном дискурсе они оказываются мишенью наиболее эмоциональных оценок негативного характера, исходящих от автомобилистов. *Знаками-денигративами* награждаются ненадлежащие действия этих участников дорожного движения по обеспечению качества дорожного полотна.

Работники автосервисных услуг, являясь полноправными участниками автомобильной коммуникации, исполняют функцию обеспечения безопасности дорожного движения качественным ремонтом транспортного средства. Это профессионалы технического обслуживания и ремонта автомобилей, сотрудники бензиновых АЗС (автозаправочных станций) и газовых АГЗС (автогазо-заправочных станций), автомобильных моек, работники шиномонтажа и регулировки развала-схождения колесных пар, квалифицированно предоставляющие услуги

по контролю давления в шинах, сезонной смены шин (летних на зимние с шипами и наоборот). Работники придорожного сервиса обеспечивают витальные потребности участников дорожного движения. Речь идет о таких потребностях, как нужда в ночлеге и размещении, отправление естественных надобностей, потребностях в отдыхе, сне, о глуттонических (еда) и вакхических (алкоголь) потребностях.

Среди важнейших конститутивных признаков автомобильного дискурса наличествует признак *хронотопа*. Дорога – это именно то самое пространство, на котором разворачивается все автомобильное путешествие. Надо также обратить внимание на то, что все пространство, пересекаемое автодорогой, является топической частью рассматриваемого дискурса. *Хронос* автомобильного путешествия, как правило, короток: обычно он измеряется сутками. На большее по времени путешествие автомобилисты отваживаются крайне редко. Речь идет об обычных пяти-шести часах, проводимых в дороге. *Топос* автомобильного путешествия разнообразен: это местности, через которые осуществляют проезд участники автомобильного путешествия.

Автомобильная коммуникация принципиально состоит из двух типов текстов, порождаемых автомобильным дискурсом – текстов карнавално-рекреативного и профессионального характера. Автодорожная магистраль в России – это зона риска для жизни, социальных коллизий и конфликтов как с властью в лице дорожной полиции, с криминалом, так и между самими участниками дорожного движения. Состояние большинства российских автодорог по-прежнему плачевно: и сегодня актуальны как приписываемый Н.В. Гоголю апокриф «У России две напасти – дураки и дороги», так и песенный образ «Эх, дороги! Ямы да ухабы!». Коррупционность дорожных полицейских, грабеж на трассах, дорогий автосервис, «подставы» и «лохотрон» на дорогах, почти полное отсутствие комфорта в придорожном обслуживании, обилие неграмотных и некомпетентных водителей, за взятку получивших права и не умеющих толком водить машину – вот те обстоятельства, избавиться от которых мечтают опытные и цивилизованные водители. Что же пока им остается делать?

Только смеяться – над ситуацией, над жизнью, над собой и над другими... Так в автомобильном общении возникает лингвосемиотическое явление карнализации – феномена, обладающего также лингво-психологическими, лингво-культурными и социокультурными свойствами. Этот феномен, будучи внедрен в когнитивную сферу человеческого сознания, становится прекрасной панелью исследования поведенческих стратегий социума в ситуациях экстремально-го столкновения с агрессивной реальностью. Карнавальность в автомобильном дискурсе актуализируется при помощи псевдо-дорожных

знаков, украшающих автомобиль, а также текстов в жанрах дорожной байки и анекдота, героями которых выступают, главным образом, институционалы, неумелые водители, «дальнобойщики» и водители-женщины.

*Литература:*

1. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
2. Олянич А.В., Некрасова Т.Н. Лингвосемиотика автомобильного путешествия: монография. – Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2013. – 160 с.

## ВАКХИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Вакхическая лингвокультура представляет собой систему коммуникативных знаков, связанных с производством и потреблением алкоголя, тематически организованных в виде концептосферы «Питие», дискурсивно представленных как совокупность коммуникативных жанров и ритуальных действий, фиксирующих этнокультурный опыт поведения языковых личностей и социальных институтов применительно к производству и хранению спиртного, оценке качества, дегустации, застольным традициям, ритуалам и обычаям распития спиртных напитков. Концептосфера «Питие» представляет собой сложный социокультурный и этнокультурный феномен, тематически организованный в виде лингвосемиотической системы, включающей 1) питейные знаки, 2) знаки-локативы, 3) знаки-инструментативы, 4) знаки-персоналии, 5) знаки-квалификаторы, 6) дегустационные знаки (цвет, аромат и вкус).

Вакхический дискурс является сложным жанровым образованием и включает в себя застольный, производственный, ритуальный и другие дискурсивные жанры, взаимосвязанные друг с другом. Лингвосемиотическая система вакхического дискурса представлена вербальными и невербальными знаками, выполняющими иконическую, директивную, квалификационно-оценочную и презентационную функции. Анализ вакхических знаков, вакхических номинаций, лингвосемиотических особенностей питейных традиций и предпочте-

ний в различных культурах, предопределяет поиск сходств и различий, касающиеся семиотики их бытования в пространстве вакхического дискурса. Ключевыми понятиями, детерминирующими определение специфики и содержания вакхического дискурса являются: *вакхическая культура* – обширная область человеческой деятельности, которая проявляется в различных сферах и порождает такие феномены, как производство и хранение спиртного, оценка качества, дегустация, застольные традиции, ритуалы и обычаи распития спиртных напитков; *вакхическая коммуникация* – общение, связанное с традициями производства спиртного, правилами хранения, искусством виноделов, культурой потребления и подачей спиртного; *вакхические номинации* – лингвистические знаки вакхической культуры, рефлектирующие процессы производства и потребления спиртного, традиции и ритуалы застолья, питейные предпочтения.

Потребление спиртного – не просто физиологический процесс, но есть также система ценностей, реализующаяся в традициях, застолье, ритуалах, преемственности культуры, в празднествах, играх. Она имеет универсальный характер для любой лингвокультуры, учитывающей этнические, исторические, социокультурные питейные предпочтения этносов. Вакхическая культура – одна из наименее изолированных частей национальной культуры любого этноса. Она создается национальной общностью

людей и общностью свойственных им особенностей питейных предпочтений. Вакхические культуры разных этносов представляют собой лингвосемиотическую систему вакхических знаков, характеризующуюся лингвокультурными и этническими особенностями вакхических номинаций. Вакхические знаки исполняют следующие коммуникативные функции: а) иконическую или денотативную, закрепляющую в сознании коммуникантов образ спиртных напитков, вкус, запах, качество, технологии приготовления, а также субъектов действий, связанных с употреблением и приготовлением спиртных напитков; б) директивную или инструктивную, описывающую технологии процесса приготовления и производства спиртных напитков и регулирующей его качественные, количественные, разрешительные и запретительные характеристики; в) квалификационно-оценочную, характеризующую социальное отношение к процессу приготовления и потребления спиртных напитков; г) презентационную, связанную с ритуализацией и драматизацией процесса вакхической коммуникации.

Иконической, или денотативной, семиотической нагрузкой наделены следующие типы языковых знаков: 1) питейные знаки, знаки-локативы (название спиртного напитка; место его производства); 2) инструментативы (давящая виноград); 3) знаки-персоналии и знаки-квалификаторы (винодел, хозяин винодельческого предприятия, винодельни; специалист-технолог по пивоварению и производству вина); 4) знаки цвета вина или пива (бледно-розовый, розовый, бледно-красный, светло-красный, бледно-рубиновый), знаки аромата (пряный, «цветистый», «с нотками ванили»); 5) знаки вкуса (приятное слабоградусное; с легким медовым вкусом).

За директивными знаками-процессивами закреплена функция описания процесса производства и приготовления спиртного, его ход, этапы, стадии. В вакхическую семиотическую систему включены четыре типа таких знаков: а) *знаки-дескрипторы* (номинации этапов подготовки спиртных продуктов к производству: разведение чистой культуры дрожжей; номинации процесса производства: подготовка солода; предикаты процесса презентации спиртного

к потреблению: откупоривать, разливать по фужерам, бокалам; предикаты подготовки к производству спиртного: давить, молот, собирать виноград; предикаты производства спиртного: затирать солод, фильтровать пивной затор); б) *знаки-комментативы и регулятивы* (номинации условий для получения качественного спиртного: охладите пиво перед розливом, чтобы оно не превратилось в пену); в) *знаки-пермиссивы, знаки-лимитаторы* (номинации ограничения и запрета: отстоянное пиво, или пивные остатки запрещены для потребления).

Выделяются такие разновидности вакхического дискурса, как *застольный, производственный и ритуальный*. Эти типы дискурса пересекаются и взаимодействуют, выполняя определенные коммуникативные цели. Вакхический дискурс является личностно ориентированным, что проявляется в бытовой сфере общения. Участники застолья хорошо знают друг друга, их коммуникация тем успешнее, чем больше доля личностного компонента, у них не возникает необходимости объяснять друг другу очевидное. Застольная коммуникация ведется при помощи кода, который имеет высокую контекстную зависимость.

Вакхический дискурс также является статусно-ориентированным, представляет собой специализированную клишированную разновидность общения. Такое общение носит ритуальный характер, обусловлено социальными функциями партнеров, которые требуют определенного общения, предписанного канонами социума и правилами застолья этого социума. Ритуализированный характер застольной коммуникации диктует особенности взаимодействия участников в застольном коммуникативном акте: чем меньше коммуниканты знают друг друга, особенности характера друг друга, социальное положение, и чем более официальной является обстановка общения, тем более ритуализированный характер приобретает форма взаимодействия партнеров. Ритуальность проявляется в «распределении ролей» застолья: «виновник торжества», «гвоздь программы», «именинник», «хозяин праздника» – участники застолья, в честь которых принято произносить торжественную речь, желать только положительное и обращаться к ним соответствующим

образом, т. е. здесь представлена клишированная коммуникация. Застольная коммуникация представляет собой особую форму общения, когда за общим столом создается ценностная для участников атмосфера, в которой происходят общение, обмен определенной информацией и человеческими чувствами.

В застольном дискурсе вакхической культуры разных этносов присутствуют прецедентные тексты застольной коммуникации – тосты, тексты застольных песен, пословицы, поговорки, афоризмы, определенные клише, типичные для речи участников застолья. Сюда же относятся определенные модели коммуникативной тональности: общение может быть как официальным, например, при презентации вина дегустатором, так и неофициальным (празднование какого-либо события, распитие спиртного в теплой атмосфере).

Языковая личность выступает базовой категорией лингвокультурологии, отражающей менталитет носителей различных языков и культур, и обладает определенными лингвосемиотическими параметрами в вакхической коммуникации. Выявлены лингвосемиотические параметры поведения языковой личности, выраженные в определенных статусных отношениях между участниками застолья с детерминацией их ролей. Статусные отношения, или роли участников застолья, могут быть выражены в оппозициях: «хозяин–гость», *возрастная оппозиция, социальная оппозиция, гендерная оппозиция*. Приоритеты застолья находят лексическую фиксацию в виде пословиц и поговорок в лингвокультурном пространстве вакхического застольного дискурса. Будучи

устойчивыми афористическими изречениями, они отображают разнообразные явления общественной жизни хотя и в краткой, но образной и выразительной форме. Лингвокультуры застольного дискурса особенно богаты пословицами и поговорками поучительного характера, четко отражающими этнические особенности застольного процесса. Среди других значимых средств реализации ценностей застольного дискурса выделен фразеологический фонд. Фразеологизмы способствуют полноценному дискурсоразвертыванию.

В дискурсивном пространстве вакхической культуры выделяется также ритуальный дискурс. Ритуальность вакхического дискурса характеризуется конститутивными признаками, такими как структурированность, запланированность, распределение ролей, сценарность, драматургичность, ритуальность, локативность, темпоральность, символичность. Вакхический дискурс имеет ролевую структуру, которая также определяет его принадлежность не только к личностно ориентированному, но и институциональному типу дискурса. Вакхический дискурс относится к «мягкой» форме исполнения ритуала: целью вакхической ритуальной коммуникации является сохранение традиций и формирование новых, создание положительного общественного мнения, поддержание плодотворных отношений среди участников.

*Литература:*

Олянич А.В., Реймер Ю.В. Лингвосемиотика вакхического дискурса: немецко-русские параллели. – Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2013. – 180 с.

## ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Гастрономический дискурс представляет собой личностно-ориентированный тип так называемой *глуттонической* коммуникации (от лат. *gluttonare* – есть, питаться, пожирать, объедаться), носящей институциональный характер. Гастрономический дискурс напрямую ассоциирован с концептосферой «Пища, еда». Их единство представляет собой знаковую систему, в которой сконцентрированы «культурный

капитал», национальная самоидентификация, персональная идентификация и субъективное отношение (вкус), гендерные характеристики и характеристики социальные (классовые). Лингвосемиотическое пространство гастрономического дискурса организовано в соответствии с вышперечисленными параметрами.

Гастрономическая / глуттоническая коммуникативная среда интенсивно изучается как