

УДК 81-139

doi: 10.18101/1994-0866-2016-2-102-108

**О ценностных ориентирах современных американцев
в социолингвистическом аспекте**
(на материале коротких рассказов)

© *Чернобровкина Елена Павловна*

кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии,
Бурятский государственный университет
670000, г. Улан-Удэ, ул. Сухэ-Батора, 16
E-mail: elena_cher2000@mail.ru

В статье рассматриваются культурные ценности, выявленные в коротких рассказах современных американских писателей. Автор дает краткий обзор понятия «ценность», приводит наиболее часто цитируемые классификации американских ценностей и постулирует, что ценности формируются в процессе чтения художественной литературы. Автор делает вывод о том, что американские ценности претерпели изменения в сторону доминирования материальной составляющей, однако ценности, пропагандируемые художественной литературой, прежде всего соотносятся с традиционными ценностями американцев, представленными в Декларации о независимости, что подтверждает постулат о роли литературы как источнике ценностных ориентиров для общества.

Ключевые слова: социолингвистика, короткие рассказы, американские ценности, ценностные ориентиры, классификация ценностей.

Проблема ценностных ориентиров, их понимания и поиска в философских трактатах, художественной литературе, искусстве, реальной жизни имеет многовековую историю. Однако тема ценностей не теряет своей актуальности до сих пор. К вопросу о ценностях обращались в разных науках: философии, социологии, культурологии, психологии. Именно система ценностей отражает полную картину мира того или иного общества, его национальный характер. Цель данной статьи — выявить и проанализировать ценностные ориентации американцев на материале современных англоязычных коротких рассказов.

Довольно часто понятие ценностей или культурных ценностей отождествляют с идеей долженствования (oughtness). Такое понимание ценности связано с именем К. Клакхона, который определяет ценность как концепцию желаемого, внешнюю и явную или скрыто-внутреннюю, сугубо индивидуальную или характеристику группы, которая влияет на выбор имеющихся способов, средств и конечных целей действия [8]. По Ф. Клакхон и Ф. Стродтбеку, ценностные ориентации являются результатом решения людьми различных культур одних и тех же проблем, которые возникают у всех по отношению к природе, другим людям, себе самому, мотивации поведения и т. п. [10, с. 180].

Вслед за М. Г. Лебедько мы полагаем, что теоретические положения о ценностях можно представить следующим образом: во-первых, культурная ценность — это многоаспектное комплексное явление, основанное на осо-

бом типе субъектно-объектных отношений. Во-вторых, ценности произвольны и условны. В-третьих, ценность — это процесс, имеющий эмоциональную наполняемость и выполняющий функцию критерия для выбора того или иного поведения. В-четвертых, система ценностей регулирует поведение людей на более высоком уровне, что предполагает одобрение и поддержание системы ценностей между представителями всего общества или отдельных групп (культур и субкультур) [10].

Существует понятие универсальных ценностей, присущих разным культурам, в том числе американской. К универсальным можно отнести такие ценности, как власть (power), достижение (achievement), гедонизм (hedonism), поощрение (stimulation), саморегуляция (self-direction), универсальность (universalism), доброжелательность (benevolence), приверженность традициям (tradition), конформизм (conformity) и безопасность (security). Данные ценности варьируются по степени важности от одной культуры к другой и приобретаются в процессе социализации и жизненного опыта. Авторы этой классификации С. Доран и Р. Литтрелл пришли к выводу, что культуре белых американцев в США наиболее свойственны ценности саморегуляции, универсальности и доброжелательности, менее важными, однако наличествующими в культуре «белых» выступают также власть и достижение [4, с. 358].

От универсальных ценностей мы предлагаем перейти к наиболее цитируемой, тесно связанной с историей США классификации американских ценностей Л. Р. Кольса, согласно которой основными для американцев являются индивидуальный контроль над окружающей средой/ происходящим (personal control over the environment/responsibility), перемены к лучшему (change seen as natural and positive), время и контроль над ним (time and its control), равенство (equality), индивидуализм (individualism), независимость и личное пространство (independence and personal space), самопомощь (self-help), конкуренция (competition), ориентация на будущее/оптимизм (future orientation), ориентация на работу (action/work orientation), неформальность (informality), прямота/ открытость/ честность (directness/ openness/ honesty), практичность/ эффективность (practicality/ efficiency), материализм/ стяжательство (materialism/ acquisitiveness) [9]. О том, что данная система ценностей претерпела изменения, свидетельствуют социологические и социолингвистические исследования, направленные на изучение ценностных ориентиров американцев.

Так, ряд исследователей приводит данные о том, что в 1980-х и 1990-х гг. социологи стали писать о повышении уровня эгоизма и изоляции в условиях города, а также о снижающемся уровне цивилизованности и потере связи с местным сообществом, к которому принадлежит каждый отдельный индивид. К концу второго тысячелетия появились исследования о том, что американцы безнадежно оторваны от всего того, что напрямую с ними не связано. Политолог Р. Путнам объявил о «кончине гражданской Америки», а социологи М. Макферсон и Л. Смит-Ловин выступили с предупреждением о том, что США довольно быстро превращается в общество социальных одиночек [12, с. 349].

Исследования десятилетней давности свидетельствуют об изменениях в системе ценностей в сторону ухудшения. По мнению образовательного журнала Klett, статус-кво американской мечты сегодня — это две доминирующие ценности — материализм и индивидуализм, тогда как социальный капитал и забота о местном сообществе, к которому принадлежит каждый отдельный индивид, перестали волновать большинство американцев [7]. В связи с этим появились исследования о трансформации американской мечты, о ее превращении в иллюзию, не имеющую отношения к реальности. Возникла необходимость поиска достойной альтернативы американской мечте, способной возродить фундаментальные ценности американского общества, о которых говорится в Декларации о независимости (1789), а именно: равенство (equality), свобода (liberty), право на частную собственность (property), возможность реализации своего потенциала и обретения счастья (opportunity), демократия (democracy), обязательство перед обществом сознательного гражданина (duty), эффективность граждан в «управлении страной» через своих представителей (efficacy), местное сообщество или значимость социального капитала в решении проблем общества (community), религия или свобода вероисповедания (religion), меритократия или управление обществом элитой одаренных (meritocracy) [11; 6; 3].

В проведенном нами исследовании предпринята попытка рассмотреть ценностные ориентиры американцев посредством изучения коротких рассказов современных американских писателей. Короткий рассказ (short story) представляет собой прозаическое повествование, в котором обычно присутствуют один или два главных героя, участвующих, как правило, в одном захватывающем действии [5]. Чаще всего сюжет рассказа прост и незамысловат, характеры героев при этом создаются путем использования внутреннего конфликта и диалога. Короткий рассказ также отличается цельностью, сжатостью и концентрацией действия. Авторы рассказов замечают то, что обыкновенные люди не видят или не хотят видеть, и обращают внимание читателей на важные вещи, проблемные вопросы современного общества, что делает данную литературную форму повествования незаменимой при изучении реальной жизни и ценностных ориентиров, которыми живут герои рассказа.

Исследование, проведенное А. В. Пушкиной, о роли художественной литературы в формировании идеалов учащейся молодежи г. Санкт-Петербурга, в частности, показало, что большинство респондентов (71,5 %) согласилось с тем, что, «читая художественную литературу, молодой человек сопоставляет себя с героями произведений и тем самым формирует свой собственный идеальный образ». Большинству респондентов (84,3 %) свойственно сопоставлять свой личный жизненный опыт с опытом героев литературных произведений, из них 70,8 % обращаются к опыту героев любимых книг, когда ситуация, описанная в литературном произведении, идентична их собственной жизненной ситуации [2].

Исходя из сказанного, а также следуя методике проведения лингвистического контент-аналитического исследования, в нашей работе было проанализировано 20 рассказов, каждый объемом до 30 000 знаков, выбор которых проводился методом случайной выборки, когда на самых часто используе-

мых сайтах <http://yandex.com> и <http://google.com> в поисковой строке вводился запрос на лучшие американские короткие рассказы 2014 г. на английском языке (best short stories, must read short stories, top short stories). Затем из представленных списков десяти, пятнадцати или двадцати рассказов был выбран каждый пятый рассказ в общем количестве двадцать рассказов из следующих вебсайтов: <http://nytimes.com>, <http://mcsweeneys.net>, <http://idahoreview.org>. В нашей подборке представлены рассказы Ч. Бакстера, Л. Ван Ден Берг, Т. Бойла, П. Камерона, Н. Каллен, Э. Битти и др.

Мы регистрировали такие фрагменты текста в нашем исследовании, которые являлись индикаторами ценностей жителей США, т. е. аксиологемы — сверхфразовые единства (СФЕ), с помощью которых автор передает сообщение и выражает свою мысль, идею. Вслед за Н. Казыдуб, под аксиологемами — сверхфразовыми единствами — мы понимаем минимальную единицу семантико-синтаксического членения текста, которая представляет собой группу предложений, раскрывающих одну аксиологическую микро-тему [1]. Применяя метод контент-анализа, мы сгруппировали предложенные Л. Р. Кольсом ценности в группы, т. е. сверхфразовые единства были объединены в группы определенных ценностей — категории анализа (религиозные, нравственные, политические, социальные, материальные). Далее с помощью тезаурусных словарей выявили лексические единицы, которые входят в состав СФЕ и выражают ту или иную ценность (табл. 1).

Таблица 1

Категории контент-анализа, выявленные в ходе исследования

Категории	Подкатегории	Реализация в языке
Религиозные	бог, вера, Библия	God, Jesus Christ, Bible, religion, religious
Нравственные	эстетические представления, моральные нормы и идеалы: добро, любовь, честь, порядочность, трудолюбие, неформальность общения, открытость, прямота, честность, практичность, эффективность, благотворительность,	Hard work, informality, openness, directness, charity, effectiveness
Политические	патриотизм, равенство, свобода, демократия, законность, мир, конституция, справедливость, безопасность, лидерство	Patriotism, equality, peace, rules, laws, constitution, safe, fair
Социальные	семья, трудолюбие, дисциплина, индивидуализм, независимость, приватность, самопомощь, конкурентоспособность, предприимчивость, дискриминация	Family, father, sister, mother, brother, parents, self-reliance, discrimination
Материальные	деньги, богатство, ресурсы	Money, richness, clothes

В проанализированных коротких рассказах США, основываясь на высказываниях главных героев, их переживаниях, лирических отступлениях, нами были отобраны и исследованы 84 аксиологемы — сверхфразовые единства — с представленными ранее лексическими единицами (рис. 1).



Рис. 1. Количественное соотношение аксиологем

Анализ аксиологем дает возможность описать основные ценностные ориентации личности, которые предлагает современная американская художественная литература. В ходе анализа мы выяснили, что среднестатистический американец, как воплощение положительного литературного героя, прежде всего ориентируется на социум и живет социальными ценностями, к которым относятся семья, индивидуализм, самопомощь, конкурентоспособность, ориентация на работу, неформальность, прямота, открытость в общении (44 ед.; 52 %). Вторую по значимости позицию в его жизни занимают политические ценности, а именно патриотизм, мир на земле, свобода, равенство, права человека, антидискриминация (17 ед.; 21 %). Нравственные ценностные ориентиры занимают третье место в жизни современного американца, определяя его духовные идеалы и эстетические представления (9 ед.; 11 %). Наконец, религиозные (8 ед.; 9 %) и материальные (6 ед.; 7 %) ценности завершают список приоритетных ценностных ориентиров современного американца.

Следует отметить, что результаты проведенного исследования художественной литературы ни в коей мере не противоречат современным изысканиям, которые свидетельствуют о том, что материализм и индивидуализм являются главными ориентирами для современного американца. Во все времена художественная литература выступала источником положительных героев, на которых стремились походить читатели. Проведенный нами анализ коротких рассказов современных американских авторов подтверждает, что они также повествуют о добром и прекрасном, о том, каким должен быть высоконравственный человек.

Ценностные ориентации формируются под влиянием множества факторов, в том числе под влиянием средств массовой информации. Человек социализируется в обществе и научается жить по его правилам, наблюдая и моделируя поведение других, если таковое повторяется и одобряется большинством населения и/или приносит определенную выгоду (поощрение). В связи с этим средства массовой информации с их яркими, повторяющимися-

ся и запоминающимися образами занимают лидирующее положение в процессе формирования ценностных установок индивида. Контент-аналитические исследования демонстрируют, что американские СМИ пропагандируют материальные ценности, показывая людей среднего класса, которые живут в уютных домах, занимают престижные должности и обладают высоким доходом [4]. Отсюда — ценностные ориентации современных американцев направлены на потребление и приобретение личного счастья, ассоциируемого с богатством.

Однако представители этнических и расовых меньшинств в США, как показывают исследования, придерживаются иных ценностей, которые отличаются от ценностей «белого» большинства. Например, афроамериканцы ценят общинность и групповую гармонию, демонстрируют особый стиль общения, отдавая предпочтение движению, духовности и самовыражению. Американцы азиатского происхождения также имеют много общего между собой и ценят семью, групповую гармонию, почитают старших, хотя и являются представителями разных народностей [4].

В заключение необходимо отметить, что ценности как абстрактные понятия носят субъективный характер и образуют сложные системы. Конкретные ценности представлены в языке на разных уровнях (лексическом, грамматическом, фразеологическом и т. п.) вербально и невербально. При этом вербальные репрезентации ценностей отражают явное, скрытое и латентное взаимодействие языка и культуры, что было выявлено в ходе данного исследования.

Литература

1. Казыдуб Н. Н. Аксиологические системы в языке и речи // Вестник ИГЛУ. — 2009. — № 2(6). — С. 132–137.
2. Салова О. О. Философские аспекты понятия «ценность» // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов [Электронный ресурс]. — URL: <http://jurnal.org/articles/2012/ped35.html> (дата обращения: 23.12.15).
3. Dooley K.L. De Tocqueville's Allegorical Journey: Equality, Individualism, and the Spread of American Values// The Journal of American Culture. 2014. Vol. 37. No.2. Pp. 172-182.
4. Fujioka Y., Neuendorf K. A. Media, Racial Identity, and Mainstream American Values// Howard Journal of Communications. 2015. Vol. 26:4. Pp. 352–380.
5. Literature: an introduction to fiction, poetry, and drama [compiled by] X. J. Kennedy, Dana Gioia. — 8th ed. 2002.
6. Kang N. Puritanism and its impact upon American values //Review of European Studies. 2009. Vol.1. No. 2. Pp. 148–151.
7. Klett Ernst Klett Verlag. GmbH. The American dream then and now. Fact File, Stuttgart: Klett Ernst Klett Verlag. GmbH, 2006.
8. Kroeber A.L. & Kluckhohn C. Culture: a critical review of concepts and definitions. Papers, 47 (1). Cambridge, Mass.: Peabody Museum of Archaeology and Ethnology, 1952.
9. Kohls, L. R. The values Americans live by. San Francisco, CA: San Francisco State University, 1988.
10. Lebedko M. Axiosphere: The linguistic representation of value concepts in American and Russian cultures// American Studies International. 2003. Vol. 41.No. 1/2. Pp. 179-202.
11. Samuel L.R. American Dream: A Cultural History. Syracuse, NY, USA: Syracuse University Press, 2012.
12. Wang Zh., FanAmerican W. Values Reflected in Names of US Supermarkets, the Top Five Values and American Dream // Open Journal of Modern Linguistics. 2013. Vol. 3. No. 4. Pp. 348-355.

About value orientations of the modern Americans in a sociolinguistic study of contemporary American short stories

Elena P. Chernobrovkina

PhD in Philology, A/Professor, Department of English Philology, Buryat State University

16 Sukhe-Batora St., Ulan-Ude 670000, Russia

The article deals with cultural values of the modern Americans which have been identified in short stories of contemporary American writers. We have considered the concept of "value" gave the most frequently cited classifications of American values and postulated that values are generated in the process of reading fiction. Nowadays American values are being changed: the material component is dominant; however, the values promoted by fiction are traditional for the Americans. They are represented in the Declaration of Independence, which confirms the postulate about the role of literature as a source of values for society.

Keywords: sociolinguistics, American values, fiction (short stories), value orientations, classification of cultural values.

References

1. Kazydub N. N. Aksiologicheskie sistemy v yazyke i rechi [Axiological Systems in Language and Speech]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta — Bulletin of Irkutsk State Linguistic University*. 2009. No. 2 (6). Pp.132–137.
2. Salova O. O. Filosofskie aspekty ponyatiya «tsennost'» [Philosophical Aspects of the Concept "Value"]. *Zhurnal nauchnykh publikatsii aspirantov i doktorantov — Journal for Scientific Publications of Graduate and Doctoral Students*. Available at: <http://jurnal.org/articles/2012/ped35.html> (accessed December 23, 2015).
3. Dooley K. L. De Tocqueville's Allegorical Journey: Equality, Individualism, and the Spread of American Values. *The Journal of American Culture*. 2014. V. 37. No. 2. Pp. 172–182.
4. Fujioka Y., Neuendorf K. A. Media, Racial Identity, and Mainstream American Values. *Howard Journal of Communications*. 2015. V. 26:4. Pp. 352–380.
5. *Literature: an Introduction to Fiction, Poetry, and Drama*. Compiled by X. J. Kennedy, Dana Gioia. 8th ed. 2002.
6. Kang N. Puritanism and Its Impact upon American Values. *Review of European Studies*. 2009. V. 1. No. 2. Pp. 148–151.
7. Klett Ernst Klett Verlag. GmbH. *The American Dream Then and Now*. Fact File, Stuttgart: Klett Ernst Klett Verlag. GmbH, 2006.
8. Kroeber A. L., Kluckhohn C. *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Papers, 47 (1). Cambridge, Mass.: Peabody Museum of Archaeology and Ethnology, 1952.
9. Kohls L. R. *The Values Americans Live By*. San Francisco, CA: San Francisco State University, 1988.
10. Lebedko M. Axiosphere: The linguistic representation of value concepts in American and Russian cultures. *American Studies International*. 2003. V. 41. No. 1/2. Pp. 179–202.
11. Samuel L. R. *American Dream: A Cultural History*. Syracuse, NY, USA: Syracuse University Press, 2012.
12. Wang Zh., FanAmerican W. Values Reflected in Names of US Supermarkets, the Top Five Values and American Dream. *Open Journal of Modern Linguistics*. 2013. V. 3. No. 4. Pp. 348–355.