

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
**ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет**  
**имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»**  
**Уральский гуманитарный институт**  
**Департамент «Филологический факультет»**  
**Кафедра русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации**

**АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**  
**СОВРЕМЕННЫХ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ**  
**ИССЛЕДОВАНИЙ**

---

**Тезисы докладов молодых ученых**  
**Международной научной конференции**  
**(10-13 апреля 2024 г.)**

---

Екатеринбург  
2024

ББК 811.1/8  
УДК 81.1  
А42

Редакционная коллегия  
Т. В. Ицкович, Н. А. Купина (отв. ред.), И. В. Шалина

**А42 Аксиологические аспекты современных филологических исследований:** тез. докл. молодых ученых междунар. науч. конф. (УрФУ, 10-13 апреля 2024 г.) / Отв. ред. Н.А. Купина, И. В. Шалина. Екатеринбург : Издательский Дом «Ажур», 2024. 100 с.

ISBN 978-5-91256-638-7

В сборник вошли тезисы докладов и сообщений молодых ученых, принявших участие в Десятой Международной научной конференции «Аксиологические аспекты современных филологических исследований». Авторами освещается широкий круг проблем актуального научного направления, выявляются аспекты лингвистического и литературоведческого анализа ценностных составляющих дискурсов и текстов разных типов и жанров, описываются разные участки ценностной картины мира, рассматриваются способы вербализации ценностей современного общества в их сопоставлении с ценностями традиционными.

Издание адресовано специалистам-филологам, преподавателям, аспирантам, студентам высших учебных заведений.

ББК 811.1/8  
УДК 881.1  
А42

ISBN 978-5-91256-638-7

© ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», 2024.  
© Коллектив авторов, 2024.

---

Подписано в печать 05.04.2024. Формат 60×88/16.  
Усл. печ. л. 5,83. Тираж 100 экз. Заказ № 05/04-1.  
Отпечатано в типографии ООО Издательский Дом «Ажур»  
620075, Екатеринбург, ул. Восточная, 54, тел. (343) 350-78-28  
E-mail: [azhur.ek@mail.ru](mailto:azhur.ek@mail.ru), <http://www.ajur.ur.ru>

---

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Ахrameева А. С.</i> Мотив сверхъестественного в лексике камня (на материале названий минераловидов) . . . . .	6
<i>Бондарев Н. Д.</i> Ценностное содержание рекламного слогана в контексте продвижения премиальных экстремальных экспедиций . . . . .	8
<i>Бурменкова Ю. А.</i> Ценности и антиценности братских отношений в паремиологическом фонде русского языка . . . . .	10
<i>Ван Баофу.</i> Стилистические пометы в «Толковом словаре русской разговорной речи». . . . .	12
<i>Ван Пэнфэй.</i> Ключевые ценности бажовских сказов (на материале сказа «Малахитовая шкатулка») . . . . .	13
<i>Вихрова К. А.</i> Конструктивная ценность памяти в романе Е. Водолазкина «Авиатор» . . . . .	15
<i>Геккина Е. Н., Третьякова Д. В.</i> Денежные ценности в зеркале названий микрофинансовых организаций . . . . .	17
<i>Дагаева К. И.</i> Аксиологические доминанты американской прессы в материалах, посвященных СССР (1990-1991 гг.) . . . . .	18
<i>Ежелева Ю. А.</i> Каким видят японский характер русские? . . . . .	20
<i>Епифанова Е. А.</i> Трансформации фразеологизмов с компонентом <i>медведь</i> в современных СМИ. . . . .	22
<i>Жукова М. М.</i> Аксиологический феномен красоты / некрасоты в текстах XIX-XX века . . . . .	23
<i>Казанцева В. А.</i> Эмоционально-оценочные средства, участвующие в репрезентации языковой картины мира главного героя романа «Slaughterhouse-five» Курта Воннегута. . . . .	25
<i>Кан Кумсук.</i> Манипулятивный потенциал медицинской рекламной продукции (на примере клиники «Sun medical center») . . . . .	27
<i>Каршиева Р. Ф.</i> Лингвоаксиология и философия . . . . .	29
<i>Киселева М. С.</i> Ценности официального спортивного дискурса (на материале Олимпийской хартии) . . . . .	30
<i>Кун Вэйкань.</i> О негативной оценочности азиатского начала русской ментальности. . . . .	32
<i>Лагутова А. С.</i> Оценочные компоненты в семантике лексем <i>защитник</i> и <i>заступник</i> . . . . .	34
<i>Ли Цзяхэн.</i> Аксиологические характеристики Л. Слуцкого в должности главного тренера китайского футбольного клуба . . . . .	36
<i>Ло Ди.</i> Ценностный потенциал жанра протокола в религиозном стиле . . . . .	38

---

<b>Лучинина Л. А.</b> Аксиологические доминанты концепта «родина» в фольклорном наследии русских общин, находившихся в иноэтническом окружении . . . . .	40
<b>Меньшова П. М.</b> Анализ оценочного потенциала слова <i>мать</i> в сравнении с синонимом <i>мама</i> . . . . .	42
<b>Мокан А. Д.</b> Репрезентация семейных ценностей в цифровом дискурсе исполнительной власти РФ . . . . .	44
<b>Небера М. В.</b> Роль учебников по РКИ в формировании ценностной картины мира обучающихся . . . . .	47
<b>Николина Н. Н.</b> Эмоционально-оценочная лексика в речи рассказчика-ребенка . . . . .	48
<b>Ноздрин Ю. А.</b> Использование тире в уступительных конструкциях (на материале текстов публицистического стиля) . . . . .	50
<b>Овчинникова С. А.</b> Аксиологический аспект цифрового диалога власти и общества (на материале комментариев интернет-пользователей) . . . . .	52
<b>Осман Р. Э.</b> Фразеологические единицы в современном арабском языке . . . . .	54
<b>Панюкова В. А.</b> Языковые средства выразительности в публичном выступлении общественного деятеля (на примере медийного дискурса Михаила Делягина). . . . .	55
<b>Прончатова А. В.</b> Лингвоаксиологический аспект перевода мифологемы «котел» в романе С. Д. Маас «Королевство шипов и роз» . . . . .	58
<b>Сапего А. С.</b> Метаязыковой портрет слова «фитнес»: аксиологическая интерпретация. . . . .	60
<b>Светкина А. А.</b> Роль образования в формировании ценностей в современном обществе: опыт Уральского института ГПС МЧС России . . . . .	62
<b>Сергеева А. Д.</b> Аксиологемы жизни и смерти в стихотворении Джеффри Б. Смита «The burial of sophocles» . . . . .	63
<b>Сидоренко Л. С., Тотелова Л. Г.</b> Роль образов монастырской обители и пустыни в аксиологии А. Иличевского (на материале романа «Исландия»). . . . .	65
<b>Силанов Е. А.</b> Восприятие лексемы <i>семья</i> (на примере ChatGPT 3.5 и YandexGPT 2) . . . . .	66
<b>Соболева А. Г.</b> Лексика традиционной русской игры: ценностный аспект . . . . .	68
<b>Сухопарова А. А.</b> Особенности сюжетного строения романа «Час быка» Ивана Ефремова: аксиологический аспект. . . . .	69
<b>Стой Шаньшань.</b> Ценностные установки в мини-спектаклях в социальных сетях . . . . .	71
<b>Туркина Е. В.</b> Искусственный интеллект vs. искусственный разум . . . . .	73

---

<b>Устюжанина Д. И.</b> Как пережить трудное время: ценностные установки в тексте рассказа А. Матвеевой «Горный Щит» . . . . .	74
<b>Харитоновна А. В.</b> О мелиоративном обогащении лексемы <i>суровый</i> в региональном контексте . . . . .	76
<b>Хрипля Т. С.</b> Лексические средства оценочности в китайской социальной рекламе. . . . .	78
<b>Цуй Вэньжуй.</b> Значение и функции лексемы <i>интересно</i> . . . . .	80
<b>Чернявских Л. С.</b> Аксиологический компонент в интернет-мемах, репрезентирующих профессию учителя . . . . .	82
<b>Чжан Хуэйминь.</b> Проявление вежливости в деловом студенческом дискурсе: аксиологический взгляд . . . . .	83
<b>Чжан Яцюн.</b> Конфликт в рассказе Л.С. Петрушевской «Тамила» . . . . .	85
<b>Чжао Цзин.</b> Аксиологически маркированные устойчивые сочетания в диалогическом общении . . . . .	86
<b>Чэнь Шань.</b> Репрезентация семейных ценностей в интервью российских и китайских актёров . . . . .	88
<b>Шайхинурова Д. Р.</b> Терминотворчество в языке науки конца XVIII – первой трети XIX в. (на примере минералогической терминологии) . . . . .	90
<b>Шапошникова Д. К.</b> Динамика языкового сознания (на примере реакций на слово-стимул <i>деньги</i> респондентов взрослого и детского возраста) . . . . .	92
<b>Шумилова Д. А.</b> Сопоставительный анализ способов передачи речевого воздействия на фонетическом и лексическом уровнях в китайском и русском языках (на примере романа Мо Яня «Лягушки») . . . . .	93
<b>Ян Цайхуэй.</b> Взаимодействие каузативной и конверсивной семантики описательных предикатов русского языка: аксиологический аспект . . . . .	95
<b>Ян Цин.</b> Отражение ценностей народа в китайских модных словах 2023 года . . . . .	96
<b>Ян Чжибин.</b> Коронаюмор как ценностная форма осмысления проблем в период пандемии . . . . .	98

*Ахрамеева А. С.*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## МОТИВ СВЕРХЪЕСТЕСТВЕННОГО В ЛЕКСИКЕ КАМНЯ (НА МАТЕРИАЛЕ НАЗВАНИЙ МИНЕРАЛОИДОВ)

Обозначения камней и минералов, на первый взгляд, являются лексической группой, которая «не допускает» экспрессивно-оценочного компонента семантики. По отношению к научной терминологии это так, но в народной речи фигурируют названия, в семантике которых такой компонент может присутствовать. Это положение относится к названиям, внутренняя форма которых отражает мотив сверхъестественного происхождения. Такие названия присутствуют в группе минералоидов (этот термин используется в минералогии для обозначения некристаллических органических веществ [Рид 1986: 120]). Минералоиды часто встречаются на территории России. Многие их разновидности не требуют особой техники для своего обнаружения, поэтому с ними знакомы не только специалисты. Внешне минералоиды мало чем отличаются от минералов и горных пород, однако они имеют некоторые «странности» во внешнем виде, что может приводить к возникновению верований и легенд об их происхождения.

Белемниты и фульгуриты имеют вытянутую форму с дырой посередине, что вызывает использование их в апотропеических целях (оберег может подвешиваться на веревочке, к примеру, в курятник). Вытянутая форма белемнитов и фульгуритов порождает ассоциативно два основных образа: стрела и палец. Если камень напоминает палец, то он начинает восприниматься как принадлежность миру демонов; в названиях и легендах о происхождении камня появляется упоминание черта: *чортов палиц* – ‘окаменелость в виде пальца, которую простолюдины скоблят и употребляют как лекарство’. «Предание: *черти в полночь бьются между собою на кулачках и теряют пальцы*» [СОС: 987]. Если найденный камень ассоциируется со стрелой, то ему приписывается небесное происхождение, за ним закрепляется «божественная» семантика. *Стрела небесная* – «народ думает, что гром поражает каменными громовыми стрелами» [СРНГ 2007. Вып.41].

Сверхъестественное происхождение приписывается минералоидам не только в русской культурной традиции. Например, латинская лексема *Dactyli Idaei* – «идейские дактили», т.е. демоны фригийской горы Иды, жрецы богини Кибелы [Дворецкий 1976: 285], также используется для обозначения белемнитов [Севергин, Плиний: 163]. Встает вопрос об исконности происхождения русских лексем для обозначения белемнитов и фульгуритов. С одной стороны, в разных языках мы встречаем обозначения, построенные по одной словообразовательной модели. Ср.: рус. *чертов палец*, нем. *Teufelsfinger*, польск. *palec diabla* – белемнит. Русское название может быть калькой с немецкого. С другой стороны, распространенность названия типа *чертов палец* в русских говорах, существование легенд, объясняющих такое название, – все это может говорить о его исконности.

В сообщении также рассматриваются другие названия, указывающие на обозначения библейских персонажей, языческих богов, хтонических существ и др.

### Литература

Дворецкий И. Х. Латино-русский словарь. М., 1976.

Рид П. Дж. Геммологический словарь (драгоценные и ювелирные камни, их синтетические аналоги и имитации) : пер. с англ. Л., 1986.

Севергин, Плиний – Кая Плиния Секунда Естественная история Ископаемых тел, предложенная на Российский язык, в азбучном порядке, примечаниями, дополненная трудами В. Севергина. СПб., 1810.

СОС – Смоленский областной словарь / сост. В. Н. Добровольский. Смоленск, 1914.

СРНГ – Словарь русских народных говоров / гл. ред. Ф. П. Сороколетов. Вып. 41. СПб., 2007.

**Бондарев Н. Д.**  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## **ЦЕННОСТНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА В КОНТЕКСТЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕМИАЛЬНЫХ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ЭКСПЕДИЦИЙ**

В сообщении будут изложены результаты анализа креативной деятельности копирайтера, создававшего рекламные и PR-материалы туристической компании Acerola travel.

Acerola travel является одним из немногих туроператоров России, а в рамках некоторых направлений – и вовсе единственным («*Крайний Север*» (Диксон) и «*Полюс Холода*» (Оймякон)), кто предоставляет комплексную туристическую услугу там, где это сделать практически невозможно, при этом обеспечивая потребителю максимальный уровень комфорта.

Предмет исследования – слоган туристической компании Acerola travel: «*Производство экстремальных экспедиций класса Business и Élite*». В фокусе нашего внимания – анализ мотивации выбора структурно-семантических единиц в текстовой составляющей PR-кампании туристического оператора. Отбор языковых единиц обуславливается образом целевого адресата, учетом его ценностных установок и потребностей. Целевой потребитель представленного в качестве примера туристического оператора – это успешный в своей профессиональной деятельности человек с высоким уровнем дохода, ранее потреблявший отличный от представленного тип туристического товара или туристической услуги, готовый потратить крупную сумму, чтобы пережить уникальный туристический опыт, оказавшись в труднодоступных уголках нашей страны. Компания работает с каждым клиентским запросом как с самостоятельным сегментом рынка: финальная программа экспедиции выстраивается под потенциального туриста с учетом всех его ценностных предпочтений.

В слоган включены оценочные номинации, указывающие на высокий уровень предоставляемых услуг: *класса Business и Élite. Класс* – ‘степень, уровень чего-н.’ [ТСРЯ 2011: 338]. Включенные в слоган



лексические единицы *Business u Élite* призваны подчеркнуть высокий уровень предоставляемых услуг, ориентированных на самую требовательную аудиторию и предполагающую высокий уровень трат. Написания латиницей выполняют манипулятивную функцию, позволяя указать на элитарность предложения.

Частнооценочное прилагательное *экстремальный* подчеркивает семантику интенсивности: ‘крайний, необычный по трудности, сложности’ [ТСРЯ 2011: 1123] и в сочетании с существительным *экспедиция* бросает вызов целевому адресату. Родовая номинация *экспедиция* (в отличие от, например, существительных *тур, поездка, поход*) подчеркивает мысль о ‘специальном задании’ [ТСРЯ 2011: 1123], с которым турист отправится в путь. *Тур* не может стоить очень дорого, а вот *экспедиция* – может, потому что данное слово связано с представлением о чем-то недостижимом в повседневной рутине, о месте, до которого далеко не каждому доведется добраться, дестинации, путь к которой потребует приложить немало усилий.

Словосочетание *производство экспедиций* является нестандартным: обычно *производят* ‘материальные блага’ [ТСРЯ 2011: 753]. Необычное сочетание способствует формированию представлений о надежности предоставляемых услуг, отлаженности рекламируемых механизмов между организациями, предоставляющими основной и дополнительный туристический продукт.

Практика рекламной деятельности в сфере премиального экстремального туризма показывает значимость тщательного отбора языковых средств для рекламных и PR-материалов.

## Литература

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М., 2011.

**Бурменкова Ю. А.**  
**Национальный исследовательский**  
**Нижегородский государственный университет,**  
**МБОУ «Школа № 110»,**  
**Нижний Новгород, Россия**

## **ЦЕННОСТИ И АНТИЦЕННОСТИ БРАТСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОМ ФОНДЕ РУССКОГО ЯЗЫКА**

Материалом для исследования послужили пословицы и поговорки русского языка с компонентом «брат» [Мокиенко 2007]. Пословицы и поговорки – один из важнейших источников знаний о бытовой стороне жизни и философии русского народа. Паремии «не спорят и не доказывают – они просто утверждают или отрицают» [Аникин 1957].

Паремиологический фонд русского языка отражает противоречивые отношения между братьями и сестрами. Пословицы и поговорки акцентируют положительные эмоциональные отношения между братьями и сестрами: *Брат брату сосед*. В русском языковом сознании *брат* – это человек, близкий не только по крови, но и по убеждениям, мировоззрению, социальному положению: *И добрый сват – собаке брат*.

Воспитание в одной семье еще не гарантирует сходства образа мыслей, морально-нравственных, волевых и других качеств характера родных братьев: *Два брата родные, оба Ивановичи, да один Дон, а другой Шат*. Между родными братьями может существовать вражда, зависть, соперничество: *Отец сына умнее – радость, а брат брата умнее – зависть*.

Психологи подчеркивают, что не любить родных братьев и сестер – это, конечно, не норма, но и непротивоестественная ситуация. Все дело в том, что человек не выбирает себе братьев или сестер – это решение родителей. Поэтому именно между родными и в зрелом возрасте могут сохраняться неприязнь или ревность.

В толковых словарях не зафиксированы должные отношения между членами семьи, не указана степень их эмоциональной близости [БТСРЯ 1998; Ожегов 1990]. Однако согласно пословично-поговорному слою русского языка, семья может быть каменной стеной, еди-

ной силой, местом, где тебя любят и защищают: *Семьей и горох молотить*. Но при этом ряд пословиц и поговорок отражает ущербные, противоестественные отношения в семье: *Родня – середь дня, а как солнце зайдет – ее никто не найдет*.

Анализ пословиц и поговорок с компонентом *брат* показывает, что в них чаще всего фиксируется антиидеал братских отношений; гораздо реже – братско-сестринских. Отношения в русской семье противоречивы и нередко далеки от христианского представления о взаимоотношениях между ее членами.

Концепт «брат» в паремиологическом фонде русского языка получает ряд когнитивных приращений ('свой'; 'чужой'; 'защитник'; 'ответчик'; 'христианин'; 'наследник'; 'завистник'; 'враг'; 'ровня, чета' и т.д.). В составе приращений паремиологического фонда русского языка концепт *брат* расширяет свой объем, получает ряд когнитивных признаков, показывающих, что отношения между братьями и сестрами характеризуются предельной противоречивостью и часто далеки от христианского идеала семьи.

## Литература

*Аникин В. П.* Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор. М., 1957.

*Большой толковый словарь русского языка* / под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 1998.

*Мокиенко В. М., Никитина Т. Г.* Большой словарь русских поговорок. М., 2007.

*Ожегов С. И.* Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Рус. яз., 1990.

**Ван Баофу**  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПОМЕТЫ В «ТОЛКОВОМ СЛОВАРЕ РУССКОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ»

В межличностном взаимодействии разговорная речь как инструмент прямого общения играет важную роль. Разностороннее описание лексики разговорной речи представлено в пятитомном «Толковом словаре русской разговорной речи» (ТСРРР).

В словарной статье выделяется несколько зон, в ряду которых есть стилистическая зона (STYL – от слова ‘stylistics’ стилистика). В этой зоне указываются характеризующие слово стилистические пометы, которые разделены на два класса.

1. Пометы, ограничивающие сферу употребления слова: *жарг.*, *сниж.*, *фам.*

*Жарг.* – помета сопровождает слова, которые выходят за пределы литературного языка, употребляются носителями социальных языков.

*Сниж.* – помета маркирует слова, которые на воображаемой шкале стилистических различий занимают место ниже разговорного.

*Фам.* – помета выделяет слова, употребление которых естественно только в «своей среде» (семья или круг близких друзей), а в определенных условиях может расцениваться как неуместное, бесцеремонное.

2. Пометы, указывающие на эмоционально-оценочную окраску слова: *бран.*, *груб.*, *неодобр.*, *презр.*, *пренебр.*, *шутл.*

*Бран.* – бранное слово (значение): помета сопровождает слова, которые используются в РР для отрицательной характеристики человека по его интеллектуальным, психическим и физическим свойствам.

*Груб.* – грубое слово (значение): помета маркирует слова, которые, характеризуясь сниженностью, употребляются для обозначения личных действий, а также качеств, явлений в отвлечении от конкретного человека.

*Неодобр.* – неодобительное: помета относится к словам, которые содержат в своем толковании компонент, указывающий на отрицательную характеристику говорящим лица, объекта или действия.

*Презр.* – презрительное: помета сопровождает слова, обозначающие высокомерное отношение к лицу или объекту.

*Пренебр.* – пренебрежительное: помета, выделяющая неуважительное отношение говорящего к обозначаемому.

*Уничиж.* – уничижительное; помета к словам типа *деревня* (в значении «простоватый, малообразованный человек»); *дряно* — «о ничемном, ничтожном человеке».

Кроме отмеченных, используются пометы *ист.*, *устар.*, *уходящ.*, указывающие на принадлежность языковой единицы к пассивному словарному запасу, на периферийное положение слова или его значения в современной разговорной речи.

Задача лексикографии – разработка системы собственно аксиологических помет

### Источник

*Толковый словарь русской разговорной речи.* Вып. 1 : А–И / отв. ред. Л.П. Крысин. М., 2014. 776с.

*Ван Пэнфэй*

Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ БАЖОВСКИХ СКАЗОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СКАЗА «МАЛАХИТОВАЯ ШКАТУЛКА»)

Бажовские сказы, объединенные в цикл «Малахитовая шкатулка», представляют собой ценный материал для современных гуманитарных исследований [См.: Жердев, Федотова 2022; Зырянов 2022 и др.]. В сообщении анализируется сказ «Малахитовая шкатулка», который был впервые опубликован в 1938 г.

Цель исследования – выявление ключевых ценностей, которые нашли отражение в тексте. Ценность – понятие, используемое «для обозначения объектов и явлений, значимых в жизнедеятельности общества, социальных групп и отдельных индивидов, а также для обозначения самой этой значимости» [Леонтьев 2017: 283]. В исследова-

нии используются методы лингвоаскиологического анализа, разработанные в уральской школе лингвокультурологии и стилистики [См.: Ценностное содержание разговорного диалога 2021].

В центре художественного мира автора – ценность честного труда горнозаводских рабочих. В речевых партиях персонажей отражается ценность верности собственному слову и умение держать это слово, несмотря на обстоятельства. Настасья, получившая малахитовую шкатулку от своего мужа, пообещала не продавать ее: – *Ладно... по берегу на черный день*. Настасья не решилась продать шкатулку, хотя родня постоянно просила ее об этом: – *Продай шкатулку-то! На что она тебе?* Однако Настасью не остановили даже тяжелые семейные обстоятельства, и она сдержала слово: *Взяла да потихоньку от Танюшки и других робят и зарыла ту шкатулку в голбец*. Отметим ценность женской скромности, простоты: *Настасья в сиротстве росла, не привыкла к экому-то богатству, да и не шибко любительница была моду выводить*.

Будьте тверды в своих убеждениях, делайте все по совести и ничего не просите взамен. Эта установка отражена в сказе: *А так во всем правильный. Прошение написать, пробу смыть, знаки оглядеть – все по совести делал, не как иные протчие, абы на полиштофа сорвать*.

Важна ценность материнской любви. После смерти Степана Настасья осталась обеспеченной вдовой. К ней многие сватаются, но она отказывает: *Хоть золотой второй, а все робятам вотчим*. Доброта, бескорыстие, гостеприимство отличают Настасью. Хотя она знала, что многие плохие люди интересуются малахитовой шкатулкой, она предоставила свой дом странной старушке: *Места не жалко. Не пролежишь, поди, и с собой не унесешь. Только вот кусок-то у нас сиротский. Утром – лучок с кваском, вечером – квасок с лучком, вся и перемена. Отоцать не боишься, так милости просим, живи сколь надо*. Страница в благодарность за оказанную милость берется обучить Танюшку рукоделию: *Про то не беспокойся, хозяйюшка <> Будет понятие у доченьки – будут и припасы. За твою хлеб-соль оставлю ей – надолго хватит*.

Таким образом, ключевыми ценностями бажовских сказов являются честный труд, благодарность и верность собственному слову, скромность и простота, доброта и милосердие, гостеприимство и материнская любовь.

## Литература

*Бажов П. П.* Малахитовая шкатулка. СПб., 2023.

*Жердев Д. В.*, Федотова Е. А. П. П. Бажов «Малахитовая шкатулка»: текстологические особенности академического издания // П. П. Бажов в меняющемся мире. Екатеринбург, 2022. С. 184–203.

*Зырянов О. В.* Концепция фантастического в сказах П. П. Бажова: в полемике с классической традицией // П. П. Бажов в меняющемся мире. Екатеринбург, 2022. С. 100–116.

*Леонтьев Д. А.* Ценность // Большая российская энциклопедия. Москва, Т. 34. 2017. С. 283–284.

Ценностное содержание разговорного диалога. Монография / под ред. Т. В. Матвеевой, И. В. Шалиной. Екатеринбург, 2021.

*Вихрова К. А.*  
Санкт-Петербургская государственная  
художественно-промышленная академия,  
Санкт-Петербург, Россия

## КОНСТРУКТИВНАЯ ЦЕННОСТЬ ПАМЯТИ В РОМАНЕ Е. ВОДОЛАЗКИНА «АВИАТОР»

Проблема соотношения индивидуальной и коллективной памяти в контексте исторического пути России – центральная тема творчества писателя Евгения Германовича Водолазкина. Его роман «Авиатор» (2016) следует концепции «неисторичности», заданной ранним и более известным романом «Лавр» (2012) [Войводиц 2019: 311], который был удостоен премий «Ясная поляна» и «Большая книга». В обоих произведениях излагаются глубоко личные истории, переплетенные с событиями «большой истории». Романы наполнены христианскими символами и аллюзиями, а многочисленные метатекстовые элементы отражают академические интересы автора.

В качестве литературных источников «Авиатора» выделяют произведения Ф. М. Достоевского, А. П. Платонова, А. А. Блока, И. А. Бунина, В. В. Набокова [См.: Белоусова 2022: 34]. Сконструирована

параллель между образами Родиона Раскольникова из «Преступления и наказания» Достоевского и Иннокентия Петровича Платонова – героя «Авиатора», ровесника XX века. Герои совершают тягчайшее преступление – убийство – и оказываются наказаны, однако Водолазкин на страницах романа дает своему персонажу возможность не только осознать весь ужас содеянного, но и искупить вину.

Молодой художник Платонов, очарованный авиацией, убил донсика и за это был отправлен в Соловецкий лагерь, где подвергся жесточайшим испытаниям и оказался фактически заморожен в рамках экспериментальной программы «ЛАЗАРЬ» академика Муромцева. Он вернулся к жизни в конце XX века и ощутил себя «хронотоплесом» [Водолазкин 2018: 297], оторванным от своего времени – революционной поры – и пространства – «старого Петербурга». С другой стороны, в «новой» жизни Платонов, вспоминая прошлое по дневниковым записям, столкнулся с повторением казалось бы ушедших реалий. Даже его возлюбленная Анастасия вернулась к нему внучкой той, к кому он испытывал теплые чувства в начале века, и вновь вступила с ним в романтические отношения.

Именно память является силой, объединяющей разрозненные фрагменты опыта, выступает как инструмент, (ре)конструирующей личность Платонова. Благодаря тому, что, по определению лечащего врача Гейгера, художник мыслит «неисторически» [Водолазкин 2018: 93], он оказывается способен на собственную оценку исторических событий. Это позволяет ему вспомнить о своем преступлении и принять на себя ответственность за весь XX век, объединяя моменты личной жизни с судьбами всего народа.

## Литература

*Белюсова Е. Г.* «Авиатор» Е. Водолазкина в свете набоковской традиции // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 479. С. 33–40.

*Водолазкин Е. Г.* Авиатор. М., 2018.

*Войводич Я.* Начало и конец индивидуальной истории («Авиатор» Е. Водолазкина) // Новое литературное обозрение. 2019. № 159. С. 311–323.



**Геккина Е. Н.**  
Институт лингвистических исследований РАН,  
Санкт-Петербург, Россия  
**Третьякова Д. В.**  
Тольяттинский государственный университет,  
Тольятти, Россия

## ДЕНЕЖНЫЕ ЦЕННОСТИ В ЗЕРКАЛЕ НАЗВАНИЙ МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Микрофинансирование — один из новых, получивших самое широкое распространение видов финансовых услуг. Компании, работающие в этой сфере, руководствуются положениями ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», принятого 18 июня 2010 г. Законом предусмотрено ведение государственного реестра микрофинансовых организаций (МФО), в который включаются сведения о статусе, местонахождении, дате регистрации компаний. Поскольку фиксируются названия компаний, то в результате реестр не только является источником актуальной информации о ситуации в микрофинансовой сфере, но и играет роль постоянно пополняемого онимического вокабуляра, насчитывающего не менее 10000 наименований.

Для лингвиста объемный список тематических номинаций представляет собой особую находку. Обзор онимического вокабуляра показывает: в названиях, что закономерно для эргонимов, находят отражение форматы объединения (*фонд, центр, союз, дом*), условия деятельности и профессиональное предназначение МФО (ср. «*Поволжский кредитный Центр*», *Фонд поддержки предпринимательства*). Однако значительную часть вокабуляра составляют номинации, представляющие собой результаты индивидуального или коллективного речевого творчества. В них воплощены представления их создателей об аксиологически маркированных названиях МФО, а также широком спектре прагматических установок, относящихся к теме денежных средств и обращения с ними.

Названия могут эксплуатировать востребованную адресатом идею своевременного и легкого получения денег («*Срочноденьги*», «*Быстроденьги*», «*Деньгимигом*»), без банковской бюрократической во-

локиты («*Деньги сразу*», «*Экспресс Наличные*», «*Смсфинанс*»), вне зависимости от назначенных сроков и именно в тот момент, когда деньги нужны («*003 Скорая финансовая помощь*», «*Денежка ДО зарплаты*», «*Надо денег*»). Предсказуема актуализация в названиях таких ценностных понятий, как «богатство» («*Будьте Богаты*», «*Денежный ларец*», «*Остров изобилия*»); «выгода» («*Выгода вместе*», «*Выгодные займы*»); «исполнение желаний» («*МЕЧТА*»).

Названия компании транслируют представление об обыденном характере обращения за денежной помощью, подобно тому, как это бывает в ситуации, когда деньги берут займы у родственников, знакомых, соседей («*Свои Люди*», «*Привет, сосед!*», «*У соседа*», «*Выручайка*»).

В онимах получают отражение ценностные доминанты сферы, функциональный ресурс которой детерминирован ее «участием» в жизни каждого россиянина. Анализ позволяет сделать вывод о том, что номинации ориентированы на проблемы клиента. Используется аттрактивный ресурс мотивированных наименований, в значениях которых актуализируются смысловые компоненты, ориентированные на личные установки человека, оказавшегося в затруднительном денежном положении.

*Дагаева К. И.*

**Московский педагогический  
государственный университет,  
Москва, Россия**

## **АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЫ В МАТЕРИАЛАХ, ПОСВЯЩЕННЫХ СССР (1990-1991 ГГ.)**

Исследование медийного дискурса в аксиологическом аспекте представляет собой одно из наиболее актуальных и востребованных направлений филологии. В контексте современной геополитической обстановки, характеризующейся ростом международной напряженности, в ситуации «мира, который не есть мир» [Orwell], особую важ-

ность приобретает диахронический анализ русско-американских отношений.

Материалами для данного исследования послужили 118 публикаций американского еженедельного либерального общественно-политического журнала «Time», вышедших в свет с января 1990 по декабрь 1991 года. Данный период характеризуется теплым отношением иностранных журналистов к событиям в советской России. В то же время описание обстановки политической неопределенности в СССР позволяет уточнить различные аспекты репрезентации нашей страны на Западе. Традиционно для анализа материалов американской прессы данного периода отечественные исследователи прибегают к методикам, определяющим ведение информационных войн и пропаганды. Однако данный подход приводит к узости интерпретации фактов, их поляризации и, в конечном итоге, заводит в тупик «paradigm blindness» [Wheeler]. Для беспристрастной оценки предлагается прибегнуть к имагологическому подходу, позволяющему выявить особенности репрезентации образов России и русских в инокультуре. Методологическую базу представляют труды Р. Jourda, М. Cadot, J. М. Carré, Н. Dyserinck, А. Р. Ощепкова, В. И. Журавлевой, М. С. Ковригиной, П. Г. Кошкина, Е. А. Котелевца и М. С. Затуловской, А.С. Олейникова.

На основании частотного анализа лексем был проведен контент-анализ, позволивший выявить фокус интереса американских журналистов по отношению к событиям в СССР. Результаты представляется возможным разделить на 4 группы: «политика и экономика», «лидеры государства», «политические силы», «революция».

В первой группе, «политика и экономика», наиболее частотными являются лексемы *реформы*, *хаос*, *коллапс*, *санкции*, *кризис*, *помощь*. Во второй – имена *М. С. Горбачёв* и *Б. Н. Ельцин*. Ельцина характеризовали как *энергичного*, *импульсивного*, *дерзкого*, *одиночку*, *реформатора* и *популиста*. Горбачёв был представлен как *реформатор*, обладающий *новым мышлением*, *бросающий вызовы*, *примиритель* и, в конце, *жертва перемен*. В группе «политические силы» выделены безличные актанты *Москва* и *Кремль*, характеризующиеся *бюрократией* и представляющие *тоталитарную империю*, которой оказывают *сопротивление*. События Августовского путча называли *революцией* –

*Октябрьской, большевистской и демократической*, проводя прямые параллели с событиями 1917 года.

### Литература

*Orwell G.* You and the Atomic Bomb // Tribune. GB, London. October 19, 1945. URL: [https://orwell.ru/library/articles/ABomb/english/e\\_abomb](https://orwell.ru/library/articles/ABomb/english/e_abomb) (дата обращения 26.01.2024).

*Wheeler B.* Paradigm Blindness: An Exploration of its Effects and Solutions URL: <https://www.linkedin.com/pulse/paradigm-blindness-exploration-its-effects-solutions-bill-wheeler> (дата обращения 10.05.2023).

*Ежелева Ю. А.*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## КАКИМ ВИДЯТ ЯПОНСКИЙ ХАРАКТЕР РУССКИЕ?

Анализ употребления наречия *по-японски* в русскоязычных СМИ позволяет выявить стереотипную информацию, заложенную в сознании русских о японцах и японской культуре. В рамках проведенном исследовании мы обратились к наблюдениям над особенностями японского характера в восприятии россиян. Характер как «совокупность психических духовных свойств человека, обнаруживающихся в его поведении» [ТСРЯ 2011: 1061], является одним из важных аспектов концепта Япония, с помощью которого создается положительный образ страны. Собранный материал, описывающий черты японского характера, мы разделили на три группы: отношение японца к окружающим; отношение его к самому себе; отношение к своему делу.

В первой группе акцентируются такие черты характера японцев, как вежливость, которая для русских проявляется прежде всего в жестах (поклон, улыбка, особые движения тела в целом). Отмечаются сдержанность японцев, манифестируемая как на невербальном, так и на вербальном уровнях, и корректность поведения, например: *Приговор он встретил по-японски сдержанно, но с видимым облегчени-*

ем (Комсомольская правда. 2006.09.22); *В жизни Сергей Болховитин по-японски <...> выдержан и корректен* (NewsKo. 2015.02.10).

Вторая группа контекстов с наречием *по-японски* позволила определить, что японцы по отношению к себе самокритичны. Самокритика проявляется у них по-особому: они способны признать свои слабые стороны, в то же время сохраняя чувство собственного достоинства. Например: *Профессор университета Киото Кадзусигэ Сингу <...> по-японски же самокритичен, когда признает, что блестящей психоаналитической школой его страна до сих пор отнюдь не может похвастаться* (Новое литературное обозрение. 2012.11.23); *Сам мэтр на своей пресс-конференции был скромн, по-японски исполнен достоинства и признался, что испытывает пиетет к русской литературе, к которой чувствует сильное влечение* (Трибуна. 2008.06.26).

Третья группа включает контексты, демонстрирующие отношение японцев к своему делу. В русском языковом сознании сформировалось представление о присущих японцам трудолюбию, добросовестности, ответственности, дисциплинированности, внимании к деталям, предусмотрительности. Например: *Именно здесь он стал дядей Саши, обзавелся новой семьей и приемными детьми. По-японски добросовестно работал механизатором на Чограйском водохранилище, рассказывают, что как-то раз даже спас трех тонувших женщин* (Труд – Москва. 2006.11.15); *Расположение приборов и органов управления в автомобиле по-японски тщательно продумано* (Автопилот 2003.04.15).

Таким образом, во всех трех группах отмечаются положительно оцениваемые черты характера. Последнее способствует формированию позитивного образа Японии в сознании россиян.

## Литература

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. М., 2011.

*Епифанова Е. А.*  
Чувашский государственный  
педагогический университет,  
Чебоксары, Россия

## ТРАНСФОРМАЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ *МЕДВЕДЬ* В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Трансформация – «всякое смысловое и / или структурное отступление от общеустановленной нормы, закреплённой в лингвистической литературе» [Гусейнова 2015: 68]. Предметом рассмотрения в нашем исследовании являются трансформации фразеологизмов *медведь на ухо наступил*, *делить шкуру неубитого медведя*, *медвежья услуга*, *медвежий угол*. Материалом для исследования послужили статьи газеты «Коммерсантъ» (далее КТ) за период с 01.01.1991 по 17.01.24 и данные «Газетного корпуса» Национального корпуса русского языка (НКРЯ). Всего проанализировано 103 фразеологические единицы (далее ФЕ).

Обнаружены следующие способы трансформации фразеологизма: а) замена одного из компонентов; б) расширение состава ФЕ; в) усечение состава; г) смешанный тип трансформации, подразумевающий комбинацию двух и более способов трансформаций.

А) Замена одного из компонентов ФЕ: *медведь на ВДНХ наступил* [КТ. 15.01.2024], *ФСБ на ухо наступила* [КТ. 23.05.2000], *делить шкуру неубитого дедушки* [КТ. 06.11.2008], *медвежья заслуга* [КТ. 17.01.2024], *медвежья обслуга* [КТ. 16.06.2022], *медвежья госуслуга* [КТ. 28.12.2018], *медвежий тракт* [КТ. 10.07.2022] и др. Замена сопровождается семантическими изменениями. Например, «*Медведь на ВДНХ наступил*» – заголовок статьи о Дне Ярославской области на выставке «Россия». В данном случае утрачено исходное значение фразеологизма, а медведь воспринимается как региональный образ.

Б) Расширение состава фразеологизма за счет введения добавочных компонентов: *медведь с детства на ухо наступил* [С. Васильева. Триптих с тремя неизвестными], *делить шкуру даже неубитого медведя* [КТ №49, 15.12.2003], *в медвежьих углах империи* [КТ, 11.11.2017] и др.

В) Усечение состава ФЕ: *делит шкуру* [КТ. 07.03.2023]. Часто усечение сопровождается заменой компонентов: *делит шкуру Асада* [КТ. 06.08.2012]; *делит шкуру Медведева* [КТ. 27.01.1999].

Г) Смешанный способ трансформации: сочетаются два и более способов: замена + расширение, замена + усечение и др. (*В детстве не наступил на ухо слон* [КТ. 17.04.2001]; *делят шкуру затонувшей «Булгарии»* [КТ. 03.09.2011]; *до медвежьих уголков России* [КТ. 04.09.2017] и т. д.

Таким образом, трансформации фразеологизмов с лексемой *медведь* широко представлены в современном медиадискурсе. Трансформы используются авторами в экспрессивно-стилистических целях, для отражения отношения автора к современной политике, культуре, социуму.

### Литература

Гусейнова Т. С. Трансформация фразеологических единиц в публицистическом дискурсе: объективная закономерность // Известия ДГПУ. Общественные и гуманитарные науки. 2015. № 4 (33). С. 67–71.

**Жукова М. М.**

**Национальный государственный университет  
физической культуры, спорта и здоровья,  
Санкт-Петербург, Россия**

## **АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН КРАСОТЫ / НЕКРАСОТЫ В ТЕКСТАХ XIX-XX ВЕКА**

Сложившиеся в обществе стереотипы о красивом и некрасивом (безобразном, уродливом) отражают не только интерпретации действительности отдельным народом, но и субъективное восприятие этих феноменов, представленное в сознании отдельного индивида. Независимо от субъективности, красота является ценностной категорией, в отличие от некрасоты, являющейся её нарушением. Категории прекрасного и безобразного выделяются в различных эстетических учениях, в связи с чем включаются в состав значимых для концептос-

феры одушевленного субъекта [Борев 2002]. Особенности объективации феномена «красота / некрасота» рассматриваются нами на материале текстов русской литературы конца 19 – начала 20 вв. с позиции фреймового подхода, который позволяет четко и последовательно представить наполняемость данного понятия.

Фрейм (англ. *frame* – «каркас» или «рамка») обычно понимается как способ представления знаний в искусственном интеллекте, представляющий собой схему действий в реальной ситуации [См.: Минский 1979: 7]. Это модель абстрактного образа, минимально возможное описание сущности какого-либо объекта или явления [Жарина 2017: 43–46].

В качестве примера взаимодействия рассматриваемых феноменов приведем анализ характеристики подслотов «лицо» фреймов «Красота» и «Некрасота». Анализ рассмотренного фактического материала позволил сделать вывод о том, что выстроенные в рамках исследуемого феномена полярные фреймы «Красота» и «Некрасота» имеют разную структуру. Так, подслот «лицо» фрейма «Красота» имеет только один симметричный с подслотом «лицо» фрейма «Некрасота» терминал: «глаза». Подслот «лицо» фрейма «Некрасота» наполняют также терминалы «лицо в целом» и «нос», в то время как подслот «лицо» фрейма «Красота» заполнен терминалами «волосы» и «губы», что указывает на разные акценты в рамках феномена «красивое / некрасивое». Примечательно также наличие отдельного терминала «лицо в целом» в структуре фрейма «Некрасота», не имеющего схожей по характеру единицы в антонимичном фрейме, который выражает не разложимый на элементы признак некрасивости.

Различия во фреймовой структуре указывают на то, что красота в русской лингвокультуре воспринимается детализированно, а некрасота – в целом.

## Литература

Борев Ю. Б. Эстетика: учебник М., 2002.

Жарина О. А. «Концепт» vs «фрейм»: проблема дефиниции и соотношения понятий в современной когнитивной лингвистике // Балтийский гуманитарный журнал. 2017. Т.6. № 3 (20). С. 43–46.

Минский М. Фреймы для представления знаний. М., 1979.



**Казанцева В. А.**  
Южный федеральный университет,  
Ростов-на-Дону, Россия

**ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА,  
УЧАСТВУЮЩИЕ В РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ  
КАРТИНЫ МИРА ГЛАВНОГО ГЕРОЯ РОМАНА  
«SLAUGHTERHOUSE-FIVE» КУРТА ВОННЕГУТА**

Курт Воннегут строит повествование о хронической военной травме в соответствии с жанром научной фантастики, сюжетными элементами путешествия во времени, контакта с внеземной цивилизацией. Такова эмоциональная линза, через которую читатель воспринимает все ужасы деструктивного воздействия войны [См.: Абраменко, Чередникова, Тарасова 2019: 200]. Герой Воннегута не просто не страдает от неспособности вербализировать пережитый им страшный опыт, но и использует для характеристики описываемых в романе событий широкое разнообразие оценочных средств.

Помимо специальных языковых средств, а именно эмотивных, образных, стилистически маркированных, эмоциональной и аксиологически маркированной может стать любая нейтральная единица языка в зависимости от целей автора и от контекстуальной ситуации [См.: Родионова 2016: 2111]. Именно эта особенность позволила Воннегуту воспроизвести противоречивую, как бы «вывернутую наизнанку» образную систему текста, в котором война представлена как нечто абсурдное, а быт уподобляется полю боя, что, в свою очередь, вызывает у читателя амбивалентное отношение к описываемому. Так, оценка событий, связанных с бомбежкой Дрездена, передается посредством использования не типичных для концепта «война» языковых единиц, снижающих масштабность и драматизм изображаемого. Например: «*tons of human bone meal in the ground*» – перифраз с элементом гиперболы, которым герой дегуманизирует трагедию погибших, используя для обозначения их останков слово «*meal*», компоненты значения которого так или иначе связаны с едой и продуктами питания.

Военные образы в самый неожиданный момент внедряются в эпизоды из мирной жизни Билли. Так, карпы, увиденные героем в реке

во время его визита к старому дрезденскому другу, напоминают ему атомные субмарины: «*The river was the Hudson. There were carps in there and we saw them. They were as big as atomic submarines*» (метафорическое сравнение, основанное на гиперболизации). Военные образы в обыденном бытовом контексте деконструируют душевное состояние героя, который, пытаясь смириться с пережитыми событиями, накладывает на них новую, «сглаживающую углы» картину мира. Тем не менее, именно эта новая картина мира приводит к абсурдному несоответствию ситуации и используемых для ее репрезентации эмоционально-оценочных средств.

Лексика, составляющая концептосферу «ребенок», занимает особое место в трактовке отношения к войне как самого Воннегута, так и его героя. Аллюзия на историческое событие, в котором дети, считавшие, что совершают благое дело, погибли по вине взрослых (*The Children's Crusade*), присутствует в самой заглавии и не раз упоминается в сюжете книги. Частотная лексема «*baby*» («*baby fat*», с которыми вынуждены были распрощаться герои в суровые послевоенные годы; солдаты, сами признающие тот факт, что они были всего лишь «*foolish virgins in the war, right at the end of childhood*» и т.д.) оказывается аксиологически релевантной в контексте жестокости войны.

## Литература

Абраменко Е. В., Чередникова Е. А., Тарасова Ю. В. Путешествие во времени как следствие травматических воспоминаний героя (на материале романа К. Воннегута «Бойня номер пять») // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. № 4 (29). С. 199–202.

Родионова Т. И. Эмоционально-оценочная лексика в немецкоязычных художественных произведениях // Традиции и инновации изучения проблем языка и культуры в новой образовательной парадигме. Оренбург, 2016. С. 2111–2115.

*Vonnegut K. Slaughterhouse-five. London, 1994. С. 104.*

**Кан Кумсук**  
**Южный федеральный университет,**  
**Ростов-на-Дону, Россия**

## **МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕДИЦИНСКОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КЛИНИКИ «SUN MEDICAL CENTER»)**

В текущее время расширяется рынок предоставления медицинских услуг, наблюдается совершенствование медицинского обслуживания, особенно в практике западной медицины. Очевидным становится повышенный интерес к рекламе, особенно в сфере межкультурной коммуникации. В качестве материала для исследования были выбраны тексты, рекламирующие один из ведущих медицинских центров Южной Кореи «Sun Medical Center». Необходимость изучения рекламы медицинских центров Южной Кореи в российской лингвокультуре обусловлена тем, что корейская медицина является одной из передовых не только в Азии, но и во всем мире; ее инновационные разработки направлены не только на лечение, но и на предупреждение болезней.

Медицинская реклама должна содержать точную информацию о товаре или услуге, их характеристику. В то же время «точного определения понятия «медицинская реклама» не существует, так как рекламируется не сама медицина, а производимые для медицинского использования продукты современной фармакологической промышленности» [Борисова 2017: 85]. Исследователи полагают, что можно считать допустимым применение термина «медицинская реклама» ввиду его краткости, при этом назначение рекламируемого товара вполне осознается благодаря семантике слов *медицина*, *медицинский*.

Цель рекламы – убедить потенциального потребителя воспользоваться услугами либо приобрести товар. Для этого рекламисты используют манипулятивные стратегии и тактики, направленные на эмоциональное воздействие. Под манипуляцией понимается «разновидность скрытого речевого воздействия, направленного на достижение собственных целей субъекта воздействия, которые не совпадают с намерениями или противоречат желаниям и интересам объекта воздействия, при этом осуществляется неосознаваемый со стороны

объекта контроль над его сознанием с помощью искаженной, необъективной подачи информации, зафиксированной в тексте» [Штайн 2004: 304-306]. Манипуляция определяется также как «акт влияния на людей или управления ими или вещами с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка» [Гудина 2011: 14].

Как показал анализ, для рекламы клиники «Sun Medical Centre» (международный диагностический центр «Сон») характерна тактика эмоционального воздействия, основанная на понимании потребности заботы о себе и сохранения здоровья. Еще одним средством влияния на потенциального клиента служит тактика предоставления информации в виде сообщения о профессионализме и лидирующих позициях среди конкурентов. Для реализации данной тактики используются следующие речевые обороты: *клиника имеет высокий показатель успеха; особенно признаётся успешность в проведении хирургических операций; единственная клиника, где проводятся операции в течение 24 часов; круглосуточная неотложная помощь; узкоспециализированная система лечения; клиника высшего уровня по оснащению кабинетов; клиника высшего уровня в общенациональном рейтинге; применение новейших технологий; лучшая клиника по оказанию скорой неотложной помощи* и т.д. Интегральные семы 'высшего уровня', 'успешная', 'лучшая', числовая подача информации обуславливают ее достоверность, что рассеивает сомнение в качестве предоставляемых услуг: *Центр скорой медицинской помощи №1; 1-е место в Корее; лечение 24 часа в сутки, 7 дней в неделю; 50-летний опыт; 24-часовое оказание скорой помощи* и т.д.

Таким образом, применение стратегии репрезентации информации о клинике «Sun Medical Center» и предоставляемых ею услуг способствует созданию ее положительного образа.

## Литература

*Борисова Т. Г., Фролова Л. Г.* Текст медицинской рекламы: дефиниции и функции / Филологически науки. Вопросы теории и практики, 2017. № 9-1 (75). С. 84-86.

*Гудина О. А.* Манипуляция и ее виды в педагогическом дискурсе // Язык и культура, 2011. С. 13-21.

*Штайн К.Э.* Манипулятивная стратегия как средство гармонизации общения в рамках рекламного текста // Этика и социология текста: Сб. ст. науч.-метод. семинара «ТЕХТУС». Вып. № 10. Санкт-Петербург; Ставрополь, 2004. С. 304-306.

**Каршиева Р. Ф.**  
Узбекский государственный университет  
мировых языков,  
Ташкент, Узбекистан

## ЛИНГВОАКСИОЛОГИЯ И ФИЛОСОФИЯ

Аксиологическое направление лингвистики находится на этапе становления. Этим объясняется отсутствие единого подхода к таким вопросам, как статус аксиологической лингвистики, ее объект, предмет, методы и понятийно-терминологический аппарат. В текущее время лингвоаксиология представляет собой скорее «активно используемый зонтичный термин» [Теория... 2016: 13], применяемый для обозначения междисциплинарного исследования ценностей и системы оценок в языке.

Лингвоаксиология органически связана с философией. Начиная с античности философы искали ответ на вопрос о сути ценностей и оценок. Ценности существуют вне субъекта и определяют его поведение. Аксиология в целом сформировалась как «философская дисциплина, исследующая категорию ценности, структуру и иерархию ценностного мира, способы его познания, а также специфику ценностных суждений» [ФЭС 2004].

В русле европейской научной традиции [См.: Т. Baumgarten 1757, Гартман 2014] в задачи лингвоаксиологии входит изучение внешних связей языковой системы, дифференциация вербализованных ценностей.

## Литература

*Гартман Э.* Сущность мирового процесса, или Философия бессознательного: Бессознательное в явлениях телесной и духовной жизни. М., 2014.

*Философия: Энциклопедический словарь* / под ред. А. А. Ивина. М., 2004. URL: <http://terme.ru/dictionary/187/word/aksiologija> (дата обращения: 18.05.2019).

*Baumgarten A. Metaphysica. Halae Magdeburgicae. Imperis Carol. Herman. Hemmerde, 1757.*

*Киселева М. С.*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## **ЦЕННОСТИ ОФИЦИАЛЬНОГО СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ОЛИМПИЙСКОЙ ХАРТИИ)**

Сегодня спортивный дискурс занимает одно из центральных мест в ценностной картине мира: «Спорт, создающий ценности спортивной культуры, всегда являлся мощным социальным феноменом и средством успешной социализации» [Паначев 2006: 202]. Ценности понимаются как ««принципы, регулирующие жизнедеятельность больших социальных групп людей» [Шалина 2009: 135]. Спортивный дискурс – это «особый тип институционального дискурса, который организован по принципу поля и состоит из системы дискурсивных разновидностей, объединенных, прежде всего, общностью спортивной тематики и концептуальных (содержательных) доминант» [Малышева 2011: 23]. Спортивный дискурс соприкасается и пересекается с официально-деловым дискурсом и реализуется в большой группе письменных спортивных текстов: правила и регламенты соревнований, сборники нормативов для присвоения официальных разрядов и званий и др.

Материалом анализа послужила Олимпийская хартия, содержащая в себе основополагающие принципы и правила Олимпизма [См: Olympic charter]. Это документ, в котором задекларированы основополагающие принципы и важнейшие ценности Олимпизма, правила и официальные разъяснения, предложенные Пьером де Куберте-

ном и принятые Международном олимпийском комитете (далее МОК) в 1894 году.

Перейдем к результатам анализа, целью которого является описание ценностей спортивного дискурса, эксплицируемых в хартии. Ценностные установки формулируются в границах предметной темы.

Обратимся к формулировке принципов Олимпизма: *«Олимпизм, соединяющий спорт с культурой и образованием, стремится к созданию образа жизни, основывающегося на радости от усилия, воспитательной ценности хорошего примера, социальной ответственности и уважении к общепринятым этическим принципам»* – **ответственность, уважение**; *«Цель Олимпизма заключается в том, чтобы направить Спорт на благо гармоничного развития человечества, способствуя созданию мирного общества, заботящегося о сохранении человеческого достоинства»* – **развитие гармонии, мир, сохранение человеческого достоинства**; *«Каждый должен иметь возможность заниматься спортом, не подвергаясь дискриминации, в духе Олимпизма, что подразумевает взаимопонимание в дружбе, солидарности и честной игре»* – **взаимопонимание, дружба, солидарность, честная игра**; *«Осуществление прав и свободы, предусматриваемых настоящей Олимпийской хартией, должно быть обеспечено в отсутствие какой-либо формы дискриминации...»* – **равенство**; *«...сотрудничать с надлежащими общественными и частными организациями и органами с тем, чтобы направить спорт на службу человечеству, способствуя тем самым продвижению мира»* – **сотрудничество**; *«...принимать меры, направленные на укрепление единства Олимпийского движения, защиту его независимости, выполнение и продвижение его политического нейтралитета, а также сохранение автономии спорта»* – **единство**.

Таким образом, в тексте спортивного дискурса тиражируются следующие ценности: ответственность, уважение, развитие гармонии, мир, сохранение человеческого достоинства, взаимопонимание, дружба, солидарность, честная игра, равенство, сотрудничество, единство. Ценности, эксплицированные через отглагольные имена существительные, являются устойчивой базой для проведения честных и справедливых спортивных соревнований международного масштаба.

## Литература

*Мальшева Е. Г.* Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование. Омск, 2011. 369 с.

*Паначев В. Д.* Развитие спортивной культуры студенческой молодежи // Известия Уральского государственного университета: Проблемы образования, науки и культуры. 2006. № 45. С. 202–209.

*Шалина И. В.* Уральское городское просторечие: лингвокультурные типы // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2009. Т. 66, № 4. С. 134–143.

## Источник

*Olympic charter* [электронный ресурс]. – URL: <https://stillmed.olympics.com/media/Document%20Library/OlympicOrg/General/EN-Olympic-Charter.pdf>

*Кун Вэйкань*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## О НЕГАТИВНОЙ ОЦЕНОЧНОСТИ АЗИАТСКОГО НАЧАЛА РУССКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ

Носитель русского языка осознает противоречивость русского национального характера, которая является одним из доминирующих признаков культурной идентичности русских. Дуальная природа структуры русской культуры проявляется, с одной стороны, в отсутствии «нейтральной аксиологической сферы» [Лотман, Успенский 1996: 338], с другой стороны, в наличии у русских двух цивилизационных начал: европейского и азиатского. Положительные черты в русской культуре и в русском характере связывают обычно с европейским началом, тогда как отрицательные черты – с азиатским началом. Эта идея транслируется в широко известных текстах художественной литературы. Вспомним, например, А. Блока: *Мы широко по дебрям*



*и лесам / Перед Европою пригожей / Расступимся! Мы обернемся / к вам / Свою азиатской рожей! / Да, скифы — мы! Да, азиаты — мы. / С раскосыми и жадными очами!* или Н. Щербину: *У нас чужая голова, / А убежденья сердца хрупки... / Мы — европейские слова / И азиатские поступки.*

Об отрицательном отношении к азиатскому началу русской ментальности свидетельствует негативная оценка слова *азиат* в русском языке дореволюционного периода, которая закрепилась в толковых словарях. *Азиат* – «грубый, необразованный человек» [Даль 2007. Т. 1: 52]. Помета «бранное слово». Советские и постсоветские толковые словари определяют значение слова *азиат* с негативной семантикой как устаревшее.

Негативная сторона азиатского начала подчеркивается словообразовательными средствами. Распространение получила лексема *азиатчина*, зафиксированная еще в словаре Я. М. Грота в значении «грубый обычай или быт» [*Слов. Акад.* 1895. Т.1: 19]. Пейоративность производной лексемы *азиатчина* опирается на семантику производящего слова *азиат* и усиливается отрицательным словообразовательным значением суффикса – *чин(а)*, указывающего на бытовое или общественное явление, «**обычно с оттенком неодобрения**» (выделение наше. – К.В.) [*Русская грамматика* 1980. Т.1: 180]. В российских СМИ встречается сочетание *русская азиатчина*, наделяемое негативным смыслом: *проклятая русская «азиатчина»* (Огонек. 24.09.2007); *певец русской азиатчины, духовной косности и собственнического свинства* (Наш современник. 15.09.2000).

*Азиота* – еще одно производное слово с «азиатским» корнем, авторство которого приписывают русскому либералу-европеисту П.Н. Милокову, отрицавшему идею синтеза цивилизаций и применявшему окказионализм в 1920–1930-е гг. в эмигрантской полемике с евразийцами: *Какая же мы Евразия, мы скорее Азиота*. Явная негативность лексемы связана со звучанием слова, рифмующегося с известным ненормативным словом.

Высказывания, включающие качественно-обстоятельственные наречия *по-азиатски* и *по-европейски* со значением способа действия – *как в Азии, как в Европе*, обнаруживают аксиологически противоположные смыслы, закреплённые за этими наречиями: *по-азиатски*

*дикий, хитрый, коварный, грубый* и другие негативные характеристики, *по-европейски культурный, цивилизованный, качественный, идеальный* и другие атрибутивы со знаком качества.

Социокультурные стереотипы, в основе которых лежит географический фактор, оказывают влияние на идентификацию россиян. Все девиантное в гибридизированной культуре, сложившейся на российской основе, принято относить к азиатской стороне русской ментальности, поэтому стереотипы – упрощенные схемы нашего мышления – следует разрушать, т.к. они мешают объективно оценить русскую самобытность.

### Литература

*Даль – Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка в 4 тт. Т. 1. А – З. М., 2007.

*Лотман Ю. М. Успенский Б. А.* Роль дуальных моделей в динамике русской культуры (до конца XVIII века) // Избранные труды : в 2 т. Т. 1. М., 1996. С. 338–380.

*Русская грамматика* : в 2 т. Т. 1. / Под ред. Н. Ю. Шведовой. М., 1980.

*Слов. Акад.* – Словарь русского языка, составленный Вторым отделением Императорской академии наук. Т. 1 : А—Д. СПб., 1895.

*Лагутова А. С.*

Российский государственный университет  
им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство),  
Москва, Россия

## ОЦЕНОЧНЫЕ КОМПОНЕНТЫ В СЕМАНТИКЕ ЛЕКСЕМ *ЗАЩИТНИК* И *ЗАСТУПНИК*

В современном русском языке лексемы *защитник* и *заступник* нередко выступают в качестве синонимов. Однако в различных видах дискурса употребление данных лексем характеризуется различными значениями. Так, для религиозного дискурса характерна актуализация оценочных компонентов, выражающих представления Отцов и Учите-

лей Церкви о глубинном смысле данных понятий, в то время как в рамках обыденного дискурса подобные значения не являются актуальными.

Слово *защитник* образовано от *щитити* – *щит* – «то, что защищает, загораживает; заслон, навес» [Шанский 1971: 520]. Соответственно, защитником является тот, *кто* защищает и загораживает что-либо или кого-либо. Воспринимая слово *защитник*, носитель языка на внеязыковом уровне осознаёт внутреннюю форму (*щит*, *защита*), отраженную в словарных толкованиях: «1) тот, кто защищает кого-что-л. от нападения, ограждает, охраняет от посягательства, отстаивает что-л. 2) тот, кто отстаивает интересы обвиняемого на суде; адвокат. 3) Спорт. Игрок в футбольной, хоккейной и т.п. команде, защищающий участок поля около своих ворот» [БТС 1998: 359]. Обращаясь к слову *заступник*, находим словарные дефиниции, подтверждающие синонимию со словом *защитник*: «*Заступник* – тот, кто заступает за кого-л.; защитник» [БАС 2006: 530]; «*Заступник* – защитник, покровитель» [МАС 1985: 578].

Заметим, что слово *заступник* обладает меньшей валентностью, чем слово *защитник*. Так, *заступником* в обыденном дискурсе не называют адвоката или спортивного игрока. Данное слово имеет высокую стилистическую окраску в религиозном дискурсе. Так, *Заступницей* в Православии именуют Пресвятую Богородицу; *Заступниками* называют святых, молящих перед Господом за человека; *Заступником* называют Христа: «*Спаситель наш Иисус Христос заступился за нас перед Божественным правосудием, и стал нашим ходатаем* (1 Иоанн 1, 2)» [ПЦС] и самого Господа: «*Христос во многих местах Евангелия, как Бог называет Его Отцом, а как Человек – Богом и Заступником*» [Клименко 2022: 270].

Таким образом, в сознании православного человека происходит сближение оценочных компонентов значений лексем *защитник* и *заступник*. Однако в то время, как под *защитником*, в первую очередь, подразумевается тот, кто со щитом и мечом готов встать на чью-то защиту, под *заступником* понимается также тот, кто готов молить за человека перед Господом.

Употребление лексемы *заступник* в обыденном дискурсе указывает на стилистическую окрашенность данного слова и связывается в сознании говорящего с коннотацией возвышенности. Употребление

лексемы *защитник* в рамках религиозного дискурса определяет её аксиологическую отнесенность. Общая положительная оценка денотата и сигнификата обусловлена ценностными установками, реализованными данными дискурса.

### Литература

*БАС* — Большой академический словарь русского языка; гл. ред. К. С. Горбачевич. Т.6. М., СПб, 2006.

*БТС* — Большой толковый словарь русского языка; гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб., 1998.

*МАС* — Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. Т.1. М., 1985.

*Клименко Л.П.* Словарь переносных, образных и символических употреблений слов в Псалтири. М., 2022.

*ПЦС* — Полный церковнославянский словарь / Г. Дьяченко [Электронный ресурс]. 2000. URL: [http://slavdict.ru/\\_0894.htm](http://slavdict.ru/_0894.htm) (дата обращения: 25.02.2024).

*Шанский Н.М., Иванов В.В., Шанская Т.В.* Краткий этимологический словарь русского языка. М., 1971

*Ли Цзяхэн*

Южно-Уральский государственный университет,  
Челябинск, Россия

## АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ Л. СЛУЦКОГО В ДОЛЖНОСТИ ГЛАВНОГО ТРЕНЕРА КИТАЙСКОГО ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА

Л. Слуцкий – признанный футбольный тренер, который работал с несколькими известными клубами и сборными. Он обладает уникальным тактическим видением и стилем тренировок. В течение последних лет он работал главным тренером сборной России, достигнув ряда значимых побед.

Китай, как один из крупнейших футбольных рынков в мире, стремится повысить свою международную конкурентоспособность. В последние годы проводятся масштабные реформы с целью развития

местных талантов и привлечения международных известных тренеров и игроков. Л. Слуцкий был приглашен в качестве главного тренера одного из топовых футбольных клубов Китая, что является значимым событием для национального футбола.

Российские СМИ широко освещали новость о назначении Л. Слуцкого главным тренером китайского футбольного клуба. В публикации доминировали аксиологически маркированные единицы:

*– Это интересный вариант. В последние несколько лет Леонид Викторович не боялся новых приключений. Поэтому меня это не удивило. Он большой молодец, что пробует. Он своей профессиональной деятельностью раздвигает рамки сознания.*

*– Китай – это надолго?*

*– Это зависит от него. Начал он здорово. А как закончит, посмотрим. То, что он перезапустил карьеру, это очень здорово. Конечно, он может вернуться в Россию и снова здесь работать, – сказал футбольный менеджер» [Слуцкий своей деятельностью ...].*

*– Знаю, что Леонид Слуцкий — прекрасный специалист, который добился большого успеха. Перед игрой мы обсудили футбол в Китае, ведь я играл там в конце 90-х. Мы поговорили об адаптации и развитии этого вида спорта в стране, — сказал Гальтье, возглавлявший ранее «ПСЖ» и «Ниццу». Под руководством Слуцкого ЦСКА трижды выигрывал Мир РПЛ и дважды – Фонбет Кубок России [Тренер «Аль-Духайля» ...].*

Одной из наиболее распространенных характеристик Слуцкого является положительная оценка профессионализма. В статьях подчеркивается успешный тренерский опыт и достижения, мотивируется авторитет тренера.

Публикации о Леониде Слуцком в русскоязычных СМИ охватывают широкий спектр аксиологических характеристик, отражающих разнообразные точки зрения на работу и личность тренера.

## Литература

«Слуцкий своей деятельностью раздвигает рамки сознания». Белоус о работе тренера в Китае. URL: <https://www.sports.ru> (дата обращения: 28.02.2024).

*Тренер «Аль-Духайля» Гальтье о Слуцком: «Прекрасный специалист, который добился большого успеха».* URL: <https://www.sports.ru> (дата обращения: 28.02.2024).

*Ло Ди*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## ЦЕННОСТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЖАНРА ПРОТОКОЛА В РЕЛИГИОЗНОМ СТИЛЕ

Под протоколом традиционно понимается «жанр официально-делового стиля, цель которого документально зафиксировать ход обсуждения определённого вопроса и принятое официальное решение этого обсуждения» [Матвеева 2003: 259]. Жанр протокола имеет широкую сферу применения и функционирует в различных сферах, в том числе религиозной. В условиях все более широкого применения жанра протокола в сфере религии углубленное исследование его ценностного потенциала становится особенно важным [Itskovich 2018].

Целью исследования является изучение ценностного потенциала жанра протокола в религиозной сфере. Объект исследования – аксиологические доминанты текстов протокола. Предмет анализа – специфика экспликации ценностей в жанре протокола. Материал исследования – журналы Священного Синода, опубликованные на официальном сайте Русской Православной Церкви [см.: <http://www.patriarchia.ru/>].

Наблюдения показывают, что ценностные суждения, аксиологемы сосредоточены в композиционной итоговой части, которая вводится с помощью клише ПОСТАНОВИЛИ или ИМЕЛИ СУЖДЕНИЕ. Аксиологические суждения зачастую связаны с интенцией благодарности, которая является ценностью для православия. Например: ***Благодарить Предстоятеля Русской Православной Церкви за **труды** и принесенную **радость молитвенного общения** архипастырям, пастырям, монашествующим и мирянам Коломенской епархии и Санкт-Петербургской митрополии*** [<http://www.patriarchia.ru/db/text/6087932.html>]. Интенция благодарения выражается с помощью инфинитива *благодарить* в первом значении: «1. Будучи внутренне обязанным

кому-н., испытывать и выражать чувство благодарности, признательности» [Ожегов, Шведова 2006: 49]. В речевом жанре благодарности важна номинация адресата (кого–что благодарить?) и косвенного объекта (за что благодарить?). В нем сконцентрированы ценностные установки. Порядок благодарственного объект-адресата соответствует иерархической структуре и статусу: *благодарить* (кого?) *Предстоятеля Русской Православной церкви, архипастыря, пастыря, монахов, митрян епархии*. Благодарить (за что?) *за труды и принесенную радость молитвенного общения* – данные аксиологемы являются ключевыми для религиозной коммуникации.

Интенция благодарения выражается с помощью аксиологемы благодарность в значении: «Чувство признательности к кому-н» [Ожегов, Шведова 2006: 49]. **Выразить глубокую благодарность** *всем жертвующим большие и малые лепты для поддержки беженцев и пострадавших мирных людей, оставшихся в зоне конфликта, а также всем многочисленным труженикам, полагающим свои силы для поддержки упомянутых людей, в том числе с риском для жизни и здоровья* [<http://www.patriarchia.ru/db/text/6087932.html>] **Выразить глубокую благодарность** (кому?) *всем жертвующим и всем многочисленным труженикам*.

В итоговой части протокола могут содержаться номинации других ценностей: **ИМЕЛИ СУЖДЕНИЕ** *о разработанном в Межсоборном Присутствии документе «О неприкосновенности жизни человека с момента зачатия»* [Там же]. Каждая жизнь равна и уникальна с момента зачатия, и ее ценность и достоинство не должны отрицаться или умаляться.

Забота о людях, попавших в беду, сопровождается ценностями религии: *В связи со сложной социальной обстановкой и проблемами с продовольствием в Юго-Восточных областях Украины, было принято решение об отправке гуманитарной помощи мирным жителям и нуждающимся людям Донецкой и Луганской областей* [<http://www.patriarchia.ru/db/text/4538212.html>].

Таким образом, в жанре протокола в религиозном стиле отражаются аксиологические религиозные установки (благодарность, уважение к жизни, забота об уязвимых группах населения и др.), которые сконцентрированы в композиционной итоговой части.

## Литература

*Itskovich T. V.* Composition and Subject Structure of Minutes Genre in Religious Style / T. V. Itskovich, D. Karmanova, N. N. Nikolina // SHS Web of Conferences: The International Scientific and Practical Conference “Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences” (CILDIAH-2018), Volgograd, 23–28 апреля 2018 года / Volgograd State University, Volgograd, Russia. Vol. 50. – Volgograd: EDP Sciences, 2018. – P. 01207.

*Матвеева Т. В.* Учебный словарь. Русский язык. Культура речи. Стилистика. Риторика. М., 2003.

*Матвеева Т. В.* Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск, 1990.

*Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. М., 2006.

*Русская Православная Церковь.* Официальный сайт Московского Патриархата. <http://www.patriarchia.ru/>

*Лучинина Л. А.*  
Балтийский федеральный университет,  
Калининград, Россия

## АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ КОНЦЕПТА «РОДИНА» В ФОЛЬКЛОРНОМ НАСЛЕДИИ РУССКИХ ОБЩИН, НАХОДИВШИХСЯ В ИНОЭТНИЧНОМ ОКРУЖЕНИИ

Концепт *родина* – ключевой в языковой картине мира носителей русского языка, он ярко аксиологически маркирован в русской лингвокультуре. Спектр ценностных коннотаций компонентов задаваемого концептом лексико-семантического поля представлен в литературных и публицистических текстах, а также в текстах фольклорного наследия.

Разновидность текстов, записанных в этнографических экспедициях в общинах липован, некрасовцев, духоборов, является объектом



анализа, предметом которого выступает выявление аксиологических доминант концепта *родина*. Фактором, позволяющим рассматривать наследие разных общин в рамках одного исследования, являются сходные условия проживания их представителей: все они являлись носителями русской культуры, погружёнными в иноэтническое окружение. Липоване – группа старообрядцев, переселившихся после церковной реформы патриарха Никона в Румынию; некрасовцы – казачья община, переселившаяся в Турцию после Булавинского восстания; духоборы – русская христианская община, члены которой в конце XIX века переселились в Грузию и Канаду.

Анализ фольклорного наследия данных групп выявил доминантность концептуальной пары *родина–мать*, в то время как более частотные для русской лингвокультуры, в соответствии с данными исследования Т. В. Колабиновой, валентности *родина–государство* и *родина–дом* [Колабинова 2010: 14] практически не раскрываются. Представители всех трёх общин воспринимают *родину* в первую очередь в соотношении с образом *матери*, который в русской лингвокультуре традиционно воспринимается как базовая ценность. Средствами языкового выражения этой позиции служат выделенные лексемы в конструкциях типа: *Хорошо гребцы гребут, мать Россиюшку бранят: // Мать – российская земля много горя приняла* (из песни липован, зап. А.С. Ярешко); *Родна мать – Россия, далёко // Да й не с кем поклон передать...* (из песни духоборов, зап. С. Никитиной).

Оригинальный вариант языкового осмысления рассматриваемого концепта зафиксирован также в легендах некрасовцев. Например: *Наш дед Рускай, все от него пошли* [Грязнова 2014: 69].

Факторами закрепления положительно аксиологически окрашенной доминанты *родина–мать* могут выступать социально-исторические условия, в которых для данных групп вариант *родина–государство* обладал негативными коннотациями, а *родина–дом* соотносился с образом утраченной стороны.

Сохранение и языковое осмысление указанной аксиологической доминанты концепта *родина* позволило представителям русских общин, живущим в иноэтническом окружении, сохранить на уровне языка живую связь с Россией, воспринимаемой как источник дарования жизни.

## Литература

Колабинова Т.В. Специфика репрезентации концептов РОДИНА, PATRIA, NATIVE LAND в русской, латиноамериканской и американской лингвокультурах: автореф. дисс. ... канд. фил. наук. Казань, 2010.

Грязнова В.М. Национально-культурная специфика лексики казаков-некрасовцев // Филология и культура. 2014. № 4 (38). С. 66-70.

**Меньшова П. М.**

**Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»,  
Москва, Россия**

### **АНАЛИЗ ОЦЕНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА СЛОВА *МАТЬ* В СРАВНЕНИИ С СИНОНИМОМ *МАМА***

Слова *мать* и *мама* долгое время обозначали разных людей. В XVIII–XIX вв. *мамами* называли кормилиц дворянских детей. Это слово также могли использовать по отношению к женщине, которая не кормила ребёнка, а только растила его (синоним *няня*). В этом значении слово *мама* почти перестало употребляться в начале XX в. Причин этому было несколько.

Во-первых, постепенно исчезла практика вскармливания ребёнка чужим молоком: если раньше кормление грудью считалось низким, недостойным благородной женщины занятием, то к XX в. стало восприниматься как признак нравственности. Параллельно появилось детское питание, а социальный класс, который нанимал кормилиц, «ушёл со сцены». Помимо этого, у слова *мама* развивалось значение «родная мать». Оно могло прийти в письменную речь из народной: в незнатных семьях кормилиц не нанимали, и *мама* с матерью совпадали в одном лице [Добрушина 2016: 75; 83].

В XXI в. слово *мать* используют реже; *маму* считают более нейтральной номинацией [НКРЯ]. Для слова *мать* в рамках интернет-опроса (в нём участвовал 131 человек 16–58 лет) были выделены следующие коннотации:

1. «Сухость», «дистанцированность». Слово характерно для официально-делового стиля речи и указывает не на личность, а на социальный статус, функцию («День матери», «Я хорошая / плохая мать»).

2. Пафос, величественность («многодетная мать», «мать-героиня»).

3. Уместность в «простой», а не «интеллигентской» среде («До чего ты мать довела!»).

4. Ассоциации с культом материнства (#яжемать).

5. Ассоциации с ругательными выражениями, а также понятиями «материться», «ругать по матери» [Меньшова 2021].

Выявленные компоненты значения способствуют если не негативному, то, по выражению участницы опроса, «нейтральному, но не положительному» восприятию слова *мать*. Лишь пункт 2. связан с положительной окраской.

Отрицательные коннотации назвали преобладающими для слова *мать* 24,43% респондентов; 51,15% опрошенных считают, что оно может быть и положительно окрашенным, и нейтральным в зависимости от ситуации. Безоценочным его назвали 12,98% участников опроса, содержащим положительные коннотации – 11,45% [Меньшова 2021].

Изначально нейтральное слово расширило оценочный потенциал и стало смещаться в сторону пейоративной лексики, хотя в ряде контекстов имеет положительную окраску. Выявленную закономерность важно учитывать в речевой коммуникации, как межличностной и групповой, так и в массовой.

## Литература

Добрушина Н. Р. Мама // Два века в двадцати словах. М., 2016. С. 72–93.

Меньшова П. Мама моя женщина: что не так со словом «мать» // Изборник. 2021. URL: [https://www.izbornik.ru/opinions/about\\_mat](https://www.izbornik.ru/opinions/about_mat) (дата обращения: 14.02.2024).

НКРЯ – Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 14.02.2024).

*Мокан А. Д.*  
**Пермский государственный национальный  
исследовательский университет,  
Пермь, Россия**

## **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ЦИФРОВОМ ДИСКУРСЕ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ РФ<sup>1</sup>**

Изучение аксиологического содержания дискурса является одним из перспективных направлений современной лингвистической науки [Марьянчик 2013]. Актуальность исследования аксиологического содержания цифрового дискурса исполнительной власти РФ обусловлена тем, что репрезентация ценностей в текстах зачастую становится средством формирования общественного мнения и манипулирования им. Ценность начинает влиять «на мировоззренческие и деятельные установки общества и отдельных его индивидов <...> после чего начинается трансляция данной ценности либо внутри социума, либо последующим поколениям» [Поликарпова 2002]. Трансляция ценностей становится основной медиастратегией исполнительной власти, способствует установлению доверительных отношений между властью и обществом. Изучение традиционных семейных ценностей актуально, так как они становятся смысловой доминантой государственной риторики и пропагандируются как основа национального менталитета. Не случайно 2024 год объявлен Годом семьи.

Материалом исследования послужили посты, размещенные на публичных страницах Министерства здравоохранения Пермского края в период с 1 января по 25 февраля 2024 г. Анализ контента показал, что из 88 постов, опубликованных за это время, только 3 посвящены мероприятиям, приуроченным к Году семьи (примерно 3 % публикаций). Е. В. Вотинцева на материале 647 контекстов, извлеченных из популярных Интернет-изданий, выделяет языковые способы эксплицитного и имплицитного выражения ценностей. К эксплицитным способам автор относит лексические, грамматические и синтаксические; к имплицитным – лексико-семантические, грамматические

---

1 Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00171, <https://rscf.ru/project/23-28-00171/>

и синтаксические способы, использование тропов и фразеологии [Вотинцева 2018: 14–25]. Эти данные соотносятся с результатами нашего исследования.

В научной литературе отмечается, что «в речи имеет место не само формулирование ценности как таковой, но выражение убежденности или верований говорящего на основе его ценностного, мотивационного отношения, в каком бы дискурсивном пространстве оно ни реализовывалось» [Лингвистика и аксиология 2011: 13]. При изучении языковой репрезентации ценностей в медиатекстах исполнительной власти выявляются особенности. Во-первых, субъект речи – «коллективный говорящий»; транслируемая ценность – часть государственной риторики, а не мировоззрения конкретной личности. Именно поэтому в текстах отсутствуют маркеры личного отношения. Во-вторых, большинство медиатекстов органов власти носит информационный характер и, как следствие, практически не содержит оценок. Наконец, тексты насыщены канцеляризмами и специальной терминологией, поэтому привычные средства оценки видоизменяются.

Выделяются эксплицитные репрезентанты аксиологической информации в постах органов власти: 1) прямые номинации ценностей (*В рамках соглашения между Минздравом Прикамья и Пермской Православной епархией были привлечены священники, которые общались с участниками и говорили о духовных и семейных ценностях*); 2) лозунговый характер речи (*Во всех женских консультациях Прикамья прошел флэш-моб «Здоровая семья – благополучие нации»; Все мероприятия в этот день были приурочены к «Году семьи» и прошли под лозунгом «Здоровая семья – благополучие нации»*).

Имплицитным репрезентантом аксиологической информации выступает контекст. Так, с точки зрения государства формированию семейных ценностей способствует материальная поддержка семей. (*Специалисты по социальной работе проинформировали женщин о государственной поддержке, перечне существующих **выплат** для беременных женщин и семей с детьми; ... участники получили информацию о «Сертификатах молодоженов», которые вручаются во время церемонии бракосочетания. Он дает возможность молодым супругам пройти медицинскую диагностику для оценки их репродуктивного потенциала*). Импликатурой ценности семьи становится ак-

центрирование важности репродуктивного здоровья и воспитания детей. (*Волонтеры-медики ПГМУ раздавали информационные буклеты, проводили викторину о **репродуктивном здоровье** «Мифы и правда», рассказывали об основах правильного питания, которые **необходимо закладывать у ребенка с детства**; Кабинеты **сохранения и укрепления репродуктивной функции** открылись в территориях Пермского края на базах Центральных районных больниц*). Контекстными маркерами оценки являются слова *необходимо, сохранение, укрепление*.

Изучение способов продвижения общественно значимых ценностей в цифровом дискурсе исполнительной власти является одной из перспективных задач лингвоаксиологии.

### Литература

*Вотинцева Е. В.* Способы языковой репрезентации ценностных ориентиров в языковой картине мира молодежи: автореф. дисс.... канд. филол. наук. Уфа, 2018.

Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография. М., 2011.

*Марьянчик В. А.* Аксиологическая структура медиа-политического текста (лингвостилистический аспект): автореф. дисс... д-ра филол. наук. Архангельск, 2013.

*Нерсесова Т. Е.* Аксиологическая основа медиаконтента как способ формирования субъективного восприятия культурных ценностей общества и их оценки // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2011 г. Вып.2. URL: <http://mediascope.ru/node/835> (дата обращения: 24.02.2024).

*Поликарпова Е. В.* Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. Ростов-на-Дону, 2002.

**Небера М. В.**  
**Томский политехнический университет,**  
**Томск, Россия**

## **РОЛЬ УЧЕБНИКОВ ПО РКИ В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТНОЙ КАРТИНЫ МИРА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Современный мир характеризуется глобализацией и интернационализацией, что неизбежно приводит к увеличению количества людей, изучающих иностранные языки. Основные причины, определяющие выбор иностранными студентами русского языка: получение качественного образования в России, работа и бизнес, личные увлечения, переезд в Россию. В процессе изучения языка (его фонетики, лексики, грамматики) иностранец погружается в русскую культуру. Русский язык хоть и несколько снизил свои позиции среди желающих изучать его в последние годы, но все еще остается одним из наиболее распространенных языков в мире. Авторы учебника по РКИ разрабатывают специальные методики, способствующие трансляции аксиологических констант русской национальной лингвокультуры в сопоставлении с лингвокультурой целевой аудитории [См.: Герасимова 2016].

Учебники и учебные пособия по РКИ могут быть созданы с опорой на родной язык и без опоры; нацелены на определенный уровень обучения или на конкретное направление подготовки; ориентированы на ту, а не иную возрастную целевую аудиторию; созданы для аудиторного или самостоятельного изучения русского языка. Лингвокультурологические комментарии, сноски влияют на содержание учебников. В текущее время «концепция аксиологического текстоцентризма» играет ключевую роль в современном учебном процессе, поскольку предполагает ориентацию текстовой деятельности на доминирующие в обществе культурные ценности, отраженные в языке и постигаемые с помощью языка, и обладает мощным обучающим и воспитательным потенциалом...» [Левушкина 2019: 46]. Из этого следует, что учебники по РКИ должны объективно отражать культурные ценности народа, вызывать уважение к культуре страны изучаемого языка, способствовать формированию вторичной ценностной картины мира инофона [См.: Гончарова 2022].

Анализ отдельных тематических зон в учебниках по РКИ, ориентированных на начальный этап обучения иностранцев (уровень В1), показал, что базовые культурные ценности не всегда транслируются объективно, кроме того, клишированные модели поведения не в полной мере отражают специфику русской речевой коммуникации.

### Литература

*Герасимова С. А.* Учебник иностранного языка как площадка диалога культур // Диалог культур. Культура диалога: в поисках передовых социо-гуманитарных практик: мат. межд. конф. М., 2016. С. 139–143.

*Гончарова Ю. А.* Аксиологический подход в преподавании русского языка как иностранного // Язык, культура, образование: знания раскрывают нам двери. К 115-летию со дня рождения Д.С. Лихачёва: мат. VII межвуз. науч.-практ. конф. / под ред. Миловановой О. В. [и др.]. М., 2022. С. 144–146 [Электронное издание].

*Левушкина О. И.* Аксиологический текстоцентризм как направление аксиологической лингвометодики // Аксиологическая лингвометодика: мировоззренческие и ценностные аспекты в школьном и вузовском преподавании русского языка (к юбилею профессора А. Д. Дейкиной и ее научной школы): мат. межд. науч.-практ. конф.: в 2 ч. Ч.1 / науч. ред. А. Д. Дейкина. М., 2019. С. 41–47.

**Николина Н. Н.**  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В РЕЧИ РАССКАЗЧИКА-РЕБЕНКА

В современной англоязычной литературе отмечается увеличение количества произведений, адресованных взрослым читателям, где повествование ведется от лица ребенка. Подходы авторов к изображению речи рассказчиков-детей разнятся. В одних случаях писатели не стилизуют речь рассказчиков под детскую, используя сложную



лексику и грамматические конструкции, что вызывает критику читателей: такая речь рассказчика похожа на взрослую и выглядит неправдоподобно. С другой стороны, достоверная передача особенностей детской речи в художественном тексте вряд ли возможна, так как это значительно повлияло бы на его понимание. При репродукции детской речи, как и любой другой маркированной или отклоняющейся от нормы речи, важен компромисс между правдоподобием и понятностью. В таком случае выходом для автора является «шаблонный подход к изображению языка, в котором очевидны только стереотипные черты языкового отклонения» [Rahili 2018: 118].

Речь рассказчика-ребенка может быть стилизована под детскую сразу на нескольких языковых уровнях: фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом, семантическом, но писатели при стилизации выбирают только определенные уровни. Так, в двух рассматриваемых романах – «Room» Э. Донохью и «All the Lost Things» М. Сакс рассказчиками являются дети 5 и 7 лет. Авторы не стилизуют речь рассказчиков под детскую на фонетическом уровне. На грамматическом уровне стилизует речь рассказчика только Донохью. Оба автора используют разнообразные словообразовательные и лексические средства, демонстрируя лингвокреативность рассказчиков.

В речи обоих рассказчиков часто встречаются гиперболы, передающие эмоциональное детское мировосприятие, которые выражаются разными способами. В основном, это прилагательные в превосходной степени в сочетании с фразами «in the world», «in/of one's life», «in one's whole life» и словом «ever»; числительные «hundred(s)», «thousand(s)», «million(s)», иногда также в сочетании со словом «ever» и фразой «in one's life»; слова «forever» и «never». Подобные фразы выражают восторг и удивление рассказчиков-детей, положительные, а также отрицательные эмоции.

Оценочность в речи Джека (роман «Room») поддерживается словом «super» перед прилагательными (иногда вместе со словом «extra» или в качестве приставки) в значении «очень», что подчеркивает детскую непосредственную манеру говорить, особенно в сочетании с прилагательным «cool».

В речи Долли (роман «All the Lost Things») часто встречаются окказиональные сложные слова, состоящие из порядковых числитель-

ных «first», «second», «third» и прилагательных «good» и «bad» в превосходной степени, имеющие семантику оценочности. Они описывают любимые и нелюбимые вещи Долли, намекая на наличие некоего зафиксированного в сознании девочки списка лучших или худших, (любимых и нелюбимых) вещей.

### Литература

*Rahilly J.* Language breakdown and the construction of meaning: Linguistic frameworks for readings of dementia in literature // *Dementia and Literature: Interdisciplinary Perspectives*. Ed. by T. Maginess. New York, 2018. P. 115–132.

*Ноздрин Ю. А.*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТИРЕ В УСТУПИТЕЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ)

Произведения публицистического стиля оказывают на читателя воздействие с помощью различных языковых средств, в том числе средств синтаксических. Многообразие уступительных конструкций позволяет не только передавать самые разные оттенки значения, но и оказывать воздействие эмоциональное [Золинова 2008: 103]. При передаче уступительных отношений соплагаются две ситуации: придаточная часть указывает на основание «для отмены того, что выражено в главном» [РГ 1980: 586]. В уступительных конструкциях совмещены отношения обусловленности и противопоставления, а также присутствует фигура говорящего, который не только описывает действительность, но и передаёт своё к ней отношение [См.: Апресян 1999: 25].

«Стандартным» знаком препинания в уступительных конструкциях, является запятая, разделяющая главное и придаточное предложения: *Хотя в 2020 г. правительству пришлось заниматься в основном*

*борьбой с коронакризисом, восстановление роста отраслевой экономики остается его главной задачей* [Ведомости. 2021.02.23]. Однако в целях усиления воздействия авторы могут использовать тире, создавая неожиданную паузу, усиливающую отношения противопоставления: *Они лежали на брюхе и беспомощно скулили, получая электрические удары, – хотя им ничего не стоило избежать боли, перепрыгнув через перегородку* [Ведомости. 2013.10.31]. Сами по себе союзы не являются средствами для выражения оценочности, но они способствуют появлению оценочного компонента. Усиливают воздействие на читателя и знаки препинания, поскольку пунктуация нередко является экспрессивным графическим средством.

Постановка тире, разделяющего главную и придаточную части, маркирует коммуникативный центр высказывания: *Но водитель и не думал останавливаться – хотя, как потом выяснилось, в это время в машине находились его жена и 16-летний сын* [Комсомольская правда, 29.05.2013]. Придаточное находится, как правило, в постпозиции. Реальный факт, отмеченный в главном предложении (Q), вступает в резкое противоречие с придаточным (P): *Однако «королевские гонки» не проводят ни скандинавские страны, ни Швейцария (Q) — хотя эти страны, одни из самых богатых в мире, могут себе это позволить (P)* [Ведомости. 2014.07.31]. Существование Q воспринимается как противоречивый исход, поскольку тире актуализирует, эмоционально выделяет именно содержание придаточного.

Использование тире вместо «ожидаемой» запятой порождает в предложении длинную паузу, маркирующую смысловой центр высказывания. Части предложения начинают соотноситься друг с другом как контрастирующие. Последнее определяет отношение читателя к аксиологическому содержанию высказывания

## Литература

*Апресян В. Ю.* Уступительность в языке и слова со значением уступки // Вопросы языкознания. 1999. №5. С. 24–45.

*Золинова Е. В.* Присоединительно-уступительные конструкции в русском и английском языках (на материале публицистического стиля) // Вестник КГУ. 2008. №2. С. 103–106.

Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. Режим доступа: [ruscorgo.ru](http://ruscorgo.ru) (дата обращения: 10.02.2024).

Русская грамматика. Т. 2: Синтаксис. М., 1980.

*Овчинникова С. А.*  
Пермский государственный национальный  
исследовательский университет,  
Пермь, Россия

## **АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЦИФРОВОГО ДИАЛОГА ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА (НА МАТЕРИАЛЕ КОММЕНТАРИЕВ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ)<sup>2</sup>**

Информирование общества о деятельности власти все больше осуществляется посредством сети интернет, в связи с чем гражданин становится участником цифрового диалога. Концепция «электронного правительства» поддерживается на законодательном уровне [Федеральный закон... 2024]. Комментарий «дает возможность оперативно выявлять неудовлетворенных пользователей и проактивно реагировать на возникающее в обществе напряжение» [Камаев, Григорьева 2018: 195].

В ходе анализа комментариев в аккаунтах органов исполнительной власти в социальной сети ВКонтакте и в мессенджере Telegram выявлено, что по характеру выражаемой оценки выделяются комментарии положительные (44%), отрицательные (29%) и нейтральные (27%). В комментариях последней группы оценочная позиция эксплицитно не выражена.

Объектом положительного оценивания являются, в частности, юбилей писателя или поэта, общественно значимое событие (например, открытие волонтерского лагеря), праздник, выступление представителя той или иной профессии (например, врача), визит должностного лица на предприятие, демографическая информация. Негативную оценку вызывают публикации, посвященные модернизации предпри-

2 Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда № 23-28-00171, <https://rscf.ru/project/23-28-00171/>

ятия, а также событиям, которые в комментариях других подписчиков оцениваются позитивно, например открытие библиотеки, посещение должностным лицом учреждения и др.

В исследовании установлено, что примерно половина отрицательных комментариев интернет-пользователей не имеет прямого отношения к теме публикации. На этом основании можно утверждать, что негативная реакция граждан напрямую не связана с темой публикации. Вероятно, публикация становится своеобразным триггером для выражения накопившегося недовольства деятельностью власти.

Положительная оценка комментаторов обычно проявляется в невербальных средствах – эмодзи и стикерах. Негативная оценка эксплицируется более разнообразно. Помимо эмодзи с эмоцией негодования, подписчики прикрепляют видео, а также используют словесную форму: саркастические замечания, вопросительные высказывания, средства категорической тональности и др.

В целом, можно сделать вывод, что в комментариях к постам органов управления граждане реализуют свое право на оценку деятельности органов управления и выражают заинтересованность в конструктивном диалоге с исполнительной властью.

## Литература

*Камаев Р.А., Григорьева В.В.* Коммуникации государственных структур и населения в социальных медиа: специфика и направления развития // Вестник МФЮА. 2018. № 3. С. 191–203.

*Федеральный закон «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации» от 31.07.2020 № 258-ФЗ.* URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_358738/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358738/) (Дата обращения: 23.02.2024).

**Осман Р. Э.**  
**Хартум, Судан**  
**Московский государственный**  
**лингвистический университет,**  
**Москва, Россия**

## **ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В СОВРЕМЕННОМ АРАБСКОМ ЯЗЫКЕ**

В арабском языке распространены идиомы, в том числе те, которые подпадают под контекстуальное выражение (*collocations idiom*). Современные исследователи и их предшественники специально изучают эти выражения. Внимание отдельных исследователей сосредоточено на древних выражениях, встречающихся в книгах, составляющих культурное наследие. Что касается словарей, они фиксируют фразеологические единицы современного арабского языка [См.: Дауд 2003]. Мы попытаемся выявить специфику материалов этого словаря, установить соотношение современных выражений с древними.

Цель данной работы – выделить пласт фразеологических единиц современного арабского языка, в том числе включенных в тексты Корана, древней поэзии, сунны.

Задачи исследования – выявить актуальность современных словарей фразеологических единиц; представить их общее описание; установить основные источники фразеологии современного арабского языка.

### **Литература**

*Wafa Kamel Fayed*: Some forms idiomatic expressions in contemporary Arabic, the Journal of the Arabic language complex Damascus, volume (78) Part (4), (D-T), P. 895

*Mohammed Mohammed Daoud*: lexicon of reformist expression in contemporary Arabic, Gharib house for printing, publishing and distribution. Cairo, Egypt, Vol. 1, P. 2003.

*Mustafa Ahmed Qanbar*: reformist expression-its concept and classifications, article published on the Arabic page, September 20 <https://bilarabiya.net/10570.html>

**Панюкова В. А.**  
Российский государственный университет  
им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство),  
Тверь, Россия

## **ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ПУБЛИЧНОМ ВЫСТУПЛЕНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ДЕЯТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА МИХАИЛА ДЕЛЯГИНА)**

В настоящее время на фоне сложной геополитической и социальной обстановки особый интерес вызывает язык политики и экономики. Современный человек регулярно встречается с публичными выступлениями общественных деятелей, экономистов и политиков, а также читает их блоги в медийном пространстве. В лингвистической науке достаточно подробно описаны речевые портреты отечественных и зарубежных общественных деятелей [Новоселова, 2021; 2022; Романов, Новоселова, 2023]. В работе предпринята попытка проанализировать специфику вербального поведения Михаила Делягина и описать его речевой портрет. В частности, исследование посвящено описанию языковых средств выразительности медийного дискурса общественного деятеля [ср. также: Панюкова, 2024].

Уместно будет начать с анализа лексических особенностей речи Михаила Делягина. Он использует этикетные формы общения, обращаясь к собеседнику на Вы: *понимаете, я вас уверяю, знает*. Однако, вступая в диалог, экономист часто перебивает собеседника и не всегда выслушивает его до конца. Например, видео-интервью «Делягин об итогах правления Путина» является подтверждением того, что Михаил Делягин прибегает к общим нормам поведения, но игнорирует частные.

В речи Михаила Делягина встречается лексика абсолютно разных стилей, что объясняется нацеленностью экономиста на широкую аудиторию: разговорная лексика, например: *чалились, дотировать, он звереет, свирепеет, пыхтеть*; профессиональная жаргонная лексика, например: *Тем самым налогово-таможенной политикой закреплялось положение России как экономической колонии, государство вынуждено дотировать нефтепереработку при помощи так называ-*

*емого «обратного акциза», субсидирование нефтепереработки; высокопарная лексика, например: богомерзкий, рукотворен, финансовые рудименты, всеобъемлющая модернизация; лексика со сниженной эмоциональной окраской: ЧМО, ФАС стерилизована действующим законодательством, Госпожа Набиуллина спустила проект бюджета в унитаз; Нас превратили в урну для плевков!; межъязыковая лексика, например: блэкаут, нейтрализация, локальный, компенсируют, made in China.*

Регулярно в речи Михаила Делягина присутствует ирония, сочетание стандартных и экспрессивных выражений, например: *Послание Федеральному Собранию: попытка работы над ошибками?, И, если поискать, в России везде и всегда можно найти отличный свежий круассан - мы ж не во Франции, в конце концов!, Потому что мы можем создавать противнику проблемы, но вместо этого мы о них трогательным образом заботимся вплоть до наращивания поставок урана в США.*

В монологах и диалогах экономист часто использует распространенные предложения, которые можно отнести к разговорному стилю речи. Такую ситуацию можно объяснить стремлением упростить фразы с внушительным количеством терминологической лексики, например: *Мы видим, что именно из-за таких санкций сейчас происходит закрытие счетов российским гражданам в ОАЭ и российским компаниям, что создаёт определённые сложности. Для России это последствия не очень существенные — некоторое удорожание, усложнение цепочек поставок, потому что теперь эти поставки должны больше маскироваться и быть более сложными, быть более разнообразными.*

Довольно часто Михаил Делягин прибегает к средствам, которые эмоционально окрашивают речь, а именно – к фразеологизмам, например: *плоть скоро перешибет обух, объясняю на пальцах, надежда умирает последней, Чьи головы полетят в ближайшем будущем?, вдохнуть в экономику России жизнь, это постепенное завинчивание гаек.*

Также Михаил Делягин использует такие лексико-грамматические средства, как отглагольные существительные, например: *законопроект об освобождении, о разработке, внесли на рассмотрение, в лич-*



*ное потребление; вводные слова и конструкции, например: которые, скажем, применяли, прокладки, надеюсь, мы не увидим, таким образом, «Роскосмос»...» и др.*

Таким образом, лексические, лексико-грамматические и фразеологические особенности речи Михаила Делягина можно охарактеризовать разнообразием языковых средств выражения и общей нормативностью, хоть и не всегда уместностью.

## Литература

*Новоселова О.В.* Предвыборные менасивы в вербальном поведении американских политических деятелей // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал, 2021. № 4. С. 44–61.

*Новоселова О.В.* Роль менасивного конструкта в предвыборных дебатах // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал, 2022. №4. С. 16-25.

*Панюкова В.А.* Специфика вербального поведения публичной личности (на материале выступлений Михаила Делягина) // *Lingua Academica: Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции*, 2024. С. 351-358.

*Романов А.А., Новоселова О.В.* Регулятивные менасивы в политической коммуникации США. – М.: Флинта, 2023. 240 с.

## Источники примеров

*Бюджет России «спустили в унитаз»: хватило одного решения Набиуллиной* [Электронный ресурс]. URL: [https://dzen.ru/a/ZUH-rqhKL2\\_Yz4mG?referrer\\_clid=1400&](https://dzen.ru/a/ZUH-rqhKL2_Yz4mG?referrer_clid=1400&) (дата обращения: 16.11.2019).

*Деньги должны быть в России, а не в Швейцарии* [Электронный ресурс]. URL: <https://72.ru/text/economics/2022/12/21/71915096/> (дата обращения: 17.11.2019).

*Питер: пределы терпения (Яндекс считает изложенное ненормативной лексикой)* [Электронный ресурс]. URL: [https://dzen.ru/a/ZUae6GTB\\_zNm2UWY?referrer\\_clid=1400&](https://dzen.ru/a/ZUae6GTB_zNm2UWY?referrer_clid=1400&) (дата обращения: 17.11.2019).

*Топливный кризис, который власти не хотят замечать* [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/video/preview/807107383935754316> (дата обращения: 17.11.2019).

*Итоги правления Путина* [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/video/watch/60abc4b69098ce5c973df056?f=d2d> (дата обращения: 16.11.2019).

*Прончатова А. В.*

Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА МИФОЛОГЕМЫ «КОТЕЛ» В РОМАНЕ С. Д. МААС «КОРОЛЕВСТВО ШИПОВ И РОЗ»

Основная черта направления Young Adult – стремление автора быть с читателем на равных, передача эмоциональных переживаний героя и решение «недетских» проблем [Валеева 2019]. Одним из главных поджанров этого направления является фэнтези, главными героями которого являются новые для русскоязычного читателя виды мифических, человекоподобных существ – фейри [См.: Хоруженко 2015]. Предания о них основаны на кельтской мифологии, к которой обращаются авторы. В цикле романов С. Дж. Маас «Королевство шипов и роза» описывается мифологический объект *котел* (*Cauldron / cauldron*), взятый из валлийской мифологии. Котел является артефактом, благодаря которому был создан магический мир, и материальным предметом.

Роман «Королевство шипов и роз» переводился с английского языка на русский дважды. Первым был перевод любительский, т. е. не по контракту, порой даже без разрешения правообладателя, по собственной инициативе для широкого круга читателей. Для такого варианта характерно использование средств машинного перевода и поисковых систем, работа в группе и др. [Porovich, Bortnikov 2023: 470]. Второй перевод опубликован издательством «Азбука». Переводчик – И. Иванов. При сравнении профессионального перевода с любительским заметно, какие именно стратегии используют переводчики. Например:

**Оригинал:** *By the Cauldron, Lucien said, surveying the damage* [Maas 2015: 214].

**Профессиональный перевод:** – *Котел милосердный!* – пробормотал Ласэн, оглядывая раны [Маас 2022: 190].

**Любительский перевод:** – *Силы Котла,* – сказал Люсьен, осматривая повреждения [Маас: эл. ресурс]. Данная фраза звучит, когда Ласэн осматривает раненного фейри, лишённого крыльев. Переводчики интерпретируют конструкцию *By the Cauldron* как видоизменённую форму *by hell*, имеющую в словаре помету *vulgar* и передающую шок или удивление. В литературном переводе И. Иванов использует конструкцию, восходящую к междометию *Боже милосердный/милостивый* и выражающую негодование. Стилистически нейтральное *said* (сказал) заменяется глаголом *пробормотал* в значении «говорить тихо, невнятно и себе под нос». В любительском переводе конструкция *By the Cauldron* становится словосочетанием *Силы Котла*, подчёркивая возможности Котла как божества и выражая обращение больше к нему, нежели к самому Котлу.

Схожие различия можно наблюдать и в других переводах номинации *Cauldron*. Во всех случаях заметно различие подходов в любительском и официальном переводах.

## Литература

Валеева Р. Ф. Специфика перевода на русский язык разговорной лексики в жанре Young Adult // Многомерность общества: цифровой поворот в гуманитарном знании. 3-й молодежный конвент: материалы междунар. студ. конф. Екатеринбург, 2019. С. 926–928.

Маас С. Д. Королевство шипов и роз. СПб., 2022.

Маас С. Д. Двор шипов и роз [электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/acotar>.

Хоруженко Т. И. Диалог с Западом: трансформация европейских персонажей в русском фэнтези // Филологический класс. 2015. № 2 (40). С. 82–85.

Maas S. J. A Court of Thorns and Roses. Bloomsbury Children's Books, 2015.

Popovich S. G., Bortnikov V. I. Machine Translation: On the Problem of Post-Editing // Язык в сфере профессиональной коммуникации: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов. Екатеринбург: Ажур, 2023. С. 469–473.

*Сапего А. С.*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## МЕТАЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ СЛОВА «ФИТНЕС»: АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Слово *фитнес* впервые упоминается в русскоязычных СМИ в 1994 г. С тех пор наблюдается скачкообразный рост и падение количества употреблений этой единицы в газетах и журналах, однако годовые показатели с 2004 года не опускаются ниже 5 тысяч употреблений в год (данные получены с помощью базы данных Интегрум: для поиска материала вводились словосочетания *слово фитнес, говорят фитнес, сказать фитнес*).



График № 1. Количество употреблений слова «фитнес» с 1994 по 2023 г.г.

В исследовании предпринята попытка классификации и аксиологической интерпретации метаязыковых высказываний со словом *фитнес*. Анализ предложений, содержащих рефлексивы, открывает возможности для определения «лингвосоциопсихологической сущности» [Ведрева 2020: 277] и оценочной интерпретации носителями языка слова *фитнес*. Методом сплошной выборки отобраны 157 контекстов, содержащих «метаязыковые комментарии» [Ведрева 2020: 76], относящиеся к лексеме *фитнес*.

Выделены метаязыковые высказывания со следующими смыслами (приводятся в порядке снижения частотности): 1) иностранное, «не наше» слово (61 контекст); 2) новое слово, смысл которого затемнен (43 контекста); 3) многозначное слово, которое обозначает широкое

понятие (36 контекстов); 4) популярное, модное слово (27 контекстов); 5) освоенное слово (19 контекстов). Менее частотны смыслы: 6) слово, имеющее манипулятивный потенциал; 7) профессиональное слово; 8) престижное слово; 9) слово для молодой аудитории; 10) интернациональное слово; 11) слово, имеющее узкое значение; 12) короткое слово.

Наблюдается тенденция к негативному оцениванию слова *фитнес* как популярного нового заимствования с затемненным значением: *Ирина не очень любит слова «фитнес» или «шейпинг»: просто не питает любви к иностранным словам* (Костромская народная газета. 29.02.2012); *Не люблю слово «фитнес». Есть старое доброе слово - «физкультура»* (Парламентская газета. 26.07.2019). Ироническая оценка выражается оценочными определениями в метаоператорах, например, *волшебное, заветное, загадочное, магическое, манящее: Прельстило волшебное слово «фитнес»? (Костромские ведомости (Кострома). 18.11.2008); Произнеси в любой приятной компании заветное слово «фитнес», и оживленная беседа не иссякнет полвечера* (Вторая половина. 03.03.2003); *Загадочное слово «фитнес» появилось в русском языке вместе с «лизингом», «спикером», «сиквелом» и прочими диковинными заморскими терминами сравнительно недавно* (Лица. 20.02.2002); *Сколько людей, чувствуя себя усталыми, подбадривая себя магическим словом «фитнес», изнуряют организм тренажерами, когда он требует другого - поспать!* (Вперед (Батыйск). 20.01.2006); *Что скрывается за манящим словом «фитнес»? (Культура. 20.09.2012).*

Противоречащие друг другу смыслы, выраженные метаязыковыми комментариями, показывают, что аксиологическое осмысление языковой единицы продолжается.

### Литература

Вепрева И. Т. Глава 3. Лингвосоциопсихологические аспекты модного слова // Лингвистика креатива-5. Екатеринбург, 2020. С. 276–297.

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург, 2002. С. 76–80.

*Светкина А. А.*  
Уральский институт  
ГПС МЧС России,  
Екатеринбург, Россия

## **РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: ОПЫТ УРАЛЬСКОГО ИНСТИТУТА ГПС МЧС РОССИИ**

Образование является одним из ключевых факторов, определяющих ценностные ориентации и идеологические установки каждого индивида. В современном обществе образование выступает не только как инструмент передачи знаний и умений, но и как механизм формирования ценностных представлений, моральных принципов и сознательного отношения к окружающему миру. Роль образования в формировании ценностей становится особенно актуальной в областях, касающихся безопасности и спасения, где этические нормы и профессиональная ответственность стоят на первом месте.

В Уральском институте ГПС МЧС России обучение направлено не только на получение теоретических знаний, но и на развитие практических навыков, необходимых для успешной работы в условиях чрезвычайных ситуаций. Образовательный процесс строится на принципах самоотверженности, гуманности и профессионализма. Главная задача – защита жизни и здоровья людей – требует от специалистов высокой степени ответственности и готовности пожертвовать собой ради спасения других. В процессе обучения, участия в общественно-политической работе и волонтерской деятельности курсанты, студенты и слушатели учатся понимать важность каждого принятого решения и действия. Важным аспектом формирования ценностей является развитие командного духа и сплоченности.

Большое значение имеют образцы социального поведения и личностного развития преподавателей и наставников. Уважение к педагогам, атмосфера взаимопонимания – все это формирует ценностные ориентации и модели поведения обучающихся.

Образование способствует формированию навыков критического мышления, способности анализировать информацию и делать обоснованные выводы. Эти качества помогают формировать ценност-

ные установки в опоре на обоснованные решения и независимое мышление.

В современном информационном обществе образование играет особенно важную роль в формировании ценностей. Обучение этике, морали, гражданскому воспитанию и экологическим принципам в институте становится неотъемлемой частью образовательного процесса. Сформированные навыки и компетенции помогают интегрироваться в современное общество. Образование способствует формированию целостной и гармоничной личности, способной принимать осмысленные решения, руководствуясь высокими моральными и интеллектуальными принципами; открывает путь к пониманию и принятию ценностей, которые способствуют развитию общества в целом и созданию гармоничного социума.

*Сергеева А. Д.*

Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

**АКСИОЛОГЕМЫ ЖИЗНИ И СМЕРТИ  
В СТИХОТВОРЕНИИ ДЖЕФФРИ Б. СМИТА  
«THE BURIAL OF SOPHOCLES»**

Джеффри Б. Смит – английский поэт, участник Первой мировой войны. Свой творческий путь он начал еще в школьные годы и надеялся посвятить жизнь литературе. Начавшаяся в 1914 г. война не только разделила всю его жизнь на «до» и «после», но и внесла существенные изменения в творчество: стихотворения юного поэта пронизаны пессимизмом, чувством глубокого отчаяния (см. [Djavadova, Vortnikov 2023]). Сборник стихотворений «A Spring Harvest» («Весенний урожай») опубликован уже после его смерти, наступившей 3 декабря 1916 г. в результате газовой гангрены (которая началась, в свою очередь, из-за легкого ранения 29 ноября). В третью часть сборника вошли поэмы, написанные после начала войны, а поэма «The Burial of Sophocles», анализ которой мы хотим осуществить в данной работе, является завершающей [Smith 2015].

Война во многом определила отношение людей к окружающей действительности, к прошлому, настоящему и будущему, что нашло отражение в творчестве поэтов того времени и повлияло на мировоззрение участников боевых действий. «Все феномены, с которыми личность вступает во взаимодействие, неминуемо приобретают ценностную окраску» [Филатов 2019: 134]. Многие поэты того периода концентрируются на теме жизни и смерти, анализируют, сравнивают «тогда» и «сейчас» [Рабинович 2019]. Поэмы Смита, написанные им в годы войны, также не являются исключением: призраки прошлого, ужасы настоящего, тема смерти так или иначе присутствуют во всех его стихотворениях. «Одним из самых востребованных образов в творчестве писателей и поэтов «потерянного поколения» стал образ смерти» [Похаленков, Семенов 2023: 60].

Смерть после великолепной жатвы – старости – является естественным завершением насыщенного, но утомительного пути жизни. Счастливы те, кто не умирает раньше положенного срока: *Aye, happy seven times is he / Who enters not the silent doors / Before his time, but tenderly* [Smith 2015]). Те, «чье слово написано в древних книгах» (*Whose utterance, writ in ancient books* [Там же]), становятся бессмертными.

В данном исследовании предпринята попытка проанализировать текст поэмы Джеффри Смита «The Burial of Sophocles» с целью выявления авторского аксиологического лексикона.

## Литература

Маркин А. В., Чекушкина Е. А. Одержимость современностью: роман Эриха Марии Ремарка «Станция на горизонте» // Павермановские чтения. Литература. Музыка. Театр: сб. науч. тр. Вып. 3. Екатеринбург, 2017. С. 96–110.

Похаленков О. Е., Семенов А. О. Интерпретация образа смерти в литературе периода Первой мировой войны // Art Logos (искусство слова). 2023. № 2. С. 60–67.

Рабинович В. С. Черты литературы «потерянного поколения» в творчестве «невоевавших» писателей // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25, № 2 (186). С. 90–101.



*Филатов А. В.* Аксиология в теории литературы: основные направления ценностного анализа // Сибирский филологический журнал. 2019. № 4. С. 130–140.

*Djavadova M. P., Bortnikov V. I.* Translating the Trilogy “Lark Rise to Candleford” by F. Thompson: On the Problem of Rendering Chronotope Markers in Russian // Язык в сфере профессиональной коммуникации: сборник материалов международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов. Екатеринбург, 2023. С. 133–140.

*Smith G. B.* A Spring Harvest. London, 2015.

*Сидоренко Л. С.*

*Тютелова Л. Г.*

Самарский национальный  
исследовательский университет,  
Самара, Россия

## **РОЛЬ ОБРАЗОВ МОНАСТЫРСКОЙ ОБИТЕЛИ И ПУСТЫНИ В АКСИОЛОГИИ А. ИЛИЧЕВСКОГО (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «ИСЛАНДИЯ»)**

Пустыня, пустошь, Оптина Пустынь – это религиозное пространство. В переписке с М. М. Бахтиным с В. Н. Турбиным отмечается, что в русской литературе образ пустыни связан с темой одиночества и духовными поисками героя [См.: Из переписки ... 2005]. В романе А. Иличевского «Исландия» пустынные пространства позволяют персонажу погрузиться в воспоминания, во внутренний мир. Пустое пространство статично, оно мало изменяется в течение тысячелетий, и герой видит в нем воплощенную вечность. Важно, что пустыня как место и мифологема связана с Востоком и мотивом странничества.

В «Исландии» центральное место в пустынном ландшафте занимает древний монастырь Мар Сабу – антитеза брэнного движения, суетности бытового, обыденного человеческого мира. Вера и духовность приближают человека к небесному началу, Творцу и истинному смыслу земного существования. В горизонтальном пространстве пу-

стыни рождается крестообразное пересечение с духовной и религиозной вертикалью.

Герой романа – геодезист, который измеряет ландшафт для строительства дороги, ведущей в никуда. Сознание и внутренние ориентиры способны в явленном окружающем ландшафте найти смыслы жизненного пути. Ориентиры героя: звезды, лай собак бедуинов, «огоньки лампад, вечно горящих в монастыре» [Иличевский 2021: 165].

Аксиологическое пространство пустыни выстроено на антитезе ландшафта памяти, на противопоставлении внешнего (пустого) и внутреннего (наполненного воспоминаниями). Пустое пространство у А. Иличевского выступает антитезой ландшафту городскому [См.: Тютелова, Сидоренко: 2023].

Антитезы в мире А. Иличевского позволяют увидеть ценностные ориентиры писателя.

### Литература

*Из переписки* М. М. Бахтина с В. Н. Турбиным (1962—1966) // Знамя. 2005. №7. С.113–161.

*Иличевский А.* Исландия. М., 2021.

*Тютелова Л.Г., Сидоренко Л.С.* Роль городского пространства романа А. Иличевского «Чертеж Ньютона» // Семиотические исследования. 2023. Т. 3. № 4. С. 48–56.

**Силанов Е. А.**

**Московский государственный университет,  
Москва, Россия**

### ВОСПРИЯТИЕ ЛЕКСЕМЫ *СЕМЬЯ* (НА ПРИМЕРЕ CHATGPT 3.5 И YANDEXGPT 2)

Аксиологическая лексика в качестве объекта исследования представляет серьезную задачу для лингвиста, так как формирование аксиологического потенциала слова тесно связано с прагматикой, экстралингвистическими факторами, далеко не всегда исчерпывается словарными стилистическими параметрами, не связано напрямую

с понятием «функциональный стиль», не исчерпывается стилевыми и оценочными пометами в словарях. Можно предположить, что для искусственного интеллекта тексты, включающие в себя аксиологическую лексику, представляют определённую трудность как со стороны их генерирования, так и с позиции понимания искусственным интеллектom (ИИ) таких текстов. Объектом исследования являются лексемы с аксиологическим значением. Например, слово *семья*.

ИИ (ChatGPT 3.5 от 25 февраля) достаточно полно раскрывает аксиологический потенциал слова на уровне словосочетания (*теплая и дружная семья*), сравнения (*Семья подобна мозаике, где каждый отдельный камешек на общем полотне жизни*). На уровне текста передаётся несколько упрощённое и схематичное понимание того, что такое семья, хотя перед нейросетью была поставлена задача написать публицистический текст: *Семья – это одно из самых важных социальных устройств в обществе, и её значение трудно переоценить. Она служит основой для формирования личности, обеспечивает поддержку, защиту и заботу о членах семьи.*

ИИ (YandexGPT 2) обладает пониманием того, что понятие «семья» включает в себя много разных смыслов, но уходит от ответа на вопрос, что такое семья, при помощи такой формулировки: *Есть темы, в которых глупость недопустима, а я еще учусь и могу случайно ошибиться. Когда-нибудь я научусь, а пока промолчу.* Раскрывается аксиологический потенциал слова на уровне словосочетания (*счастливая семья*), сравнения (*Семья подобна дереву, корнями которого служат поколения предков*).

4. Аксиологическая лексика — важная составляющая словарного состава национального языка. Внимание к тому, как использует такую лексику искусственный интеллект, сегодня является обязательным. В ином случае те когнитивные, семантические искажения, которые допускает ИИ, могут стать источником продуцирования фейковой информации.

## Литература

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М., 1988.

Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. М., 2002.

Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография / под ред. Е. Ф. Серебрянниковой. М., 2011. 352 с.

OpenAI. 2022. Introducing chatgpt. <https://openai.com/blog/chatgpt>.

**Соболева А. Г.**  
**Петрозаводский государственный университет,**  
**Петрозаводск, Россия**

## ЛЕКСИКА ТРАДИЦИОННОЙ РУССКОЙ ИГРЫ: ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ

Народная игра – неотъемлемая составляющая духовной культуры любого народа, а потому логичным видится включение слов, входящих в игровое пространство игры, в антропоцентрическую парадигму, позволяющую рассматривать названия игр, игрушек, игровых персонажей, с точки зрения аксиологии.

К исследованию привлекаются слова, входящие в идеографическую сферу «Игра», зафиксированные в русских говорах Карелии и представленные в диалектных нарративах и лексикографических источниках разной направленности.

Семантико-мотивационный анализ исследуемой лексики показал особую значимость следующих координат духовного и социального порядка: иерархия в социуме и в семье, материальные приоритеты, зоны пространства, оценка физических и морально-этических качеств человека, оценка самой игровой деятельности.

На особенности взаимоотношений в семье и в обществе в целом указывают игровые персонажи (*король, Царь Горох, волки и овцы и др.*) и названия игроков, выполняющих определённую роль в игре (*дитяtko, матика, матка и др.*). Их конфронтация проявляется в игровой деятельности, в выполнении игровых функций и фиксирует такие отношения как «старший — младший», «главный — подчинённый».

Слова *золотце, золотой (золотая рыбка, золотые ворота)* символизируют богатство и достаток, указывают на важность материальных ценностей.

Анализ игровой лексики позволяет выявить важность границ и ограничений в пространстве, где наблюдается архетипическое противопоставление «свой — чужой» в контексте данной культуры.

Ряды примеров, объединяющих различные сферы игрового пространства, переплетаются между собой, указывая на относительность места игрового слова в идеографической сфере, семантическую и культуруносную многомерность игры. Например, номинации *слепая бабка, калика переходна, мучка* указывают не только на значимость здоровья и физической силы, но и контаминируются с такими кодами, как «свой – чужой», «бедный – богатый». При этом одни игровые слова будут приближены к центру, другие займут периферию. Решение о месте слова в игровом поле принимается индивидуально.

Диалектные материалы дают возможность определить отношение народа к играм. Некоторые глаголы имеют негативную окраску, подчеркивая противопоставление игры и работы (*бесоваться, блажничать, выдуривать, побалагурить* и др.).

Таким образом, игровая лексика определённого региона является источником анализа системы ценностных ориентиров, свойственных культуре народа в их связях с традициями и обычаями.

*Сухопарова А. А.*

**МБУК «Устьянский районный культурный центр»,  
Октябрьский, Россия**

## **ОСОБЕННОСТИ СЮЖЕТНОГО СТРОЕНИЯ РОМАНА «ЧАС БЫКА» ИВАНА ЕФРЕМОВА: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Данный доклад посвящён изучению особенностей ценностной системы романа «Час быка» Ивана Ефремова. Сюжет романа строится на столкновении ценностных систем выходцев из разных обществ – коммунистического и капиталистического.

Земля будущего – это время победившего коммунизма. Человек изменил планету до неузнаваемости. Уничтожен институт семьи; люди формируют временные равноправные связи, а дети воспитываются в специальных центрах. Людям более не свойственны ревность и зависть. Они формируют прочные дружеские и любовные связи. Обращает на себя внимание отношение к психологическому здоровью: человек, у которого появляются симптомы эмоционального выгорания, может сменить сферу деятельности, чтобы чувствовать себя лучше [См.: Ефремов 1988а: 9]. В целом, можно отметить, что ценностная система землян соответствует представлениям о будущем во времена раннего СССР – именно на это время выпала юность И. Ефремова.

Земляне противостоят руководству планеты Торманс – случайно выжившей капиталистической системы, единственной оставшейся во Вселенной. Обобщаются все худшие черты капитализма: олигархическая власть, личная выгода, а не общественная польза. Акцентируется разделение общества на бедняков и богачей. Люди разобщены – это стратегическая политика государственной власти [См.: Ефремов 1988б: 27].

Автор уделяет особое внимание описанию концепции «Инферно» и «инфернальных сообществ», каким является Торманс – средоточие зла для мыслящих и чувствующих существ. Такое сообщество автоматически направляет зло на лучших (честных, добрых, справедливых) его членов. Это явление И. Ефремов назвал «Стрелой Аримана». На Тормансе сохранён институт семьи и чувство собственности по отношению к партнёру. Женщины отказываются от деторождения, а государство ищет способы повысить рождаемость. В разговоре о теме межполовых отношений героиня с Земли Эвиза Танет связывает чувство ревности, патриархат и олигархию как вредные явления одного рода. Обитатели Торманса представляют собой несчастных людей без тяги к знаниям, находящихся под влиянием государственной пропаганды, живущих в бедноте. Автор представляет их как людей, заблудившихся в поисках истинных ценностей. Экипаж звездолёта «Тёмное пламя» становится для них возможностью поставить новые цели, приобрести ценности землян.

Аксиология текстов Ивана Ефремова основана на человекоцентризме. Человек должен победить свои негативные чувства, изба-

виться от зависти, ревности, чувства собственности. Чтобы подчеркнуть базовый характер ценностей, автор демонстрирует в сюжете столкновение разных ценностных систем.

### Литература

*Березин В.* Фэнтези [Электронный ресурс] / В. Березин // Журнальный зал. – Октябрь – 2001. – №6. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/october/2001/6/ber.html> 89

*Боровишки Э. Н., Ю Гречко Г. М.* Иван Антонович Ефремов [Электронный ресурс] // Архив публикаций Ефремова и материалов о нём. – Режим доступа: <http://www.i-efremov.ru/about/EandU.htm>.

*Захарова В. Ю.* Мотивы космических путешествий в советской фантастике XX века // Научные труды Калужского государственного университета имени К. Э. Циолковского. Калуга, 2017. С. 523-527.

### Источники

*Ефремов, И. А.* Туманность Андромеды. Москва., 1988а.

*Ефремов, И. А.* Час Быка. Москва., 1988б.

*Сюй Шаньшань*  
Лудонский университет,  
Яньтай, Китай

## ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ В МИНИ-СПЕКТАКЛЯХ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ<sup>3</sup>

Ценности являются стержневым элементом национальной культуры. Они трактуются как «принципы, регулирующие жизнедеятельность больших социальных групп людей» [Шалина 2009: 135]. Ценности отражены в частности в мини-спектаклях, которые могут выполнять ценностно-ориентированную функцию. Объект исследо-

3 Тезисы финансируются исследовательским центром китайского словаря комиссии по государственному языку (Chinese Lexicography Research Center). Номер проекта: CSZX-YB-201809.

вания – китайские мини-спектакли в сервисе для создания и просмотра коротких видео. Задача доклада – раскрыть ценностные установки в мини-спектаклях.

В текущее время получили распространение мини-спектакли, которые должны показать зрителям сущность конфликта, развитие сюжета и его повороты, кульминацию сюжетной линии в течение 3 минут. Объем рынка мини-спектаклей достиг 20 миллиардов. Согласно «Отчету об исследовании развития онлайн-аудиовизуальных технологий Китая за 2023 год», число пользователей коротких видеороликов в Китае достигло 1,012 миллиарда. Более половины пользователей коротких видеороликов просматривают микро-сценки в течение 3 минут.

Суть тематики мини-спектаклей – категория *cool*. В хит-сценках 2023 года 90% тем по-прежнему «крутые», такие как «бог войны», «пересечение», «контратака», «возрождение», «месть» и т.д. Соответствующие данные показывают, что в январе 2023 года доля женского контента составляла всего 20%. В августе 2023 года эта доля возросла до 45%, в то время как доля мужского контента упала с 80% до 55%. Появляется все больше мини-спектаклей, ориентированных на женщин-пользователей. Основной сюжет этих мини-спектаклей: лузеры контратакуют; героиня мстит злодею-мужчине и его любовнице; влиятельный бизнесмен защищает героиню. По статистике СМИ «Data Group», высокочастотная лексика этих пародий включает слова *любовь, бойфренд, мужчина, муж, ребенок, женщина, босс, нравится, худой*.

На платформе коротких видеороликов было несколько вульгарных, эротических и жестоких микро-сенок. С этим связана критика и даже блокирование сервиса рядом государств.

## Литература

Шалина И. В. Уральское городское просторечие: лингвокультурные типы // Известия Уральского федерального университета. Серия 2. Гуманитарные науки. 2009. Т.66. № 4 – С. 134–143.



*Туркина Е. В.*  
Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН,  
Москва, Россия

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ VS. ИСКУССТВЕННЫЙ РАЗУМ

Словосочетание *искусственный интеллект* является одним из самых частотных в актуальном словоупотреблении (по статистике Национального корпуса русского языка, LogDice коллокации – 11.04, что соответствует и тематическому рейтингу СМИ).

Корпусное исследование позволяет не только составить полный и детализированный «портрет» слова и стоящего за ним понятия [Плунгян 2022; Савчук 2021], но и выявить значимые оценочно окрашенные оппозиции.

Ядерная номинация смыслового поля «Искусственный интеллект» имеет ряд равноправных синонимов. *Искусственный интеллект* в значении «алгоритм интеллектуальной деятельности» предстает как *искусственный разум, машинный разум, машинный ум, мировой мозг*.

Оппозиция *интеллект – разум* является значимой, однако по частоте употреблений *интеллект* над *разумом* в 2000-х явно преобладает: сравнительный график распределения словоупотреблений по годам показывает резкое увеличение частотности *интеллекта*, начиная с 2012 года, и почти 30-е превосходство в частоте по сравнению с *разумом* к 2020 году.

На основе анализа коллокаций были выделены следующие ряды: *интеллект – ум, сознание, подсознание, мозг; (интеллект) искусственный, машинный – естественный, живой, человеческий; (интеллект) коллективный – персональный*. Они отражают противопоставление свойств *искусственного интеллекта* и человека.

С помощью контекстного анализа удалось сравнить языковые воплощения представлений о *машинном разуме, искусственном разуме* и сформулировать предварительные выводы:

*Машинный разум* – функция, инструмент. *Искусственный разум* – глобальное явление.

*Искусственный разум* наделяется множеством человеческих характеристик, сравнивается с человеком, о чем говорят многочислен-

ные случаи олицетворения. *Машинный разум* – бездушен, примеров олицетворения нами не зафиксировано.

Негативная окраска присуща обоим номинациям. У *машинного разума* она связывается с ограниченностью его функций, а у *искусственного разума* – с деградацией человеческого интеллекта, негативным воздействием на человека и сферы его жизни.

В целом рассмотренные номинации передают представление о сильном искусственном интеллекте, который способен мыслить и осознавать себя. Реализации этого образа значительно превышают по числу другие. С этими номинациями связаны и употребления, попадающие в периферийное микрополе «Риски и потери»: *машинный разум* может превзойти человеческий только функционально, а *искусственный разум* – интеллектуально.

### Литература

Плунгян В.А. Русский язык: современное состояние, словари, проблемы усвоения и обучения (комплексные исследования) // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. 2022. № 2. С. 9-13.

Савчук С.О. Национальный корпус русского языка в зеркале статистики // Труды международной конференции «Корпусная лингвистика-2021». СПб., 2021. С. 18-30.

**Устюжанина Д. И.**

Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

### КАК ПЕРЕЖИТЬ ТРУДНОЕ ВРЕМЯ: ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ В ТЕКСТЕ РАССКАЗА А. МАТВЕЕВОЙ «ГОРНЫЙ ЩИТ»

Ценностные установки могут соотноситься с определенной социально-политической обстановкой, служить косвенным указателем того или иного отрезка исторического времени в [Матвеева 2003: 355].

Материал данного исследования – текст рассказа А. Матвеевой «Горный Щит» из сборника «Девять девяностых». В рассказе изображен Екатеринбург 90-х годов, когда социально-политическая сфера жизни страны была в упадке. Главная героиня покупает дом в Горном Щите для того, чтобы была возможность прокормить семью.

Обратимся к результатам исследования. В одном из первых композиционных фрагментов текста в реплике героини обозначена ценностная установка: *Мне лишь бы печка была и огородик. Пересидим с ребятами дурное время* [Матвеева 2023: 37]. Помещая реплику в сильную позицию текста, автор акцентирует важность данной ценностной установки. Особую функцию выполняют маркеры пространства и времени. Предикат *пересидим* выделяет пространство, связанное с *дурным временем*.

Вариант: *Нет, надо искать дом – чтобы печка была, огородик // Пересидеть дурное время... Прокормиться от земли* [Там же: 48]. Автор добавляет еще одно предложение: *прокормиться от земли*, которое содержит рецепт: *В дурное время* спасает дом в деревне и земля. Мы видим, что время скоротечно, оно меняется, поэтому его можно просто переждать – *пересидеть*. Пространство же остается статичным.

Когда героиня покупает дом, появляется ощущение устойчивости: *«Теперь есть свой кусок земли... Можно выстоять. Картошка, верный друг, не даст пропасть»* [Там же: 50]. Глагол *выстоять* подчеркивает очередное доказательство борьбы с *дурным временем*. **Выстоять** значит *«устоять, остаться стойким»*, т. е. победить [Шведова 2011: 137].

Земля неразрывно связана с другой ценностью – *трудом*: *Мама часто повторяла, что смысл жизни – в труде* [Матвеева 2023: 39]. Данная ценностная установка была дана главной героине в детстве. Она видела, как ее родители трудились на работе, на огороде, поэтому в трудное время использует их опыт. Героиня вкладывает много сил в купленный ею дом: *Сюда было вколочено столько труда, столько надежд на лучшую жизнь*, несмотря на то, что семья практически ей не помогала [Там же: 58].

Интерес вызывает отношение ее семьи к дому в деревне. Муж – городской житель – никогда не разделял взгляда жены на то, что земля

сможет их прокормить: *На жизнь в деревне у него аллергия, потешался над сельхоздостижениями жены*. Дочь не питала особой любви к этому дому. Только лишь сын помогал матери: *Сюда было вложено столько труда, ее и Митино* [Там же: 58]. Даже когда жизнь улучшается, героиня не бросает свой дом в деревне. На решение продать дом влияют особые обстоятельства.

Лексема *земля* является маркером пространства, ценность которого проявляется в сочетании с темпоральностью. В рамках данного текста таким маркером категории времени выступает фразовое единство *дурное время*. Автор разрабатывает формулу выживания в *дурное время*, внедряя императивы *пересидеть, прокормиться, выстоять*. Пространство *земля* обесценивается, если к нему не прикладывают *труд*.

### Литература

Матвеева Т. В. Учебный словарь. Русский язык. Культура речи. Стилистика. Риторика. М., 2003.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. М., 2011.

Источник

Матвеева А. А. Девять девяностых. М., 2023.

**Харитонов А. В.**  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

### О МЕЛИОРАТИВНОМ ОБОГАЩЕНИИ ЛЕКСЕМЫ СУРОВЫЙ В РЕГИОНАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

Качественное прилагательное *суровый* регулярно используется при описании Урала и уральского климата. Согласно данным толкового словаря, лексема имеет следующие значения: «1. Холодный, неблагоприятный для жизни. 2. Очень тяжёлый, трудный, тяжкий. 3. Угрюмый, сердитый. 4. Очень строгий, серьёзный» [ТСРЯ 2011: 959]. Анализ приведенных дефиниций позволяет обнаружить наличие отрицательных сем в первых трех значениях слова: 1) неблагоприятный;

2) тяжелый, трудный (отрицательная семантика усилена интенсификатором *очень*); 3) угрюмый=неприветливый. Четвертое значение допускает положительную оценку. Пейоративная составляющая лексического значения многозначного слова преобладает над мелиоративной.

При употреблении лексики *суровый* для характеристики феномена *уральского* наблюдается стремление усилить роль положительного компонента семантики. Региональная идентичность формируется на ценностной основе: укорененность человека в определенном локусе предполагает переживаемое им чувство «малой родины», непременно наделение этого географического пространства и природного ландшафта тем положительно оценочным содержанием, которое поднимает «свое место», своих земляков над чужими.

Цель исследования – выявить мелиоративное обогащение лексики *суровый* в региональном контексте. Материалом исследования послужили высказывания, в границах которых прилагательное *суровый* приобретает положительно-оценочные приращения. Часть контекстов получена экспериментальным путем: респондентам было предложено ответить на вопросы: «Урал, он какой? Уралец, он какой?». Другая часть – тексты, размещенные на сувенирной продукции уральского региона.

Приемом присвоения уральской суровости «знака качества» становится положительно-оценочная семантическая аура, формирующая оценку всего уральского. Отметим сочетание прилагательного *суровый* с другими лексемами, эксплицирующими положительную эстетическую оценку: *Урал... суровый и прекрасный; Урал суровый, могущественный, с богатой историей и культурой; Такая природа, действительно, величественная, такая необъятная, суровая.*

Суровость уральцев ставится в один ряд с такими аксиологически значимыми для человека качествами, как доброта, ответственность, справедливость: *Люди, скорее всего, здесь суровые, ответственные, добрые, работающие, <...> труженики; Уральские люди суровые, справедливые, прямолинейные; Люди тоже суровые, деловые, сосредоточенные.*

Рекламные тексты на сувенирной продукции должны «означать что-либо приятное, хорошее либо, в крайнем случае, нейтраль-

ное» [Имшинецкая 2004: 13]. Поэтому само использование лексемы *суровый* позволяет сформулировать два выводных тезиса. Во-первых, рекламный текст делает эту лексему особым брендовым знаком, маркирующим только уральское. Во-вторых, помещенное в круг единиц с положительной семантикой, прилагательное *суровый* нейтрализует пейоративную семантику, оставляя системно-языковые положительные семы: *Урал. Сурово. Сильно* (магнит); *Урал – это место, где рождаются сильные духом и суровые характером* (открытие).

Таким образом, лексема *суровый* выступает в региональном дискурсе как маркер Урала и уральцев. Отрицательно-оценочная семантика не актуализируется; прилагательное получает положительную оценку, поддержанную мелиоративной семантикой периферийного лексико-семантического варианта.

### Литература

*ТСРЯ* – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н.Ю. Шведова. М., 2011.

*Имшинецкая И. А.* Креатив в рекламе. М., 2004.

*Хрипля Т. С.*

Омский государственный университет,  
Омск, Россия

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОЦЕНОЧНОСТИ В КИТАЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Цель нашего исследования заключается в определении роли лексических оценочных средств в текстах социальной рекламы, интерпретирующих идеологему *китайская мечта*.

В процессе анализа образцов социальной рекламы мы опирались на классификацию оценочной лексики предложенную Т. В. Анисимовой и С. А. Чубай [2019]. Выделены следующие группы оценочной лексики:

**Гедонистическая оценка** вербализована лексемами, обозначающими чувство радости. Чаще всего лексемы, содержащие гедонисти-

ческую оценку, используются в определенных установочных высказываниях:

Осуществление китайской мечты, принесет счастье всем жителям КНР: 中国梦 中国喜 / *китайская мечта, китайское счастье*.

Трудолюбие и доброта приносят счастье: 播种善良 收获吉祥 / *посеешь добро, пожнешь счастье,勤劳人 有福人 / трудолюбивые люди – счастливые люди*.

**Эмоционально-субъективная оценка** передается лексемами, содержащими сему одобрения. Чаще всего эта оценка используется при описании жизни в современном Китае и характеристике политической власти: 圆我中国梦, 百姓好生活 / *осуществление моей китайской мечты – это хорошая жизнь для простого народа*.

**Эстетическая оценка** встречается реже, поскольку не является характерной для идеологизированного дискурса, при этом контекст употребления достаточно широк: от описания душевной красоты нравственного человека, до воспевания красоты китайской природы: 锦绣中华, 江山如画 / *Прекрасный Китай, пейзажи, словно картина*.

Будучи рассчитанной на широкого адресата, социальная реклама часто включает стереотипные представления, существующие в языковом сознании носителей китайской культуры. При этом используемые речевые стереотипы имеют сугубо положительное оценочное значение. Стереотип является «основным элементом, на который опирается система абсолютных оценок» [Вольф 2009: 56]. Так, лексема 春 весна в китайской культуре ассоциируется с возрождением и счастьем, что находит отражение в многочисленных фразеологических единицах: 中国圆梦, 春色满园 / *Китай осуществляет мечту, сад наполнен весной (образно – значение «буйный расцвет»)*.

Отмеченная лексема часто используется в метафорическом значении, при котором под приходом весны понимается возрождение Китая на основе осуществления китайской мечты: 春天来了, 我心欢畅 / *весна пришла, у меня на сердце радостно*.

Таким образом, лексические средства оценочности в сочетании со стереотипными представлениями используются для внедрения в сознание массовой аудитории представлений о *китайской мечте* как об обязательном условии достижения китайским народом лич-

ного и национального благополучия, а также формирования положительного образа идеологемы *китайская мечта*.

### Литература

*Анисимова Т.В., Чубай С.А.* Риторика социальной рекламы. Волгоград, 2019.

*Вольф Е.М.* Функциональная семантика оценки. М., 2009.

*Цуй Вэньжуй*  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

### ЗНАЧЕНИЕ И ФУНКЦИИ ЛЕКСЕМЫ *ИНТЕРЕСНО*

Лексема *интересно* в русском языке является многозначной. Толковые словари выделяют следующие значения:

1. Нареч. *К интересный (в 1 знач.)*. 2. Безл. *В знач. сказ. «О возникающем у кого-л. внимании, любопытстве, заинтересованности»*. *Интересно знать, хотелось бы, желательно узнать* [МАС, Т.1. 1981: 672].

Наречие *интересно* образуется от основы прилагательного *интересный* с помощью суффикса -о. Оно зависит от глагола и глагольных форм и в предложении выполняет функцию обстоятельства качества или образа действия: *Ты им не только интересно расскажи и переведи, но и билеты достань, ужины организуй, в очередях постой* (Дружба народов. 15.12.2006). Наречие, *интересно* реализует значения: «занимательно, увлекательно, занято, любопытно».

Лексема *интересно* может выполнять функцию предиката и употребляться в сложноподчинённых предложениях, являясь опорным словом части предложения: *нет, это интересно, что* они нам скажут (Виталий Губарев. Трое на острове); *Ему, наверное, тоже интересно, чтобы убийца был пойман* (Н. Леонов, А. Макеев. Гроссмейстер сыска). Придаточная часть в предложениях относится к слову *интересно*, а не ко всей главной части. *Интересно, что...* Данная конструкция рассматривается как нерасчленённое сложноподчинённое пред-



ложение, где *интересно* является контактным словом в главной части сложного предложения с придаточным изъяснительным и союзами *что, когда, если, чтобы, как* и др.

Выделяют «диктум (объективное содержание предложения) и модус (выражение позиции мыслящего субъекта по отношению к этому содержанию)» [См.: Балли 1955]. Вводные слова характеризуют отношение говорящего к объектам действительности, к своим словам или мыслям. С их помощью говорящий высказывает персональную точку зрения. Лексема *интересно* может употребляться как модальное слово и выполнять функцию вводного слова. В словаре *О. А. Остроумовой и О. Д. Фрамполь* [2009] указано значение: *Интересно – предикатив. «Употребляется в функции вводного с целью привлечь внимание к сообщаемому»*. Например: *почему интересно: 2 месяца подряд отдыхать тяжело, а 11 работать — нормально?* (Елена Семенова. Олигарх без галстука // «Аргументы и факты». 2003.01.29); *И про задаток тоже. Нет, ну интересно! А про что еще?* (Андрей Волос. Недвижимость // «Новый мир», 2001). Как модальное слово лексема имеет выражение «недоверие собеседнику или удивление сказанному».

Анализируемое слово может употребляться в функции краткого прилагательного и занимать позицию сказуемого в предложении, где подлежащим является существительное или местоимение среднего рода: *Это место интересно еще тем, что в двух шагах отсюда начинается блистательный Петербург — с дворцами, Исаакиевским собором, Сенатской площадью, с “Асторией”, с конной статуей Петра Великого на знаменитой скале* (Знамя. 15.08.2005; 8);

### Литература

*Балли Ш.* Общая лингвистика и вопросы французского языка. М., 1955.

*МАС* – Словарь русского языка: В 4-х тт. / под ред. А. П. Евгеньевой. Т.1. М., 1981.

*Остроумова О. А., Фрамполь О. Д.* Трудности русской пунктуации. Словарь вводных слов, сочетаний и предложений : опыт словаря-справочника. М., 2009.

*Чернявских Л. С.*  
Пермский государственный  
гуманитарно-педагогический университет,  
Пермь, Россия

## **АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ПРОФЕССИЮ УЧИТЕЛЯ**

Интернет-мем рассматривается как «особый вид полимодального дискурса в интернет коммуникации» [Канашина 2017], т.е. текстовое произведение с несколькими каналами передачи информации, например, вербальным и графическим.

Оценочность, наряду с такими характеристиками интернет-мемов как вирусность, реплицируемость, серийность, эмоциональность, минимализм формы, полимодальность, актуальность, юмористическая основа, фантазийный характер и медийность, является их неотъемлемой чертой, отражая, как правило, стереотипные мнения членов общества об определенных идеях. Мем является способом трансляции и хранения культурной информации. Как отмечает Ю. В. Щурина, спонтанному распространению среди интернет-пользователей подвержена не всякая информация, а только та, которая каким-либо образом оставляет многих пользователей равнодушными к ней, вызывает интерес или порождает ассоциации, иными словами, информация, которая наделена определенной коннотацией [Щурина 2013].

Данное исследование посвящено анализу оценки значимости профессии учителя, представленной в интернет-мемах.

В ходе исследования для определения специфики мемов, актуализирующих преимущества и недостатки профессии учителя, нами были проанализированы 100 англоязычных и 100 русскоязычных интернет-мемов, размещенных в популярных интернет-сообществах. В результате изучения языкового материала было выявлено, что мемы, репрезентирующие недостатки профессии учителя, преобладают (80% и 97%) как в англоязычном, так и в русскоязычном обществах соответственно. К негативным сторонам профессии, по мнению авторов англоязычных мемов, относятся: проверка письменных работ, энергозатратность работы, сложные ученики, низкая заработная пла-

та, непростые взаимоотношения с родителями учеников, трудоемкий процесс планирования уроков. Помимо указанных отрицательных сторон профессии в англоязычных мемах, русскоязычные мемы обращают внимание на отсутствие личной жизни педагога, при этом низкая заработная плата не попадает в фокус в отечественных креолизованных текстах. Положительные аспекты профессии учителя в англоязычных и русскоязычных мемах включают значимость профессии в обществе, длительный отпуск и признание учеников.

Отрицательные черты профессии учителя вызывают больший эмоциональный отклик у интернет-пользователей, так как отражают реальные ситуации и трудности, с которыми сталкиваются учителя и которые влияют на их психологическое состояние. Однако стоит отметить, что в большинстве случаев мемы имеют положительную коннотацию и юмористическую основу. Благодаря этому высмеивание учительской профессии лишено оскорбительной оценки.

### Литература

*Канашина С. В.* Что такое интернет-мем? // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2017. – № 28 (277). – С.84-90.

*Щурина Ю. В.* Интернет-мемы как средство межкультурной коммуникации // Известия ВГПУ. 2013. №6 (81). С.34-38

*Чжан Хуэйминь*

Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## ПРОЯВЛЕНИЕ ВЕЖЛИВОСТИ В ДЕЛОВОМ СТУДЕНЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД

Письмо – это продуктивный вид речевой деятельности, выражающийся «в фиксации определённого содержания графическими знаками» [Вторушина 2010: 130]. Отсутствие непосредственного контакта с собеседником в письменной коммуникации затрудняет понимание настроения собеседника, мотив и замысел которого передаются преимуще-

ственно с помощью слов. Оставаясь в границах вежливости, коммуниканты поддерживают психологический баланс общения, демонстрируя «понимание ситуации, учёт возраста, пола, служебного и общественно-го положения партнёра по общению» [Борзунова 2012: 80].

Объект исследования – электронное деловое общение между русскими/иностранными студентами (РС / ИС) и преподавателями (П.), которое, в силу их разных социальных статусов, является асимметричным и носит этикетный характер. Предмет исследования – нарушение этикетных норм в ситуациях приветствия, прощания, благодарности и др., приводящее к коммуникативным неудачам.

Выделены следующие виды этикетных нарушений:

**Отсутствие этикетного пароля** (приветствия и / или обращения, принятых в национальной культуре): РС. → П. *Скиньте мне список литературы, вы обещали;* ИС. → П. *Здравствуйте, преподаватель, я бы хотел обсудить с вами наш рабочий график и наши планы, вы не против?;* ИС. → П. *Уважаемая, когда мы можем встретиться?* Элиминация приветствия, замена имени и отчества на обобщенную статусную номинацию *преподаватель* вызывает ментально-ценностное напряжение речевого партнера и провоцирует ответную реакцию, корректирующую речевое поведение: П. → ИС.: *Во-первых, пожалуйста, не называйте меня «преподаватель», обращайтесь ко мне по имени; Во-вторых, из уважения, пожалуйста, добавляйте перед ним «уважаемый».* Отметим, что неверно выбранное обращение к адресату-преподавателю, как правило, характеризует письменное общение иностранных студентов.

**Отсутствие этикетного отзыва** (ответного приветствия) РС. → П. *Ирина Васильевна, здравствуйте! Отчитываюсь о проделанной работе... Когда можно с Вами встретиться? – П. Я посмотрю в ближайшие дни. Сейчас много работы.* Отсутствие ответного приветствия нарушает принцип вежливости.

### **Гиперкоррекция этикетной речевой реакции**

ИС. *Здравствуйте, уважаемая Ольга Петровна! Меня зовут Ю Сюань. Я не могу участвовать в экзамене по состоянию здоровья. Могут ли я пройти тест в следующий раз?*

П. *Здравствуйте, Ю Сюань! Да. Желаю вам скорейшего выздоровления!*

*С. Спасибо, преподаватель! Люблю вас!*

*П. Запрещено отправлять мне такие сообщения! Я с вами не знакома!*

Эмоциональная реакция благодарности не встречает понимания со стороны преподавателя и вызывает ответную коррекцию речевого поведения студента, подчеркивая нарушение границ этикетного делового общения.

Итак, анализ письменного делового взаимодействия демонстрирует ценность взаимной вежливости коммуникантов. В сообщении поднимается также вопрос о сдвигах ценностных приоритетов в угоду принципам экономии времени и речевых усилий, установке на минимализм формы в условиях интернет-коммуникации.

### Литература

*Борзунова А. К.* Коммуникативные неудачи как следствие нарушения речевого этикета // Молодой ученый. 2012. № 8 (43). С. 79-83.

*Вторушина, Н. Ю.* (2010). Письмо и письменная речь в обучении иностранному языку. Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2010. № 1. Ч. 2. С. 129-132.

**Чжан Яцюн**

**Российский университет дружбы народов,  
Москва, Россия**

### КОНФЛИКТ В РАССКАЗЕ Л.С. ПЕТРУШЕВСКОЙ «ТАМИЛА»

Опубликованная в 1995 году «Тамила» является одним из характерных постмодернистских рассказов Людмилы Стефановны Петрушевской. Он посвящён любви, болезни и разводу. В своей типичной манере Петрушевская описывает историю современного «маленького человека», у которого нет места в этой жизни. В явном виде движущими конфликтами произведения являются бытовой ад, болезнь и неприятие близкими семьи Сони. Но главный конфликт следует искать «над сюжетом», в авторе. Петрушевская использует свой любимый приём

[Коваленко 2010: 1] «раздвоения» автора на собственно автора и его «заместителя». Суть раздвоения – в стремлении продемонстрировать жизненное явление, при этом спрятав себя, выставив другого «псевдо-автора», который «объективнее» раскроет смысл происходящего. Но объективность не является ценностью постмодернизма. Постмодернизм занимается только самим собой. Поэтому «Тамила» написана как поток обыденного сознания молодой девушки, не способной внятно объяснить происходящее с ней. Такой подход позволяет Петрушевской использовать базовые ценности постмодернизма: неопределённость, фрагментарность происходящего и отсутствие авторитетов [Маньковская 2000: 2]. Однако в определённый момент это начинает играть против автора. Современный читатель, не лежавший в больницах девяностых годов и не живший в коммунальных квартирах, не способен понять, что подразумевает Петрушевская, рваными мазками обозначающая стихию. Смысл, вкладываемый автором в аналоговые «модуляции телефонного голоса», ускользает от человека, выросшего в эпоху смартфонов и мессенджеров. В результате главным надсюжетным конфликтом «Тамилы» становится утрата своей итертекстности и понимания читателем контекста рассказа.

### Литература

- Коваленко А. Г.* Очерки художественной конфликтологии: антиномизм и бинарный архетип в русской литературе XX века: монография. М., 2010.
- Маньковская Н.Б.* Эстетика постмодернизма. СПб., 2000.

**Чжао Цзин**

Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## АКСИОЛОГИЧЕСКИ МАРКИРОВАННЫЕ УСТОЙЧИВЫЕ СОЧЕТАНИЯ В ДИАЛОГИЧЕСКОМ ОБЩЕНИИ

Фразеологизмы, т.е. устойчивые воспроизводимые единицы языковой системы, регулярно употребляются в диалогическом общении. Фразеологические сочетания, в отличие от сращений и единств [См.:

Виноградов 1977: 160–161], не всегда фиксируются словарями, однако, по нашим наблюдениям, именно этот разряд фразеологизмов характеризуется высокой частотностью в разговорной речи.

В докладе с опорой на коллективную монографию [Ценностное содержание разговорного диалога 2021] устойчивые сочетания рассматриваются в границах тематически ценностного единства. Единица анализа – двуреплика. Так, в разговоре двух подруг С. и А., бывших одноклассниц, получивших высшее образование и в настоящее время живущих в разных городах Свердловской области, обсуждается тема семьи. Предметная тема – семейное положение Антона (сына А.), находящего под влиянием молодой жены и не ставшего, по наблюдениям матери, *хозяином дома и настоящим мужчиной*:

*А. <Вот и отстань / говорит / от них> // Мне самое главное / мне плевать вот / что они делают там с детьми / что-нить [что-нибудь] // Мне самое главное / чтоб она (невестка) не затянула Антона вниз!»*

*С. Ну да //*

*А. Мне вот это самое // Мне остальное вообще без разницы! А вот самое главное / чтоб она / вот чтобы у него была машина всё-таки / чтобы он хотя бы что-то //*

*С. Ну да / чтобы он не зря учился //*

*А. Чтобы он что-то / да! Не зря учился / чтобы у него хотя бы стимул был и / по крайней мере / чтобы он чувствовал себя мужчиной! [Там же 2021: 87]*

В разговоре упрёк в адресе невестки связан с различием гендерных ценностных предпочтений. Аксиологическую значимость приобретает воспроизводимое устойчивое сочетание *мне самое главное* – «основа, суть» [Ожегов, Шведова 2006: 34]. Графически выделенные в репликах А. фразеологизмы позволяют охарактеризовать аксиологическое содержание её речевой партии, содержащейся в аксиологической установке на возможность и необходимость для молодого мужчины стать хозяином в доме, обеспечить семью материально, утвердить своё положение инженера, диплом которого позволяет получать достойную зарплату.

Реплика-реакция, содержащая устойчивое сочетание *не зря учился* – «принося желаемый результат; не безрезультатно, не впустую,

не тщетно учиться» [БТСРЯ: Электр. ресурс], подтверждает ценностные суждение А. и одновременно свидетельствует об общности взглядов участниц общения. В разговоре демонстрируется предпочтение традиционных семейных ценностей – любви к близким, ответственности за их благополучие. Гендерно-ориентированным является представление о главе семьи – настоящем мужчине.

На материале лингвоаксиологического анализа текстов-разговоров можно сформулировать предварительный вывод о базовых ценностях уральцев: семья, благополучие близких, любовь, достойная зарплата.

### Литература

*БТСРЯ* – Большой современный толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – URL: <https://slovar.cc/rus/tolk/57965.html> (дата обращения: 27.01.2024).

*Виноградов В. В.* Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / Лексикология и лексикография. М., 1977. С. 141–161.

*Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. М., 2006.

*Ценностное содержание разговорного диалога : монография* / под ред. Т. В. Матвеевой, И. В. Шалиной. Екатеринбург, 2021.

**Чэнь Шань**  
Синьцзянский университет,  
Новосибирский государственный  
педагогический университет,  
Новосибирск, Россия  
Урумчи, КНР

## РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ИНТЕРВЬЮ РОССИЙСКИХ И КИТАЙСКИХ АКТЁРОВ

Ценности проявляются в виде стремления субъекта к предмету своей потребности [Корлякова 2008: 208]. Речь, поведение человека всегда опираются на значимые установки, которые образуют внутренний стержень культуры. Семья традиционно рассматривается как



основа стабильности и процветания любого общества, независимо от его социально-экономической структуры. Меняются стереотипы в общественном сознании, в психике человека, что делает необходимой переоценку ценностей, взглядов и установок.

Данная работа посвящена репрезентации семейных ценностей в интервью актёров. Мы отталкиваемся от того, что самопрезентация представляет собой «процесс презентации себя в соответствии с социально и культурно одобряемым поведением» [Панасюк 2007: 252], когда говорящий неосознанно или намеренно демонстрирует свои и/или общественные ценности. Термин «самопрезентация» может пониматься одновременно и как речевая стратегия, и тип высказывания, в котором в имиджевых целях представлена информация о себе. В процессе анализа выявляется сходство и различие семейных ценностей, их иерархия у носителей русского и китайского языков.

Материал исследования – самопрезентационные высказывания (320 – российских и 323 – китайских актёров) из интервью в журналах «*Teatr To Go*», «*Кино-Театр*» и «*Chinapews*». Среди актёров были как мужчины (Даниил Воробьев, 秦昊 Цинь Хао и др.), так и женщины (Ася Князева, и 刘敏涛 Лю Минтао и др.). Результаты количественного и качественного анализа соотнесены с данными, полученными Н. В. Фоминой [2014: 158].

Анализ материала показал, что на вершине иерархии семейных ценностей российских актёров находятся уважение, забота, любовь, воспитание детей: *Если мои дети примут решение быть артистами, я им помогу, но специально их вести в профессию не буду* (Даниил Спиваковский). Для китайских актёров приоритетными являются семейная гармония, взаимопонимание и доверие, семейное воспитание: *妈妈的行为对孩子也是有影响的, 我的孩子们学习都非常努力, 每天做完功课以后, 读书、练习都特别自觉。/ Поведение матери также влияет на детей. Мои дети очень усердно учатся, каждый день после домашней работы чтение, практика особенно нужны* (梅婷 Метин).

Статистический анализ показывают, что, с точки зрения китайцев, состояние, в котором находится человек, во многом связано с его семьей и детскими переживаниями: несчастливое детство влияет на всю оставшуюся жизнь: *我觉得原生家庭对一个人的影响太*

大了。 / Я думаю, что семья, происхождение человека очень сильно влияет на человека (黄轩 Хуан Суань). Российские актеры большее внимание уделяют эмоциональному общению в семье, отношениям с партнером. Например: *Сонечку сыграла моя жена Настя Грибова, любимая женщина и потрясающая актриса. На площадку она вышла через три недели после родов. Это наша первая общая работа в кино* (Федор Федотов).

Китайских актеров интересуют отношения между детьми и их родителями, причем все большее внимание уделяется влиянию родной семьи на судьбу человека; российских актеров больше волнуют отношения между всеми членами семьи.

### Литература

*Панасюк А. Ю.* Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2007.

*Корлякова А. Ф.* Морально-этические ценности в представлении молодых людей // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. № 86. С. 208–213.

*Фомина Н. В.* Иерархия семейных ценностей в сознании китайской молодежи // Актуальные проблемы обучения русскому языку, культуре речи и дисциплинам специализации: тез. докл. и ст. IX Межд. научно-практ. конф. 5 ноября 2014 г. / Ниж. гос. сельхоз. академия. Н. Новгород, 2014. С. 157–161.

**Шайхинурова Д. Р.**  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

### ТЕРМИНОВТВОРЧЕСТВО В ЯЗЫКЕ НАУКИ КОНЦА XVIII – ПЕРВОЙ ТРЕТИ XIX В. (НА ПРИМЕРЕ МИНЕРАЛОГИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ)

В середине XVIII века в России происходит зарождение минералогии. В связи с этим, под воздействием массового притока научных трудов (в большинстве случаев из Германии и Франции), требовав-

ших перевода, а также благодаря связям с зарубежными учеными, формируется язык науки. Ощущается необходимость в устойчивой терминологии. По мнению большинства ученых и переводчиков, национальная терминология должна была строиться не только на основе заимствований.

Внимание ученых было направлено на поиски новых возможностей выражения понятий с помощью средств русского языка. Словотворчество и экспериментаторство ученых и переводчиков приводят к новообразованиям, которые занимают значительную часть терминологической лексики того времени [Итунина 2020: 150].

В данном исследовании проанализированы названия минералов, извлеченные из минералогических словарей конца XVIII – первой трети XIX вв. Выбор материала обусловлен особым статусом представленных лексем как специальных номенклатурных единиц терминологического поля.

При создании номенклатурных единиц использовались такие способы, которые отражают словотворческий потенциал языка:

**полное калькирование иностранных терминов:** *пеплопритягатель* на основе нем. *Aschenzieher*, где *aschen* – ‘пепел’, а *-zieh-* от глагола *ziehen* – ‘тянуть’ – синоним для уже имеющегося заимствования *турмалин* [СВОЭ 1790: 6];

**частичный перевод термина с адаптацией:** замена лат. *Sapphyrus* и нем. *Saphir* лексемой *яхонт*, уже известной в русском языке, с дословным сохранением перевода видовой характеристики: *яхонт полностью синий* (нем. *Sapphyr ganzblauer* – рус. ‘полностью синий’) [СВЭО 1790: 69];

**использование в качестве термина исконно-русских номинаций**, в том числе народных: *перелифт* [СВЭО 1790: 16], *тяжеловес* [Успенский 1834: 39], *оселок* [Успенский 1834: 41];

**словообразовательные новации** [См.: Грамматика 80: 285]: *львовик* от *львовый* [*агат*], *барсик*, *гиенник* [СВОЭ 1790: 3], *роговик* и др.

Создание минералогической номенклатуры анализируемого периода обнаруживает ценностные ориентиры ученых, направленные на развитие номинативного потенциала русского языка как языка науки.

## Литература

*Итунина А.Л.* Особенности формирования языка русской науки в XVIII – начале XIX века // Международный научно-исследовательский журнал, № 10-2 (100), 2020, С. 149-151.

*Севергин В.М.* Руководство к удобнейшему разумению химических книг иностранных, заключающее в себе химические словари: латинско-русский, французско-русский, и немецко-русский, по старинному и новейшему словозначению. СПб., 1815. 315 с.

*Русская грамматика:* в 2 т. / гл. ред. Н. Ю. Шведова. Т.1. М., 1980.

*Шапошникова Д. К.*  
Саратовский государственный университет,  
Саратов, Россия

### ДИНАМИКА ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕАКЦИЙ НА СЛОВО-СТИМУЛ *ДЕНЬГИ* РЕСПОНДЕНТОВ ВЗРОСЛОГО И ДЕТСКОГО ВОЗРАСТА)

Цель данного исследования – выявление возрастной динамики русского языкового сознания на материале данных ассоциативных экспериментов, проведенных в 2023 г. с респондентами двух групп: дети (8-11 лет) и взрослые (17-35 лет). Выбор слова-стимула *деньги* обусловлен тем, что деньги являются одной из важных ценностей, а также тем, что природа реагирования на данный стимул отражает определенную специфику сознания как детей, так и взрослых. Проведен сопоставительный анализ ассоциативных полей слова-стимула *деньги* методом вычисления степени наложения реакций. Установлено, что ассоциативные поля испытуемых детского и взрослого возраста совпадают лишь на 25,5%.

Для выявления различий в сознании испытуемых были проведены два вида качественного анализа: сравнительный анализ «главных» реакций (наиболее частотных ассоциатов) и фреймовый анализ ассоциативных полей – выявление структуры поля [См.: Гольдин 2010]. Результаты показали, что у испытуемых обеих возрастных групп имеется ряд общих реакций: *богатство* (дети – 7,38%, взрослые – 2,5%),

*покупка/ покупки (4,92% и 1,5%), работа (2,15% и 2%), доллар/ доллары (1,23% и 3%). У испытуемых-детей, однако, есть группа реакций, называющих то, на что тратятся деньги (игрушки 1,54%, вкусняшки 0,62%, конфеты 0,62%, донат 1,23%). Последняя реакция говорит об активном использовании детьми современных технологий: донат — это ценный дар или денежное пожертвование на какие-либо цели в интернете (например, в компьютерной игре). Поскольку испытуемые самостоятельно не зарабатывают деньги, в ассоциативном поле появляются частотные ассоциаты *копить/ накопить 1,85%, трата 1,54%, тратить 1,54%*. Только в ассоциативном поле взрослых испытуемых выделяется группа реакций абстрактного характера (*возможность 9%, власть 5,5%, инструмент 1%*). Обе группы респондентов ассоциируют деньги с чем-то положительным: *счастье 2,15% и 1%, хорошо 0,62% и 1%*. Соотношение количества положительных и отрицательных оценок у детей – 6% и 1%, у взрослых – 16% и 10%.*

Данные ассоциативного эксперимента являются надежным источником изучения ценностной составляющей языкового сознания.

### Литература

*Гольдин В.Е.* Концептуальные переменные образа мира по данным ассоциативных словарей // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. Бекасово, 2010. С. 97-101.

*Шумилова Д. А.*

Челябинский государственный университет,  
Челябинск, Россия

## СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СПОСОБОВ ПЕРЕДАЧИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ФОНЕТИЧЕСКОМ И ЛЕКСИЧЕСКОМ УРОВНЯХ В КИТАЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ (НА ПРИМЕРЕ РОМАНА МО ЯНЯ «ЛЯГУШКИ»)

Китайская Народная республика – страна с уникальной историей, традициями, культурой и языком.

В сообщении рассматриваются некоторые оригинальные равноуровневые средства речевого воздействия автора на читателя, закрепляющие определенные установки [См.: Иссерс 2008] и побуждающие реципиента принять его точку зрения [См.: Машанова 2015: 40-45], а также способы их перевода на русский язык.

Самые выразительные средства речевого воздействия обнаружены на фонетическом, лексическом, стилистическом уровнях. Однако при переводе на русский язык звукоподражательные возможности китайского языка в некоторых случаях передать затруднительно. Так, звукоподражание хрусту и скрежету при откусывании и пережевывании угля «咯咯崩崩» (gēgē bēng bēng), «咯咯嚓嚓» (gēgē chā chā) дается описательно, что приводит к потере образности и снижению воздействующего эффекта.

Эмоционально-оценочные слова, связанные с историческими событиями второй половины XX века, могут переводиться на русский с помощью приема модуляции. Например: не имеющее аналогов обозначение «黄皮子» (huáng pízi – «презр. желтокожий») сохраняет негативную окраску и переводится как *желтопузый*. Термин «老毛子» (lǎo máozǐ) – *волосатый иностранец*, букв. рус. *волосатик* (для обозначения российского захватчика) поясняется описательно с помощью сноски: «историческое презрительное прозвище русских (из-за бород)». Точный перевод диалектизмов достигается с помощью приема компенсации.

## Литература

*Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи // Москва: Издательство ЛКИ. 2008. С. 193-194.

*Машанова К. В.* Языковые средства воздействия в публицистических текстах бизнес-тематики (на материале английского языка) : дис. кандидата. филол. наук. М., 2015. С. 49-45.

**Ян Цзайхуэй**  
**Новосибирский государственный университет,**  
**Китай**

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАУЗАТИВНОЙ И КОНВЕРСИВНОЙ СЕМАНТИКИ ОПИСАТЕЛЬНЫХ ПРЕДИКАТОВ РУССКОГО ЯЗЫКА: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В русском языке описательный предикат (в дальнейшем – ОП) имеет форму словосочетания, состоящего из двух компонентов: вспомогательного глагола (далее – ВГ), выступающего в составе единицы в качестве десемантизированного компонента, и имени существительного, носителя основной семантики. Вместе они обозначают одну семантическую сущность (например, *оказывать помощь – помочь, давать оценку – оценивать* и т. п.), поэтому довольно часто описательный предикат представляет собой глагольную перифразу, заменяющую однословное глагольное обозначение соответствующего процесса или состояния и обозначающую его существенные черты и признаки.

Большинство ВГ в составе ОП десемантизируются, однако некоторые из них в той или иной мере сохраняют свое лексическое значение и вносят дополнительный смысл в семантику действия. В докладе рассматривается, что ВГ может среди прочих выражать два дополнительных смысла – каузативность и конверсивность, которые могут обнаруживаться в составе ОП одновременно, частично накладываясь друг на друга. При этом вспомогательные глаголы обычно не содержат оценочной семантики, например: (1) *В результате случившегося несовершеннолетний и еще шесть человек обратились за медицинской помощью* (РИА-новости. 28.08.2022).

Однако каузативный компонент семантики вспомогательного глагола может сочетаться с оценкой:

1) положительной, например: (2) *Президент Украины Владимир Зеленский использовал в своем выступлении на Генассамблее ООН проблему климата, чтобы заручиться поддержкой Запада* (Лента. 21.09.2023);

2) отрицательной, например: (3) *Мошенники втираются в доверие к человеку и манипулируют им* (Лента. 06.02.2021).

Во всех вышеперечисленных примерах в обозначаемой ситуации наличествуют два действующих лица, которые участвуют в двух связанных друг с другом событиях: Участник 1 (каузатор; адресат помощи-доверия) и Участник 2 (адресат каузации; субъект помощи-доверия). В первом действии Участник 1 как каузатор воздействует на Участника 2 (адресата каузации) и инициирует второе действие. Во втором действии Участник 2 как субъект оказывает содействие/доверие Участнику 1 (адресату помощи/доверия). Так, в примере (3) в каузативном отношении у «мошенников» есть цель – инициирование доверия «человека» к «мошенникам» – которой они достигают.

Таким образом, каузативная и конверсивная семантика могут сосуществовать в одном ОП при соблюдении следующих условий: 1) наличие двух участников и двух взаимосвязанных пропозиций; 2) вспомогательный глагол обозначает каузацию события, выражаемого субстантивным компонентом; (3) в связанных пропозициях участники меняются ролями и активностью.

Как видим, наиболее активным участником ситуации, обозначаемой рассматриваемой ОП, выступает каузатор и одновременно адресат помощи, поэтому оценке подвержена каузативная семантика.

**Ян Цин**

**Центрально-южный университет  
лесного хозяйства и технологий,  
Чанша, Китай**

## **ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ НАРОДА В КИТАЙСКИХ МОДНЫХ СЛОВАХ 2023 ГОДА**

20 декабря 2023 года Государственный центр мониторинга и изучения лингвистических ресурсов Китая, Коммерческая пресса и другие учреждения совместно провели церемонию представления «Инвентаря китайского языка 2023 года». Отмечено 10 модных слов года: *современная цивилизация китайского народа, высококачественное совместное строительство «Пояса и пути», глобаль-*



*ная цивилизационная инициатива, цифровой Китай, азиатские игры в Ханчжоу, вода, загрязненная ядерным оружием, израильско-палестинский конфликт, большая языковая модель, Шэньчжоу XVII и сельская премьер-лига.* Китайские слова переведены на русский язык как словосочетания.

Модное слово «часто звучит в прессе, то и дело доносится из радиоприемника или телевизора» [Новиков 2011]. Они воплощают позитивный настрой и направления развития Китая, отражают специфику культуры и ценности китайского народа. Культура есть направленность, и направлена культура всегда на какой-то идеал, а именно на идеал, выходящий за рамки индивидуального, на идеал сообщества» [См.: Хейзинга 1992].

Подчеркивается уверенность китайского народа в себе и самосовершенствование в процессе модернизации: *Высококачественное строительство «Пояса и пути», Цифровой Китай, «Шэньчжоу-17».* Сочетания *израильско-палестинский конфликт, глобальная цивилизационная инициатива* передают стремление к миру и стабильности всего человечества. Китай прилагает усилия для достижения общих целей. Сочетания *большая языковая модель, сельская премьер-лига* обнаруживают стремление народа к достижениям в науке, технике и культуре и поддержку.

Модные слова отражают тенденции развития Китая в различных областях, актуальные ценности, общие идеалы в новую эпоху. Можно согласиться с тем, что «ценностные системы имеют относительный характер, определяемый национальными, историческими, географическими причинами» [См.: Хейзинга 2021]. Такие ценности, как развитие, инновации, сотрудничество, интересы народа, защита окружающей среды стали для китайского правительства инструментами продвижения государственной политики.

## Литература

- Новиков В. Словарь модных слов. М., 2011.  
Хейзинга Й. Homo ludens. В тени заката дня. М., 1992.  
Ценностное содержание разговорного диалога : монография / отв. ред. Т. В. Матвеева, И. В. Шалина. Екатеринбург, 2021.

**Ян Чжибин**  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

## **КОРОНАЮМОМОР КАК ЦЕННОСТНАЯ ФОРМА ОСМЫСЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

Коронаюмор – это шутки, которые напрямую связаны с пандемией COVID-19. «Шутки про пандемию становятся инструментом общения, ослабления стресса, управления эмоциями, коллективным механизмом психической защиты» [Завьялова 2021: 261]. Коронаюмор способствует снижению их психологического напряжения в условиях пандемии.

Материал для анализа – юмористические плакаты о коронавирусе, созданные русскими пользователями интернета, которые дополняют коллекцию официальных социальных плакатов. Возможны два способа изобретения юмористического текста. Первый – интернет-пользователи при создании «самодельных» плакатов опираются на прецедентные тексты, на изображения на официальных плакатах, развивая предложенную тему и добавляя элементы юмора и иронии. Второй способ – носители языка стремятся создать оригинальные юмористические плакаты, основываясь на актуальных проблемах.

Цель сообщения – определение тематических зон юмористических плакатных текстов о коронавирусе, созданных русскоязычными пользователями. Тематические доминанты коронаюмора отражают психологические, поведенческие, экономические особенности взаимодействия людей в период пандемии.

Пандемия коронавируса вызвала ряд психологических проблем, включая стресс, тревогу, депрессию. Юмористические плакаты выполняют роль креативных механизмов психологической защиты. Например, на черно-белом плакате изображена девушка, лежащая на открытой фрамуге окна. На заднем плане видны деревья. Текстовый диалог: – *Наташа, ты уже два часа лежишь у окна. – Не мешай, я гуляю* (Весна 2020). Пандемия коронавируса привела к активному вмешательству в жизненные процессы, заставив многих людей испытать кумулятивный эффект воздействия. На плакате (рис. 1) с юмором

изображено ухо в маске, символически отражающее блокирование необъятного множества сообщений о коронавирусе. Слоган: *Когда устал слушать про коронавирус.*



Рис. 1



Рис. 2

Пандемия привела к изменениям в поведении людей, включая самоизоляцию, дистанционное обучение, обязательное ношение масок в общественных местах, социальную дистанцию и др. Например, плакат на рис. 2: Деда Мороза тестируют на COVID-19. Слоган: *Европа готовится к Рождеству.* Подчёркивается, что пандемия коронавируса превратила даже такого мифического персонажа, как Дед Мороз, в потенциального разносчика инфекции, который не освобожден от соблюдения общих правил.

Коронавирус повлиял на отношения между людьми, вызвав разногласия между близкими. Слоган: *Психологи успокаивают: пара недель в кругу семьи в изоляции пойдут только на пользу.* Фраза может быть воспринята с иронией, поскольку реальность самоизоляции была далека от идеала и вызывала споры. Приведем еще один пример: на плакате изображены влюблённые в масках. Они находятся вблизи

друг от друга и собираются целоваться. Предостережение: *Девушки, если свидание с вами не похоже на нечто подобное, даже не думайте меня на него приглашать.*

Пандемия привела к экономическим проблемам, включая безработицу и финансовые трудности. Например, на плакате изображена полка в магазине, заполненная туалетной бумагой различных брендов. Слоган: *Рынок ценных бумаг в 2020 году.* Это ироническое замечание затрагивает состояние фондового рынка во время пандемии COVID-19, когда стоимость акций упала до уровня цены туалетной бумаги. Еще один пример иронического слогана: *Туалетную бумагу можете не покупать, скоро ею станет Ваша зарплата.*

Таким образом, коронаюмор может быть рассмотрен как ценностная форма осмысления проблем в период пандемии. Он помогает людям справиться со стрессом и адаптироваться к новым условиям жизни.

### Литература

*Завьялова Е. Е.* Российские анекдоты на «коронную» тему: проблематика и поэтика // *Galactica Media : Journal of Media Studies*. 2021. № 3. С. 259–295.