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 Международной научной конференции, посвященной юбилею основателя Уральской научной школы лингвокультурологии и стилистики профессора Наталии Александровны Купиной (17–18 апреля 2025 г.)

Екатеринбург
2025

ББК 811.1/8
УДК 81.1
А42

Редакционная коллегия:
Ю. Б. Пикулева, С. Ю. Данилов (отв. ред.),

Рецензенты:
Евтюгина Алёна Александровна, д.п.н., профессор кафедры документоведения, права, истории и русского языка УрГПУ;
Попова Елена Сергеевна, к.ф.н., доцент кафедры иностранных языков и деловой коммуникации УГГУ, редактор информационного управления УГГУ

А42 **Аксиологические аспекты современных филологических исследований :** тез. докл. Междунар. науч. конф., посвященной юбилею основателя Уральской научной школы лингвокультурологии и стилистики профессора Н. А. Купиной (УрФУ, 17-18 апреля 2025 г.) / Отв. ред. Ю. Б. Пикулева, С. Ю. Данилов. Екатеринбург : Издательский Дом «Ажур», 2025. 112 с.

ISBN 978-5-91256-725-4

В сборник вошли тезисы докладов ученых, принявших участие в XI Международной научной конференции «Аксиологические аспекты современных филологических исследований». Конференция посвящена юбилею основателя Уральской научной школы лингвокультурологии и стилистики профессора Н. А. Купиной. Авторами, среди которых большое количество учеников и коллег Почетного профессора УрФУ, освещается широкий круг проблем актуального научного направления, которому посвящены исследования юбиляра 10-20-х гг. XXI в.: теоретическое осмысление вопросов аксиолингвистики, разнообразные частные аспекты лингвистического и литературоведческого анализа ценностных составляющих дискурсов и текстов разных типов и жанров.

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

ББК 811.1/8
УДК 81.1

ISBN 978-5-91256-725-4

© ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», 2025
© Коллектив авторов, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Амиров В. М. Конструирование образа Екатеринбурга в локальной телеграм-блогосфере: от «столицы Урала» до «Грязьбурга» 6

Аношкина Е. М. Ценностные установки асоциального персонажа в ролевой компьютерной игре «Disco Elysium» 7

Асташова О. И. Аксиологический аспект диагностики социальной напряженности в интернет-комментариях городского медиадискурса 8

Баженова Е. А., Ширинкина М. А. Аксиологические координаты в медиатекстах исполнительной власти 10

Бондарев Н. Д. Ключевые аксиологемы в текстах православной рекламы 11

Бортников В. И. «*Пики*», «*коготки*», «*папаха*»: об эксперименте в 1-й главе кандидатской диссертации Н. А. Купиной «Сущность и возникновение метафоры» 14

Ван Баофу. Существительные родства в русской разговорной речи. 15

Ван Пэнфэй. Ценность мастерства в сказах П. П. Бажова 16

Вепрева И. Т. Аксиологическая модальность региональной идентичности . . . 18

Гвоздев Е. П. Интерпретация идентичности Екатеринбурга в романе А. Иванова «Ёбург» 21

Геккина Е. Н. Метаязыковые оценки вариантности как маркеры грамматической динамики 22

Глебович Т. А. О структурно-тематических характеристиках дата-публикаций и косвенной оценочности на базе автоматизированного анализа 23

Димитриева О. А. Вакхические метафоры в художественном тексте М. А. Шолохова. 28

Дунев А. И. Аксиологический потенциал словаря цитат русских писателей. . . 29

Жидкова К. М. Сценарий мультфильма для детей дошкольного возраста в аксиологическом аспекте. 30

Истомина Е. М. «Независимость» как ценность интернет-дискурса популярной психологии 32

Ицкович Т. В. Аксиолингвистика в трактовке Уральской научной школы лингвокультурологии и стилистики 33

Карпинская Н. В., Скнарев Д. С. Поликодовость визуально-графических образов-соматизмов «*голова*» в рекламном дискурсе 35

Крижановская Е. М. Прецедентное имя Ленин в текстах телеграм-канала Г. А. Зюганова 37

Купина Н. А. Аксиологическая составляющая языковой личности академика В. В. Виноградова. 38

Кутлуева А. В. Надпись на автомобиле как аксиологический знак 40

Лабунец Н. В., Эртнер Е. Н. Кухня как материальное и символическое пространство 41

Ли Тяньин. Лингвокультурный типаж «филолог» (на материале креолизованных текстов) 42

Ло Ди. Ценностный потенциал жанра благодарственного письма в религиозном стиле 44

Ма На. О тональности назидания в жанре церковного послания 45

Магсар Цэвээний. К проблеме переводимости поэтического текста как эстетической системы 52

Марковская А. И. Экспликация категории тональности в «Поучении» Владимира Мономаха 55

Метлушко И. В. Коллективная память о Великой Отечественной войне как ценность белорусской лингвокультуры 57

Михайлова О. А. Фразеологизированные заголовки в медиатекстах: прагматический потенциал 59

Михеева С. Л. Лексика и грамматика оценочности: имя прилагательное как средство выражения семантики эталонности 60

Мустхофа М. Ю. Лингвоаксиологический анализ шуток-насмешек в стендап-комедии 62

Ноздрин Ю. А. Аксиологические установки детского поэта (на примере творчества М. Яснова) 63

Паршакова О. М. Обзор автомобилей как оценочный жанр 66

Пикулева Ю. Б. О некоторых служебных словах как маркерах аксиологического смысла 68

Попович С. Г. Аксиологический аспект репрезентации культуры в лексике художественных языков 70

Потапова А. В. Реализация дидактической тональности в сборнике «Gesta Romanorum» 71

Прончатова А. В. Аксиологемы в русскоязычных переводах романа С. Дж. Маас «Королевство гнева и тумана» 73

Салимовский В. А., Чиговская-Назарова Я. А. Об определении параметров анализа текстов в условиях изменения принципов научной рациональности . . 75

Сафронова А. А. Прилагательное порядочный: историко-лексикографический аспект 76

Сивова Т. В. Цвет весеннего березового листочка: об аксиологическом потенциале терминов цвета (на материале рекламного дискурса) 78

Скнарев Д. С. Языковая репрезентация ценностных доминант русской лингвокультуры в маркетинговых коммуникациях 79

Солопова О. А., Кошкарова Н. Н., Гарри Сингх. Образ России в обыденном языковом сознании индийских граждан 81

Сулейманова Е. А. Ключевые ценности философско-психологических эссе . . 82

Сюй Шаньшань. Ценности в китайском анимационном фильме «Нэчжа» . . . 84

Устюжанина Д. И. Сборник рассказов А. Матвеевой «Девять девяностых» как уральский сверхтекст 86

Харитонова А. В. Ценностное осмысление феномена уральской кухни 88

Цзя Пэнлин. Гендерная идентичность в текстах пьес драматургов Урала 90

Цуй Вэньжуй. *Интересно* в функциях наречия и модального слова 92

Чекан К. О. Сочетаемостный потенциал префикса *недо-* 93

Чжан Хуэйминь. Типы коммуникативных неудач в межкультурной электронной переписке между студентами и преподавателями 95

Шалина И. В. Ситуация наставления в православном контексте: сценарный подход (на материале литературы для детей) 97

Шелестюк Е. В. Аксиология дискурса взаимоотношений и личностного роста 99

Шкуран О. В. Экспресс-коммуникация в информационном пространстве Рунета посредством использования библейских притч 101

Эртнер Д. Е. Аксиологическая реальность и метафорическая трансформация опредмеченного пространства в повести А. Неркаги «Белый ягель» 103

Ян Цин. Критический дискурс-анализ сообщений о СССР в газете «Жэньминь жибао» (1979-1989 гг.) 104

Ян Чжибин. Сверхтекст в понимании Н. А. Купиной и Г. В. Битенской: аксиологический параметр 106

Янова П. Д. Аксиологические аспекты изучения театральной критики 109

Амиров В. М.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЕКАТЕРИНБУРГА В ЛОКАЛЬНОЙ ТЕЛЕГРАМ-БЛОГОСФЕРЕ: ОТ «СТОЛИЦЫ УРАЛА» ДО «ГРЯЗЬБУРГА»

Телеграм-блогосфера Екатеринбурга активно комментирует и анализирует события, происходящие в столице Урала, конструируя образ города. Особенно интересными выглядят материалы таких телеграм-каналов, как «Подливтика 2.0» и «Екатское чтиво», публикующих до нескольких десятков постов-сообщений ежедневно.

Хотя общественно-политическая блогосфера достаточно подробно исследуется сегодня в научных публикациях, проблема особенностей конструирования образа в авторских ресурсах, реализованных на различных блог-платформах и в социальных сетях, остается недостаточно изученной. Особенно, если речь идет о городской блогосфере, под которой мы понимаем совокупность блогов, содержание которых в значительной степени посвящено успехам и проблемам развития городского социума.

Городская блогосфера выполняет для читателей консолидирующие, дифференцирующие, социализирующие и ценностно-ориентационные функции, позволяя им чувствовать общность и ответственность за общее общественно-политическое пространство [Амиров 2024: 21]. Осуществляя эти функции, она формирует в сознании пользователей метафорический образ города. Этот метафорический образ может иметь как положительный (например, «город храбрых», «столица Урала»), так и отрицательный характер («город бесов», «Грязьбург» и т. д.).

Литература

Амиров В. М. Стратегии и тактики репрезентации жизни города в общественно-политической телеграм-блогосфере Екатеринбурга // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2024. Т.30. № 3. С.19–26.

Аношкина Е. М.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ АСОЦИАЛЬНОГО ПЕРСОНАЖА В РОЛЕВОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЕ «DISCO ELYSIUM»

Изучение речевого содержания ролевых компьютерных игр – актуальное направление в прикладной лингвистике, отражающее значимость данного дискурса в современном коммуникативном пространстве. Данный доклад основан на лингвоаксиологическом анализе ролевой компьютерной игры «Disco Elysium». Коммуникативное пространство игры строится на диалогах между главным героем, другими персонажами или его «внутренними голосами», которые соответствуют развиваемым им «навыкам» (ЭМПАТИЯ, СИЛА ВОЛИ, ЛОГИКА и т. д.). Игрок может выбрать реплику героя из предложенных авторами, этот выбор может влиять на развитие действия.

Интересен образ главного героя игры «Disco Elysium» – асоциального персонажа (детектива-алкоголика с амнезией, расследующего убийство и переживающего глубокий личностный кризис). Образ формируется на отрицании базовых человеческих ценностей. Ценностные установки персонажа отражают вербальные и невербальные сигналы. Так, незначимость для главного героя базовых физиологических потребностей (чистота, комфорт) подчеркивается визуализацией его неопрятной комнаты.

Анализ реплик персонажа показывает, что инструментом конструирования его образа и отражением его аксиосферы становится негативно-оценочная лексика. По репликам в диалоге с «собой» мы можем сделать вывод, что для него не являются важными материальные ценности (*В мусорке заночую, какая разница; бомжекоп*[1]), социальный статус (*Ты *плохой коп*, у тебя на совести наверняка еще больше грязи, чем у него*). Анализ оценочности в контексте видеоигры интересен тем, что текст, диалоги и игровые механики в совокупности создают более полный, детальный образ персонажа благодаря словам с частнооценочными значениями. Например, внешний вид персонажа

1 В тезисах сохранены орфография и пунктуация оригинала.

(неопрятная одежда и неприятное лицо) описываются во внутреннем диалоге метафорами, сравнениями: *ВНУТРЕННЯЯ ИМПЕРИЯ: «А теперь посмотри на себя:* ***жалкая обезьяна****…»*. Оценочные лексические средства подчеркивают его несостоятельность, маргинальность и внутреннюю конфликтность, а потому нежелательность в обществе. Другие персонажи подчеркивают то же: *ПОДРУЖКА ГОЛОВОМЕРА: «Жан-Люк, его тело ну та-а-ак выдает его* ***дегенеративную сущность****…»*

Аксиологическую глубину персонажу дают отдельные редкие комментарии. Так, предложение «*Рука, держащая открытку, начинает дрожать»* указывает на эмоциональную реакцию, вызванную воспоминаниями о разрушенной семье, что свидетельствует о значимости для него данного феномена.

Таким образом, негативная оценка играет ключевую роль в формировании образа асоциального персонажа и отражении его идеологических установок.

Асташова О. И.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ДИАГНОСТИКИ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ ГОРОДСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Интернет-комментаторы – значимые субъекты современного медиадискурса, носители аксиологического багажа, в вербализации которого «воссоздаются собственно человеческие, “надприродные” отношения в обществе» [Матвеева 2018: 134]. Однако в ситуации социального напряжения «на уровне обыденного сознания ощущается конфликт ценностей» [Вепрева, Купина 2015: 239].

В докладе рассматривается реализация ценностных значений в постсобытийном дискурсе городского медиапространства, когда виртуальная речевая агрессия онлайн-комментаторов становится индикатором реального социального противоборства. Ввиду повы-

шенной конфликтогенности онлайн-коммуникации диагностирующим показателем социальной напряженности считаем только прямые проявления речевой агрессии в форме инвектив [см. Купина, Енина 1997]. Материалом для исследования послужили комментарии к новостям социальных медиа г. Екатеринбурга.

В публичной коммуникации, фиксирующей речевую реакцию горожан на событие, обнаружены три типа социальных конфликтов, при которых коммуникативное противостояние очерчивает аксиосферу городских масс: политический, гендерный и этнический. Лингвистическая актуализация аксиологических доминант определяется социально-коммуникативным контекстом и связана с оценкой события, действительных / потенциальных актантов и участников виртуального диалога.

Политическое столкновение в зоне комментирования медиатекста обнажает ценности населения (гражданский контроль, социальное благополучие) в противовес антиценностям власти (алчность, пренебрежение интересами граждан).

Взаимные инвективы, маркирующие конфликт полов, сопровождаются суждениями о несправедливом распределении гендерных ролей, воспроизведением стереотипов о мужчинах и женщинах.

Этническое противодействие в репликах жителей большого города отмечено аксиологической разобщенностью в отношении религии, языка, принятых норм общественного поведения и представлений о национальной привилегированности.

Литература

Вепрева И. Т., Купина Н. А. Принципы отбора вербальных знаков ценностей в процессе аксиологического строительства в современной речевой практике // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2015. № 4. С. 238–244.

Купина Н. А., Енина Л. В. Три ступени речевой агрессии // Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. Екатеринбург: УрГУ, 1997. С. 26–38.

Матвеева Т. В. Практика выявления ценностной информации разговорного диалога // Научный диалог. 2018. № 12. С. 133–151.

Баженова Е. А.
ПГНИУ, Пермь, Россия
Ширинкина М. А.
ПГНИУ, Пермь, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ КООРДИНАТЫ В МЕДИАТЕКСТАХ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ

В современной лингвистике активно развивается аксиологическое направление исследований на материале речевых произведений различных сфер общения [Карасик 2024; Купина 2017; Ценностное содержание… 2021 и др.]. В эпоху глобализации и цифровизации медиатексты, создаваемые органами исполнительной власти, становятся не только инструментом государственного управления, но и фактором формирования аксиологических ориентаций отдельных граждан и ценностной системы общества в целом.

Цель исследования – на основе автоматизированного анализа медиатекстов установить набор аксиологических координат в медиакоммуникации исполнительной власти и оценить их восприятие гражданами. Материалом исследования стали посты в официальных пабликах министерств Российской Федерации в социальной сети «ВКонтакте». Применялся автоматизированный анализ контента с помощью сервиса Popsters.ru, а также методы аксиологического, семантического и дискурс-анализа.

Под аксиологическими координатами мы понимаем ценностные смыслы, вокруг которых строится жизнь гражданина в государстве и деятельность органов государственного управления. Упоминаемые в официальном контенте аксиологические ориентиры формируют общественное сознание, влияют на репутацию власти в глазах граждан.

Литература

Карасик В. И. Ценностная картина мира как объект аксиологической лингвистики // Языки, литературы и культуры народов России в современной академической науке: Сб. материалов Международной научно-практической конференции, Казань, 09–11 октя-

бря 2024 года. Казань: Академия наук Республики Татарстан, 2024. С. 183–188.

Купина Н. А. Аксиологическая стратегия и ее речевая реализация в региональном газетном издании // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2017. Т.23. № 4(168). С. 19–31.

Ценностное содержание разговорного диалога: монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. 228 с.

Бондарев Н. Д.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

КЛЮЧЕВЫЕ АКСИОЛОГЕМЫ В ТЕКСТАХ ПРАВОСЛАВНОЙ РЕКЛАМЫ

Религиозный функциональный стиль активно изучается в лингвистике последние десятилетия. Исследуются ядерные жанры: проповедь, молитва, акафист, исповедь [Прохватилова 1999, Ицкович 2016, Рядовых 2020, Келер 2024], периферия религиозного стиля изучена недостаточно. С возрастанием роли Русской православной церкви в жизни общества в религиозном функциональном стиле начинают активно функционировать жанры, традиционно относящиеся к светской сфере. Предметом исследования является жанр объявления, под которым понимается «информативный речевой жанр, содержащий сообщение, извещение о чем-либо, доводимое до всеобщего сведения, помещенное где-либо для широкого ознакомления, имеющее реквизиты: дата, время, место, название действия, адресант и адресат: стандартизованное неэкспрессивное представление информации в нейтральной форме» [Миронова 2008: 92]. Особое внимание обращается на рекламное объявление, которое трактуется как «сообщение (чаще всего платное), размещенное в периодической печати с целью побудить адресата к нужному, с точки зрения рекламодателя, выбору и поступку, нестандартное представление информации, эмоционально окрашенное, рассчитанное на то, чтобы сделать из получателя рекламы потребителя товаров и услуг» [Там же].

Используется категориально-текстовой метод, разработанный представителями уральской научной школы лингвокультурологии и стилистки [Матвеева 1990; Ицкович 2016]. Под аксиологемой в исследовании понимается языковая единица, репрезентирующая ценностные представления носителей языка и культуры [Купина 2021]. Анализу подвергается текстовая категория темы – фундаментальная текстовая категория, которая отражает смысловое содержание текста, обеспечивает его целостность и организацию, а также служит основой для восприятия и интерпретации информации [Матвеева 2024].

Цель исследования – выявить и классифицировать ведущие аксиологемы в текстах православных объявлений. Материалом служат креолизованные тексты православных объявлений.

Результаты исследования. Тематический анализ позволил выявить следующие группы аксиологем: Бог, вера, семья, патриотизм. Так, аксиологемы *Бог* и *вера* эксплицируются через обращение к прототексту Евангелия: *Придите ко мне все усталые и обремененные, и Я успокою вас*; *Вспоминайте наставников ваших и подражайте вере их*; к текстам авторитетных в православной среде русских писателей: *Без веры в свою душу и ее бессмертие бытие человека неестественно, немыслимо и невыносимо* [Симбирская епархия: электронный ресурс]. Идея патриотизма отражена в рекламном объявлении о военной операции в Курской области: *«За гранью возможного»: уличная выставка, посвященная легендарной операции «Поток», откроется у Храма-на Крови* [Екатеринбургская епархия: электронный ресурс]; ценность семьи совмещается с темой патриотизма и веры в Бога: *духовно-психологическая помощь воинам-участникам СВО и членам семей* [Екатеринбургская епархия: электронный ресурс]; *святые царственные страстотерпцы, молите Бога о нас. Узнайте больше о лучших людях России. ЦАРСКАЯ-СЕМЬЯ.РФ* [Приход в честь Владимирской иконы Пресвятой Богородицы: электронный ресурс].

Тексты православных рекламных объявлений относятся к периферии религиозного стиля, так как сохраняют связь с прототекстом Евангелия, отражают ведущие религиозные ценности: Бог, вера, семья, патриотизм.

Литература

Ицкович Т. В. Религиозный функциональный стиль в жанровом аспекте: к постановке проблемы // Жанры речи. 2016. № 1(13). С. 87–93.

Келер А. И. Категория адресанта в новоапостольской молитве: категориально-текстовой и аксиологический аспекты // Научный диалог. 2024. Т. 13. № 1. С. 26–44.

Купина Н. А. Аксиология и аксиологический лексикон: к определению и интерпретации понятий // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: Тезисы докладов международной научной конференции, Екатеринбург, 27 апреля 2021 года. Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2021. С. 50–52.

Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск: Изд-во Урал, ун-та, 1990. 172 с.

Миронова А. А. Формирование жанра объявления в истории русского языка // Вестник ЧелГУ. 2008. № 26. С.91–96.

Прохватилова О. А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-т, 1999. 362 с.

Рядовых Н. А. Метафорическое осмысление святости в жанре акафиста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т.13, № 10. С. 135–140.

Источники

Екатеринбургская епархия: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: https://ekaterinburg-eparhia.ru.

Приход в честь Владимирской иконы Пресвятой Богородицы на Семи Ключах [Электронный ресурс]. URL: https://vladprihod.ru.

Симбирская епархия: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: https://mitropolia-simbirsk.ru.

Бортников В. И.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

«*ПИКИ*», «*КОГОТКИ*», «*ПАПАХА*»: ОБ ЭКСПЕРИМЕНТЕ В 1-Й ГЛАВЕ КАНДИДАТСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ Н. А. КУПИНОЙ «СУЩНОСТЬ И ВОЗНИКНОВЕНИЕ МЕТАФОРЫ»

Предварительные замечания. Проблема точки зрения при рассмотрении метафоры. Семасиологический и ономасиологический план исследования. Сосредоточение внимания на одной части речи (метафора-существительное). Типология метафор, употребляющихся в поэтической речи.

Постановка эксперимента. «Малая» выборка из 20 стихотворных текстов актуальных для того времени советских поэтов. «В каждом из этих текстов подчёркивалось одно слово – метафора-существительное» [Купина 1968: 18], например:

(1) *Нуждаются в ее (официантки) советах тот посетитель и другой, и* ***пики*** *снежные салфеток взмывают под ее рукой* (Б. Ахмадулина).

(2) *Я эти фрукты ем покорно,*
Они солены и крепки,
И слышно, как скребут по горлу
Семян их острых ***коготки*** (Б. Ахмадулина).

(3) *Я вспомнил черную* ***папаху***
далекой тучи (А. Недогонов) [Купина 1968: 300].

Первый этап эксперимента: «живое, непосредственное восприятие информантами значения слова вне контекста и воспроизведение значения по первому восприятию, а также воспроизведение в сознании значений многозначного слова при предварительном обдумывании» [Купина 1968: 19]. Соответствующие два приёма. Ограничение времени на первый и отсутствие такого ограничения на второй. 40 информантов, из которых 14 имеют высшее образование, 25 – неполное высшее, 1 – неполное среднее техническое.

Второй этап эксперимента: идентификация различия между содержанием словесного художественного образа и производным, метафо-

рическим, значением его стержневого слова. Задания, предложенные информантам:

«1. Определите значение подчеркнутого слова в данном отрывке.

2. Найдите слово, близкое по значению слову, подчеркнутому в отрывке.

3. Как вы представляете поэтический образ данного отрывка? (Какие представления и чувства вызывает у вас данный образ?)

4. Придумайте, если можно, предложение, в котором подчеркнутое слово употреблялось бы в том значении, в котором оно употреблено в данном отрывке» [Купина 1968: 27].

Ожидаемые и реальные результаты эксперимента, их интерес для лексикографии. Критика «теории общих значений». Зависимость значения слова вне контекста от специальности и (возможно) от пола. Степень воспроизведения информантами производных значений.

Проведенный эксперимент как отправная точка для дальнейшего исследования возникновения метафоры.

Литература

Купина Н. А. Сущность и возникновение метафоры : дис. ... канд. филол. наук. [Б. м.], 1968. 325 с.

Ван Баофу
УрФУ, Екатеринбург, Россия

СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ РОДСТВА В РУССКОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ

Лексика родства – это номинации, указывающие на родственников и близких, которые имеют между собой прямые или косвенные кровные, брачные, правовые и иные отношения. В силу различных социальных, исторических и культурных причин лексика родства у разных этнических групп имеет различия, которые отражают уникальные культурные системы и национальные особенности.

В лингвистике существует множество таксономий лексики родства. По материалам «Толкового словаря русской разговорной речи»

мы выделили следующие группы существительных, называющих родственников в русской антропологической системе:

1. Существительные, обозначающие людей, связанных наличием общих предков. Например: *братишка, внучок, доченька, бабуля, бабуся.*
2. Существительные, обозначающие людей по отношению к браку, супружеству. Например*: вдова, сват, жених.*
3. Существительные, обозначающие людей, ставших родственниками через брачные связи. Например*: сноха, зять, деверь, тёща.*
4. Существительные, обозначающие людей, ставших родственниками через христианский обряд крещения. Например*: кума, крёстная, крестница.*

В каждой группе выделяются отдельные подгруппы.

Многие слова родства в современном языке исчезли или употребляются редко, некоторые распространены только в разговорной речи или на определенных территориях. Кроме того, в разных языках системы родственных отношений различаются признаками, лежащими в основе номинаций.

Источники

Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 1–4 / отв. ред. Л. П. Крысин. М.: Издательский Дом ЯСК, 2014–2021.

Ван Пэнфэй
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ЦЕННОСТЬ МАСТЕРСТВА В СКАЗАХ П. П. БАЖОВА

Материалом работы являются сказы П. П. Бажова, объединенные в цикле «Малахитовая шкатулка» и представляющие собой интерес для современных гуманитарных исследований [Погорельская, Чернов 2021; Шелиманова 2023].

Целью работы является определение особенностей отражения ценности мастерства в сказах из цикла «Малахитовая шкатулка». Основу методологии работы составляют методы лингвоаксиологическо-

го анализа Уральской школы лингвокультурологии [Ценностное содержание разговорного диалога 2021].

Ценность мастерства является одной из ключевых ценностей, вербализованных в сказах П. П. Бажова, а мастера представляются людьми с особым строем души, любящими труд и понимающими красоту окружающей природы [Погорельская, Чернов 2021: 108].

Горнозаводские мастера показаны в сказах П. П. Бажова как люди с высокими задатками и умениями: *Тот, видишь, парень ядреный да могутный, крутой да веселый, – работа у него и шла податно* («Синюшкин колодец»); *Глаз, дескать, хваткий, пальцы гибкие и силы большой не надо – самая по нему работа* («Хрупкая веточка»).

П. П. Бажов показывает уважительное отношение общества к мастерам, чьи умения и труд оцениваются высоко. Мастер также передает свое мастерство молодому поколению: *Был в ту пору мастер Прокопьич. По этим делам первый. Лучше его никто не мог… Вот барин и велел приказчику поставить к этому Прокопьичу парнишек на выучку* («Каменный цветок»).

Ценность мастерства П. П. Бажов также вкладывает в уста своих героев. Мастер Железко из сказа «Железковы покрышки» произносит: *Не беспокойтесь – рабочие руки все могут!*

Провозглашением ценности мастерства, с которой связывается память о человеке, завершается сказ «Чугунная бабушка»: *Работа – она штука долговекая. Человек умрет, а дело его останется.*

Таким образом, П. П. Бажов показывает ценность мастерства как неотъемлемую часть уральской культуры и ценностную ориентацию горнозаводских рабочих.

Литература

Погорельская Е. Ю., Чернов Л. С. Философия мастерства (на примере наследия П. П. Бажова) // Социум и власть. 2021. № 4 (90). С. 107–119.

Шелиманова М. Лингвокультурные особенности сказов П. П. Бажова // Язык. Культура. Медиакоммуникация. 2023. Т. 3. № 1. С. 1–3.

Ценностное содержание разговорного диалога: монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. 228 с.

Вепрева И. Т.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ[2]

Антропоцентрическая направленность современной лингвистики предопределяет и формирует аксиологический подход к языку. В рамках лингвистической аксиологии идет постижение языкового сознания, оценочно подходящего к любому факту реальной действительности, получившему номинацию в языке.

Считается, что за рамками оценочности остаются слова нейтральные, «прямое значение которых ничего не предопределяет в отношении говорящих к обозначаемым ими явлениям» [Эпштейн 1991:19], они иррелевантны по отношению к выражению оценочности. На наш взгляд, носитель языка включает в свою оценочную деятельность весь окружающий мир. Идеализированная модель мира практически накладывается на языковую картину мира. Познавая мир через аксиологическую шкалу «хорошо – плохо», носитель языка создает идеализированную картину (модель) мира, в которую входит то, «что нужно (физически и духовно) человеку и Человечеству. В идеализированную модель мира входит и то, что уже (или еще) есть, и то, к чему человек стремится, и то, что он создает, и то, как он действует и поступает; наконец, в нее входит целиком и полностью и сам человек» [Арутюнова 1988: 58–59].

Для проверки гипотезы об аксиологичности любого факта действительности, пропущенного через языковое сознание, в своем исследовании мы использовали метаоператор *в хорошем смысле слова,* который является особым языковым средством, способным выявить в любой единице языка наличие позитивной оценочности, особенно в тех случаях, когда оценочность в словах носит неявный характер и человек, употребляя эти слова, «сам того не замечая, принимает и заключенный в них взгляд на мир» [Зализняк и др. 2005: 9]. Метаоценка *в хорошем смысле слова* является репрезентативным операто-

2 Исследование выполнено при поддержке РНФ №25-28-01412 «Уральская идентичность Екатеринбурга в “светлом поле” сознания горожанина».

ром, который служит своеобразным «тестом» на само наличие языковой оценочности.

Для экспериментального исследования выбрана нейтральная по своей коннотации лексема *уралец*, номинирующая человека с точки зрения территориальной принадлежности: *уралец* – житель Урала. Было опрошено 289 человек, студентов Уральского федерального университета. Им был задан вопрос: *Какой он, уралец в хорошем смысле слова*? Были получены ответы, включающие целый ряд оценочных характеризаторов. Рассмотрим их с точки зрения аксиологической наполненности лексемы, включающей параметр региональной идентичности.

Полученные ответы можно разделить на две группы по основанию оценки. В первую группу вошли единицы, которые характеризуют уральца без привязки к региональной идентичности. Уралец определяется как образцовый человек, значение слова проинтерпретировано с опорой на признаки «образец», «идеал», «какой должен быть»; это человек *настоящий*, т. е. «действительно такой, какой должен быть; представляющий собой лучший образец, идеал чего-либо» [ТСРЯ 2008: 496].

Поэтому ***уралец*** *открытый, приветливый, воспитанный, целеустремленный, добросовестный, адекватный, настойчивый, скромный, интересный, самодостаточный, справедливый, находчивый, творческий, добрый, начитанный, уверенный, надежный, уважает старших* и др.

Иногда образ идеального человека облекается в рамках одного ответа в небольшой текстовой фрагмент: *человек с холодной головой и горячим сердцем, с крепким стержнем, интеллигентен, вежлив, открыт к общению, находчивый, изобретательный.*

Вторая группа ответов также носит оценочный характер, но респонденты создают оценочный портрет уральца, дифференцируя и очерчивая характеристики, отличающие его от жителя других регионов, и, прежде всего, указывая на привязанность уральца к родной земле: *любящий свой край, горы, уральскую природу, патриот, знающий свою историю, гордится достижениями Урала, знающий свои корни, горд своим происхождением, любит уральский климат, не бросает Урал, уважает свою историю и культуру, без стремления*

сбежать, любит свою малую родину, чувствует свою идентичность; Екатеринбург лучше Москвы и Петербурга.

Выделяемые черты характера тоже концентрируются вокруг одних признаков: *трудолюбивый, упорный, закаленный; сдержанный, но дружелюбный; устойчивый к холоду и жаре, готов к любой погоде, гостеприимный, редко улыбается, суровый*.

Редкая группа ответов (5 анкет) нейтрализует возможную оценочность и особый статус уральца: *обычный человек, в нем нет ничего особенного; мы все русские люди, сильных различий нет; я сибирячка, такая же, как уральцы; нет никаких особенностей, живу 4 года, я из Сибири*. Оценочность сохраняется в ответах, объединяющих уральца с жителями других территорий: *как и все русские люди, верен своей родине, бесстрашен, патриотичен, храбр, силен духом.*

Полученные в результате эксперимента ответы подтверждают мысль М. Гаспарова о том, что свойство безоценочности – труднодостижимое понятие для взрослого человека [Гаспаров 2000: 413]. Ценностный взгляд на объективную действительность оказывается шире, чем может представляться с первого взгляда. Наивная аксиология, одним из средств выражения которой выступает метаоператор *в хорошем смысле слова*, являющийся своеобразным навигатором в поиске оценочных смыслов «хорошести», включает в свою оценочную деятельность весь окружающий мир.

Литература

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 339 с.

Гаспаров М. Л. Записки и выписки. М.: Новое литературное обозрение, 2000. 361 с.

Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М.: Языки славянской культуры, 2005. 544 с.

ТСРЯ —Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН, Институт русского языка им. В. В. Виноградова ; отв. ред. Н. Ю. Шведова. М. : Издательский центр «Азбуковник», 2008. 1175 с.

Эпштейн М. Н. Идеология и язык (построение модели и осмысление дискурса) // Вопросы языкознания, 1991. № 6. С.19–33.

Гвоздев Е. П.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ ЕКАТЕРИНБУРГА В РОМАНЕ А. ИВАНОВА «ЁБУРГ»

Алексей Иванов – современный российский писатель, выросший на Урале и много пишущий о нем в своих произведениях. Названный новым литературным «гением места» [Подлубнова 2018] сначала родной Перми, а затем и большого Урала, Иванов также интересуется Екатеринбургом, где был студентом. В «Ёбурге» автор через множество очерков об отдельных людях и событиях пишет его новейшую историю, с конца Советского Союза по современные книге 2010-е гг., и строит через них образ города [Коваленко 2017].

При этом Иванов прямо заинтересован в выявлении идентичности Урала [Сторчак 2013]. В свете этого был проведен анализ «Ёбурга» с целью выявить черты екатеринбургской идентичности, предлагаемые автором. Для этого рассмотрены фрагменты текста, где формулировка идентичности представлена явно, т. е. как продукт сознательного выбора писателя: через прямое указание на черты искомой идентичности или сравнение Екатеринбурга и Свердловской области с другими городами и регионами России.

Иванов видит идентичность Екатеринбурга как проявление самостоятельности от Москвы: своего рода противостояние федерализма в лице первого и централизации в лице последней. Например, в очерке о становлении полпредства в Свердловской области данный государственный орган сразу же представлен как инструмент системной борьбы центра с местным самоуправлением: *Москва понимала, что истинное сопротивление ее колонизаторскому диктату – не одиозный сепаратизм, а демократический федерализм* [Иванов 2024: 291]. Сюжет главы построен вокруг заявленного нежелания губернатора Росселя дать власть в области назначенному полпреду Латышеву. Как бы представляя мысли губернатора, Иванов пишет, что *в Свердловской области* [полпред] – *пятое колесо в телеге* [Иванов 2024: 292]. Очерк заканчивается успешной дискредитацией полпреда, который для Екатеринбурга *стал фигурой легковесной, несопоставимой по значению*

с губернатором [Иванов 2024: 295], т. е. заявленные планы Москвы оказались разрушены.

Иванов формулирует идентичность Екатеринбурга не саму по себе, а как олицетворение идеи федерализма против централизации в современной России.

Литература

Коваленко Л. А. Образ Свердловска–Екатеринбурга в современной документальной прозе Урала // Филологический класс. 2017. № 4 (50). С. 123–129.

Подлубнова Ю. С. «Ёбург» Алексея Иванова: проблемы локализации «гения места» // География и туризм. 2018. № 1. С. 129–131.

Сторчак А. Алексей Иванов: «Урал – не опорный край державы, Урал – это Гэндальф» // 66.ru: ежедн. интернет-изд. 2013. 3 апр. [Электронный ресурс]. URL: https://66.ru/news/freetime/133338/

Источник

Иванов А. В. Ёбург. М.: Альпина нон-фикшн, 2024. 442 с.

Геккина Е. Н.
Институт лингвистических исследований РАН,
Санкт-Петербург, Россия

МЕТАЯЗЫКОВЫЕ ОЦЕНКИ ВАРИАНТНОСТИ КАК МАРКЕРЫ ГРАММАТИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ

Типичные события метаязыковой оценки грамматической вариантности предстают как практические эпизоды, когда субъекты речевой деятельности оказываются перед дилеммой, созданной альтернативными конструкциями и формами языковой единицы. Предметом оценки становятся сами грамматические формы и конструкции, а также прескриптивные (нормативные) характеристики вариантных воплощений. В метаязыковых суждениях могут воспроизводиться дескриптивно-содержательные оценки, опирающиеся на лингвистическую квалификацию языковых единиц и на наблюдения за речевой практикой.

Экспликация метаязыковых оценок осуществляется в тексте по умолчанию, как реализованный выбор конструкции или формы, либо в открытой форме, в тематических комментариях и развернутых обсуждениях. Текстовые реализации и метаязыковые высказывания, в которых интерпретируются факты грамматической вариантности, видятся релевантным материалом целенаправленного исследования. Прежде всего существенно то, что при всей исходной субъективности метаязыковые оценки вариантности могут отражать морфологические и синтаксические «движения», маркировать активные участки динамических процессов в грамматической системе русского языка.

В докладе рассматривается метаязыковой материал, извлеченный из архивов справочных служб русского языка (портала «Грамота.ру», сайта «Культура письменной речи», а также телефонной Службы русского языка Института лингвистических исследований РАН). Хронометрические и содержательные параметры вопросов, адресуемых службам русского языка, актуализируют проблематику вариантности имен существительных, квалифицируемых в аспекте отнесенности к категории одушевленности (*номинировать на «Оскар(а)»*). Варьирование падежных форм по моделям одушевленных и неодушевленных существительных наблюдается при употреблении новых номинаций, а следовательно, есть повод вернуться к обсуждению условий и причин «периферийного», как определяет М. В. Русакова, явления, расширяющего зону действия в современной речи.

Глебович Т. А.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

О СТРУКТУРНО-ТЕМАТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИКАХ ДАТА-ПУБЛИКАЦИЙ И КОСВЕННОЙ ОЦЕНОЧНОСТИ НА БАЗЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО АНАЛИЗА

Работа с данными давно стала рутинной социальной практикой и трендовым направлением деятельности СМИ. Колоссальный объем исследований феномена простирается от рассмотрения дата-пу-

бликаций в различных контекстах и создания научно-практических работ в зарубежных изысканиях [Heravi, Lorenz: электронный ресурс] до изучения форм [Лисицин: электронный ресурс], способов [Неренц: электронный ресурс] принципов [Арбатская: электронный ресурс; Панюкова: электронный ресурс] и характеристик [Колчина: электронный ресурс] медийной репрезентации события, зафиксированного как структурированный набор параметров и показателей, в российском сегменте. Перечисленные (и другие) научные подходы к медийному использованию данных обусловили наш интерес к менее популярному вербальному компоненту дата-публикаций.

С использованием нескольких библиотек среды Python мы сформировали три корпуса текстовых данных (на базе ±40 публикаций). В первом обработаны тексты издания «Новая газета» (далее «издание») [Дата-отдел «Новой газеты»: электронный ресурс][3]. Во втором и третьем – студенческих Телеграм каналов [«Khachuyan Fan Club», «ДАТАЖУР ПЕРЕРОЖДЕНИЕ», «ДАТАТЕКА», «База котиков»: электронный ресурс]. На базе частотных характеристик в каждом корпусе было выявлено от 16 до 28 структурно-тематических единств – (тематических топиков)[4].

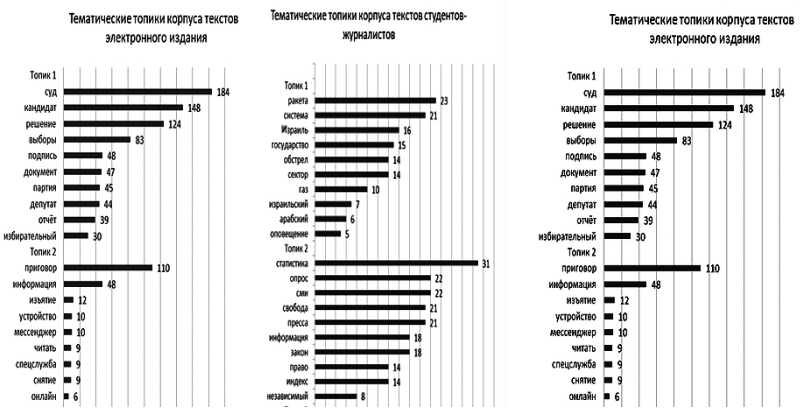


Рис. 1

3 В настоящее время сайт заблокирован.

4 Обратим внимание, что наполнение используемого нами понятия «тематический топик» отличается от строго лингвистических формулировок, но функционирует в аналитических решениях при исследовании текстов естественного языка с использованием среды Python.

Создание топиков не только выделяет доминирующие темы, но коррелируется с коммуникативной целью публикаций, содержательными характеристиками, концепцией издания или Телеграм-канала, содержат в сжатом виде информацию, которая присутствовала во множестве подтекстов.

На результирующем графике (Рис. 2) высокочастотные выбросы фиксируют тематический тренд, уникальные «хвосты» – изобилие тематических решений, в целом топики позволяют сравнить массивы публикаций корпусов, представляют структурированный результат процесса текстовой интерпретации данных.

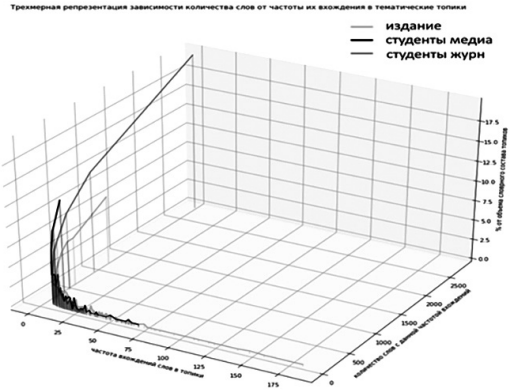


Рис. 2

Векторный анализ. Объектами выбраны единицы семантической группы «человек» по критерию частотности (показатели частотности слов группы в корпусах (рис.3)).

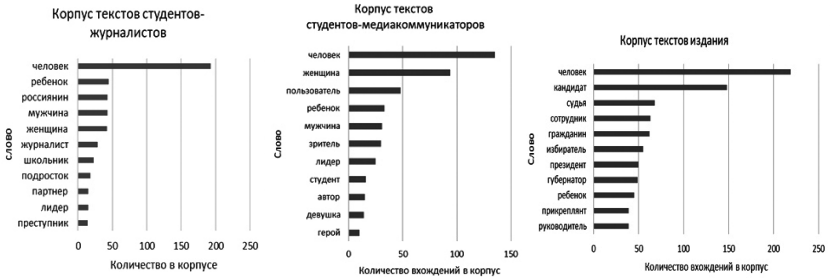


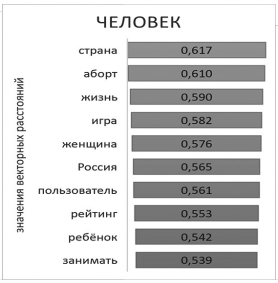
Рис.3

Состав семантических групп корпусов информативен, он представляет ролевые характеристики человека в журналистских интерпретациях баз данных. Ранжирование по частотности «распределяет» [Труфанова: электронный ресурс] и косвенно оценивает связанные с ролями события и процессы, которые были репрезентованы в текстах изданий.

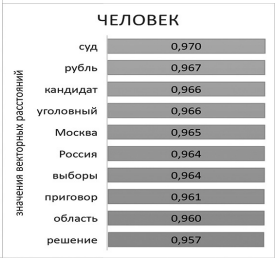
В корпусе электронного издания у лексемы «человек» (и других высокочастотных единиц) наблюдаются наиболее сильные связи внутри семантического единства (графа). В соответствии с логикой автоматизированного анализа можно определить корпус текстов как человекоцентричный (ориентированный на социальную роль). Плавное и незначительное снижение числовых показателей векторных расстояний подтверждает наличие тренда (идейную составляющую), демонстрирует высокую плотность текста, анализ фактологии без обращения к средствам формирования эмоций.

Студенты-медиакоммуникаторы

Студенты-журналисты



Издание



Более слабые связи выявлены в корпусе студенческих текстов. Результаты векторного анализа демонстрируют не тематически обусловленные явления, а многочисленные контексты лексемы «человек» (и других высокочастотных единиц). Можно предположить, что тексты ориентированы на создание истории, в которой процесс репрезентации события преобладает над фактологической составляющей. Это не значит, что взятые из базы данных факты не подвергнуты анализу. Скорее, наоборот, процесс аналитической работы провоцирует интерпретационную активность и выстраивает множественные ассоциативные свя-

зи. Иными словами, факт из базы данных, фиксирующий событие или процесс в определенном отрезке времени, может предоставить больше возможностей для интерпретации, чем само событие.

В целом характеристики топиков и анализ векторных расстояний продемонстрировали значительные различия между подходами авторских коллективов к вербальной интерпретации и оценке дата-фактологии, к выбору публикационных приоритетов, возможно, типологическую вариативность текстов в рамках одного направления.

Литература

Арбатская Е. О. Открытые данные как ресурс региональной журналистики // Вестник ЧелГУ. 2015. № 5(360). С. 52–58 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otkrytye-dannye-kak-resurs-regionalnoy-zhurnalistiki

Колчина Е. С. Интерактивность как ресурс data-журналистского материала // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2014. № 1(13). С. 51–56 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualizatsiya-i-interaktivnost-kak-tendentsii-sovremennoy-sotsialnoy-zhurnalistiki

Лисицин М. Е. Проекты в области журналистики данных в российских СМИ (на материале газеты «Деловой Петербург») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4(30). С. 128–135 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/proekty-v-oblasti-zhurnalistiki-dannyh-v-rossiyskih-smi-na-materiale-gazety-delovoy-peterburg

Неренц Д. В. Визуализация дата-материалов в современных СМИ как способ привлечения аудитории // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2019. №9. С. 77–85 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualizatsiya-data-materialov-v-sovremennyh-smi-kak-sposob-privlecheniya-auditorii

Панюкова С. А. Роль открытых данных в развитии журналистики данных // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 1(15). С. 25–33 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-otkrytyh-dannyh-v-razvitii-zhurnalistiki-dannyh

Труфанова Е. О. Человек в цифровом мире: «распределенный» и целостный // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2021. № 3. С. 370–376 [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-v-tsifrovom-mire-raspredelennyy-i-tselostnyy

Heravi B. R. Lorenz M. Data Journalism Practices Globally: Skills, Education, Opportunities and Values // Journalism and Media. 2020. 1(1). PP. 26–40 [Электронный ресурс]. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/1924/48d7e19640ed7655b65874ee1704fd19d49f.pdf

Источники

Дата-отдел «Новой газеты»[5] [Электронный ресурс]. URL: https://novayagazeta.ru/authors/94242

Учебный телеграм-канал «Khachuyan Fan Club» [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/fanclub_khachyan

Учебный телеграм-канал «ДАТАЖУР ПЕРЕРОЖДЕНИЕ» [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/+bHK6UaWEZKw2NDMy

Учебный телеграм-канал «ДАТАТЕКА» [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/datajornalistglisttt

Учебный телеграм-канал «База котиков» [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/zhurzhdann311312

Димитриева О. А.
ЧГПУ им. И. Я. Яковлева, Чебоксары, Россия

ВАКХИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ М. А. ШОЛОХОВА

Во второй половине XIX в. вакхические метафорические образы традиционно характеризуют чувственно-эмоциональную сферу человека («*духом пьян*» Митя Карамазов Ф. М. Достоевского, «*пьяна вином восхищения*» Анна Каренина Л. Н. Толстого) или человека с точки зрения его социального статуса (ср. «*пьянство службы, охоты, карт*» Л. Н. Толстого, чеховские социальные зоометафоры) [Димитриева 2025].

В первой половине XX в. метафорическое осмысление мира меняется: детализируются эмоции и чувства, социальный типаж уходит в фон. По замечанию М. Ю. Мухина, отличительная особенность текстов Шолохова заключается в том, что «сенсорические впечатления <…> по характеру бытовые и натуралистические» [Мухин 2011:

5 В настоящее время сайт издания заблокирован.

32]. В художественном мире М. А. Шолохова человеческие чувства и эмоции осмысливаются сквозь призму вакхического. Деривационные ряды *хмель, хмельной, охмелеть; винный, винно-красный, винно-терпкий*; *спирт, спиртовой, наспиртованный; пьяный, пьянить, опьянить; брага, бражный, бражно;* глагольный ряд *бродить, перебродить, выбродить* репрезентируют различные метафорические модели, такие как ЧЕЛОВЕК – СОСУД ВИНА, ВЛАСТЬ – ВИНО, ВОЗДУХ – ВИНО и др., которые характеризуют как человека, так и природу. В основном данные модели фокусируют внимание на тех или иных свойствах вина: терпкости, сладости, способности иметь осадок и др., при этом в большей степени эксплицируется положительная семантика. Следует также отметить, что уподобляемые пьяному человеку жесты и походка и натуралистическая физиология подчеркивают нарушение гармонии в человеке (например, при совершении убийства) и несут негативную оценку.

Литература

Димитриева О. А. Вакхический код русской лингвокультуры. М.: Флинта, 2025.

Мухин М. Ю. Лексическая статистика и идиостиль автора: корпусное идеографическое исследование (на материале произведений М. Булгакова, В. Набокова, А. Платонова и М. Шолохова) : автореф. дис. … докт. филол. наук. Екатеринбург, 2011.

Дунев А. И.
РГПУ им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СЛОВАРЯ ЦИТАТ РУССКИХ ПИСАТЕЛЕЙ

В последнее время возрос интерес к словарям цитат. Такой вывод можно сделать, изучив каталоги издательств и интернет-рассылки. Чужие мысли, представленные ёмко и кратко, пользуются популярностью, потому что обращение к чужой мудрости – признак образованного человека.

1. Аксиологический потенциал словаря цитат реализуется в процессе его создания: при отборе цитат, выборе характера их представления и способа расположения. Словарь представляет собой сверхтекст, который складывается из цитат, размещенных в определенном порядке, и может быть оценен как самостоятельное произведение, распадающееся на отдельные фрагменты.

2. Цитата не только часть текста-первоисточника, но и образ; так в каждой капле воды сохраняются свойства всего источника, откуда берется капля. Цитата нередко превращается в текст-импульс, мотивирующий читателя обратиться к целостному произведению.

3. Цитата как объект лексикографии не только служит источником лексического и грамматического материала, но и несет значимую культурологическую информацию, что справедливо и по отношению к словарю литературных цитат.

4. Коммуникативная роль словаря раскрывается в его использовании. Словарь цитат предлагает материал для его включения в чужой текст. Речь, обогащенная цитатами, становится не только аргументированной, но и более выразительной. Включение цитат в речь вызывает высокие чувства и помогает создать эстетически привлекательный текст.

5. Образовательный потенциал словаря литературных цитат раскрывается при использовании лексикографического источника в обучении языку и литературе.

Аксиологический потенциал словаря цитат как собрания актуальных мыслей и идей обнаруживается в культурологических, мотивационных, коммуникативных, образовательных возможностях использования.

Жидкова К. М.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

СЦЕНАРИЙ МУЛЬТФИЛЬМА ДЛЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

«Малышарики» – это российский анимационный проект для детей от 0 до 3 лет, представляющий собой развлекательно-образователь-

ный контент, который охватывает важные сферы жизнедеятельности ребёнка: физическое развитие, познание окружающего мира, творчество, социализацию. Главные герои мультфильма – юные версии героев «Смешариков» (Нюшенька, Крошик, Ёжик и др.). Мультфильм строится на коммуникативном взаимодействии этих героев между собой, а также со Взрослым, которого нет в кадре, однако он наблюдает за происходящим и подсказывает Малышарикам, как нужно себя вести.

Важную роль в формулировке системы ценностей Малышариков играет именно Взрослый. Он выступает как наставник, не диктующий правила поведения, а мягко подводящий маленьких героев к осознанию системы ценностей. Через реплики Взрослого мультфильм «Малышарики» транслирует такие ценности, как дружба, командная работа, умение договариваться, творчество и самовыражение.

Аксиологические смыслы передаются в речи Взрослого с помощью императивных речевых жанров: наставление, совет, предложение. Так, можно услышать как прямую императивную конструкцию (*Барашик, надо помочь Нюшеньке!* – ценность взаимопомощи), так и косвенный императив (*Теперь вы можете поиграть вместе* – ценность дружбы и сотрудничества).

Аксиологические установки формируются также с помощью оценочных реплик Взрослого. В «Малышариках» оценочные жанры в основном представлены похвалой и одобрением, причем Взрослый чаще всего использует типовые восклицательные конструкции (*Какая дружная команда получилась из наших малышей!* – ценность дружбы; *Какая же красивая наша Нюшенька в своей красной панамке!* – ценность красоты и самовыражения). Одобрение может быть выражено и другими конструкциями (*Что это такое красивое ты нарисовал?* – реплика Взрослого по отношению к неаккуратному желтому кружку, нарисованному Ёжиком. Ценна сама попытка творчества).

В мультфильме можно найти не только позитивно-оценочные, но и негативно-оценочные жанры, например, упрёк, замечание (*Кажется, Крошик решил немного пошалить*). Однако это замечание, которое не высказывается в резкой форме, что способствует формированию доверительных отношений между Взрослым и маленькими героями.

Проведенный анализ показывает значимость аксиологического содержания анимационных фильмов, адресованных детям дошкольного возраста.

Истомина Е. М.
ЮУрГУ, Челябинск, Россия

«НЕЗАВИСИМОСТЬ» КАК ЦЕННОСТЬ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА ПОПУЛЯРНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Интернет-дискурс популярной психологии с позиции социолингвистики представляет собой совокупность адресованных неспециалистам медиатекстов – продуктов речевой деятельности психотерапевтов. Дискурс популярной психологии характеризуется крайне динамичным развитием в XXI веке, активно пополняясь неологизмами. Изучение семантической составляющей неологизмов дает возможность выявить ценностную нагрузку новой лексики, поскольку ее создание уже является актом придания ценности отражаемым объектам [Катермина, Липириди 2022: 36].

В результате семантико-аксиологического анализа представленных продуцентами дискурса толкований неологизмов в качестве одной из аксиологем выявлен концепт «независимость». В группу неологизмов с ценностным компонентом входят *страх поглощения,* возникающий из-за чувства опасности утраты индивидуальности или свободы в результате зависимости от другого человека или системы; *синдром Золушки,* определяемый как боязнь собственной независимости; *эмоциональная зависимость*, понимаемая как состояние, когда деятельность и эмоции полностью фокусируются на предмете зависимости. Отрицательная оценка в неологизмах указывает на ценность независимости в исследуемом дискурсе и «зависимость» как антиценность. *Эмоциональной зависимости* в изучаемом дискурсе противопоставляется *эмоциональная независимость*, которая определяется как *здоровая. Автономность,* означающая состояние, при котором человек ощущает себя отдельной личностью со своими особенностями, потребностями и границами, является неономинацией-переосмыс-

лением с положительной коннотацией. Представленные неологизмы отражают ориентир популярной психологии на независимость современного человека от партнера.

Литература

Катермина В. В., Липириди С. Х. Новая лексика пандемии коронавируса в англоязычном дискурсе: монография. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. 178 с.

Ицкович Т. В.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛИНГВИСТИКА В ТРАКТОВКЕ УРАЛЬСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И СТИЛИСТИКИ

Одно из научных направлений в творчестве проф. Н. А. Купиной, в рамках которого написан целый ряд работ, определивших на многие годы вперед основные направления исследований членов Уральской научной школы лингвокультурологии и стилистики, – аксиолингвистика. Изучение ценностей начинается в 2013 году, когда Н. А. Купина совместно с Б. М. Гаспаровым завершила работу над грантом и монографией, посвященной проблемам многоречия [Русский язык… 2014]. Идеи аксиологического строительства, заложенные в монографии, получили развитие на ежегодной международной научной конференции «Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований», первая из которых состоялась в 2015 г. [Купина, Ицкович 2019].

Н. А. Купина поставила и разрешила целый ряд теоретических вопросов, связанных с лингвоаксиологией. Так, первым в 2015 г. был обозначен вопрос вербальной репрезентации базовых ценностей, способных интегрировать разные социальные группы. Сформулированы общие принципы, на основании которых возможно формирование перечня имен базовых ценностей: историзм, ясность, конкурентоспособность, авторитетность источника, объяснитель-

ный потенциал единицы лингвоаксиологического анализа [Купина, Вепрева 2015].

Материалом лингвоаксиологического анализа становятся региональные и центральные СМИ, художественная литература, разговорная речь, результаты социопсихолингвистических экспериментов [Купина 2016; Купина 2017; Купина, Ицкович 2018; Ценностное содержание … 2021; Купина 2021]. В научный оборот вводится целый ряд терминов, получающих авторскую интерпретацию и логическое обоснование: аксиологические ожидания, аксиологическая константа, аксиологема и контраксиологема, аксиологический лексикон и др. Ученым ставится ряд практических задач: разработка собственно аксиологических словарных помет; систематизация аксиологем, номинирующих ценностные константы русской культуры.

Перспективой лингвоаксиологических исследований является выявление на материале живой разговорной речи, текстов СМИ, художественной литературы, научного и религиозного дискурсов аксиологических доминант, характерных для текущего времени.

Литература

Купина Н. А. Аксиология и аксиологический лексикон: к определению и интерпретации понятий // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : Тезисы докладов международной научной конференции, Екатеринбург, 27 апреля 2021 года. Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2021. С. 50–52.

Купина Н. А. Лингвистическая философия Евгения Водолазкина: роман «Авиатор» // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2017. Т.19. № 4(169). С. 194–205.

Купина Н. А. Ценностные предпочтения современной студенческой молодежи в лингвокогнитивном и социопсихологическом освещении / И. Т. Вепрева, М. М. Ицкович, Н. А. Купина, И. В. Шалина // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 2(47). С. 62–73.

Купина Н. А., Вепрева И. Т. Принципы отбора вербальных знаков ценностей в процессе аксиологического строительства в современной речевой практике // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2015. № 4(145). С. 238–244.

Купина Н. А., Ицкович Т. В. Внутрисемейные диалоги о профессии: лингвоаксиологическая интерпретация // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2018. Т.17. № 4. С. 153–162.

Купина Н. А., Ицкович Т. В. Филологическая аксиология: итоги работы Международной научной конференции «Аксиологические аспекты современных филологических исследований» // Коммуникативные исследования. 2019. Т.6, № 4. С. 1202–1206.

Русский язык в многоречном социокультурном пространстве: монография / отв. ред. Б. М. Гаспаров, Н. А. Купина. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. 324 с.

Ценностное содержание разговорного диалога: монография / отв. ред. Т. В. Матвеева, И. В. Шалина. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. 228 с.

Карпинская Н. В.
РУДН, Москва, Россия
Скнарев Д. С.
РУДН, Москва, Россия

ПОЛИКОДОВОСТЬ ВИЗУАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ-СОМАТИЗМОВ «*ГОЛОВА*» В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Современный медиатекст как объект языкознания приобретает ряд дидактических и культурологических признаков, которые иллюстрируют как вербальные, так и невербальные средства передачи информации, привлекает разнообразные способы их подачи. Такой современный медиатекст носит название смешанный; поликодовый; креализованный, мультимодальный и др.

Предмет исследования – способы выражения поликодовости визуально-графических образов рекламных текстов с соматизмом «*голова*».

Цель исследования – проанализировать особенности употребления соматизма «*голова*» в рекламных текстах, определить семантические группы через взаимосвязь культуры и языка.

Актуальность выбора темы обусловлена неполнотой теоретической и практической базы для лингвистического исследования компонентов-соматизмов фразеологических единиц (ФЕ) дидактического воздействия; необходимостью дальнейшего расширения понятийного аппарата медиалингвистики в области рекламного дискурса.

Новизна работы обусловлена ее актуальностью, направление исследования вписывается в рамки научного направления «Лингвистика рекламного дискурса», активно разрабатываемого учеными-лингвистами кафедры русского языка и лингвокультурологии Института русского языка Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы.

Поликодовость рекламных текстов с компонентом-соматизмом *голова* с точки зрения семантической организованности создается в семи направлениях (опираемся на классификацию А. М. Чепасовой, Д. С. Скнарева): предметный, процессуальный, призначный, качественно-обстоятельственный, количественный, модальный, грамматический. Приведем несколько примеров: *Маркетинг заработает, если включить голову; Смотреть тарифы – включить голову; Одна голова – хорошо, а семь лучше – это когда каждая голова содержит 3 инструкции и помогает достичь определенных целей; Мы поможем голову не терять. Не ломай, просто купи; Хочешь держать голову холодной – оставайся с нами)* и др.

Как видим, наиболее частотными оказались ФЕ предметного, процессуального, качественно-обстоятельственного классов. Обладая положительной оценочной семантикой, ФЕ с компонентом *голова* экспрессивно уточняют визуально-графический образ предмета рекламы и, на наш взгляд, выступают в качестве значимого убеждающего аргумента, точно направленного на избранную целевую аудиторию.

Литература

Скнарев Д. С. Фразеологизмы русского языка с компонентами-соматизмами: проблемы семантики и прагматики: автореф. дис. … канд. филол. наук. Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 2006. 16 с.

Чепасова А. М. Семантические и грамматические свойства фразеологизмов: учеб. пособие к спецкурсу. Челябинск: ЧГПИ, 1983. 93 с.

Крижановская Е. М.
ПГНИУ, Пермь, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ *ЛЕНИН* В ТЕКСТАХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА Г. А. ЗЮГАНОВА

В российской политике и общественном сознании с 2010-х гг. начался возврат к пропаганде советских символов и ценностей. Этому способствует актуализация в текстах отдельных современных лидеров элементов советского политического языка, в частности прецедентных имен, представляющих собой «широко известные имена собственные, которые используются в тексте не столько для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и др.), сколько в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб» [Нахимова 2007: 4].

Имя В. И. Ленина в текстах телеграм-канала лидера российских коммунистов Г. А. Зюганова входит в десятку наиболее частотных слов и употребляется и как имя создателя СССР, и как символ советской власти, идеологии, образа жизни, т. е. в метонимическом значении. Прецедентное имя *Ленин* используется в аккаунте Г. А. Зюганова только с мелиоративной окраской. Автор отмечает огромный вклад вождя Октябрьской революции в создание и развитие СССР, акцентирует внимание читателей лишь на позитивных аспектах его деятельности, призывает руководствоваться принципами ленинской государственной политики.

Очевидно, выявленные И. Т. Вепревой и Н. А. Купиной функции стилистической организации советских газет вполне применимы для оценки особенностей использования прецедентного имени *Ленин*: «традиции советской газетной стилистики… сегодня используются при описании и оценочной интерпретации сохранившейся в лингвокультурном пространстве советской системы ценностей; при описании фактов и событий прошлого; при реализации отдельных современных политических инициатив; при моделировании будущего по советским лекалам; при реализации точки зрения носителя идеологизированного / неидеологизированного сознания» [Вепрева, Купина 2009: 43]. Использование прецедентного имени

Ленин отражает личные идеологические предпочтения автора телеграм-канала и способствуют сохранению культурно-исторической памяти нашего народа.

Литература

Вепрева И. Т., Купина Н. А. Советизмы: типология, функционирование, понимание // Понимание в коммуникации. Сб. ст. в 2-х томах. Т.2. М.: Московский городской пед. институт, 2009. С. 33–44.

Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург: Урал. гос. пед. Ун-т, 2007. 207 с.

Купина Н. А.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ АКАДЕМИКА В. В. ВИНОГРАДОВА

В докладе анализируются аксиологические константы языковой личности (см.: [Караулов 1989]) академика В. В. Виноградова. Объект исследования – письма учёного из вятской ссылки (1934–1936), адресованные жене [Виноградов 2024]. Соблюдение адресантом канонов эпистолярного жанра позволяет дифференцировать диалогические и монологические композиционные блоки писем.

В диалогических композиционных блоках проявляется д р у г о ц е н т р и з м языковой личности В. В. Виноградова, его приверженность коммуникативным ценностям, традиционным принципам кооперативной коммуникации, в ряду которых выделяются установка на адресата, признание прав коммуникативных партнёров на речевой поступок, на личностные ценностные предпочтения и аксиологический выбор. Ключевые аксиологемы: *живое слово*, *разговор*, *общение*. Фундамент речевого мира семьи составляет ряд аксиологических конструктов: *любовь*, *преданность*, *надёжность*, *долг*, *искренность*, *доверительность*.

Комбинация «ценностных составляющих индивидуального сознания» [Гайда 2016: 19] прослеживается в монологических композиционных блоках писем. В социокультурном контексте проживаемого времени актуальными оказываются гедонистические, утилитарные, профессиональные подсистемы ценностей: *Что мне нужно? Во-первых, мне нужны Вы. Во-вторых, рукописи. В-третьих, словарные материалы. В-четвёртых, крупа и ножи для бритв. В-пятых, сахар и вообще сладкое... Начал заниматься. «Пиковую даму» кончу через две недели. Но нужна московская рукопись* [Виноградов 2024: 67].

Персонализм языковой личности филолога обнаруживается в аксиологическом выборе системы интеллектуальных, профессионально ориентированных ценностей, аксиологическом сопротивлении навязываемому «дисциплинированному мышлению» и догмам официальной языковой политики. Сквозной является фигура тождества *жизнь – это работа*. Аксиологически маркированные глаголы в функции перформативов номинируют разновидности ежедневной исследовательской деятельности: *читаю*, *думаю*, *размышляю*, *пишу*.

Феноменальный филологический дар, уникальная эрудиция, погружение в родной язык и мировую литературу, аналитическое мышление способствуют результативности аксиологического сопротивления, при поддержке которого в течение двух лет были созданы фундаментальные труды по грамматике и стилистике русского языка, стилистике художественной речи и идиостилистике.

Литература

Виноградов В. В. «Жду перемен в своей судьбе»: Письма к жене из вятской ссылки (1934–1936) / сост., подгот. текста А. Б. Гуськовой ; науч. ред. Н. Я. Козел. СПб.: ООО «Издательство «Росток», 2024.

Гайда Ст. Стиль как вызов // Актуальные проблемы стилистики. 2016. № 2. С. 13–22.

Караулов Ю. Н. Русская языковая личность и задачи её изучения // Язык и личность : [сб. ст.] / отв. ред. Д. Н. Шмелев. М.: Наука, 1989. С. 3–8.

Кутлуева А. В.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

НАДПИСЬ НА АВТОМОБИЛЕ КАК АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ЗНАК

Размещенные на транспортных средствах знаки (надписи, сочетания изображения и надписи) демонстрируют оценочное отношение владельца машины к определенным явлениям или идеям, а также отражают его ценности.

Можно выделить несколько типов знаков на автомобилях. Так, нередко автомобиль используется как место для размещения рекламной информации, что отражает значимость для предпринимателя продвижения собственного бизнеса. В таком случае на транспорте указывается название компании, адрес, телефон, ценная маркетинговая информация о реализуемых товарах и услугах. Нередко владельцы автомобилей делают надписи, связанные с указанием на личный аккаунт в соцсетях, что способствует продвижению собственного имени как бренда: «*aa_2000*», «*_bogodist_olga_*», «*presnickova98*».

Забота о близких, их безопасность – вот что значимо для многих. Такие предупреждающие знаки на машинах, как «*Ребенок в машине!*» или «*Дети в машине!*», указывают на то, что для родителей главное в жизни – это их дети. Также может быть выражена ценность благополучия супруги, чаще в ироническом ключе: «*Иногда за рулём жена. Не гудите, ей и так страшно!*»

Водители демонстрируют патриотические чувства и любовь к Родине: просто одним словом «*Россия*», словами благодарности «*Мы помним*», «*Спасибо деду за Победу!*», которые показывают уважительное отношение к своей стране и ее истории. Отличительная черта последних лет – изображение буквы Z, отражающей поддержку СВО.

Для автомобилиста может быть значима этническая и территориальная самопрезентация. Принадлежность к тому или иному этносу, малая родина могут быть ценностью для человека, формируя его идентичность: «*Татарин*», «*УРАААЛ В ГОРЫ*».

Нередко на автомобилях размещаются надписи, указывающие на то, что владелец автомобиля – человек быстрый, опасный: «*Акула*

чёрной масти», «*headhunters*», что актуализирует ценности определенной группы водителей (установку не на безопасное, а на скоростное вождение).

Частотны на автомобилях юмористические надписи, которые могут свидетельствовать о ценности для водителя юмора и позитивного восприятия мира: «*Спаси и сохрани от гаишников*», «*#Затоневкредит*», «*Служба депортации инопланетян*».

Таким образом, надпись на автомобиле – это многофункциональный аксиологический знак, выражающий ценностные ориентации водителя.

Лабунец Н. В.
ТюмГУ, Тюмень, Россия
Эртнер Е. Н.
ТюмГУ, Тюмень, Россия

КУХНЯ КАК МАТЕРИАЛЬНОЕ И СИМВОЛИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

В соответствии с современными лексикографическими данными, семантическая структура слова *кухня* включает в себя компоненты: помещение; кушанья, подбор блюд; скрытая сторона какой-либо деятельности. В НКРЯ слово отмечено в деловой письменности с 1732 г., где функционировало в первом и втором значениях. Ранее, в 1700–1722 гг., использовалось слово *поварня* в первом значении *кухня*. В дальнейшем *поварня* вошло в состав историзмов, в то время как *кухня* стало обогащаться символическими смыслами. В докладе рассматривается развитие слова в направлении от концепта – к аксиологеме (термин Н. А. Купиной) [Купина 2024], порождающей локальные тексты русской культуры, например, «тюменский текст русской кухни» [Лабунец 2022].

Материалы НКРЯ свидетельствуют о развитии нового значения «центр общения, разговоров о важном», ср.: «*Как тоскливо в отдельной квартире Серафиме Петровне, / в чьем мире коммунальная кухня была клубом, как ей теперь одиноко!*» (Б. Слуцкий); «*А на московских светлых кухнях / остры беседы, как всегда*» (Н. Коржавин).

Поэтический подкорпус НКРЯ наглядно демонстрирует приращение коннотаций (развитие третьего значения слова): *цензурные кухни* (А. Жемчужников), *кухня женского обману* (М. Цветаева); а также метафоризацию слова: *кухня-книга* («*Книги бесконечной кухни жирный том*». С. Петров), *кухня-родина* («*Жизнь кухнею разит… О родина святая!*» К. Случевский; «*Из кухни вид. Оконце узкое / За занавескою в оборках, / И ходики, и утро русское / На русских городских задворках*». Б. Пастернак).

Очевидно, что в дальнейшем вектор развития слова *кухня* смещается в аксиологическом направлении, локальные тексты русской кухни репрезентируют широкий аксиологический потенциал слова. Заметно продвижение от традиционного ощущения *вкуса еды* – к новым смыслам: «экономика впечатлений», гастропутешествие, «кухня-шоу», визуализация («еда глазами»), дизайн блюд как феномен модной еды, высокой кухни, искусство фуд-арта: «*Пора популярить изыски, утончиться вкусам народа, // На улицу специи кухонь, огимни в эксцесс в вирелэ!*» (И. Северянин).

Литература

Купина Н. А., Пикулева Ю. Б. Лингвоаксиологическая диагностика сверхтекста российских СМИ периода специальной военной операции на Украине // Известия УрФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2024. Т.30. № 2. С. 5-17.

Лабунец Н. В., Эртнер Е. Н. Гастрономический текст в обучении русскому языку иностранцев: семиотическая проекция // Филологический класс. 2022. Т.27. № 1. С. 236-248.

Лотман Ю. М. От кухни до гостиной // Лотман Ю. М. История и типология русской культуры. СПб.: Искусство – СПБ, 2002. С. 255-320.

Ли Тяньин
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ФИЛОЛОГ» (НА МАТЕРИАЛЕ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ)

Теория лингвокультурного типажа является новым направлением, получившим развитие в лингвистике за последние двадцать лет.

Согласно определению В. И. Карасика, основателя данной теории, лингвокультурный типаж – это «обобщенный образ представителя определенной социальной группы в рамках конкретной культуры, узнаваемый по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [Карасик 2002: 47].

Согласно В. А. Колеватову, «как слово, так и изображение могут выражать понятия разных уровней абстрактности» [Колеватов 1984: 34]. Поэтому мы включаем креолизованные тексты филологов в наше исследование лингвокультурного типажа «филолог».

Мы искали креолизованные тексты на русском и китайском языках с использованием поисковых сайтов Yandex и Baidu по ключевому слову «филолог». Вот несколько примеров, которые мы нашли.

Рис.1 Китайский филолог

Рис.2 Русский филолог

При анализе креолизованных текстов мы придерживаемся методики Т. С. Магера, анализируя текстовую и изобразительную информацию в двух отдельных частях [Магера 2006: 27–37].

Мы приходим к выводу, что типичный образ филолога ассоциируется с людьми средних лет и старше, которые предпочитают строгий стиль одежды, носят очки и часто изображаются с книгами в руках. Мужчины в этом образе могут иметь усы и лысину, а женщины – собранные волосы. Эти люди, как правило, любят классическую литературу, обладают глубокими знаниями и пользуются уважением в обществе.

Литература

Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

Колеватов В. А. Социальная память и познание. М.: Мысль, 1984.

Магера Т. С. Текст политического плаката: лингвориторическое моделирование (на материале региональных предвыборных плакатов): дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2006. С. 27–37.

Ло Ди
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ЦЕННОСТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЖАНРА БЛАГОДАРСТВЕННОГО ПИСЬМА В РЕЛИГИОЗНОМ СТИЛЕ

Благодарственное письмо, важный вид делового письма, несет функцию выражения признательности [Абдуллина 2016: 21]. Этот уникальный жанр широко используется как в светской, так и в религиозной коммуникации. В работе исследуются ценности жанра благодарственного письма (на материале православия) в условиях расширения его применения и роста значимости.

При анализе материала наблюдения показывают, что в благодарственных письмах аксиологические суждения и аксиологемы находятся в основной части текста и этикетном заключении. Они тесно связаны с выражением благодарности, например: *Примите слова искренней благодарности* [Русская православная церковь: электронный ресурс].

Помимо благодарности, основная часть текста может отражать и другие ценности: *Дорогой брат во Христе* [Русская православная церковь: электронный ресурс]. Подчеркиваются **христианские ценности всеобщего братства**. Верующие – братья и сестры независимо от региона или расы.

Велико благословение Бога, устроившего Церковь Свою подобно телу [там же]. Метафора «Церковь – тело Христово» часто встречается в Библии. Христос – глава, церковь – Его тело, а каждый верующий – его член, что иллюстрирует взаимосвязанные отношения между верующими и демонстрирует религиозный дух **единства**.

Да благословит Всемогущий Бог наш мир [там же]. Верующие в большой степени зависят от Бога в духовном плане и твердо верят, что Он способен дать им мир, что свидетельствует о **доверии и зависимости верующих в Бога**.

Исследование показало, что в религиозном благодарственном письме отражаются религиозные аксиологические установки (благодарность, христианские ценности всеобщего братства, единства, доверия к Богу и др.). Они сосредоточены в основной части текста и этикетном заключении.

Литература

Абдуллина Н. И. Разновидности деловых писем // Теория и практика современной науки. 2016. №4 (10). С. 19–22.

Русская Православная Церковь. Официальный сайт Московского Патриархата [Электронный ресурс]. URL: http://www.patriarchia.ru/.

Ма На
Тайчжоуский университет, Тайчжоу, КНР

О ТОНАЛЬНОСТИ НАЗИДАНИЯ В ЖАНРЕ ЦЕРКОВНОГО ПОСЛАНИЯ

Современное церковное послание как распространённый жанр в сфере церковно-религиозной коммуникации представляет собой официальное письмо поздравления, приветствия, соболезнования и обращения иерарха Русской православной церкви к своей пастве и (светским и духовным) официальным лицам. Он включает множество жанровых разновидностей. Общей коммуникативной целью жанра церковного послания является выражение этикета и пропаганда позитивной роли РПЦ в жизни современного общества. В церковных посланиях автор достигает также положительного эмоционального воздействия на адресат, религиозного просвещения и воспитательно-дидактической цели. По доминирующей целеустановке церковные послания можно разделить на этикетные и поучительные. К первым относятся поздравления и соболезнования высшему церковному

духовенству и светским должностным лицам, а также приветствия участникам важных мероприятий или конференций. К последним относятся жанровые образцы послания, собственно послание и обращение ко всему духовенству и верующим. Эти коммуникативные цели совместно влияют на формирование содержательной стороны церковного послания и на отбор и организацию языковых средств.

Задачей статьи является описание категории тональности назидания в жанре церковного послания, выявление в нём основных языковых и речевых средств выражения данной тональности, установление особенности реализации данной текстовой категории. Материалом для анализа послужили тексты церковных посланий, опубликованных в бумажных и электронных СМИ с 1991 по 2018 год, принадлежащих шести архипастырям Русской православной церкви, охватывающих различные разновидности посланий современной православной церкви.

Тональность (субъективная модальность) – это текстовая категория, в которой «находит отражение эмоционально-волевая установка автора текста при достижении конкретной коммуникативной цели, психологическая позиция автора по отношению к излагаемому, а также к адресату и ситуации общения. Определяется ценностными воззрениями автора и характером речевого взаимодействия» [Матвеева 2006: 549]. Наряду с оценочностью рационального типа, тональность составляет часть комплексной категории субъектности речевого произведения.

О выделении разновидностей тональности не существует единого мнения. Балли выделяет такие виды субъективной модальности: оценочность, эмоциональность и волеизъявление [Балли 1955: 43-45]. Т.В. Матвеева считает, что спектр конкретных разновидностей тональности неисчислим и вряд ли может быть строго классифицирован. А средства выражения категории тональности многообразны, относятся к языковым и речевым уровням. В тексте языковые и речевые средства образуют функциональное поле, ядро которого состоит из единиц повышенной текстовой значимости – наиболее частотных и представленных в сильных позициях текста.

На наш взгляд, основной, определяющей базовую тональность церковного послания является позиция автора по отношению к адре-

сату. Анализ церковных посланий показал наличие существенной специфики в области прагматики текста: автор церковного послания обращается к адресату от лица Русской православной церкви, являясь духовным пастырем, наставником, посредником между церковью как наместницей Бога на земле и народом. Такая позиция предстоятеля русской православной церкви даёт автору право на поучение, наставление. Следовательно, можно выделить одну разновидность тональности, определяющую своеобразие жанра, – тональность назидания.

Следует отметить, в отличие от других типов поучающего дискурса, в религиозной коммуникации дидактическая направленность носит открытый, эксплицитный характер. Кроме того, назидание в текстах религиозного дискурса основывается на христианских ценностях, морально-нравственных и этических нормах. В системе христианских ценностей Богооткровенная истина о Пресвятой Троице как абсолютно совершенном Духе представляет собой Высшее благо, являющееся источником и всех остальных ценностей. Божество является не только абсолютным Разумом и Всемогуществом, но и всесовершенной Благостью и Любовью. Для христианина этические нормы рассматириваются как божественные установления, имеюшие абсолютное значение.

Одной из комуникативных целей церковного послания является призыв к соблюдению христианских заповедей, сохранению религиозных традиций, соблюдению церковных установлений, наставление адресата на путь христианской жизни, обретения добродетелей любви к Богу и ближнему, смирения, покаяния, милосердия, стремления к спасению души. В текстах церковного послания назидательная установка не только реализуется в указаниях, как вести себя в различных жизненных обстоятельствах, но и в предостережениях, запретах, советах, в нравственных оценках иерархом поступков, событий и явлений, в объяснении ключевых христианских понятий и необходимости следовать заповедям божьим и нравственным нормам. Данный вид тональности формируется разнообразными средствами.

Ведущими средствами формирования назидательного характера церковного послания являются глагольные лексемы, выражающие идею долженствования. Модальные предикаты *надо, нужно, нельзя, следует, необходимо, невозможно, надлежит, должен, обязан, при-*

зван в сочетании с инфинитивом и глагольная форма императива образуют ядро назидательной тональности жанра церковного послания, стимулируют воздействие говорящего на поведение адресата.

Но ***потрудиться нужно*** *еще очень и очень много! Особо* ***следует заботиться*** *об укреплении семьи, дабы сделать ее крепкой и гармоничной...* (ППА-2007).

Важным средством создания назидательной тональности церковного послания является глагольная форма императива. В самом деле, в церковных посланиях реализуются параллельно как тональность назидания, так и тональность побуждения. С высокой частотностью употребляются императивные формы 2-го лица множественного числа, инклюзивные формы повелительного наклонения и императивные формы 3-го лица единственного или множественного числа с частицами *да, пусть*. Наши наблюдения показывают: в жанре церковного послания императив употребляется чаще всего с глаголами духовной и морально-нравственной сферы (*молиться, обновить душевные силы, беречь сокровище веры, творить дела любви и милосердия, воспитывать волю, хранить святую радость*) и мыслительной деятельности (*помнить, спрашивать себя, представить, ознакомиться* и др).

Берегите *драгоценное сокровище веры, н****е разменивайте*** *его на мелочи каждодневной суеты, на скоропреходящие наслаждения и порочные удовольствия... Искренне* ***молитесь*** *Богу,* ***обращайтесь*** *к Нему за помощью,* ***учитесь*** *по-настоящему любить окружающих вас,* ***воспитывайте*** *свою волю в добре* (П. 2.53).

Будем делиться *друг с другом радостью нынешнего торжества!* ***Согреем*** *теплом сердец тех, кто сегодня страдает и испытывает лишения* (ППК-2010).

Пусть *это спасительное празднование* ***послужит*** *нашему духовному назиданию,* ***укрепит*** *в вере,* ***обновит*** *душевные силы,* ***умножит*** *в наших сердцах любовь к Богу и людям* (РПЛ-2014).

Да воскреснет *Бог в наших сердцах и* ***да расточатся*** *ложь, вражда, злоба, распри и всякие разделения в жизни нашей...* (ППК -2011).

Помимо указанных глагольных конструкций, важную роль в реализации тональности назидания играют такие языковые средства: настоящее время богословского обобщения, предложения типа *Зада-*

ча – учиться (структурная схема N1 – Inf), ограничительные частицы (*только*), стилистические приёмы (повтор, антитеза, риторический вопрос). В церковных посланиях при введении в текст чужой речи с целью обозначения речевого действия, происходившего в прошлом и не совпадающего с моментом речи [Прохватилова 2006: 23], используется настоящее время богословского обобщения.

«Не упивайтесь вином, от которого бывает распутство; но исполняйтесь Духом, назидая самих себя псалмами и славословиями и песнопениями духовными, поя и воспевая в сердцах ваших Господу» (Еф. 5:18), – ***пишет*** *апостол Павел*. (П. 2.49)

Чётко указывая адресату на важные задачи, ответственность или обязательства, адресант церковного послания часто употребляет предложения типа N1 – Inf (*Задача – учиться*). «В предложениях типа *Задача – учиться* (структурная схема N1 – Inf) позицию подлежащего занимают существительные с абстрактным значением: *обязанность, дело, работа, задача, забота, цель, обязательство, идея, долг, жребий, судьба, способ, решение* и под. слова, называющие отвлеченные явления и понятия, а также такие субстантивированные прилагательные и сочетания, как *главное, основное, самое трудное, самое легкое, самое лучшее*. Позиция сказуемого может быть замещена инфинитивом с любым лексическим значением: *Задача – сохранить урожай*» [РГ 1980: 306]. В подобных предложениях в сказуемом или раскрывается суть, основное содержание того, что названо подлежащим, или толкуется смысл называемого. При этом структура простая и ясная, что стимулирует понимание адресата и воздействие адресанта на поведение адресата.

Наш высокий ***долг*** *и священная* ***обязанность*** *как православных христиан – всемерно* ***противостоять*** *злу добром* (РПА-1996).

Но ***только*** *он по милости Божией способен победить нынешние беды и нестроения, исцелить вражду и разобщенность, избавить нас от уныния и отчаяния <…>* (ППА-1996)

Посредством ограничительной частицы *только* автор церковного послания наставляет верующих на путь христианской жизни, призывает неуклонно следовать за Богом, соблюдать заповеди Божии, ведь только благодатью Святого Духа мирские люди побеждают грех, достигают спасения души, могут войти в Жизнь Вечную. Окружающий мир грешен и опасен, спасение лежит в вере в Бога.

Дидактичность изложения ключевых православных постулатов, поучения церковного иерарха достигают в посланиях благодаря высокой частотности изобразительно-выразительных средств, таких как фигуры и тропы. Всем известно, стилистические приёмы представляют собой такую форму речи, которая выделяет информацию, усиливает её смысловую значимость в тексте. По нашим наблюдениям, немаловажный вес для передачи дидактической направленности церковного послания имеют повтор, антитеза, риторический вопрос.

Крест Христов *предстает перед нашими духовными очами как знамение великой и спасительной любви Божией... И Животворящий* ***Крест Христов*** *– символ нашего искупления – воссиял ослепительным* ***светом Воскресения****. В этом* ***свете*** *все видится по-иному: разрывая круг повседневных забот и проблем,* ***свет*** *этот высвечивает главное в нашей жизни... Осиянный* ***светом Воскресения*** *Христова, легче становится* ***крест****, который несет каждый из нас, следуя за Господом, –* ***крест*** *ежедневных забот, болезней, тревог и испытаний,* ***крест*** *служения ближним* (ППА-2002).

Воскресением Христовым человек избавляется от власти греха, проклятия и смерти, ибо Пасха Христова – это и есть переход от ***смерти*** *к* ***жизни****, от* ***греха*** *к* ***добродетели****, от* ***проклятия*** *– к восприятию* ***даров*** *и* ***благословений Божиих*** (ППА-1998).

Трудно следовать путям, достойным христианина, для этого нужна... Но только на этом пути можно достичь вожделенной цели – стяжать Царство Небесное, войти в Жизнь Вечную. ***И чего же нам бояться, если с нами Бог, даровавший нам непреходящую радость Пасхи? Что может отлучить нас от любви Божией? Наши грехи?*** *Но всех прощает и призывает к Себе Всемилостивый Господь.* ***«Окамененное нечувствие»?*** *Но милосердно стремится Он к нам навстречу, исполняя мольбы взывающих к Нему: «Господи! Помоги моему неверию!»* ***Житейские скорби?*** *Но как мимолетный сон пройдут они и забудутся в Жизни Вечной.* ***Смерть ближних?*** *Но умершие во Христе наслаждаются уже Божественным светом в Царстве Небесном и ныне празднуют вместе с нами Воскресение Христово* (ППА-2002).

Таким образом, в подавляющем числе наставление в церковных посланиях обращается не только к адресату, но и к самому адресанту,

выражает всеобщее обязательство, способствующее единению в вере. Основываясь на христианских ценностях, морально-нравственных и этических нормах, оно носит открытый, эксплицитный характер и абсолютное значение. Тональность назидания служит воспитательно-дидактической коммуникативной цели церковного послания, совершается посредством указаний, как вести себя в различных жизненных обстоятельствах, в предостережениях, запретах, советах, в нравственных оценках иерархом поступков, событий и явлений, в объяснении ключевых христианских понятий и необходимости следовать заповедям божьим и нравственным нормам. Ведущими средствами формирования назидательного характера церковного послания являются глагольные лексемы, выражающие семантику долженствования, точнее, модальные предикаты *надо, нужно, нельзя, следует, необходимо* в сочетании с инфинитивом и глагольная форма императива образуют ядро назидательной тональности жанра церковного послания, а такие языковые средства, как настоящее время богословского обобщения, предложения типа N1 – Inf, ограничительные частицы (*только*), стилистические приёмы (повтор, антитеза, риторический вопрос), играют важную роль в реализации тональности назидания.

Литература

Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М.: Изд-во иностранной литературы, 1955. 416 с.

Матвеева Т. В. Тональность // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. Под ред. М.Н. Кожиной. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. С.549-552.

Прохватилова О. А. Экстралингвистические параметры и языковые характеристики религиозного стиля // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. Волгоград, 2006. № 5. С. 19-26.

Русская грамматика (в 2-х томах). Т. 2. Синтаксис. М.: Наука, 1980. 709 с.

Источники

П. 2.49 – Обращение Святейшего Патриарха Кирилла по случаю восстановления празднования Дня трезвости 11 сентября [Электронный ресурс]. URL: http://www.patriarchia.ru/db/print/3733583.html

П. 2.53 – Обращение Святейшего Патриарха Кирилла по случаю празднования Дня православной молодежи [Электронный ресурс]. URL: http://www.patriarchia.ru/db/print/3567450.html

ППА-1996/1998/2002/2007 – Пасхальное послание Патриарха Московского и всея Руси Алексия II [Электронный ресурс]. URL: http://patriarh-i-narod.ru/slovo-patriarha/paskhalnye-poslaniya-patriarha-alexiya-ii

ППК-2010/2011 – Пасхальное послание Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла архипастырям, пастырям, монашествующим и всем верным чадам Русской Православной Церкви [Электронный ресурс]. URL: https://www.patriarchia.ru/patriarh/interview

РПА-1996/2003 – Рождественское послание Патриарха Московского и всея Руси Алексия II [Электронный ресурс]. URL: http://patriarh-i-narod.ru/slovo-patriarha/rozhdestvenskie-poslaniya-patriarha-alexiya-ii

РПЛ-2014 – Рождественское послание Митрополита Саратовского и Вольского Лонгина священному клиру, боголюбивым инокам и инокиням и всей богоспасаемой пастве Саратовской епархии [Электронный ресурс]. URL: http://www.eparhia-saratov.ru/Articles/rozhdestvenskoe-poslanie-svyashhennomu-kliru-bogolyubivym-inokam-iinokinyam-vsejj-bogospasaemojj-pastve-saratovskojj-eparkhii-2014

Магсар Цэвээний
Монгольская ассоциация преподавателей русского языка и литературы,
Улан-Батор, Монголия

К ПРОБЛЕМЕ ПЕРЕВОДИМОСТИ ПОЭТИЧЕСКОГО ТЕКСТА КАК ЭСТЕТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Переводчики поэтического текста постоянно сталкиваются с проблемами, связанными с переводимостью того или иного стихотворного произведения. По поводу данной темы выделяются две характерные тенденции. В пример одной можно было бы привести известное изречение Самуила Маршака, который, несмотря на свою обширную переводческую деятельность, все-таки признавал крайнюю ограниченность перевода поэзии на другой язык. «Перевод стихов – высокое и трудное искусство – писал С. Маршак. – Я выдвинул бы два –

на вид парадоксальных, но по существу верных – положения. Первое. Перевод стихов невозможен. Второе. Каждый раз это исключение» [Маршак 1971: 371-375]. В пример другой тенденции можно взять взгляды многих российских теоретиков перевода, в частности, А. В. Федорова, И. С. Алексеевой, В. В. Сдобникова и др. «...Перевод поэтического текста – это один из самых сложных видов перевода, поскольку такой перевод носит относительно свободный характер. Иначе говоря, окончательного варианта перевода здесь быть не может, так как каждый переводчик по-своему интерпретирует и переводит на родной язык поэтические образы» [Борисенко, Глухова: электронный ресурс].

Для того чтобы обосновать собственный подход по этой теме, в данном докладе мы затрагиваем некоторые нюансы относительно специфических моментов в переводе произведений А. С. Пушкина на монгольский язык, ставя во главу угла эстетический параметр стихотворного произведения, так как именно он будет служить главным стержнем в переводе поэзии как искусства слова. В таком случае наиважнейшей задачей переводчика станет вопрос о том, как решить самую уязвимую, на наш взгляд, проблему – проблему сохранения полноценности эстетической системы переводимого произведения. Как всегда, у переводчиков возникают сомнения, «удастся ли им осуществить перевод таким образом, что читатели смогут узнать язык оригинального автора произведения, поскольку, делая свой выбор в пользу “наиболее характерного” переводчики неизбежно обнаруживают свое “я”» [Позднякова, Бабанина 2012: 169]. Трудность заключается, на наш взгляд, в том, как переводчик, будучи творческой личностью с собственным мироощущением и эстетическим вкусом, решает свой выбор построения переводного текста, в котором волей-неволей будут присутствовать элементы субъективного характера в зависимости от личностных и других качеств его самого.

Всем известно, что в переводоведении существуют понятия адекватности и эквивалентности. Оба понятия являются критериями оценечными по отношению к переводному тексту. Например, Я.И. Рецкер пишет: «Поскольку критерием адекватности может быть лишь соответствие частице действительности, описанной в оригинале, равноценность средств определяется если не тождеством, то мак-

симальным приближением полученного результата к воздействию оригинала. Анализ любого перевода, выполненного на высоком уровне мастерства, показывает, что основа установления равноценности языковых средств может быть только функциональная, а не формальная» [Рецкер 2007: 8]. Что касается эквивалентного перевода, то это «перевод, осуществляемый на уровне, необходимом и достаточном для передачи неизменного плана содержания при соблюдении норм переводящего языка» [Бархударов 2008: 186]. Хотя и тот и другой параметр является применимым в виде критерия к полноценному художественному переводу, однако для перевода поэтического текста показательно употребление параметра эквивалентности, нежели адекватности, так как идеальный поэтический перевод без потери лексемы или каких бы то ни было других элементов оригинала – это редкость. Понятно, что поэтический перевод – это не просто межъязыковая трансформация. Он включает в себя ряд факторов, касающихся, в первую очередь, художественной картины мира, диктующей эстетическое оформление текста, культурного пространства, духовности нации, ее образа мышления, восприятия и т. д.

Для того чтобы посмотреть на необходимость прибегания переводчика к той или иной вариации адекватности или эквивалентности ради сохранения художественной формы и эстетического совершенства оригиналов, в докладе мы берем два стихотворения Пушкина и свой опыт их перевода на монгольский язык. Однако следует отметить, что структурно-графическая или смысло-звуковая и другие особенности стиха, переплетенные в оригинальном единстве, едва ли могут быть адекватно во всех отношениях трансформированы. К тому же воспроизведение чужой словесной системы, будь то поэтической или эстетической, – дело относительно нереальное. Каждый раз задача переводчика заключается в том, как по максимуму найти «золотую середину».

Необходимость прибегания к эквивалентному соотношению оригинала и перевода диктуется в первую очередь тем, что в оригинале присутствует ряд специфических моментов, касающихся и поэтической организации художественной речи, и лексико-синтаксического отличия, и ментальности, то есть образа мыслей, душевного склада у разных народов.

Литература

Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 235 с.

Борисенко Ю. А., Глухова А. С. К вопросу о переводе поэзии // Многоязычие в образовательном пространстве. 2016. Вып. 8. С. 88–92.

Маршак С. Я. Собрание сочинений в 8 тт. Т. 6., М.: Художественная литература, 1971. 672 с.

Позднякова К. Б., Бабанина Т. М. Проблемы перевода поэзии // Актуальные вопросы преподавания иностранного языка, межкультурной коммуникации и переводческих дисциплин в вузе: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конференции преподавателей, аспирантов и студентов вузов (Екатеринбург, 28 ноября 2012 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2012. С. 168–173.

Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода. М.: «Р. Валент», 2007. 244 с.

Марковская А. И.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ЭКСПЛИКАЦИЯ КАТЕГОРИИ ТОНАЛЬНОСТИ В «ПОУЧЕНИИ» ВЛАДИМИРА МОНОМАХА

«Поучение» – автобиографический памятник проповеднического типа [Сарин 2014: 274], собрание сочинений Владимира Мономаха, в которых киевский князь выражает свои этические представления [Лихачев 1975: 115], формулирует наставления в правильном поведении. На материале «Поучения» выявляются экспликации текстовой категории тональности, которая зависит «от ценностных воззрений автора и характера речевого взаимодействия» [Матвеева 2014: 692].

Автор выражает особо почтительное отношение к Богу, что соотносится с благоговейной тональностью текста [Ицкович 2012: 162], которая достигается за счет цитирования Псалтыри как Слова Божия. Благоговение перед Божественным величием также поддерживается возвышенной и эмоционально-оценочной коннотацией языковых единиц: *похвалих Бога* (воздал хвалу Богу), *Отець вашь небесный* (Отец

ваш небесный), *человѣколюбець Богъ милостивъ и премилостивъ* (человеколюбец Бог милостив и премилостив).

Выделенная при анализе текстов беседная тональность задается обращениями князя к читателям: *вѣрный человѣче* (верующий человек), *дѣти моя* (дети мои); риторическими вопросами и употреблением *мы*-конструкций со значением равенства [Ицкович 2012: 165]: *А мы что есмы, человѣци грѣшни и лиси?* (А мы что такое, люди грешные и худые?)

Мономах обращается к адресату с целью воздействовать на него, совершенствовать его душу, что указывает на наличие в «Поучении» ключевой тональности – дидактической. Она воплощается в тексте с помощью языковых средств, к которым принадлежат императивы: *любите и набдите* (любите и заботьтесь); модальные частицы: *да не застанетъ вас солнце* (пусть не застанет вас солнце); предикативные конструкции, выражающие идею долженствования: *рещи бяше* (надо было сказать), *к Богу бяше покаятися* (надо было покаяться Богу).

Итак, в «Поучении» Владимира Мономаха эксплицируются три субкатегории тональности, сближающие памятник с жанром проповеди: благоговейная, беседная и дидактическая.

Литература

Ицкович Т. В. Базовые субкатегории тональности в текстах религиозного стиля (на материале православной проповеди) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2012. № 14. С. 147–154.

Лихачев Д. С. Великое наследие. Классические произведения литературы древней Руси. М.: Современник, 1975. 366 с.

Матвеева Т. В. Тональность текста // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. 2-е изд., перераб. и доп. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. С. 692–694.

Сарин Е. И. Специфика автобиографического дискурса в Поучении Владимира Мономаха // Вестник Брянского государственного университета. 2014. № 2. С. 274–279.

Источники

Поучение Владимира Мономаха // Библиотека литературы Древней Руси. Т. 1. СПб.: Наука, 1997. С. 456–475.

Метлушко И. В.
МГЛУ, Минск, Беларусь

КОЛЛЕКТИВНАЯ ПАМЯТЬ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ КАК ЦЕННОСТЬ БЕЛОРУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

Идея изучения памяти как надындивидуального, коллективного феномена зародилась в социогуманитарных науках в 20-е гг. XX в. [Дюркгейм 1995; Хальбвакс 2007] и получила свое активное развитие в геополитически нестабильной второй половине столетия [Ассман 2004; Хирш 2021 и др.]. Термин *коллективная память* (совокупность представлений и знаний о событиях и персоналиях прошлого, разделяемый некоторой группой людей) рассматривается как зонтичный и включает в себя *историческую*, *социальную*, *культурную* и др. виды памяти, противопоставляемые *индивидуальной* памяти человека [Тивьяева 2018]. Терминологическое многообразие обусловлено научным подходом, в русле которого ведется изучение надындивидуальной памяти.

Установлено, что коллективная память выступает основной самоидентификации человека, национального строительства и единства [Ассман 2004; Нора 1999]. Обозначенная полифункциональность коллективной памяти отражается в ее негомогенной, сложной феноменологии, не имеющей в настоящее время полного комплексного описания, но деконструируемой на основе, например, событийности. Одним из краеугольных событий, активно исследуемых в русле Memory Studies и оказавших значительное влияние на жизнь современного европейского общества и не только [Миллер 2022], является Вторая мировая война, включающая события Великой Отечественной войны (ВОВ). Вопрос о событиях, персоналиях, которые коллектив (нация) выбирает помнить или предавать забвению, значим не только для стран-победительниц, но и для человечества в целом. Например, в Республике Беларусь (РБ) сохранение коллективной памяти о событиях ВОВ репрезентировано в СМИ как одно из приоритетных направлений мысли современных белорусов, один из ценностных ориентиров, «определяющих содержание и специфику культуры в целом» [Карасик 2022].

Данное утверждение находит подтверждение в медийной репрезентации, расширении и диверсификации коммеморативных практик, активной институализации памяти о ВОВ, законодательной деятельности (принятие закона о «Геноциде белорусского народа»), устойчивом интересе к семейной истории, реализуемом историко-патриотическом туризме, воспитании детей и молодежи, политике памяти и мн. др.

Проведенный анализ 1216 новостных сообщений за 2024–2025 гг., отобранных методом целенаправленной выборки по ключевому слову *ценность* на главном новостном ресурсе Беларуси БелТА, свидетельствует, что апелляция к сохранению коллективной памяти о событиях ВОВ как к ценности белорусского народа объективирована в 18% отобранных текстов. Например, *Конституцией предусмотрено сохранение исторической памяти о героическом прошлом белорусского народа наряду с обязанностью беречь историко-культурное, духовное наследие и другие национальные ценности* [БелТА: электронный ресурс].

При этом память о событиях ВОВ вербализована в СМИ среди таких ценностей белорусской лингвокультуры, как *мир*, *стабильность*, и упоминается наряду с обобщенными указаниями на *религиозные / христианские*, *семейные* и *традиционные ценности*. Более того, сохранение памяти о событиях ВОВ маркируется в текстах как *правильная* ценность белорусского народа, которую *стремятся запечатлеть*, *пронести через века, не дать стереть,* противопоставляя ее *западным ценностям* в антиномии «свой – чужой». В новостных сообщениях отмечается, что белорусы *бережно и свято хранят*, *чтят*, *передают* коллективную память о ВОВ потомкам (*«Сохранение памяти о Великой Отечественной войне стало особенно актуально в контексте современных культурных и социально-политических вызовов <…> И мы обязаны помнить и чтить память миллионов людей, которые отдали свои жизни ради нашего будущего, передавая эти ценности следующим поколениям»* [БелТА: электронный ресурс].

Таким образом, изучение материалов главного новостного сайта РБ БелТА позволяет извлечь информацию о вербализуемых в СМИ ценностных доминантах белорусской лингвокультуры. К последним относится сохранение коллективной памяти о ВОВ, что делает перспективным ее дальнейшее изучение с позиций лингвоаксиологии.

Литература

Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М.: Языки славянской культуры, 2004. 368 с.

Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Юрайт, 2025. 307 с.

Карасик В. И. Щедрость как ценность русской лингвокультуры // Общая и русская лингвоаксиология: коллективная монография. М. – Ярославль, Издательство «Канцлер», 2022. 390 с.

Миллер А. И., *Соловьева А. В.* Память о Второй мировой войне за пределами Европы: коллективная монография. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2022. 264 с.

Нора П. Франция – память. СПб.: СПбГУ. 1999. 333 с.

Тивьяева И. В. Фиксация и трансляция индивидуальной памяти средствами естественного языка. М.: Наука, 2018. 224 с.

Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М.: Новое издательство, 2007. 348 с.

Хирш М. Поколение постпамяти. Письмо и визуальная культура после Холокоста. М.: Новое издательство, 2021. 428 с.

Источники

БелТА [Электронный ресурс]. URL: https://belta.by/society/view/karpenko-konstitutsija-stoit-na-strazhe-gosudarstvennosti-suvereniteta-nezavisimosti-sohranja et-702705-2025/

Михайлова О. А.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ФРАЗЕОЛОГИЗИРОВАННЫЕ ЗАГОЛОВКИ В МЕДИАТЕКСТАХ: ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Массмедиа являются полифункциональным продуктом – одновременно средством информирования и воздействия. Следовательно, заголовок как метазнак массмедийного текста, занимающий сильную текстовую позицию, должен также выполнять обе указанные функции.

Во-первых, заголовок должен давать свернутую модель отраженной в статье ситуации. Во-вторых, с точки зрения прагматики он должен осуществлять воздействие на интеллект и эмоции адресата-получателя информации рациональными (цифры, факты), и эмоциональными (образы, оценки) средствами. Заголовок предлагает сжатый вариант информации, компрессированный вид сути текста, который читателю предстоит изучить.

Прагматическая функция является ведущей в заголовках, выраженных фразеологизированными структурами (ФС), или несвободными синтаксическими оборотами. ФС – это синтаксическая модель, по которой можно построить неограниченное количество высказываний, имеющих одно типовое значение, но разное конкретное содержание (используя различное лексическое наполнение): *Ох уж эта свадьба!.. Ох уж эти лишние килограммы; Что за ФИФА?; Что за безумие!; Вот так плод; Вот так кашу заварили; Отдыхать так отдыхать!; Что ни «новость», то подлог*; *Что за загадочный браслет на руке Мишустина*?

Речевое построение данных заголовков свойственно разговорному стилю: автор создает психологический настрой на раскрепощенную обстановку, призывая читателя к диалогу.

Заголовки-ФС могут сформировать несколько иное представление о сути новости, нежели сами тексты статей. Чтобы проверить это предположение и определить, как адресат воспринимает заголовки, мы составили опросные листы и провели анкетирование среди студентов УрФУ, результаты которого будут изложены в докладе.

Михеева С. Л.
ЧГПУ им. И. Я. Яковлева, Чебоксары, Россия

ЛЕКСИКА И ГРАММАТИКА ОЦЕНОЧНОСТИ: ИМЯ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ СЕМАНТИКИ ЭТАЛОННОСТИ

В целостной системе языка среди множества составляющих его подсистем особого внимания заслуживают те из них, которые не име-

ют явного характера и представляют собой различным образом организованные функционально-семантические множества – так называемые «скрытые категории»: «семантические и синтаксические признаки слов или словосочетаний, не находящие явного (эксплицитного) морфологического выражения, но существенные для построения и понимания высказывания, в частности потому, что они оказывают влияние на сочетаемость данного слова с другими словами в предложении» [Булыгина, Крылов 1990; Гордиевская 2014]. Одной из таких категорий является семантическая категория эталонности [Воркачев 2003; Кобозева 2010], связанная с представлениями о нормативности и оценочности.

В настоящей работе рассматриваются семантика и функционирование имен прилагательных, значения которых связаны с выражением семантики эталонности: *эталонный, идеальный, настоящий, подлинный, истинный, реальный, натуральный, неподдельный* и т.п. Материалом для анализа служат данные различных современных словарей, а также фрагменты из Национального корпуса русского языка, используемые в качестве иллюстраций.

Литература

Булыгина Т. В., Крылов С. А. Скрытые категории // Лингвистический энциклопедический словарь: Москва: Советская энциклопедия, 1990. С. 457–458.

Воркачев С. Г. Эталонность в сопоставительной семантике // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 25. М.: Макс Пресс, 2003. С. 6–15.

Гордиевская М. Л. Скрытые семантические категории русского языка: к проблеме описания // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. 2014. № 5(40). С. 153–156.

Кобозева И. М. Скрытая именная категория эталонности и эталоны формы в русском языке // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. 2010. Т.9, № 6. С. 31–39.

Мустхофа М. Ю.
ЮУрГУ, Челябинск, Россия

ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ШУТОК-НАСМЕШЕК В СТЕНДАП-КОМЕДИИ

Насмешка – это форма шуток в стендап-комедии, когда комик высмеивает другого человека или издевается над ним из-за его работы, национальности или чего-то, связанным с личностью человека. Комик создает юмористический эффект с помощью своих насмешек. Это явление интересно проанализировать через перспективу лингвоаксиологии, а именно изучения того, что язык является не только средством общения, но и того, как язык связан с ценностями общества.

Как утверждают ученые, социальная лингвоаксиосфера всегда фрагментирована через призму индивидуального восприятия получателя информации [Старостина, Чекулай, Прохорова 2022]. С точки зрения лингвоаксиологического анализа это означает, что ценности будут воплощаться в шутках-насмешках. В данном случае языковая ценность в параметрах лингвоаксиологии воплощена в форме насмешки, которая вызывает улыбку, а не в форме насмешки, которая вызывает ненависть.

Данная гипотеза о шутках в форме насмешки согласуется с мнением М. В. Мусийчука об аксиологической функции юмора как оценки на индивидуальном и социальном уровнях [Мусийчук 2006]. Лингвоаксиология предлагает интересную основу для анализа насмешек в стендап-комедии. Понимая язык и социальные ценности, мы можем оценить сложность дискурса насмешек и юмора, который заключается не только в смехе, а в отображении более широкой социальной динамики.

Литература

Мусийчук М. В. Аксиологическая функция юмора // Философские науки. 2006. Т.7. № 2. С. 91–94.

Старостина Ю. С., Чекулай И. В., Прохорова О. Н. Англоязычный драматургический диалог как стилизованная коммуникация: лингвоакси-

ологический аспект // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. Т.41. № 1. С. 143–155.

Ноздрин Ю. А.
УрГПУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ ДЕТСКОГО ПОЭТА (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА М. ЯСНОВА)

Поэзия для самых маленьких существовала всегда: сначала в качестве поэтического фольклора, а затем в качестве профессиональной словесности. «Детская поэзия, на каком бы языке она ни создавалась, сочетала два взаимопроникающих понятия, – пишет о феномене детской поэзии М. Д. Яснов, – она объединяла круг детского чтения и произведения, написанные специально для детей» [Яснов 2019: 9]. Однако книги для детей появились не сразу, поэтому нередко в круг детского чтения входила литература, рассчитанная на взрослого читателя (например, свои сказки П. П. Ершов и А. С. Пушкин писали все-таки для взрослых). Детская литература и, в частности, поэзия не сразу пришли к ребенку: «Долгое время детские книги использовались в первую очередь в учебно-воспитательном процессе, и важной была при этом роль православной церкви» [Хеллман 2016: 4].

И. С. Кон довольно четко определяет временной промежуток, в котором зарождается подлинный интерес к миру детства: именно романтики признали за детством «автономную, самостоятельную социальную и психологическую ценность» [Кон 2003: 7]. С этого момента начинается развитие и усложнение детских образов в литературе. Расцвет детской литературы начинается с 1917 года, когда возникает потребность в создании нового человека. В том числе в начале 20-го века развивается жанр книжки-картинки, начинают свой творческий путь многие будущие классики детской литературы, да и вообще сама литература для детей проживает свой золотой век.

Поскольку у детской поэзии особый адресат, а также специфические средства воздействия, Н. М. Азарова причисляет ее к одной из разновидностей прикладной поэзии, сближая, например, с ре-

кламной, агитационной и просветительской: «Во всех этих стихах есть много общего, в то время как различия связаны с особенностями аудитории» [Азарова 2016: 645]. Во всех разновидностях прикладной поэзии работают профессионалы: так, М. Д. Яснов был не только детским поэтом, но и признанным переводчиком, историком и теоретиком детской литературы и редактором издательской серии «Библиотека Михаила Яснова». К. И. Чуковский, классик детской литературы, выделил две доминанты, характерные для детской поэзии: 1) близость детской и народной поэзии; 2) ориентация прежде всего на ребенка [Чуковский 2012: 337–340]. Из этих положений проистекают все правила-«заповеди», на которые обращает внимание К. И. Чуковский. Выделим самые значительные, о которых писали и другие исследователи детской литературы (См. Н. М. Азарова, И. С. Кон, Б. Хеллман): 1) графичность – «мышление рисунками»; 2) повышенная музыкальность; 3) предметность и глагольность; 4) игровой характер поэзии.

Сам М. Д. Яснов, анализируя стихи детских поэтов, в качестве достоинств хорошего текста выделяет живость, блестящую форму и экспрессивность. Кроме того, настоящими шедеврами он называет те, что близки по духу к народной поэзии: «поистине всенародными стали стихи, обращённые к самому юному читателю-слушателю и наделённые всеми чертами и признаками подлинного фольклора» [Яснов 2014: 35]. Одно из важнейших правил М. Д. Яснова можно сформулировать так: детский поэт обязан играть в стихи! По мнению поэта, игры в стихи помогают ребенку не только освоить возможности языка, но и овладеть смеховой культурой, «воспитывают в конечном счёте меру, вкус, такт и чувство юмора – то есть дают основу гуманистического образования и воспитания» [Там же: 172]. Другое важное правило, которого придерживался М. Д. Яснов, – вести разговор «изнутри» детского сознания: использовать «взрослые» ходы (например, метафору), «подталкивая малыша к активному освоению родного языка, а через него – и всего окружающего» [Яснов 2020: 8].

Приведем пример того, как М. Д. Яснов реализует эти правила на практике[6]:

6 Далее цит. по: [Яснов 2016] с указанием страниц в тексте тезисов. Орфография и пунктуация сохранены авторские.

Мой котёнок

Мой котёнок – черноушка.
Как назвать его?
Чернушка!

Мой котёнок – рыжеспинка.
Как назвать его?
Рыжинка!

Хвост – как белая кудряшка.
Мой котёнок,
Ты – Беляшка!..

Мой котёнок отзывается,
Мой котёнок так старается:

Имя учит –
И мяучит! (160)

Читая (или слушая) это стихотворение, малыш не только осваивает основной принцип номинации (от существенного признака к слову), но и учится внимательному, трепетному отношению к животным. Каждая строфа соответствует требованию графичности – её можно нарисовать за счет одного или нескольких ярких образов. К тому же стих звучит бодро, поскольку М. Д. Яснов использует 4-стопный хорей с пиррихиями, что не дает ребенку заскучать, а переносы позволяют разнообразить ритм. Кроме того, в стихотворении есть и игровые элементы: во-первых, сам процесс называния представлен в виде игры (игра с ожиданиями), поскольку ребенок может, начиная со второй строфы, постараться предугадать кличку для котенка; во-вторых, финальная строфа – языковая игра на полном созвучии слов (при несовпадении лексических значений), которая может удивить малыша, рассмешить его; в-третьих, поэт не боится использовать неологизмы, поскольку именно их созданиями и занимается ребенок в первые годы жизни, когда овладевает возможностями родного языка (см. «От двух до пяти» К. И. Чуковского). М. Д. Яснов в каждом своем стихотво-

рении придерживается взгляда ребенка, его ценностей и интересов, но при этом старается его воспитать, научить чему-то, но по-доброму, играя.

Литература

Азарова Н. М. Поэзия. Учебник / Н. М. Азарова, К. М. Корчагин, Д. В. Кузьмин, В. А. Плунгян и др. М.: ОГИ, 2016. 886 с.

Кон И. С. Ребенок и общество: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 336 с.

Хеллман Б. Сказка и быль. История русской детской литературы. М.: Изд-во «Новое обозрение», 2016. 848 с.

Чуковский К. И. Собрание сочинений: В 15 т. Т. 2: От двух до пяти; Литература и школа: Статья; Серебряный герб: Повесть; Приложение / Сост., коммент. Е. Чуковской. 2-е изд., электронное, испр. М.: Агентство ФТМ, Лтд, 2012. 640 с.

Яснов М. Д. Детская комната французской поэзии. Переводы. Портреты. Встречи. М. : Центр книги в Рудомино, 2019. 288 с.

Яснов М. Д. Опасная профессия. Санкт-Петербург: Фонд «Дом детской книги», 2020. 128 с.

Яснов М. Д. Путешествие в Чудетство: книга о детях, детской поэзии и детских поэтах. СПб.: «ДЕТГИЗ», 2014. 363 с.

Источники

Яснов М. Д. Полное собрание стихотворений для детей. СПб.: Фонд «Дом детской книги», 2016. 576 с.

Паршакова О. М.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ОБЗОР АВТОМОБИЛЕЙ КАК ОЦЕНОЧНЫЙ ЖАНР

Жанр, по определению Л. М. Майдановой, «выступает важным регулятором коммуникативного процесса, задавая рамки авторского замысла и формируя ожидания аудитории» [Майданова 1986: 118].

В обзорах автомобилей эта функция приобретает аксиологическую нагрузку: тексты не только описывают технические параметры автомобилей, но и транслируют систему практических, технологических, эстетических и статусных ценностей, отражающих социальные, экономические и культурные тренды.

Доклад построен на анализе оценочных суждений, извлеченных из материалов платформы «Автокод» – российского сервиса поиска и проверки автомобилей. В качестве корпуса исследования выбраны обзоры моделей Geely Monjaro и KIA K5.

Оценочность как ключевая черта жанра автообзора реализуется через субъективные суждения автора, которые, по Н. Д. Арутюновой, «служат инструментом воздействия на читателя» [Арутюнова 1988: 6]. Е. М. Вольф выделяет несколько параметров оценки: ее характер (положительная, отрицательная, нейтральная), природа (рациональная или эмоциональная) и способ выражения (абсолютная или сравнительная) [Вольф 1985: 12-16]. Примеры всех типов оценок можно найти в собранном материале.

При анализе оценочных высказываний важен композиционный фактор. Так, заголовки автообзоров, играющие ключевую роль в привлечении внимания аудитории, выражают общую концептуальную оценку той или иной марки автомобиля. Например, заголовок обзора Geely Monjaro – *«Китайский автомобиль, за который реально не стыдно»* – содержит положительную эмоциональную сравнительную оценку. Оценка опирается на стереотипные представления о китайских автомобилях и отражает статусные ценности потребителя.

В основном тексте обзора оценочные суждения дифференцируются по характеру и способу выражения. Рациональная оценка опирается на технические и эксплуатационные параметры, которые усиливают объективность утверждения*: «4,9 метра длины и 2,85 м колесной базы – типичны для класса D»*. Эмоциональная оценка, напротив, передается с помощью тропов: *«салон KIA K5 такой же футуристичный, как его экстерьер», «салон под стать космическому дизайну»*. Для формирования негативной оценки активно используются ирония и гипербола: *«Спринтером KIA K5 не назвать при всем желании», «бесконечные 10,6 секунд»*.

Литература

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 338 с.

Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985. 228 с.

Майданова Л. М. Очерки по практической стилистике: Для студентов-журналистов. Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1987. 184 с.

Пикулева Ю. Б.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

О НЕКОТОРЫХ СЛУЖЕБНЫХ СЛОВАХ КАК МАРКЕРАХ АКСИОЛОГИЧЕСКОГО СМЫСЛА

Перед исследователями в области лингвоаксиологии стоит важный вопрос инвентаризации маркеров аксиологического смысла – языковых единиц, которые способны формировать высказывания, отражающие ценностные установки. Так, исследователи выделяют прямые и косвенные языковые сигналы вербализации ценностных представлений и установок, среди которых прежде всего описываются лексические и синтаксические единицы [Купина 2017; Купина 2023; Шалина, Пикулева 2016]. Представляется, что следует обратить внимание и на некоторые служебные слова, которые могут передавать семантику значимости / важности.

Так, в качестве маркера аксиологического смысла может выступать частица ***не просто***, которая «употребляется для указания на то, что кто-что-л., кроме своих непосредственных характеристик, обладает дополнительными очень важными признаками» [Объяснительный словарь 2002: 221]: *Рамадан – это* ***не просто*** *месяц воздержания от еды и питья, это время глубокого духовного очищения, самодисциплины и приближения к Аллаху* (Ингушетия, 13.03.2025). Союз ***не просто..., а (но)*** используется при соединении однородных членов предложения, из которых второй представляется более существенным: *... школа для поселения –* ***это не просто*** *образовательное учреждение,* ***а*** *настоящий центр общественной жизни*

(Вятский край (Киров), 14.03.2025); *Участие в донорской акции –* ***это не просто*** *благородный поступок,* ***но и*** *реальная возможность спасти чью-то жизнь* (Теркйист (Знаменское), 14.03.2025). Такую же семантику выражает градационный союз ***не только ..., но и***, указывая на то, что характеристики объекта представлены в порядке увеличения ценности: *Участники мероприятия смогут* ***не только*** *посмотреть лучшие фильмы,* ***но и*** *пообщаться с экспертом* (Областная газета (Екатеринбург), 14.03.2025). Высказывания с указанными служебными словами тиражируются в ценностно заряженном рекламном дискурсе, что позволяет подчеркнуть, каковы, с точки зрения рекламодателя, потребности и ценностные установки потенциального потребителя.

Литература

Купина Н. А. Аксиологическая стратегия и ее речевая реализация в региональном газетном издании // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2017. Т.23. № 4(168). С. 19–31.

Купина Н. А. К проблеме аксиологического статуса слова в языке и речи // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. Тезисы докладоы Международной научной конференции. Екатеринбург, 2023. С. 99–101.

Шалина И. В., Пикулева Ю. Б. К проблеме описания методики лингвоаксиологического анализа (на материале диалогического общения носителей просторечной лингвокультуры) // Научный диалог. 2016. № 11(59). С. 121–132.

Объяснительный словарь русского языка. Структурные слова: предлоги, союзы, частицы, междометия, вводные слова, местоимения числительные, связочные глаголы : около 1200 единиц / под ред. В. В. Морковкина. 2-е изд., испр. М.: Астрель : АСТ, 2002. 426 с.

Попович С. Г.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КУЛЬТУРЫ В ЛЕКСИКЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ЯЗЫКОВ

Аксиологический аспект в художественных языках является отражением системы ценностей, моральных, этических и эстетических представлений, которые заложены в культуру вымышленного мира и его носителей. Данная надлингвистическая характеристика является одной из ключевых, когда речь заходит о естественной природе артлангов, ведь в реальных языках ценности и мировоззрение народа всегда находят отражение в лексике, грамматике, фразеологии и других языковых элементах [Демченков, Федяева 2024].

В рамках данного исследования проведён анализ лексического уровня вымышленных языков на предмет наличия в них аксиологического аспекта. В каждом из изученных нами артлангов (язык дотракийцев, язык квенья, клингонский язык) появляются слова, отражающие ключевые ценности культуры вымышленных народов. В зависимости от того, какие бытовые и духовные понятия являются наиболее значимыми для жителей вымышленных планет и миров, лексикон языков будет богат словами, характерными для описания уклада их жизни (будь то слова, репрезентирующие кочевые странствия народа, их духовную связь с космосом или боевую доблесть предков) [Монгилева, Ткаля 2015; Кликушина, Мутулова 2021].

Раскрытие аксиологического аспекта в художественных языках не только делает их более сложными и интересными, но и приближает к естественным языкам, поскольку ценности и мировоззрение всегда являются важной частью языковой системы. Как и в естественных языках, в артлангах аксиология отражает историю, традиции и мировоззрение вымышленных народов. Также аксиология артлангов тесно связана с контекстами и конкретными ситуациями, определяя, как и когда используются те или иные слова [Монгилева, Ткаля 2015].

Литература

Демченков С. А., *Федяева Н. Д.* Артланги и коммуникативная компетентность: методический потенциал языковых экспериментов // Горизонты образования : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 300-летию РАН, 300-летию со дня рождения И. Канта, 190-летию со дня рождения Д. И. Менделеева и 225-летию со дня рождения А. С. Пушкина, Омск, 25–26 апреля 2024 г. / отв. ред. Н. В. Чекалева. Омск: ОмГПУ, 2024. С. 263–265.

Кликушина Т. Г., Мутулова О. А. Роль, значение и классификация искусственных языков, используемых для создания вымышленных миров // Вестник Таганрогского института имени А. П. Чехова. 2021. № 1. С. 167–172.

Монгилева Н. В., Ткаля А. В. Вымышленный язык как новый способ мировидения (на примере дотракийского языка в романе Дж. Мартина «Игра престолов») // Lingua Mobilis. 2015. № 2 (53). С. 14–19.

Потапова А. В.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

РЕАЛИЗАЦИЯ ДИДАКТИЧЕСКОЙ ТОНАЛЬНОСТИ В СБОРНИКЕ «GESTA ROMANORUM»

«Gesta Romanorum» – латинский сборник, сформировавшийся в Англии не позднее XIII в. Памятник представляет собой примечательное сочетание наррации и дидактики: сюжет сопровождается морализацией, где приведено толкование в соответствии с христианским мировидением. Изначально сборник бытовал как «рабочий инструмент» проповедника, источник нравоучительных сюжетов [Ромодановская 2009: 142].

Для исследования выбрана категория тональности, выражающаяся в тексте в виде сигналов субъективно-психологической направленности [Ширинкина 2024: 923], эмоционально-ценностной интенции автора. В докладе текст анализируется с точки зрения обнаружения маркеров дидактической тональности как одной из определяющих жанр проповеди [Ицкович 2012].

Дидактическая тональность реализуется уже в заголовке: *De non subticenda veritate usque ad mortem* (О том, что истину следует исповедовать вплоть до смерти). Далее следует пример, пронизанный дихотомией добродетели и греховности, выраженной лексикой с соответствующими коннотациями: *generosus* (великодушный) – *adulterata* (прич. от *adulterāre* «прелюбодействовать»).

В толковании элементы сюжета сопоставляются с христианскими образами, рождая большое число ассоциативных связей, что способствует запоминанию морального урока [Поло де Болье 2014: 155]. Представлены лексемы со значением долженствования: *debemus intelligere* (мы должны понимать). Прямо выражено указание, как надо думать христианину. Морализация характеризуется уверенной констатацией смысла. Использован глагол в форме конъюнктива со значением побуждения к совместному действию: *studeamus* (давайте стремиться). Здесь мы видим соединение учительной и беседной тональностей [Ицкович 2012: 164]. В том же предложении провозглашен итог праведного поведения: *ad Christum veniemus* (к Христу придем) – косвенно выражен побудительный смысл через результат следования уроку.

Дидактическая тональность выражена различными средствами, ее экспликации могут пересекаться с маркерами иных субкатегорий тональности.

Литература

Ицкович Т. В. Базовые субкатегории тональности в текстах религиозного стиля (на материале православной проповеди) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2012. № 14. С. 147–154.

Поло де Болье М.-А. Визуальные образы средневековой проповеди Visual Images of the Mediaeval Sermon // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 3: Филология. 2014. № 3(38). С. 151–160.

Ромодановская Е. К. Римские деяния на Руси. Вопросы текстологии и русификации. М.: Индрик, 2009. 958 с.

Ширинкина М. А. Категория тональности в периферийных жанрах деловой коммуникации // Quaestio Rossica. 2024. Т.12. № 3. С. 921–936.

Источники

Gesta romanorum. Gouda : Gerard Leeu, 23. VIII. 1480. 144 bl.

Прончатова А. В.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГЕМЫ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕРЕВОДАХ РОМАНА С. ДЖ. МААС «КОРОЛЕВСТВО ГНЕВА И ТУМАНА»

Поскольку некоторые произведения жанра Young Adult не выходят на русскоязычном рынке, появляется любительский перевод – выполненный непрофессионалами, не преследующими коммерческую цель и выкладывающими его в свободный доступ без приобретения официальных прав. Такой текст часто появляется с применением технологий машинного перевода, далее редактируемого человеком [Popovich, Bortnikov 2023: 470–472].

Один из циклов романов С. Дж. Маас, «Королевство шипов и роз», был переведен на русский язык дважды: адаптированный перевод издательства «Азбука» (переводчик И. Иванов) и любительский для групп в социальной сети «ВКонтакте» (переводчик Kara River). В докладе на аксиологически маркированных контекстах (см. [Ицкович, Купина 2024: 940]) проверяется предположение о том, что переводы можно сопоставить в опоре на идентификацию переводческих стратегий: коммуникативно-равноценного перевода, терциарного перевода, переадресации [Сдобников 2013].

Приведем пример сопоставления. Во второй части цикла (роман «Королевство гнева и тумана») встречается такой вариант перевода:

Оригинал: *The Voice of the Cauldron* [Maas 2016: 19].

ПТ-1: *Ритуал именовался «Глас Котла», и не скажу, чтобы зрелище мне понравилось* [Маас 2022: 23].

ПТ-2: *Голос Котла* [Маас: эл. ресурс].

В любительском варианте выполнен буквальный перевод: текст оригинала максимально точно сохраняется, отсутствуют преобразования, остается порядок слов исходного текста. Данный пример свиде-

тельствует о стратегии коммуникативно-равноценного перевода, так как изменений в тексте нет. Официальный перевод содержит существенные преобразования – объединение предложений и перестановку (классификация Л. С. Бархударова). Используется стратегия переадресации, так как коммуникативные интенции автора сохраняются, но текст адаптируется для русскоязычного читателя.

Литература

Ицкович Т. В., Купина Н. А. Сибириада Анатолия Омельчука: текстовые категории и ментально-специфический тип сибиряка // Quaestio Rossica. 2024. Т. 12, № 3. С. 937–952.

Сдобников В. В. Тактики реализации стратегии терциарного перевода // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2013. № 1 (19). С. 151–162.

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 / отв. ред. Л. И. Корнеева. Екатеринбург: Ажур, 2023. С. 469–473.

Источники

Maas S. J. A Court of Mist and Fury. Bloomsbury Publishing, 2016.

Маас С. Д. Двор тумана и ярости [электронный ресурс]. URL: https://vk.com/acotar.

Маас С. Д. Королевство гнева и тумана. СПб.: Азбука, 2022. 704 с.

Салимовский В. А.
ПГНИУ, Пермь, Россия
Чиговская-Назарова Я. А.
Глазовский государственный инженерно-педагогический университет имени В. Г. Короленко, Глазов, Россия

ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПАРАМЕТРОВ АНАЛИЗА ТЕКСТОВ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ПРИНЦИПОВ НАУЧНОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ

Как отмечают эпистемологи, с конца XX в. в науке меняется тип рациональности – внутрипарадигмальный на открытый. Суть изменений заключается в том, что субъект познания не исключается из изучаемого мира, а мыслится как находящийся внутри него. В то же время объект исследования рассматривается в составе широкой и сложной исторически развивающейся системы с различных равноправных познавательных позиций [Степин 2003, Швырев 2003]. По отношению к гуманитарным наукам новые принципы рациональности обсуждаются с опорой на работу М. М. Бахтина «К философии поступка» [Бахтин 2003]. С нашей точки зрения, актуальным становится ее лингвистическое прочтение.

Рассмотрим текст как вербальный поступок и попытаемся выделить важнейшие его категории.

Одно из главных положений указанной работы М.М. Бахтин формулирует так: «Поступок в его целостности более чем рационален, – он ответственен. Рациональность только момент ответственности» [Бахтин 2003: 19].

Неотъемлемыми элементами поступка являются:

– не только его содержание, но и эмоционально-волевой тон, который «ориентирует в единственном бытии» и «действительно утверждает смысловое содержание» [Бахтин 2003: 21];

– время и пространство единственного события свершаемого бытия: «В данной единственной точке, в которой я теперь нахожусь, никто другой в единственном времени и единственном пространстве единственного бытия не находится» [Бахтин 2003: 25-26].

В докладе эти мысли интерпретируются как ориентир развития категориального подхода к тексту с позиций открытой рациональности.

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М. М. К философии поступка // Бахтин М. М. Собр. соч. Т. 1. М.: Русские словари. Языки славянской культуры, 2003. С. 3–44.

Степин В. С. Теоретическое знание. М.: Прогресс-Традиция, 2003. 744 с.

Швырев В. С. Рациональность как ценность культуры. Традиция и современность. М.: Пресс-Традиция, 2003. 172 с.

Сафронова А. А.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ *ПОРЯДОЧНЫЙ*: ИСТОРИКО-ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В современном литературном языке основным значением слова *порядочный* является значение ‘достаточно высокий в моральном отношении; не способный на низкие поступки’ [БАС 1960: 1442]. Лексема транслирует положительную оценку и чаще всего характеризует человека или группу людей (*порядочное общество*).

Слово *порядочный* образовано с помощью суффикса *-н-* от сущ. *порядок*, восходящего к глаголу *порядить* ‘расположить в ряд, упорядочить’ < *рядить* ‘ставить в шеренгу’ [Boryś 2005: 465]. В текстах XII–XVII вв. в значении ‘подходящий, приличный’ употреблялась только форма *порядный*; современная форма *порядочный* впервые фиксируется в XVIII в. [СРЯ XI–XVII вв. 1991: 147]. Первоначально понятие порядочности подразумевало последовательность, законность и системность: см. *учредил порядочные лекции и издавал их каталоги*, *порядочное правление* [НКРЯ]. Наиболее частотны контексты из государственной, экономической, научной и хозяйственной сфер. С XVIII в. отмечаются значения, связанные с оценочной характеристикой человека –‘придерживающийся общепринятых правил поведения, не способный на низкие поступки’ [СРЯ XVIII в. 2017: 136]. Это значение в контекстах связывается преимущественно с нормами и правилами выполнения какой-либо работы: *предуверенность о порядочном исправлении препорученной*

мне должности [НКРЯ]. Оценочность лексема приобретает в связи с социально-значимыми профессиями в духовно-религиозной и медицинской среде: хорошо и последовательно осуществляемая профессиональная деятельность требовала от человека трезвости, самоконтроля, честности, умеренности и др. Вероятно, поэтому первичной стала именно социальная оценка: (не)порядочность определяли по поведению человека в обществе, а также связывали с социальной средой. Морально-нравственные компоненты порядочности, вышедшие на первый план в современности, тоже уходят корнями в XVIII в.; в художественной литературе порядочность связана с благонравием: *Порядочной человек, ежели не хочет скрывать доброты своего сердца, обязан всех дворовых людей своих называть друзьями* [НКРЯ].

Таким образом, можно предположить следующую модель развития семантики: *порядочный* ‘последовательный, стоящий в ряду’ > ‘правильный, нормальный’ > ‘хороший, высоконравственный’.

Источники

БАС – Словарь современного русского литературного языка. Т.10: По-Поясочек / Ред. К. А. Тимофеев и Н. М. Меделец. М.; Л.: Изд. и 1-я тип. Изд-ва Акад. наук СССР в Л., 1960. 1774 с.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: http://www.ruscorpora.ru

СРЯ XI–XVII вв. – Словарь русского языка XI–XVII вв. Вып. 17. М.: Наука, 1991. 296 с.

СРЯ XVIII в. – Словарь русского языка XVIII века. Вып. 22. Помощь – Потрактовать. СПб.: Наука, 2017. 256 с.

Boryś W. Słownik etymologiczny języka polskiego. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2005. 861 p.

Сивова Т. В.
ГрГУ им. Янки Купалы, Гродно, Беларусь

ЦВЕТ ВЕСЕННЕГО БЕРЕЗОВОГО ЛИСТОЧКА: ОБ АКСИОЛОГИЧЕСКОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ТЕРМИНОВ ЦВЕТА (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА)

Доклад посвящен реализуемому в пространстве рекламного дискурса («Авито») функциональному и аксиологическому потенциалу колористических дескрипций березы, которая «является символом России» [Концептосфера русского языка 2017: 85].

На фоне фиксируемой лексикографически цветовой характеристики (*белый*) [БТС 2000: 72], стереотипного визуального образа у носителей языкового сознания: «Береза – это в представлении носителя русского языка – прежде всего белое дерево (но также зеленое и серебристое)» [Кульпина 2001: 215] описывается специфика функционирования в рекламном тексте (свыше 1 000 контекстов) 36 выявленных нами терминов цвета, основанных на колористической дескрипции березы, напр.: (цв.) *белая береза*, *весеннего березового листочка*, *русская береза*, *свежесрубленной березы*. Из них 27 – композиты различной модификации, напр.: 1) *березово-голубой*; *пыльно-березовый*; *красиво-березовый*; 2) *нежно-березово-голубой*; 3) *фисташковый-березовый*. Описывается сфера их денотации, напр., категории «Детская одежда и обувь», «Мебель и интерьер».

Раскрываются особенности их функционирования: 1) вариативность в толковании значения (*березовый* ‘зеленый’, ‘голубой’, ‘мятный’, ‘изумрудный’, ‘нежно-голубой’, ‘синий’, ‘морской волны’, реже – ‘бежевый’, ‘нежно-кремовый’); 2) способы толкования (*платье* ***березового*** *(мятного)* ***цвета***); 3) оценочность (цвет *невероятный*, *очень интересный*, *очень красивый*, *очень приятный*); 4) сочетаемость цветов и др.

Пополняется состав фиксируемых в словарях цвета цветообозначений: *кора березы*, *березовый сок* [Василевич 2005: 194]; *цвет листьев березы* ‘бледновато-зеленый’ [Харченко 2021: 272] и др.

Изложенное доказывает значимость цветового представления о березе в сознании носителя русского языка, демонстрирует аксиологический и функциональный потенциал ее колористических дескрипций.

Литература

Кульпина В. Г. Лингвистика цвета. Термины цвета в польском и русском языках. М.: Моск. лицей : Рус. филол. вестн., 2001. 470 с.

Цвет и названия цвета в русском языке / под общ. ред. А. П. Василевича. М.: КомКнига, 2005. 216 с.

Источники

БТС – Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб. : Норинт, 2000. 1536 с.

Концептосфера русского языка: ключевые концепты и их репрезентации в языке и речи (на материале лексики, фразеологии и паремиологии): словарь / Под общ. ред. Л. Г. Бабенко. М.: Изд. центр «Азбуковник», 2017. 1020 с.

Харченко В. К. Словарь цвета: реальное, потенциальное, авторское. М.: Лит. ин-т им. А. М. Горького, 2009. 532 с.

Скнарев Д. С.
РУДН, Москва, Россия

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ДОМИНАНТ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Проблема ценностей русской лингвокультуры особенно актуальна в современной лингвоаксиологии. К ней обращались Н. Ф. Алефиренко [Алефиренко 2022], Э. Н. Ахмедова [Ахмедова 2023], Н. М. Дмитриева, В.М. Шаклеин [Дмитриева, Шаклеин 2022] и др.

Специфика маркетинговых коммуникаций определяется их предназначенностью для передачи информации о маркетинговых продуктах, условиях их продажи, а также воздействием на потребите-

лей с целью их убеждения в необходимости приобретения данного товара и получения предлагаемой услуги. В связи с этим в маркетинговых коммуникациях первостепенны информационная и воздействующая функции, влияющие на характер использования языковых средств представления образа маркетинговых коммуникаций.

Наиболее ярко ценностные доминанты русской лингвокультуры находят отражение в основных маркетинговых мотивах (рациональных, эмоциональных и социально-нравственных). Именно с их помощью раскрываются такие ценностные доминанты русской лингвокультуры, как: антропоцентрированность, направленность на межличностные отношения (семью, дружбу, заботу, доброту, щедрость и др.); использование традиционных российских реалий; тенденция к индивидуальным мотивам; отражение базовых концептов (вечность, вера, мир, радость, воля, правда, истина, закон, личность, душа, совесть, мораль, дом и др.).

Литература

Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта, 2022. 288 с.

Ахмедова Э. Н. Традиционные ценности в сознании носителя русской лингвокультуры (на примере современного рекламного текста) [Электронный ресурс] // Russian Linguistic Bulletin. 2023. №3 (39). Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-tsennosti-v-soznanii-nositelya-russkoy-lingvokultury-na-primere-sovremennogo-reklamnogo-teksta

Дмитриева Н. М., Шаклеин В. М. Семантические особенности функционирования доминантных вербализаторов этического концепта БЛАГО в средствах массовой информации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 956–971.

Солопова О. А.
ЮУрГУ, Челябинск, Россия
Кошкарова Н. Н.
ЮУрГУ, Челябинск, Россия
Гарри Сингх
Университет имени Джавахарлала Неру,
Центр Российских и Центральноазиатских Исследований,
Школа Международных Исследований, Нью-Дели, Индия

ОБРАЗ РОССИИ В ОБЫДЕННОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ИНДИЙСКИХ ГРАЖДАН[7]

Наиболее достоверные сведения об образе страны формируются в языковом сознании носителей другой культуры, так как в данном случае дихотомия «язык – сознание» реализуется в процессе межкультурной коммуникации как совокупность ряда компонентов: познавательных средств своей культуры для изучения чужой культуры; новых знаний о чужой культуре, полученных в процессе ее изучения; новых знаний о своей культуре, сформированных в ходе ее сравнения с инокультурой [Тарасов 2004].

Изучение образа России представляется важным с привлечением данных эксперимента, позволяющего выявить особенности обыденного языкового сознания как противопоставленного научному сознанию [Голев, Шпильная 2021]. Цель данного исследования заключается в выявлении закономерностей в восприятии России индийскими гражданами. Для проведения эксперимента в Google-формах создана анкета, состоящая из 30 вопросов закрытого и открытого типа. В эксперименте приняли участие 174 студента, обучающихся на различных направлениях подготовки по программам бакалавриата, магистратуры, докторантуры в Делийском университете (г. Нью-Дели), университете Джавахарлал Неру (г. Нью-Дели) и университете им. Бхимрао Амбедкара (г. Агра).

Результаты эксперимента показывают, что основными источниками информации о России являются онлайн-платформы, телевидение и социальные сети. Индийцами Россия воспринимается как страна с богатой культурой, высоким уровнем развития науки и техники, зна-

7 Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ, проект 24-18-00049.

чительной ролью в мировой политике. Респонденты высоко оценивают современные отношения между Индией и Россией, считая их взаимовыгодными и перспективными.

Литература

Голев Н. Д., Шпильная Н. Н. Обыденная медиакоммуникация как социоречевая сфера: постановка проблемы и границы проявления // Медиалингвистика. 2021. Т.8. № 1. С. 23–34.

Тарасов Е.Ф. Языковое сознание // Вопросы психолингвистики. 2004. № 2. С. 34–46.

Сулейманова Е. А.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ ФИЛОСОФСКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ЭССЕ

Изучение ценностного потенциала жанра эссе – одно из актуальных направлений в современной лингвистике. Эссе – это «очерк, трактующий литературные, философские, социальные и другие проблемы не в систематическом научном виде, а в свободной форме» [БТС 1998: 1526]. Под ценностями понимается «специфически социальные определения объектов окружающего мира, выявляющие их положительное или отрицательное значение для человека и обстоятельства (благо, добро и зло, прекрасное и безобразное, заключенные в явлениях общественной жизни и природы)» [Философский словарь 1991: 512–513].

Материалом исследования являются сборники философско-психологических эссе Анны Кирьяновой. В процессе анализа используется категориально-текстовой метод, разработанный в Уральской научной школе лингвокультурологии и стилистики [Матвеева 1990; Ицкович 2021], в частности, описывается категория темы. Цель исследования – выявить ценностный потенциал жанра эссе.

Категория темы эксплицирована в заголовке как сильной позиции текста, в заголовочной конструкции представлен весь текст в свернутом виде. Сошлемся на мнение В. П. Григорьева, который писал:

«Текст выступает как индивидуальная, предельно распространённая "перифраза" заглавия, заглавие в свою очередь представляет собой если не перифразу (например, в случае однословного заглавия), то некоторую "чудовищно уплотнённую" аббревиатуру текста» [Григорьев 1979: 194].

Анализ материала позволил выделить следующие тематические группы: жизнь (*Калейдоскоп жизни* 2022*; Опыт жизни* 2020), счастье (*Маленькое счастье* 2019), любовь (*Нас спасет любовь* 2020), психология (*Истории, которые помогут пережить трудные времена* 2020*; Нестандартная психология* 2018).

Большая часть заглавий носит метафорический характер (*Ведёрко мороженого* 2019*; Воздушные ванны* 2020*; Кашемировая книга* 2024*; Бархатная книга* 2024), поэтому выявление тематического содержания требует обращения к текстам эссе, входящих в сборник. Так, в сборнике «Маленькое счастье» (2019) автором выделены три части: *Любовь*; *Добро*; *Счастье*.

Таким образом, исследование показало, что в заголовочные комплексы эссе вынесены аксиологемы *жизнь*, *любовь*, *радость*, *добро*, *счастье*, которые можно отнести к общечеловеческим ценностям.

Литература

БТС – Большой толковый словарь русского языка. Сост., гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. 1534 с.

Григорьев В. П. Поэтика слова. М.: Наука, 1979. 343 с.

Ицкович Т. В. Жанровая система религиозного стиля. М.: ФЛИНТА, 2021. 400 с.

Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990. 172 с.

Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. М.: Политиздат, 1991, 559 с.

Сюй Шаньшань
Университет Лудонг, Яньтай, Китай

ЦЕННОСТИ В КИТАЙСКОМ АНИМАЦИОННОМ ФИЛЬМЕ «НЭЧЖА»[8]

Ценности являются стержневым элементом любой культуры, они принимаются как «принципы, регулирующие жизнедеятельность больших социальных групп людей» [Шалина 2009: 135]. Ценности также отражены в фильмах, которые могут играть ценностно-ориентированную роль в обществе.

Объект исследования – китайский фильм «Нэчжа». Задача доклада – раскрыть ценностные установки, представленные в фильме «Нэчжа».

«Нэчжа» – это серия фэнтезийного анимационного кино. Первая часть вышла в прокат в материковом Китае 26 июля 2019 года, вторая часть под названием «Нэчжа: Демоническое дитя бушует в море» была выпущена 29 января 2025 года. Сюжетная основа серии заимствована из мифологической истории о Нэчжа, описанной в классическом китайском произведении эпохи Мин «Фэншэнь Яньи» («Возвышение в ранг богов»), однако содержит авторскую интерпретацию. В отличие от традиционного образа Нэчжа как юного героя-праведника, в этих фильмах персонаж представлен как «демоническое дитя». Кинолента рассказывает фантастическую историю, сосредоточенную вокруг этого необычного персонажа.

К 5 февраля 2025 года общая сумма сборов всей киносерии «Нэчжа» превысила отметку в 10 млрд юаней. На момент 23 февраля вторая часть «Нэчжа: Демоническое дитя бушует в море» заработал в прокате примерно 1,863 млрд долларов. Фильм возглавил мировой список кассовых сборов анимационных фильмов и занял 8-е место в мировом списке кассовых сборов за историю кино, нарушив монополию Disney и Universal в списке анимационных фильмов.

Серия фильмов «Нэчжа» не только имела большой успех в прокате, но и оказала глубокое влияние на распространение культуры.

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

Ценности, отраженные в фильме, также вызвали широкий резонанс и стали частью современного культурного феномена.Фильм отражает следующие ценности:

1) самосознание и рост: история Нечжи раскрывает глубокую тему самосознания и роста. Когда Нэчжа родился, его определили как «демоническое дитя», несущего в себе предрассудки и непонимание этого мира, но он не разочаровался в себе, а смело посмотрел в лицо реальности и доказал свою состоятельность собственными действиями. В ходе этого процесса Нэчжа перешел от пассивного сопротивления к активной конфронтации с правилами несправедливости, осознав пробуждение самосознания и истинный рост;

2) сопротивление судьбе: история Нэчжи – это история о том, как он «бросил вызов небу и изменил свою жизнь». Хотя судьба определила его как «мальчика-демона», он собственными усилиями доказал, что он не «демон», а герой, способный спасать обычных людей. Этот дух сопротивления судьбе напрямую затрагивает сердца современных молодых людей, говоря им: «Моя судьба зависит от меня, а не от небес»;

3) сила семьи и дружбы: любовь отца и матери Нэчжи и их беспокойство за Нэчжи, а также их решимость сделать все возможное для своего сына заставляют людей почувствовать величие и бескорыстие семьи. Дружба между Нечжой и Ао Бингом заставляет людей чувствовать себя искренними и чистыми. Когда они вместе сталкиваются с трудностями и вызовами, они поддерживают друг друга и растут вместе, подчеркивая ценность дружбы;

4) сопротивление несправедливости и стремление к справедливости: Нэчжа сопротивлялся не только своей собственной судьбе, но и несправедливости общества. Неизмеримый Бессмертный Вэн и дворец Юйсу в фильме символизируют власть и правила в обществе. Нэчжа бросает вызов этим властям своими собственными усилиями и стремится к справедливости. История Нэчжи говорит нам о том, что перед лицом несправедливости мы должны мужественно противостоять ей и способствовать социальному прогрессу.

Таким образом, фильм «Нэчжа» переосмысливает образ Нэчжи и придает традиционной культуре новую жизненную силу в современном обществе. Фильм интерпретирует древние истории на современный лад, передавая положительные ценности.

Литература

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

Устюжанина Д. И.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

СБОРНИК РАССКАЗОВ А. МАТВЕЕВОЙ «ДЕВЯТЬ ДЕВЯНОСТЫХ» КАК УРАЛЬСКИЙ СВЕРХТЕКСТ

Определение текста как единицы высшего порядка впоследствии потребовало от исследователей расширения объема изучаемого материала и введения термина *сверхтекст*. В данной работе под термином *сверхтекст* понимается «совокупность высказываний, текстов, ограниченная темпорально и локально, объединенная содержательно и ситуативно, характеризующаяся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресата и адресанта, с особыми критериями нормального / анормального» [Купина, Бетенская 1994: 215]. Объектом настоящего исследования выступает категория пространства, которая подвергается анализу на материале сборника рассказов А. Матвеевой «Девять девяностых». Действие всех девяти рассказов частично или полностью происходит в Екатеринбурге девяностых, что позволяет рассматривать текстовую категорию пространства как интегральное свойство всех текстов, что в свою очередь объединяет их в единый *уральский сверхтекст*.

Обратимся к результатам исследования. Характерной чертой всех текстов данного сборника является обширная топонимия. За базовую номинацию [Матвеева 1990: 22] пространства, можно принять топоним *Екатеринбург* и смежное с ним *Свердловск*. Действия одного из рассказов происходят в поселке под Екатеринбургом – *Горный Щит*, также выступающего в качестве маркера пространства. Автор дает подробное описание сельского пространства,

типичного для любого уральского поселка: «*За окном летел неказистый, но милый* ***уральский пейзаж***», «*здесь было всё в точности как на любой другой площади большого* ***уральского поселка***» и т. п. [Матвеева 2023: 40–41]. Реконструкция городского пространства происходит при помощи урбанонимов – названий улиц (*Гурзуфская*, *Посадская* и т.п.); наименований городских локаций (*Плотинка*, *Дендрарий* и т. д.).

Рассмотрим, как Екатеринбург представлен в различных текстах. Репрезентативными становятся следующие характеристики: *родной* город (город *детства*, город-*дом)*, *потерянный* город.

Для многих героев анализируемых рассказов Екатеринбург – родной город. В рассказе «Жемымо» детство главного героя проходит в одном из бараков на улице Гурзуфской. Центральной темой данного текста выступает тема детства и молодости. Пространство, созерцаемое глазами ребенка, противопоставляется взгляду взрослого человека: «*У седьмого дома был* ***породистый бордово-серый окрас***» // «*я вышел из Семёры – она показалась мне* ***облезлой и маленькой***» [Там же: 10, 35].

Героиня рассказа «Екатеринбург» – Ада – начинает вспоминать свое детство, находясь в Париже: «***Давным-давно в Екатеринбурге жила девочка***, *которая слушала музыку, сделанную человеческими руками*» [Там же: 376]. Воспоминания обретают истинную ценность, когда Ада осознает свою привязанность к Екатеринбургу после длительного периода жизни за границей. Отметим, что антонимия *Екатеринбург – Париж* встречается в текстах нескольких рассказов сборника.

Категория пространства не может быть полноценно рассмотрена без учета категории времени. Всех героев сборника рассказов объединяют девяностые годы, проведенные в Екатеринбурге. В связи с чем актуальным становится противопоставление двух топонимов *Екатеринбург* / *Свердловск*. Многие герои ностальгируют по привычному облику города, присущему Екатеринбургу (Свердловску) в девяностые. В данном контексте актуальной становится оппозиция сакральный (свой) / профанный (чужой) [Поршнева 2010: 105]. Настоящая мысль подтверждается примерами из текста: «***Того Екатеринбурга по имени Свердловск всё равно больше не существует***»; «*Ада*

не едет – и всё в нем остается ***таким, каким было в девяностых***»; «*Если подумать хорошо, то Париж из юной мечты в точности похож* ***на потерянный Екатеринбург*** *из прошлого*» [Матвеева 2023: 372–375]. Следовательно, сакральное пространство Свердловска потеряно во времени.

Таким образом, текстовая категория пространства, репрезентируемая топонимом *Екатеринбург* (*Свердловск*), выполняет функцию связующего элемента для всех текстов сборника. Это позволяет рассматривать данный сборник как уральский сверхтекст.

Литература

Купина Н. А. Сверхтекст и его разновидности. Екатеринбург: Институт развития регионального образования, 1994. С. 214–233.

Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990. 172 с.

Поршнева А. С. Изучение художественного пространства: стратегии и алгоритмы // Иноязычный дискурс: проблемы интерпретаций и изучения: сб. науч. тр. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. С. 96–115.

Источники

Матвеева А. А. Девять девяностых: [рассказы]. М.:АСТ, 2023. 379 с.

Харитонова А. В.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ЦЕННОСТНОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ ФЕНОМЕНА УРАЛЬСКОЙ КУХНИ[9]

Популярной социально-культурной практикой современности стали движения, популяризирующие и развивающие гастрокультуру отдельных регионов. В докладе мы обратимся к феномену уральской кухни и гастрономическому дискурсу, формирующемуся вокруг него.

9 Исследование выполнено при поддержке РНФ №25-28-01412 «Уральская идентичность Екатеринбурга в “светлом поле” сознания горожанина».

Материалом исследования послужили интервью инициаторов проектов «Аутентичная уральская кухня» и «Бунтари уральской кухни» шеф-поваров Владимира Олькиницкого, Сергея Мирошникова и ресторатора Андрея Бова.

Было выявлено два ракурса ценностного осмысления феномена уральской кухни. С одной стороны, региональная кухня осмысляется как самодостаточная ценность, важный раздел материальной региональной культуры и инструмент продвижения территории: *Визитной карточкой региона по праву считается шаньга* [Открытая кухня: электронный ресурс].

С другой стороны, уральская кухня как конструируемый феномен, используемый для формирования имиджа территории, нуждается в прочном аксиологическом основании, интегрирующем набор ценностей, общий для жителей региона. Деятели уральской гастрокультуры выделяют следующие ценностные смыслы, формирующие основу уральской кухни:

1. Простая, натуральная пища и использование местных продуктов: *Мне хочется удивлять как-то, но все равно у нас на Урале будут есть мясо и картошку. И будут понимать* [Global city: электронный ресурс].

2. Опора на семейные ценности, домашнюю пищу, знакомую с детства: *Думаю, что успех этого блюда связан с тем, что в идею его создания вложены так называемые вечные ценности. Устойчивые ассоциации утренней гречневой каши с сахаром и молоком попадают прямо в сердце* [Chef.ru: электронный ресурс]. *У нас капусту квасят ядренее, крепче. Вкус детства* [Гастрономъ: электронный ресурс].

3. Отражение мультикультурности Урала: *Народности, проживающие здесь, добавляют колорита в виде экзотических локальных продуктов и блюд* [Открытая кухня: электронный ресурс]. *Прежде всего они* (особенности уральской кухни – *А. Х.*) *связаны с переплетением культур и традиций разных народов, живших на Урале. Наша кухня очень разнообразна* [БезФормата: электронный ресурс].

4. Отражение географических и климатических особенностей региона: *Наши края – зона рискованного земледелия. Еда у нас ценится сытная* [Рестораторшеф: электронный ресурс]. *Климат тоже диктует свои правила – в регионе короткое лето и только один цикл уро-*

жая, поэтому уральская кухня построена на сохранении продуктов. Здесь консервируют, квасят, мочат, вялят и коптят практически всё что угодно и не боятся применять самые неожиданные способы [Открытая кухня: электронный ресурс].

Источники

БезФормата [Электронный ресурс]. URL: https://ekaterinburg.bezformata.com/ listnews/chto-takoe-uralskaya-kuhnya/80723553/?ysclid=m8ldr2b6uy28240689.

Гастрономъ [Электронный ресурс]. URL: https://www.gastronom.ru/text/10-voprosov-na-zasypku-vladimir-olkinickij-1009037?ysclid=m8le0i371w91019367.

Открытая кухня [Электронный ресурс]. URL: https://openkitchen.eda.yandex/ article/dishes/dishes_stories/shanga-yurma-i-pirog-s-celoj-ryboj-kak-ustroena-uralskaya-kuhnya.

Рестораторшеф [Электронный ресурс]. URL: https://restorator.chef.ru/vladimir-olkinitskiy?ysclid=m8isc2ln4t394071714.

Chef.ru [Электронный ресурс]. URL: https://chef.ru/news/desert-rodom-iz-detstva-grechnevyj-fondan-ot-kitchen/?ysclid=m8isdyapjp480620224.

Global city [Электронный ресурс]. URL: https://globalcity.info/article/28/10/2022/ 46397.

Цзя Пэнлин
Гуансийский научно-технологический университет,
Лючжоу, Китай

ГЕНДЕРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В ТЕКСТАХ ПЬЕС ДРАМАТУРГОВ УРАЛА

Выявление феномена гендерной идентичности является ключевой задачей в современном научном познании. Понятие гендерная идентичность трактуется как «внутренняя базовая структура личности, интегрирующая различные гендерные роли и воздействующая на целостное представление о себе как человеке того или другого пола в прошлом, настоящем и будущем» [Дресвянина 2009: 155].

Идентичность личности – «это устойчивое представление о себе» [Радугин 2002: 182]. Выражением идентичности является формула *Я есть такой-то,* включающая прямой идентификатор, т. е. определитель в форме именного сказуемого. В высказываниях употребляются «таксономические и характеризующие предикаты» [Арутюнова 1999: 8].

Социально ориентированная драматургия «новой волны» оперативно реагирует на проявления гендерной идентичности. Последняя отражается в репликах персонажей, которые служат непосредственным объектом анализа.

Привлечем для анализа пьесы, опубликованные в сборнике «Первый хлеб» (2018). Отметим пример прекословного речевого взаимодействия между женой и мужем:

АЛЛА. *Я уже договорилась!*

КИРИЛЛ. *Я сказал: Нет! Хватит! Хватит! Я мужик! Я сказал: Нет!* (Бронникова 2018: 54).

В двуреплике представлена демонстрация гендерной идентичности: высказывание Аллы *Я уже договорилась* «демонстрирует стремление к нивелированию женского начала к лидерству в семейных отношениях» [Вепрева 2018: 178]. Формульное высказывание *Я мужик* выступает как средство самоидентификации. В разговорной речи лексема *мужик* употребляется в значении «настоящий мужчина».

Гендерная идентичность – категория динамическая, подверженная влиянию как внешних, так и внутренних факторов. Эпоха социальных перемен нередко сопровождается «ломкой традиционных для славянской ментальности гедерных ценностей» [Там же: 177]. Разработанная уральскими драматургами аксиологическая диагностика ломки гендерных стереотипов приобретает не только эстетическую, но и социокультурную значимость [Купина 2019: 155].

Литература

Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Вепрева И. Т. Что могут сообщить брачные объявления о современной женщине (на материале польского и русского языков) // Славянские языки в условиях современных вызовов. 2018. № 52. С. 177–192.

Дресвянина А. В. Понятие «гендерная идентичность»: сущность и основные исследовательские подходы // Вестник Поморского университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2009. № 4. С. 154–157.

Купина Н. А. Пьесы Ярославы Пулинович: тема семьи и женские лингвокультурные типажи известия // Известия Уральского федерального университета. Серия 2, Гуманитарные науки. 2019. Т.21. № 1(184). С. 155–171.

Радугин А. А. Психология и педагогика. М.: Центр, 2002. 256 с.

Источники

Бронникова Е. Над облаками светит солнце // Первый хлеб: Пьесы уральских авторов. Екатеринбург: Асбест, 2018. С. 35–69.

Цуй Вэньжуй
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ИНТЕРЕСНО В ФУНКЦИЯХ НАРЕЧИЯ И МОДАЛЬНОГО СЛОВА

Между наречием *интересно* и модальным словом *интересно* есть и сходство, и различия.

В морфологическом аспекте. Модальное слово *интересно* и наречие *интересно* идентичны, так как являются неизменяемыми единицами. Однако наречие *интересно* потенциально способно образовывать степени сравнения (*интересно – интереснее – интереснейше*). В то время как модальное *интересно* не изменяется.

В семантическом аспекте. Наречие *интересно* является качественным и выражает характеристику или оценку действия, признака, способа или образа действия. В позиции модального слова *интересно* утрачивает номинативную функцию и значительно теряет свою семантическую прозрачность, приобретая вместо этого широкий спектр субъективно-модальных значений. В зависимости от контекста оно может выражать неуверенность, недоверие, иронию, удивление, заинтересованность и другие оттенки субъективного отношения говорящего.

В синтаксическом аспекте. Наречие – это член предложения, зависящий обычно от глагола или существительного. Модальные слова в структуре высказывания синтаксически не связаны ни с какими членами предложения, они обладают синтаксической самостоятельностью: модальное слово *интересно* употребляется в функции вводного слова и не является членом предложения.

Принципиальное отличие модального слова *интересно* от наречия *интересно* в том, что оно может употребляться в диалогической речи как слово-предложение: *– Да? – немного удивился Гуляев. – Он на вас произвел такое впечатление?* ***Интересно****! Что ж, признается?* (Ю. О. Домбровский. Факультет ненужных вещей, часть 2).

Таким образом, принципиальное отличие модального слова *интересно* от наречия проявляется прежде всего в его грамматическом статусе, прагматических функциях и семантической специализации, связанной с выражением субъективной оценки и модального отношения говорящего.

Чекан К. О.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

СОЧЕТАЕМОСТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕФИКСА *НЕДО-*

На данный момент развития языка префикс *недо-* обнаруживает высокую словообразовательную продуктивность (см. [Пацюкова 2012; Каширина 2012; Серышева, Филь 2014; Хоригути 2017]).

В «Русской Грамматике» 1980 г. содержатся примеры сочетаемости этой приставки с существительными и глаголами [РГ 1980: 233, 362]. В настоящее время наблюдается расширение сочетаемостного потенциала префикса *недо-* с разными частями речи.

Так, опираясь на материалы Национального корпуса русского языка и веб-сайты сети Интернет, можно отметить, что префикс *недо-* присоединяется к словам следующих частей речи: а) имён существительных (*недожизнь, недокот*, *недопевец* и др.); б) имён прилагательных (*недомилый, недосладкий, недохитрый* и др.); в) имён числительных

(*недодва*, *недообе*, *недополтора* и др.); г) глаголов (*недолюбить, недосказать, недосмотреть* и др.); д) наречий (*недовесело, недоинтересно, недопразднично* и др.); е) местоимений (*недоникто, недоон, недосебя* и др.); ж) междометий (*недогав, недомяу*, *недохихи* и др.).

Расширение сочетаемостных свойств приставки *недо-* показывает появление таких лексем, в которых *недо-* выступает в качестве вторичного префикса: ср., например, существование не только глагола *недолюбить*, но и глаголов *недовылюбить*, *недодолюбить*, *недоперелюбить*, *недополюбить*, *недоотлюбить*, *недоразлюбить*. Заметим, что также появляются слова, в которых к производным с префиксом *недо-* добавляется ещё один: ср., например, *антинедочеловек*, *сверхнедочеловек*, *супернедочеловек* и др.

Кроме свободной сочетаемости с другими частями речи, префикс *недо-* начинает употребляться как самостоятельная лексема: *Читать, если тебе понятно состояние «недо»* (ВКонтакте: электронный ресурс); *Человек, который «недо…»* (Живой журнал: электронный ресурс); *А я счастлив! По крайней мере, в своем понимании счастья. У меня нет никаких «недо»* (Сухоруков 2007).

Литература

Каширина М. М. Приставка *недо-* как единица морфемики и культурный феномен // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. 2012. Т.25. № 4. С. 89–96.

Пацюкова О. А. Приставка *недо-* в русском языке // Русская речь. 2012. № 2. С. 39–44.

Русская грамматика : в 2 т. Т. 1. / Под ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Наука, 1980. 783 с.

Серышева Ю. В. Филь Ю. В. Глаголы с вторичными префиксами *пере-* и *недо-* сквозь призму языкового сознания носителей русского языка // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 386. С. 24–35.

Хоригути Д. Лучше *пере-*, чем *недо-* или семантическая автономность русских префиксов *пере-* и *недо-* // Актуальные проблемы русского словообразования: Материалы традиционного Республиканского семинара в рамках Узбекистанской научной школы русского словообразования. Ташкент: НУУз, 2017. С. 27–32.

Источники

ВКонтакте: социальная сеть [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/@psiholog.yana.kovaleva.

Живой журнал: блог-платформа [Электронный ресурс]. URL: https://www.livejournal.com/.

Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: https://ruscorpora.ru/.

Сухоруков В. Все мы грешные // Аргументы и факты. 2007. 30 янв.)

Чжан Хуэйминь
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ТИПЫ КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПЕРЕПИСКЕ МЕЖДУ СТУДЕНТАМИ И ПРЕПОДАВАТЕЛЯМИ

«В каждой национальной культуре – свои нормы и правила поведения, дискурсивный стиль – “манера речи” (способ ведения дискурса), допустимые формы выражения определенных социально значимых смыслов. Это создает проблемы в межкультурном общении, является показателем несовпадения системы социально релевантных значений и оценок или системы средств их выражения» [Пушина 2015: 28].

Коммуникативные неудачи (далее КН) – это сигнал отсутствия коммуникативного эффекта. Причины КН могут быть вызваны «самим коммуникантом» и «обстоятельствами коммуникативного акта» [Городецкий 1985: 64]. Если коммуникант не заинтересован, не понимает замысел, не владеет вариантами языка и этикетом, причина коммуникативной неудачи (КН) в нем. Если проблема в нехватке времени, шумах или отсутствии обратной связи, источник в условиях коммуникативного акта. Рассмотрим примеры первой причины.

КН вызвана нарушением иностранным студентом языковых норм. Иностранный студент (**С**.) пишет письмо преподавателю (**П**.)

С. *Я с Икрамом в комнате и дверь не открывается //*

П. *Ключ есть? Сломался замок или нет ключа?*

С. *Ключ не открывается / нет сломанных ключей или чего-то не хватает //*

Причина КН заключается в неумении студента точно и полно передать информацию, что способствует неясности выражения (*Ключ не открывается*) и не позволяет речевому партнеру понять, что произошло. Чтобы избежать КН, иностранный студент должен соблюдать лексические и синтаксические нормы для адекватного выражения коммуникативного замысла.

Н. В. Мамонова утверждает, что «значимость категории вежливости не стоит недооценивать: применительно к дискурсу социальных сетей (как части медиадискурса) вежливость позволяет расположить аудиторию и сделать ее восприимчивой к принятию тех или иных идей, концептов или алгоритмов поведения» [Мамонова 2024: 157].

К КН может привести незнание этикетных норм (приветствия и / или обращения, принятых в национальной культуре):

Иностранная студентка (**С**.) пишет преподавателю (**П**.):

С. *Здравствуйте, преподаватель колледжа, у меня сегодня есть просьба, я не могу сдать экзамен, поэтому я попросила отложить экзамен, не дожидаясь моего устного экзамена.*

П. *Непонятно, почему преподаватель колледжа, вы студент университета.*

Студент использует универсальную статусную номинацию преподавателя вместо его имени и отчества, что вызывает недоумение преподавателя.

Анализ примеров КН в межкультурной электронной коммуникации позволяет сделать вывод: основными причинами КН являются нарушения языковых и этикетных норм. Лексические и грамматические нарушения препятствуют пониманию информации, а этические нарушения (например, в обращениях) могут привести к напряженностям и отсутствию доверия. Также КН обусловлены различиями в понимании смысла, связанными с уровнем знаний и чужой культурой.

Литература

Городецкий Б. Ю., Кобозева И. М., Сабурова И. Г. К типологии коммуникативных неудач // Диалоговое взаимодействие и представление знаний. Новосибирск: ВЦ СО АН СССР, 1985. С. 64–78.

Мамонова Н. В. Категория вежливости в дискурсе социальных сетей // MEDIA Образование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией: Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, Челябинск, 21–23 ноября 2023 года. Челябинск: Челябинский институт развития профессионального образования, 2024. С. 155–157.

Пушина Н. И., Маханькова Н. В., Широких Е. А. Коммуникативные неудачи в межкультурной коммуникации: причины, типология, стратегии минимизации // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. 2015. Т.25, № 6. С. 28–34.

Шалина И. В.
УрФУ, Екатеринбург, Россия

СИТУАЦИЯ НАСТАВЛЕНИЯ В ПРАВОСЛАВНОМ КОНТЕКСТЕ: СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД (НА МАТЕРИАЛЕ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ)

Дидактическое наследие богато и разнообразно. Среди учебных пособий для студентов, школьных учителей и преподавателей вузов выделяется 13 отдельных изданий для дошкольников и младших школьников. Одна из граней педагогического таланта Н. А. Купиной – работы по речевому этикету, написанные для дошкольников и их родителей. Наталия Александровна умеет говорить с детьми о сложном понятно и увлекательно [Купина 1995; 1997; 1998].

Чтобы сформировать коммуникативную компетенцию ребенка, нужно хорошо знать его интеллектуальные и познавательные возможности, понимать его мироощущение и психологию. Сценарный игровой подход – основа моделирования жизненных ситуаций в семье и вне семьи. Проигрывая сценарии, ребенок может научиться самостоятельно или с помощью взрослых анализировать этикетные ошибки, продумывать пластическое решение этикетной задачи, смотреть на себя критически в «этикетное зеркало». Культурные сценарии приветствия, извинения, просьбы, общения с гостем или незнакомым человеком позволяют выделить субъектов-носителей нормы и анти-

нормы, обстоятельственный контекст, репертуар ролей и этикетных речевых формул, коммуникативно-этические установки, следуя которым можно ненавязчиво прививать ребенку нравственные категории – вежливость и отзывчивость, доброту, искренность, скромность, тактичность.

Представляется, что дидактический опыт ученого может быть успешно использован как пример для формирования этико-богословского сознания субъекта-носителя православной культуры. Как на понятном языке говорить с детьми о Боге, как сформировать в их сознании зачатки представлений о смирении, целомудрии, благоразумии, рассудительности, – не только нерешенная методологическая задача, но и terra incognita для исследователя, погружающегося в пространство просветительской православной мысли.

В докладе моделируется ситуация наставления на основе толкования семантики соответствующего существительного: *наставление* – ‘поучение, руководство, инструкция, наказ’. В ситуации участвуют как минимум два субъекта, находящиеся в асимметричных социально-коммуникативных отношениях: субъект 1 (наставник), который в силу более высокой статусной позиции имеет право *наставлять, поучать, вразумлять*, и субъект 2 (наставляемый), который нуждается в регламентации речевого поведения по незнанию и неопытности. В семантике наставления актуализируется аксиологическая составляющая: слово, исходящее от наставника как старшего и более опытного, рассудительного, является благим: он говорит *что-нибудь хорошее, нравоучительное, полезное*. Если предикат *хорошее* передает общеоценочный (положительный) смысл, то предикаты *нравоучительное, полезное* конкретизируют его в этическом и утилитарном аспектах. Субъект 2 получает вразумление, учится жить по слову наставника. Это прагматически ориентированная ситуация, в которой наставник осуществляет воздействие во благо наставляемого.

К числу речевых жанров, выполняющих просветительскую функцию, могут быть отнесены фольклорные (пословицы и поговорки, сказки, былички) и литературные тексты (притчи, басни, жития святых, рассказы, стихи). Проблемой остается поиск релевантных для сознания современного ребенка жанровых форм.

Литература

Купина Н. А. Ежели вы вежливы… Речевой этикет в ситуациях, вопросах и задачах. Для дошкольников и их родителей. Пермь: ЗУУНЦ, 1995. 43 с.

Богуславская Н. Е., Купина Н. А. Веселый этикет (развитие коммуникативных способностей ребенка). Екатеринбург: «Арго», 1997. 192 с.

Купина Н. А., Стернин И. А. Азбука вежливости. Культура общения для дошкольников. Воронеж: Издательство «Истоки», 1998. 98 с.

Шелестюк Е. В.
ЧелГУ, Челябинск, Россия

АКСИОЛОГИЯ ДИСКУРСА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ И ЛИЧНОСТНОГО РОСТА

В России активно развивается дискурс взаимоотношений и личностного роста, где аксиология, учение о ценностях, играет ключевую роль. Язык, коммуникация и подсознательные установки формируют систему ценностей, определяющих поведение и межличностные связи. Одновременно зарождаются психолингвистические, психологические и лингвистические субдисциплины, такие как конфликтология, позитивная коммуникация, нейролингвистическое программирование, позитивная лингвистика, позитивная дискурсология, лингвистическая экология и т. д. Эти дисциплины основываются на постулате о тесной связи между языком, мышлением и поведением.

Работа с языковыми структурами и психологическими установками определяет эффективность жизнедеятельности личности в различных контекстах. Аксиологические концепции, такие как диада «бытие/обладание» (Э. Фромм), концепция конфликтогенов и синтонов (М. Е. Литвак, А. П. Егидес, В. П Шейнов), концепция освоения зоны ближайшего развития (Л. С. Выготский), философские и психологические концепции Аристотеля, И. Канта, К. Роджерса, М. Бубера, Ю. Хабермаса, М. Селигмана, К. Гиллиган и др., являются фундаментом для популярно-психологического дискурса.

Подсознание, обладающее нейропластичностью и управляемое рекурсией, служит основой для формирования ценностных установок. Позитивные команды (фабулы, аффирмации), в сочетании с визуализациями и практикой «осознанности», трансформируют негативные паттерны, создавая «самоисполняющиеся пророчества». При этом критическое мышление помогает избежать дисбаланса между внушаемыми мыслями и реальностью. Якорение связывает желательные эмоции и паттерны поведения с конкретными стимулами, формируя автоматические реакции. Переход якорей в триггеры закрепляет ценностные ориентиры в поведении.

Принцип избегания конфликтогенов и выражения синтонов является основополагающим в позитивной дискурсологии. Конфликтогены – это вербальные или семиотические триггеры, провоцирующие разногласия, такие как осуждение, обвинения, угрозы, оскорбления, игнорирование, высмеивание, манипуляции, императивы, провокации, инсинуации, бестактность и т. п. Синтоны, напротив, способствуют гармонии через эмпатию, сотрудничество и уважение. Баланс между конфликтогенами и синтонами определяет аксиологическую основу коммуникации: конфликтогены отражают ценности конкуренции и контроля, а синтоны – ориентацию на диалог и взаимопонимание.

Литература

Егидес А. П. Психология конфликта. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. 320 с.

Шейнов В. П. Психологическое влияние. М.: АСТ, 2013. 800 с.

Cohen G. L., Sherman D. K. The psychology of change: self-affirmation and social psychological intervention //Annual Review of Psychology. 2014. Vol.65. PP. 333–371.

Gajda St. Filologia a lingwistyka pozytywna // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: тезисы докладов Международной научной конференции (УрФУ, 15–17 октября 2019 г.). Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2019. С. 20-22.

Шкуран О. В.
РУДН, Москва; СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия

ЭКСПРЕСС-КОММУНИКАЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ РУНЕТА ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БИБЛЕЙСКИХ ПРИТЧ

Российское общество переживает трансформационные процессы во всех отраслях жизнедеятельности, что благоприятно сказывается на формировании общих ценностных горизонтов, к которым стремится русский человек. Самым востребованным коммуникативным средством в формировании аксиологического потенциала является русскоязычный сегмент Интернета – Рунет. Пользователь инфоресурсов ограничен во времени, стремится к краткости, лаконичности и содержательности, поэтому широкую популярность приобретают те сайты, которые выполняют потребность и создают экспресс-продукты, наполненные визуальными и графическими образами с символическим смыслом.

В нашем исследовании предметом выступают полимодальные тексты, которые построены на библейских притчах, сакральный смысл которых деформирован и наделен легкой иронией и юмором над религиозными ценностями людей, исповедующих христианство. Цель исследования – выявить способы кодирования и репрезентации экспресс-информации, которая строится на библейских образах и выражениях и обладает механизмом социальной оценки.

Авторы таких полимодальных текстов оперативно доставляют информацию из Библии и преподносят ее в искаженном виде. Такая маркетинговая стратегия является эффективной и оптимизирует контент для повышения вовлеченности молодежной аудитории, которая и так больше смотрит, чем читает.

На сайте «Мемы для Христошек» опубликована креализованная продукция, которая подталкивает к насмешкам не только неверующих, но и самих христиан.

Притча о Ноевом ковчеге.

Использована языковая игра: *Ноев ковчег называли ноевым потому, что многие на нем ныли, что в пару досталась некрасивая тварь.*

Иконическая часть представлена изображением животных, которые входят в ковчег, выстроившись в очередь. Эта тема стала предметом следующей иронии: животные по двое входят в ковчег, среди них косули, жирафы, а за ними идет пара львов, текстовая часть гласит: *Удачного размножения этим львам.*

Притча о многострадальном Иове.

Полимодальный текст представлен иконической частью – несостоявшимся диалогом между дьяволом и праведным Иовом, который подвергался разным болезням и искушениям. Все тело Иова покрыто болезненными пятнами, но он отвернут от дьявола и не желает с ним разговаривать. Из-за спины Иова выглядывает с хвостом, огненным языком и безобразным видом дьявол. Графическая часть представлена диалогом:

Д.: *Ты загорал через дуршлаг? Или как?*

И.: *Где-то так. Трижды ха! Да ты остряк!*

Как видим, использование таких способов кодирования информации, как языковая игра, ирония, насмешка в сочетании с визуальной частью полимодального текста создают более привлекательный визуальный экспресс-контент, который, несомненно, влияет на сознание подрастающего поколения, погружают в библейский дискурс в искаженном виде, чем формируют десакральные смыслы христианского вероучения. Создается цепь библейских притчевых историй, в которых представлены разнообразные «лексико-семантические, риторические и стилистические» [Синельникова 2019: 19] маркеры осмеяния, и такая последовательность логически приведет к полной десакрализации библейского текста.

Литература

Синельникова Л. Н. О дискурсологии в модульном измерении: размышления о проблемах, рассмотренных в рамках юбилейного заседания Ялтинского дискурсологического кружка // Дискурс-ПИ. 2019. № 4(37). С. 12–18.

Источники

Мемы для Христошек [Электронный ресурс]. URL: https://isla-demuerta.com/post/11489754-content.

Эртнер Д. Е.
ТюмГУ, Тюмень, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ И МЕТАФОРИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ОПРЕДМЕЧЕННОГО ПРОСТРАНСТВА В ПОВЕСТИ А. НЕРКАГИ «БЕЛЫЙ ЯГЕЛЬ»

Рассматриваются особенности метафоризации аксиологических стереотипов восприятия окружающего мира в литературе народов Севера на материале повести А. Неркаги «Белый ягель». Символы и метафорические образы в творчестве автора интерпретируются как своего рода аксиологический интертекст, за каждым элементом которого стоит глубинный этноспецифический фокус восприятия.

Образ огня является одним из доминантных в творчестве А. Неркаги. Выступая символом жизни, огонь воплощает множество смыслов: как повседневные реалии, так и аксиологические принципы: «… *замолкая и снова оживляя затухающий разговор. Их лица теплились светлой печалью*…» [Неркаги 2012: 62]. При формировании метафорических контекстов автор использует разнообразные ассоциативные связи данного понятия, в некоторых случаях играя на контрасте: «*затухающий разговор*» – «*теплились печалью*». Метафорический атрибут и предикативная метафора в данном случае построены по схожему принципу и актуализируют значение «слабого свечения, затухающего процесса». Оба сочетания соотносятся с абстрактным понятиями, и их присутствие в пределах столь минимального контекстуального поля является, без сомнения, акцентным, подчеркивает значимость данного образа.

Этнокультурная идентичность и природно-географические характеристики становятся особым аксиологическим кодом всего творчества А. Неркаги. Неяркая на первый взгляд динамика повествования компенсируется тщательной детализацией бытового описания жизни героев, реализуемого через обращение к сакральным элементам символической картины мира жителя севера, представляющей специфический мифологический код образности: *птица*, *камень, огонь, время, морошка, волк, вода*, *человек* (персонификация

объектов природы и восприятие мира через призму собственного тела) [Крейдлин: электронный ресурс]. Каждый из перечисленных смысловых элементов представляет собой аксиологически маркированный контент метафоры, символа, метонимии. Символический образ неделим, в его основе лежит не просто ассоциативный компонент, а ритуал, миф.

Литература

Крейдлин Г. Е., Переверзева С. И. Тело и его части в разных языках и культурах [Электронный ресурс] (итоги научного проекта) // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (2013) : в 2 т. Москва : РГГУ, 2013. Вып. 12, т. 1 : Основная программа конференции. С. 342-353. URL: http://www.dialog-21.ru/media/1256/krejdlinge.pdf.

Источники

Неркаги А. П. Белый ягель. Екатеринбург: Форт Диалог-Исеть. 2012. 128 с.

Ян Цин
Центрально-южный университет лесного хозяйства и технологий,
Чанша, Китай

КРИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ СООБЩЕНИЙ О СССР В ГАЗЕТЕ «ЖЭНЬМИНЬ ЖИБАО» (1979-1989 ГГ.)

Мое исследование посвящено 503 сообщениям о Советском Союзе в газете «Жэньминь жибао»[10] за 1979-1989 гг. и направлено на изучение формирования его образа в китайских СМИ за этот период, развитии дружественных отношений между Китаем и СССР, а также влияния данного образа на общественное мнение о собственных экономических реформах с помощью аналитического инструмента gooseeker

10 «Жэньминь жибао» – китайская ежедневная газета, официальное печатное издание Центрального комитета Коммунистической партии Китая.

для подсчета высокочастотных слов и анализа текстовых настроений с помощью методологии критического дискурс-анализа.

Критический дискурс-анализ (КДА) фокусируется на отношениях между языком и обществом, подчеркивая роль и влияние языка в обществе. Согласно КДА язык является не только инструментом коммуникации, но и носителем власти и идеологии [Fairclough 2009, 2015]. Период 1979-1989 гг. стал важным этапом, когда китайско-советские отношения перешли от напряженности к разрядке. Китай проводил политику реформ и открытости, уделял большое внимание экономике, политике и культуре СССР.

В сообщениях об СССР газета использовала большое количество таких слов, как *экономика* (223 раза), *реформа* (176 раз). Частотность лексемы *экономика* свидетельствует о том, что в газете основное внимание уделяется экономическим достижениям. Лексема *реформа* отражает внимание Газеты к конкретным мерам и эффективности советских экономических реформ. Газета подчеркивает положительные достижения, а также выявляет проблемы. Положительные эмоции вызывают лексемы *сотрудничество* (118 раз), *мир* (135 раз), *дружно* (173 раза), *дружба* (83 раза). Это свидетельствует о положительной оценке и акценте на дружеских отношениях между странами. Негативная эмоциональная лексика, такая как слово *трудности*, используются реже (22 слова), что говорит о том, что газета объективно освещала проблемы Советского Союза. В газете использовались разные дискурсивные стратегии. Во-первых, авторитет и достоверность репортажей повышались за счет цитирования выступлений советских лидеров и мнений экспертов. Во-вторых, с помощью выборочного освещения подчеркивались как положительные достижения СССР, так и его проблемы, что демонстрировало сложность и трудности реформы. Если связываем контекст, то видим доброе пожелание решению этих проблем [Ван 1989].

Выводы: Газета подчеркивала превосходство социалистической системы, демонстрировала опыт экономических реформ в социалистических странах и укрепляла идентификацию читателей с социализмом. Акцентируя достижения СССР и дружеское сотрудничество между Китаем и СССР, СМИ создавали благоприятную атмосферу для нормализации отношений. Газета формировала образ дружного

и амбициозного СССР, подчеркивая традиционную китайско-советскую дружбу, отражая исторический фон и международную обстановку, влияя на китайское общественное мнение о СССР и способствуя экономическому сотрудничеству между Китаем и СССР.

Литература

Fairclough N. A Dialectical-Relational Approach to Critical Discourse Analysis // Methods of Critical Discourse Analysis. London: Sage, 2009. PP. 162–186.

Fairclough N. Language and Power. London: Routledge, 2015. 264 p.

Источники

Ван Чуньцзе. Новый тип советского лидера – М. Горбачев // Жэньминь Жибао. 1989 г. 11 мая.

Глава советской торговой делегации прибыл в Пекин // Жэньминь Жибао. 1984 г. 10 февраля.

Гу Му встречается с председателем Торгово-промышленной палаты СССР // Жэньминь Жибао. 1984 г. 3 марта.

Яо Илин встречается с Гришиным, заместителем министра внешней торговли СССР // Жэньминь Жибао. 1984 г. 11 февраля.

Ян Чжибин
УрФУ, Екатеринбург, Россия

СВЕРХТЕКСТ В ПОНИМАНИИ Н. А. КУПИНОЙ И Г. В. БИТЕНСКОЙ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПАРАМЕТР[11]

Появление термина *сверхтекст* в филологических исследованиях обязано В. Н. Топорову, обратившемуся к анализу Петербургского текста как особому локальному сверхтексту, объединяющему совокупность текстов русской литературы о Петербурге, которые все вме-

11 Исследование выполнено при поддержке Государственного комитета по стипендиям КНР (грант № 202410100003) и в рамках Программы стипендий Правительства РФ для иностранных аспирантов.

сте отражают образ и символ места [Топоров 1984]. Литературоведческая ветвь изучения локальных сверхтекстов русской литературы получила мощное развитие в последующих исследованиях.

Лингвистическое направление филологического анализа текста не оказалось в стороне от тенденции укрупнения объекта исследования. Первопроходцами в лингвистическом подходе к сверхтексту стали проф. Н. А. Купина и ее аспирантка Г. В. Битенская, которая в те годы работала над кандидатской диссертацией «Художественная проза о войне как сверхтекст: категория пространства» (1993). В их совместной статье сверхтекст был определен как «совокупность высказываний, текстов, ограниченная темпорально и локально, объединенная содержательно и ситуативно, характеризующаяся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресата и адресанта, с особыми критериями нормального / анормального» [Купина, Битенская 1994: 215]. Впоследствии данное определение сверхтекста было включено в терминологические лингвистические словари с небольшим уточнением: «сверхтекст является единицей культуры и понятием лингвокультурологии» [Данилевская 2003: 374].

Набор характеристик, заложенных в дефиниции термина, предложенной Н. А. Купиной и Г. В. Битенской, заложил основу для типологии сверхтекста в работах современных лингвистов, развивающих идеи авторов.

В нашем докладе мы хотим выдвинуть предположение, что при анализе ряда сверхтекстов набор предложенных содержательных признаков может быть дополнен еще одним параметром целостности текста – аксиологическим. В дефиниции уральских ученых подчеркивается, что совокупность текстов может быть объединена не только содержательно, но и «**ситуативно»** (выделение наше – *Я. Ч.*). Понятие аксиогенной ситуации ввел в научный обиход В. И. Карасик. Он, осмысляя типы единиц лингвокультурологического анализа, имеющие ценностный характер (концепты, типажи, скрипты), выделяет еще одну разновидность, называя ее аксиогенной ситуацией. Это, по мнению автора, «специфический референт, допускающий ценностно маркированное осмысление» [Карасик 2014: 65].

Исследуемый нами сверхтекст – совокупность рекламных слоганов социального плаката периода коронавирусной инфекции – объ-

единен, прежде всего, ситуативно: социальная реклама сопровождала ситуацию пандемии COVID-19 (с 11.03.2020 г. по 05.05.2023 г.), которую мы назовем аксиогенной (ценностнопорождающей) ситуацией. Охарактеризуем тезисно аксиосферу пандемийного сверхтекста.

Аксиологическое пространство рекламного сверхтекста конструируется набором ценностных смыслов, объединенных абсолютной ценностью бытия – концептом *жизнь*. Для спасения жизни, для обеспечения здоровья и безопасности человека в сверхтексте эксплицируется ряд терминальных и инструментальных ценностей. Например, благодаря рекламе простейшие правила гигиенической чистоты приобрели статус аксиологической категории. Аксиологическое пространство сверхтекста структурировано на базе дихотомии биологического и социального. Ключевой ценностью, наряду с жизнью, стала сила единства и сплоченности нации перед лицом смертельной угрозы.

Резюмируем: если совокупность текстов объединяется вокруг ситуации, допускающей ценностно маркированное осмысление, то данный сверхтекст в качестве обязательного структурно-содержательного компонента должен включать аксиологическую составляющую.

Литература

Данилевская Н. В. Сверхтекст // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной. М.: Флинта: Наука, 2003. 696 с.

Карасик В. И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира // Политическая лингвистика. 2014. №1. С. 65–75.

Купина Н. А., *Битенская Г. В.* Сверхтекст и его разновидности // Человек – текст – культура : сб. науч. работ. Екатеринбург : Институт развития регионального образования, 1994. С. 214–233.

Топоров В. Н. Петербург и «Петербургский текст русской литературы» (Введение в тему) // Труды по знаковым системам. Семиотика города и городской культуры. Петербург. Вып. 18. Тарту: Тартуский государственный университет, 1984. С. 4–29.

Янова П. Д.
СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ТЕАТРАЛЬНОЙ КРИТИКИ

Актуальность нашего исследования определяется необходимостью осмысления аксиологических особенностей развития отечественного арт-дискурса. Начиная с XVIII века вопросами теории активно занимались профессиональные литературные критики. Согласно одному из направлений развития отечественной критической мысли, критик *«помогает согражданам лучше мыслить и говорить»* [Карамзин: электронный ресурс], а его сверхзадачей является *«распространение **вкуса»*** [Жуковский: электронный ресурс]. В настоящее время исследование жанра рецензии в русле традиций лингвопраксиологии поможет определить речевые особенности организации текстового пространства, способствующие развитию художественного вкуса массовой аудитории.

Цель исследования – выявление смысловых доминант оценочного содержания и способов их репрезентации в текстах театральной рецензии.

В основе аналитического алгоритма – лингвистическое представление о категории оценки (Е. М. Вольф [Вольф 2002], А. А. Ивин [Ивин 1997], Н. Д. Арутюнова [Арутюнова 1988]), метод аксиологического анализа медиатекста В. А. Сидорова [Сидоров 2016] и метод лингвопрагматического описания жанра с использованием концепции лексико-семантических полей (Г. С. Щур [Щур 1974], И. В. Арнольд [Арнольд 1984]).

В ходе анализа 23 текстов рецензий из «Петербургского театрального журнала» (№114 2023 г.), мы выявили один из возможных вариантов организации текстового пространства, который способствует развитию художественного вкуса массовой аудитории. При трансляции оценки в ядре базового ЛСП общечеловеческие аксиоконцепты («любовь», «жизнь», «мир», «человек», «семья», «дом» и др.), обращение к которым обусловлено доминантными топосами национальной аксиологии. Полевая организация текстового пространства

способствует концептуализации оценки, которая является одним из основных лингвопрагматических аспектов качественной рецензии. Но выражение оценки через систему концептов требует от автора высокого уровня речевой компетентности, знания основ национальной аксиологии и прецедентных феноменов русской культуры.

Литература

Арнольд И. В. Лексико-семантическое поле в языке и тематическая сетка текста // Текст как объект комплексного анализа в ВУЗе. Л.: ЛГПИ, 1984. С. 3–11.

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 338 с.

Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки М: УРСС, 2002. 280 с.

Жуковский В. А. О критике [Электронный ресурс]. URL: http://dugward.ru/ library/zolot/gukovskiy_kritik.html

Ивин А. А., Никифоров А. Л. Словарь по логике. М.: Туманит, изд. центр ВЛАДОС, 1997. 384 с.

Карамзин Н. М. Отчего в России мало авторских талантов? [Электронный ресурс]. URL: https://arheve.org/read/karamzin-nm-3/otchego-v-rossii-malo-avtorskih-talantov/6528

Марьянчик В. А. Оценочный вектор как инструментальная категория и компонент аксиологической структуры текста // Политическая лингвистика. 2015. № 1(51). С. 39–43.

Сидоров В. А. Аксиология журналистики: учебное пособие. СПб.: Петрополис, 2016. 201 с.

Щур Г. С. Теории поля в лингвистике. М.: Наука, 1974. 254 с.

Источники

Петербургский театральный журнал. 2023. №114

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННЫХ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тезисы докладов Международной научной конференции,
посвященной юбилею основателя Уральской научной
школы лингвокультурологии и стилистики
профессора Наталии Александровны Купиной
(17–18 апреля 2025 г.)

Подписано в в печать 11.04.2025. Формат 60×88/16.
Усл. печ. л. 6,53. Тираж 85 экз. Заказ № 11/04-1.
Отпечатано в типографии ООО Издательский Дом «Ажур»
620075, Екатеринбург, ул. Восточная, 54, тел. (343) 350-78-28
E-mail: azhur.ek@mail.ru, http: //www.ajur.ur.ru