

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Абдулкадырова Асият Багаутдиновна

**КОНЦЕПТОСФЕРА ДУХОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

(на материале медийных текстов)

5.9.8. Теоретическая, прикладная
и сравнительно-сопоставительная лингвистика

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Кадачиева Хайбат Магомедтагировна

Махачкала, 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО	
АНАЛИЗА КОНЦЕПТОСФЕР ДУХОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ	11
1.1. Ценности как компонент духовной лингвокультуры общества	11
1.1.1. Понятие и природа ценностей	11
1.1.2. Классификация ценностей	21
1.2. Концептосфера как способ организации ценностной картины	
мира	26
1.2.1. Способы организации концептов и опыт изучения ценностных	
концептов в лингвистике	26
1.2.2. Понятие концептосферы, ее системные и структурные	
характеристики	35
1.3. Алгоритм моделирования структуры ценностного концепта	
и концептосферы	43
Выводы	
ГЛАВА 2. КОГНИТИВНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ	
ЦЕННОСТНЫХ КОНЦЕПТОСФЕР АНГЛИЙСКОГО	
И РУССКОГО МЕДИАДИСКУРСОВ	52
2.1. Ценностный концепт COURAGE/ МУЖЕСТВО в английских	
и русских медиатекстах	52
2.1.1. Ценностный концепт COURAGE в английском языке	52
2.1.2. Ценностный концепт МУЖЕСТВО в русском языке	57
2.1.3. 3 Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных	
концептов COURAGE и МУЖЕСТВО	62
2.2. Ценностный концепт HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ в английских	
и русских медиатекстах	68
2.2.1. Ценностный концепт HONESTY в английском языке	68
2.2.2. Ценностный концепт ЧЕСТНОСТЬ в русском языке	73

2.2.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов HONESTY и ЧЕСТНОСТЬ	78
2.3. Ценностный концепт KINDNESS/ ДОБРОТА в английских и русских медиатекстах	82
2.3.1. Ценностный концепт KINDNESS в английском языке	82
2.3.2. Ценностный концепт ДОБРОТА в русском языке	89
2.3.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов KINDNESS и ДОБРОТА	96
2.4. Ценностный концепт LOVE/ЛЮБОВЬ в английских и русских медиатекстах	101
2.4.1. Ценностный концепт LOVE в английском языке	101
2.4.2. Ценностный концепт ЛЮБОВЬ в русском языке	108
2.4.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов LOVE и ЛЮБОВЬ	115
2.5. Ценностный концепт LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ в английских и русских медиатекстах	121
2.5.1. Ценностный концепт LOYALTY в английском языке	121
2.5.2. Ценностный концепт ПРЕДАННОСТЬ в русском языке	127
2.5.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов LOYALTY и ПРЕДАННОСТЬ	132
2.6. Ценностный концепт TOLERANCE/ТОЛЕРАНТНОСТЬ в английских и русских медиатекстах	137
2.6.1. Ценностный концепт TOLERANCE в английском языке	137
2.6.2. Ценностный концепт ТОЛЕРАНТНОСТЬ в русском языке	143
2.6.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов TOLERANCE/ТОЛЕРАНТНОСТЬ	148
Выводы	154
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	156
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ	162
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ	179
ПРИЛОЖЕНИЕ	180

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время отмечается значительный интерес к исследованию концептов и концептосферы, которые изучаются в когнитивном, культурологическом, лингвистическом, литературоведческом и других аспектах. При этом предлагаются различные их интерпретации, классификации и методы исследования. В данной работе, выполненной в русле концептуальных исследований, концепт и концептосфера рассматриваются в тесной взаимосвязи с категорией «ценность» с позиций сопоставительной лингвистики и лингвокультурологии.

Важность ценностей не вызывает сомнения, поскольку, являясь базовыми компонентами человеческой культуры, они воплощают жизненный опыт предыдущих поколений, отражают культуру определенного этноса, направляют поведение людей и влияют на все сферы их жизнедеятельности. Ценности фиксируются в языковых системах и реализуются в виде концептов, которые раскрывают национально-культурные особенности общения, деятельности людей и представляют собой своеобразные «ключи» к выявлению условий жизни, стереотипов и норм той или иной культуры, чем и привлекают интерес и внимание ученых.

Отражая материальные стороны жизни народа (географическое положение, климат, условия жизни) и духовные стороны мира носителей языка (жизненные позиции, систему ценностей, менталитет), язык формирует стратегии оценивания явлений окружающей действительности и задает «правила игры», интерпретирующие, как надо и как нельзя поступать. При этом адекватно описать и разъяснить языковое явление можно в том случае, если оно рассматривается «на перекрестке когниции и коммуникации», т.е. в когнитивно-коммуникативном направлении, позволяющем «не только описать значение или содержание языковой формы через определенную концептуальную структуру, структуру мнения и знания, но и объяснить причины выбора или создания данной «упаковки» для данного содержания» [Кубрякова 2004: 16].

Актуальность настоящего исследования обусловлена следующими факторами:

1) ценностная картина мира является важнейшим компонентом языковой картины мира, а лингвистический аспект ценностей представляет собой одно из ведущих направлений современной науки о языке, нуждающийся в дальнейших теоретических и практических разработках;

2) реализуемым в работе сопоставительным подходом, способствующим более объективному и полному описанию концептосферы духовных ценностей, представленной в современных исследованиях преимущественно в одноязычном аспекте;

3) принадлежностью объекта исследования к когнитивно-дискурсивной и коммуникативно-дискурсивной тенденциям развития современного языкознания, диктующим необходимость комплексного изучения концептосфер, систематически и структурно репрезентирующих базовые ценности того или иного общества;

4) включенностью концептов духовных ценностей в лингвокультурологические парадигмы современного лингвистического знания, позволяющей раскрыть специфику национальных характеров носителей различных культур и повысить эффективность межкультурного взаимодействия.

Объектом исследования выступает концептосфера духовных ценностей COURAGE/МУЖЕСТВО, HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ, KINDNESS/ДОБРОТА, LOVE/ЛЮБОВЬ, LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ, TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ, репрезентированная в английской и русской лингвокультурах.

Предмет изучения составляют различные способы вербализации и структурирования концептосферы базовых духовных ценностей в англо- и русскоязычном медийных дискурсах.

Степень разработанности темы. На фоне опубликованных за последние десятилетия работ, нацеленных на изучение отдельных ценностных концептов (Ипанова, 2005; Сергеева, 2005; Сумина, 2007; Филиппова, 2007; Сайко, 2008; Аипова, 2009; Кириллова, 2010; Дзюба, 2011; Павленко, 2016; Ваньжоу, 2019; Бирюлина, 2022 и др.), выделяются своеобразные ниши, определившие выбор темы настоящего исследования. К ним, на наш взгляд, относятся, во-первых, сравнительно немногочисленные исследования, объединяющие концептосферы опреде-

ленной ценности (Иванова, 2006; Тепкеева, 2007; Аксенова, 2007; Самохина, 2010; Флат, 2014 и др.), во-вторых, единичные работы, посвященные контрастивному изучению концептосфер ценностей (Чернова, 2010; Толчина, 2010; Приходько, 2011; Сюеин, 2013 и др.), в-третьих, бóльшая часть трудов выполнена на материале художественного, политического, рекламного дискурсов, афоризмов, пословиц и т.д. Обращение в настоящей работе к медиадискурсу в качестве материала исследования обусловлено как фактором новизны, так и динамичностью его языковых характеристик.

Целью исследования является выявление сходств и различий способов аксиологизации окружающего мира представителями британской и русской лингвокультур путем структурирования концептосфер духовных ценностей, а также актуализация факторов, лежащих в их основе.

Для достижения поставленной цели решаются следующие **задачи**:

- 1) обосновать исходное понимание «ценности» как компонента духовной лингвокультуры общества и дать классификацию ценностей;
- 2) систематизировать имеющиеся представления о природе, структуре, типологии, способах организации концептов и концептосфер;
- 3) обобщить опыт изучения ценностных концептов и концептосфер в лингвистике;
- 4) описать процедуру выделения когнитивных признаков и аксиологических составляющих на всех уровнях полевой структуры концепта;
- 5) систематизировать и обобщить данные номинативного, информационного и интерпретационного полей структуры концепта для разработки алгоритма структуры моделирования ценностного концепта.
- 6) структурировать и сравнить концептосферы духовных ценностей в современном медиaprостранстве с целью выявления сходств и различий, демонстрирующих особенности национального восприятия и оценки окружающего мира носителями британской и русской лингвокультур.

В основу исследования положена следующая **гипотеза**: концепты духовных ценностей COURAGE/МУЖЕСТВО, HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ, KINDNESS/ДОБРОТА,

LOVE/ЛЮБОВЬ, LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ, TOLERANCE/ТОЛЕРАНТНОСТЬ, являясь универсальными для всех языков мира и базовыми для английской и русской аксиологических картин мира, содержат ценностные составляющие, отражающие как общие, так и этноспецифические характеристики этих лингвокультур. Реконструкция концептосферы духовных ценностей позволяет выявить специфическую комбинаторику ценностных признаков, объективация которых в медиадискурсе отражает ментальность носителей языка.

Цель работы определила **комплексную методику** исследования, в основу которой вошли методы концептуального, сравнительно-сопоставительного, культурологического, интерпретационного, дефиниционного и компонентного анализов, количественные подсчеты.

Материалом исследования послужили средства реализации указанных ценностных концептов, отобранные методом сплошной выборки из лексикографических источников (толковых словарей, тезаурусов, словарей синонимов) английского и русского языков и медийных текстов из прессы «The Independent» и «Российская газета» за 2018-2022 гг., объемом около 5 млн. п.з.

Теоретической базой настоящего исследования послужили положения, разрабатываемые в работах отечественных и зарубежных лингвистов по изучению концептов и концептосферы [Бабушкин, 1996, 2018; Бижева, 2000; Болдырев, 2002, 2009, 2016; Вежбицкая, 1997; Воркачев, 2003; Карасик, 2002, 2004, 2005; Лихачев, 1993, 1997, 1999; Маслова, 2004; Попова, 2002, 2007, 2009, 2010; Стернин, 2001, 2005, 2007, 2010; Evans, Green, 2006; Jackendoff, 1991; Langacker, 1987; Lebedko, 2003; Talmy, 2000; и др.], по сопоставительной лингвистике [Капустина 2011; Приходько 2011; Хлебодарова 2015; Диденко 2016; Makarova, Gazilov, Gozalova 2018 и др.], теории оценки [Арутюнова, 1988, 1999; Вольф, 1985; Mackie, 1977 и др.], по теории ценностей [Блюмкин, 1981; Борзенко, 2002; Виндельбанд, 1904; Выжлецов, 2005; Ефимов, 2010; Кувакин, 2002; Лавриненко, 1998; Ray, 2010; Серебренникова, 2001; Субетто, 2003; Таланов, 2010; Тугаринов, 1966; Яшин, 2005; Bryant, 2015; Foust, 2022; Klukhon, Strodsbeck, 1999; Perry, 1952;

Proost, 2007; Rokeach, 1973; Schwartz, 2007 и др.], по теории чувств и эмоций [Вилюнас, 2008; Экман, 2000; Baron, 1984 и др.].

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что работа вносит вклад в развитие теории концепта, концептосферы и ценностей, теории языка и методики сопоставительной лингвистики благодаря разработке алгоритма моделирования структуры ценностных концептов. Выявленные концепты духовных ценностей представляют собой ключи к пониманию ценностных приоритетов изучаемых культур, стереотипов поведения и национального характера британского и российского обществ, способствующие установлению взаимопонимания между ними.

Практическая ценность работы заключается в том, что ее результаты могут найти применение при подготовке лекций, семинаров и разработке авторских спецкурсов по межкультурной коммуникации, когнитивной лингвистике, лингвокультурологии, культурологии, философии языка, психолингвистике, в практике преподавания иностранных языков, а также при написании научно-квалификационных работ.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые проводится моделирование концептосферы основных духовных ценностей COURAGE, HONESTY, KINDNESS, LOVE, LOYALTY, TOLERANCE в английском и МУЖЕСТВО, ЧЕСТНОСТЬ ДОБРОТА, ЛЮБОВЬ, ПРЕДАННОСТЬ, ТОЛЕРАНТНОСТЬ в русском языках в когнитивном и сравнительно-сопоставительном планах. Разработанный алгоритм моделирования структуры ценностного концепта представляет собой пошаговое описание процедуры структурирования и категоризации концептов в отдельно взятом языке, при том, что выявленные в ходе исследования когнитивные признаки позволяют описать структуры ценностных концептов не только в рамках одного языка, но и в сопоставительном плане.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1) в рамках традиционных подходов изучение концептов не отражает в полной мере их ценностную ориентированность, в связи с чем целесообразно обращение к их концептуальному анализу, теория и практика которого могут быть обогащены алгоритмом моделирования ценностных концептов;

2) базовые духовные ценности COURAGE/МУЖЕСТВО, HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ, KINDNESS/ДОБРОТА, LOVE/ЛЮБОВЬ, LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ, TOLERANCE/ТОЛЕРАНТНОСТЬ структурируются посредством когнитивных признаков, отличающихся количественными и содержательными характеристиками, которые служат основанием для сравнительно-сопоставительного анализа концептосфер духовных ценностей в английском и русском языках;

3) когнитивные признаки номинативного и информационного полей ценностей концептосферы характеризуются относительной статичностью в обоих языках, в отличие от когнитивных признаков интерпретационного поля; их общность является той базой, на которой происходит структурирование и взаимодействие национально-культурной концептосферы духовных ценностей;

4) аксиологические составляющие концептов духовных ценностей выявляются наиболее ярко в интерпретационном поле, отражая особенности менталитета изучаемых этносов.

Апробация работы. Отдельные положения настоящего исследования были представлены для обсуждения на ежегодных научных сессиях профессорско-преподавательского состава ДГУ (Махачкала 2020, 2021, 2022), Всероссийской студенческой научно-практической конференции «Молодой ученый – 2021» (Махачкала, 2021), V Всероссийской научно-практической конференции «Молодые учёные – инициаторы новых подходов в образовании и науке: взаимодействие языков и культур в свете инновационных образовательных технологий» (Махачкала, 2021); Международной научно-практической конференции «Современные проблемы лингвистики и теории преподавания иностранного языка» (Махачкала, 2022).

По материалам исследования опубликовано 8 научных работ, в том числе две в системе цитирования (библиографических баз) Web of Science, Scopus, четыре в научных рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, две в научных рецензируемых изданиях РИНЦ. Диссертационная работа выполнена в рамках поддержанного экспертами РФФИ одноименного проекта № 20-312-90038.

Объем и структура работы. Общий объем исследования составляет 187 страниц текста. Диссертационная работа включает введение, две главы, заключение, список использованной литературы и интернет-источников, содержащий 182 наименования, список сокращений и приложение.

Во **введении** обосновываются выбор темы, актуальность, научная новизна проведенного исследования, определяются его объект и предмет, основная цель и задачи, формулируется гипотеза и положения, выносимые на защиту, раскрываются теоретическая значимость и практическая ценность работы, описываются методы исследования и привлеченные для анализа источники фактологического материала, приводятся сведения об апробации работы.

В **первой главе** данного исследования «Теоретические основы сопоставительного анализа концептосфер духовных ценностей» рассматриваются категория «ценность» как компонент духовной лингвокультуры общества, ее природа и классификации, «концепт» и «концептосфера» как способы организации ценностной картины мира; систематизируются их структурные характеристики, намечается алгоритм моделирования структуры ценностного концепта и концептосферы.

Вторая глава «Когнитивно-сопоставительное моделирование ценностных концептосфер английского и русского медиадискурсов» посвящена исследованию ценностных концептов COURAGE/ МУЖЕСТВО, HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ, KINDNESS/ ДОБРОТА, LOVE/ ЛЮБОВЬ, LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ, TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ, их когнитивных признаков и аксиологических составляющих, описанию их номинативных, информационных и интерпретационных полей и их сравнительно-сопоставительному анализу в англо- и русскоязычной лингвокультурах.

В **заключении** представлены общие выводы и результаты, полученные в ходе работы над диссертационным исследованием.

Работу завершает **список использованной литературы и источников, список сокращений и приложение.**

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА КОНЦЕПТОСФЕР ДУХОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

1.1. Ценности как компонент духовной лингвокультуры общества

1.1.1. Понятие и природа ценностей

Ценности занимают одно из первостепенных мест в жизни человека и социума. Именно они выделяют человека из животного мира, выступают регулятором повседневной жизнедеятельности людей, обеспечивают их деятельность, отражают культуру определенного народа, а также воплощают в себе жизненный опыт предыдущих поколений и влияют на все сферы человеческой жизни. Система ценностей регулирует поведение людей на более высоком уровне, что предполагает его одобрение и поддержание между представителями всего общества или отдельных групп [Lebedko 2003: 185].

Мир ценностей так же многообразен, как и те отношения, в которые вступают люди в процессе своей жизнедеятельности. Богатство мира ценностей, в котором живет человек и человечество в целом, настолько неизмеримо, что никакая эпоха или культура не могут раскрыть и реализовать его возможности в полной мере [Ефимов, Таланов 2010]. Объем ценностей отдельно взятого индивида может быть довольно ограниченным и зависящим от его жизненной позиции, интересов и образа жизни. Отбор того, что человеку нужно и что он ценит, – это «элементарный акт, без которого невозможны ни действительность, ни сама жизнь человека как существа, имеющего различные потребности, интересы и цели» [Барьядаева 2009: 84].

В последнее время проблема изучения ценностей и ценностных ориентиров стала весьма актуальной. Эти категории являются важной областью исследований и находят отражение во многих социально-гуманитарных науках: философии, педагогике, культурологии, психологии, социологии и др.

Возведение понятия «ценность» в ранг философской категории и появление самостоятельной отрасли философского учения – аксиологии – принято связывать с трудами немецкого естествоиспытателя и философа Р.Г. Лотце. Он отде-

лил область философии, которую определил как «мир ценностей», от области явлений («мира явлений»). Ценности относятся к области проявления идей, в то время как предметный мир выступает лишь обозначением идеального бытия [Лотце; цит. по Баева 2004: 23]. Таким образом, Р.Г. Лотце придавал понятию «ценность» категориальный смысл, имеющий значение как для бытия, так и для познания, и описал бытие ценностей как идеальное, сверхприродное и объективное [Лотце; цит. по Столович 1994: 123].

Аксиология (от греч. *axios* – ценность и *logos* – учение) изучает ценности и оценку, то есть значение предметов действительности для людей и высказываний об этих значениях. Из аксиологии термин «ценность» довольно быстро вошел в употребление в публицистике, политике и повседневной жизни: *ценный вклад, ценность мысли, ценный совет* и др., часто употребляясь наравне с понятиями *благо, польза, стоимость, важность, достоинство*.

В аксиологии выделяют «лингвистическую аксиологию», главной исследовательской задачей которой является определение методологии и технологии в изучении содержания внутреннего мира языковой личности, ценностных ориентаций личности и общества по данным языка, точнее – человека говорящего, создающего дискурсивный мир в соотношении с Миром, Другими и самим собой в этом мире [Лингвистика и аксиология 2011: 18-19].

Но, прежде чем стать отдельным научным учением, теория о ценностях прошла долгий исторический путь развития: представления о ценностях менялись, постепенно усложняясь и совершенствуясь. Каждая эпоха с ее социально-политическими интересами, экономическими преобразованиями, историческими событиями и мировоззрением мыслителей оставила свой отпечаток на понимании ценностей.

Интерес к феномену «ценностей» наблюдался ещё в работах античных философов. Аристотель в своих трудах использовал понятия «ценность», «ценимое», «ценное». В своей классификации одни блага он относил к ценимым вещам, другие – к хвалимым, а третьи – к возможностям. Ценимым он называл божественное благо, самое лучшее, и приводил в качестве примера душу, ум, добродетель. «Причем ценимое – это почитаемое, и именно такого рода вещи у всех в чести» [Аристотель 1983: 299].

В средние века античное мировоззрение рассматривалось как упадок духовности, а прошлое – как греховный период истории человечества, поэтому спасение человечества связывалось с идеей возведения Бога, как источника мудрости и всякого блага, в ранг наивысшей ценности. В основе трудов Амвросия Медиоланского (2012), Аврелия Августина [2007], Фомы Аквинского [1998] и др. лежали понятия о *благости, добре и зле, совести, смысле жизни, счастье, добродетели*.

Однако самого термина «ценность» в категориальном смысле в эти эпохи не существовало, а понятие выражалось такими словами, как «благо», «добро», «истина», «справедливость», «закон», «счастье» и т.д., которые теперь могут выступать в качестве различных проявлений ценности.

В эпоху Возрождения ценности реального и идеального бытия воссоединяются и получают широкое распространение как *ценности гуманизма, свободного индивидуума и мирские ценности*. К примеру, Мишель Монтень выделяет в ценностях, прежде всего, индивидуалистическое начало: «Что ценность вещей зависит от мнения, которое мы имеем о них, видно хотя бы уже из того, что между ними существует много таких, которые мы рассматриваем не только затем, чтобы оценивать их, но и с тем, чтобы оценивать их для себя» [Монтень 1998: 36].

В Новое время (XVII) развитие науки и новых общественных отношений во многом определило основной подход к рассмотрению предметов и явлений как ценностей. В работах мыслителей этой эпохи прослеживаются такие ценности, как *прогресс, разум, наука, практическая польза, свобода воли, гармония и т.д.* Так, Рене Декарт считает высшим благом человека как носителя научного знания. Он также утверждал, что ценности определяются *разумом*, и, чтобы правильно поступить и «приобрести все добродетели и вместе с ними все доступные блага», достаточно рассуждать правильно [<http://modernlib.ru/books/dekart>].

Феномен ценности находился и в сфере интересов И. Канта. Он понимал под ценностями требования, обращенные к воле, цели, стоящие перед человеком, значимость определенных факторов для личности [МТМФ]. Ценности, в основе которых лежат субъективные цели, он называл «ценностями для нас», а ценности, обусловленные объективными целями, – абсолютными. Философ также отмечал,

что ценности могут быть и иллюзорными, например, жажда титулов и орденов, появляющиеся в результате честолюбия [Кант 1980: 240].

Учение И. Канта о ценностях пытались развить В. Виндельбанд и Г. Риккерт, придавшие понятию «ценностей» значение системо- и смыслообразующей философской категории. Г. Риккерт, определяя понятие ценности, утверждает, что сущностью ценности являются не блага и оценки, а соединение ценности с действительностью, условием которого является значимость, проявляющаяся в акте оценивания. Он относит ценности к самостоятельному царству, не принадлежащему ни к области объекта, ни к области субъекта [Риккерт 1998: 459-460]. А В. Виндельбанд трактовал ценность как идеальные нормы, на основании которых оценивается то, что совершается с естественной необходимостью. Они влияют на нравственные действия человека и составляют основу его эстетической и теоретической деятельности. А ценности, обоснованные высшей духовной действительностью и возвышающиеся над меняющимися временными интересами людей, он называл высшими ценностями [Виндельбанд 1993: 90-91].

В XX столетии аксиология развивалась по двум основным направлениям. В первом направлении ценности рассматриваются как продукты осознания биологических и психических потребности человека, как объективные факторы реальности, удовлетворяющие потребности людей, которые можно эмпирически фиксировать. Так, Р. Перри отмечает, что «любой объект интереса является ценностным фактом. Таким образом, ценность определяется интересом..., который сам детерминирован ожиданием результата» [Perry 1952: 3]. Для второго направления характерно определение ценностей как онтологического феномена. Так, согласно Э. Гуссерлю, «вместо предметов, ценностей, целей, вспомогательных средств, мы рассматриваем тот субъективный опыт, в котором они являются» [Гуссерль 1991: 13].

Заметный вклад в науку о ценностях внес Макс Шелер, который дает развернутую характеристику признаков ценностей, среди которых долговечность, неделимость, обоснованность, «глубина удовлетворения» и относительность [Шелер 1994: 309-318].

Интерес к проблеме ценностей в отечественной науке стал просматриваться в 60-х гг. XX в. В это время появились работы В.П. Тугаринова «О ценностях жизни и культуры» (1960), В.А. Василенко «Ценность и ценностные отношения» (1966), О.Г. Дробницкого «Мир оживших предметов. Проблема ценности и марксистская философия» (1967), а немного позже и труды Л.Н. Столовича «Красота. Добро. Истина» (1994), Г.П. Выжлецова «Аксиология культуры» (1996), М.С. Кагана «Философская теория ценности» (1997), В.В. Ильина «Аксиология» (2005), В.П. Барышкова «Аксиология личностного бытия» (2005), А.А. Ивина «Аксиология» (2006), В.И. Ефимова и В.М. Таланова «Общечеловеческие ценности» (2010) и др.

Ученые, как отечественные, так и зарубежные, отмечают, что интерес к изучению ценностной тематики особенно возрастает в кризисные периоды общественного развития, которые связаны с изменением условий жизни и переоценкой ценностей. Потребность всестороннего изучения ценностей и ценностных ориентиров, отражающих «серьезные социальные изменения в обществах и в разных странах», влияющих на их направление и скорость [Schwartz 2007: 161], определяющих состояние, характеристику общества в целом и отдельно взятой личности, вызвана необходимостью поиска способа воздействия на них, для того, чтобы предотвратить вероятные социальные разногласия [Елишев 2011: 82-83].

Несмотря на растущий интерес к категории ценности, в научной литературе еще нет единого мнения относительно её определения. Возможно, это связано со сложной природой ценности: на первый взгляд, она довольно ясна, но в процессе изучения начинает множиться и ускользать, представляясь призрачной и недоступной.

В представлениях западных философов ценности являются некими идеальными сущностями, оторванными от реальности. Так, П. Менцер определял ценность как «то, что чувства людей диктуют признать стоящим над всем и к чему можно стремиться, созерцать, относиться с уважением, признанием, почтением» [Менцер; цит. по Харченко, Березовская, 2013: 295]. Ф. Ницше отмечал, что в ценностях выражается «воля к власти» [Ницше 2005].

В определениях, разработанных отечественными учеными, прослеживается связь ценностей с реальной жизнью, с общественными и личными потребностями

и интересами людей. Так, В. П. Тугаринов называет ценностями то, что обществу или определенной группе людей нужно и полезно [Тугаринов 1966: 15]. Критерий «полезности» отмечается и в определении О.Г. Дробницкого, полагающего, что прежде чем «применить какое-либо вещество или силу природы на практике, мы оцениваем их с точки зрения наших интересов, целей, потребностей и задач, с точки зрения полезности их или вредности для нас» [Дробницкий 1967: 195]. В.Н. Лавриненко, отмечает, что интересы и потребности людей, возникающие на основе человеческой практики, потребностей и социальных отношений, обуславливают заинтересованность человека в чем-то. То есть, объект обладает ценностью, если к нему проявляют какой-то особый интерес [Лавриненко 1998].

Согласно В.В. Ильину, ценностью объявляется предмет некоторого интереса, желания, объект в общем смысле, значимый для человека в его *целевой предназначимости*. Поясняя генезис слова «ценность», он выделяет три значения: характеристику свойств *вещей*, выступающих как объект ценностного отношения, психологические *качества человека*, являющиеся субъектом этого отношения, и *отношения между людьми*, благодаря которым ценности обретают общую значимость [Ильин 2005: 202]. Значимость вещи определяется богатством свойств объекта, и «измерение ценности – это измерение полноты свойств, их богатства или бедности» [Hartman 1973: 39]. Значимость объекта для субъекта и переход объекта в ценность в дефиниции В.А. Василенко происходит лишь в процессе практического субъектно-объектного взаимодействия [Василенко 1966: 47].

В определениях названных ученых прослеживается субъектно-объектный характер ценностного отношения. Однако, по мнению Г.П. Выжлецова, ценность проявляется как «реализация межчеловеческих и более того межсубъектных отношений», выделяя при этом в качестве субъектов отношений – Бога, природу, общество, человека [Выжлецов 2005]. Субъектно-объектный характер ценностей отрицал в свое время и Г. Риккерт, который характеризовал ценности как надбытийные, надсубъектные, надобъектные образования, являющиеся совершенно самостоятельным царством, значимость которого проявляется в акте оценивания как условие соединения реальности и ценности [Риккерт; цит. по Дьячкова 2007: 143].

Более полное, на наш взгляд, определение понятия «ценность» дано в новой философской энциклопедии: ЦЕННОСТЬ – это одна из основных понятийных универсалий философии, означающая в самом общем виде невербализуемые, «атомарные» составляющие наиболее глубинного слоя всей интенциональной структуры личности – в единстве предметов ее устремлений (аспект будущего), особого переживания-обладания (аспект настоящего) и хранения своего «достояния» в тайниках сердца (аспект прошедшего), которые конституируют ее внутренний мир как «уникально-субъективное бытие» [НФЭ].

Ценности, как и всякое явление, имеют свою природу и *критерии*, среди которых – ее *положительная значимость*. Явления же, негативно влияющие на общественное развитие, могут определяться как отрицательные значимости. Поэтому ценность – это та значимость, которая играет положительную роль в жизни человека и общества в целом.

Любой предмет или явление, попадая в область заинтересованности человека или общества, может оцениваться с точки зрения пользы или вреда, добра или зла, красоты или уродства, и т.д. Но кто задает эти ценности? По мнению М. Вебера, ценности носят *исторический характер* и имеют силу лишь для определенного периода времени, а затем утрачивают свою важность для социума [Вебер 2006]. А В.И. Ефимов и В.М. Таланов в свою очередь считают, что любая ценность, которая прекратила свое существование и возрождение, повторение которой невозможно, перестает быть ценностью и в лучшем случае переходит в сферу заслуженной почтенной памяти [Ефимов, Таланов 2010].

Другим критерием ценности как социального явления является ее *объектно-субъективный характер*. Безосновательно говорить о существовании ценности в отрыве от общества, поскольку сами по себе предметы или явления без их связи с жизнью человека и социума не имеют отношения к ценностям. Они зависят от чувств, желаний, эмоций человека и исчезают, как только перестают интересовать его. То есть, ценность является объективной значимостью многообразных явлений действительности, содержание которых определяется потребностями, желаниями и интересами субъектов общества. Иерархия ценностей не является раз и навсегда за-

данной в сознании личности: на протяжении жизни одни ценности выступают на первый план, другие отходят на второй, происходит ротация ценностей.

Ценность возникает в ходе *практической деятельности* человека, и начинается она с постановки цели, достижение которой позволило бы индивиду удовлетворить свои потребности. Поэтому человек уже изначально будет относиться к предполагаемому результату своей деятельности как к ценности, а к самой деятельности как к значимому для него процессу. Цели, идеи, отношения, способы и результаты человеческой деятельности становятся ценностями в том случае, когда они являются социально значимыми, то есть отвечают потребностям и интересам людей и придают «стройность и направленность разнообразным мотивам человеческого мышления и деятельности в ходе решения общих человеческих проблем» [Klukhon, Strodbek 1999: 157].

Следует отметить, что *смысл ценностей* для людей неоднозначен: он зависит от их положения в обществе и поставленных ими целей. Личность – это динамическая система, которая находится в процессе непрерывного изменения и развития. Идентичность личности формируется как в процессе выбора собственных целей и ценностей, так и под влиянием общества, которое задает нормы и законы существования и взаимодействия [Mead 1976]. При достижении определенного уровня развития человеку открываются новые возможности для дальнейшего совершенствования системы его ценностных ориентаций, на формирование и развитие которых влияет ряд других взаимосвязанных и взаимозависящих факторов. Их можно классифицировать на внутренние и внешние.

К *внутренним факторам* влияния можно отнести все то, что связано с построением социально-психологической структуры личности: личностный потенциал, жизненные установки и потребности, саморазвитие, познание своих индивидуальных особенностей, интеллектуальное и эмоциональное развитие и т.д. [Абдулкадырова 2022б: 17].

Внешние факторы, согласно Э.И. Рау, делятся на факторы микроуровня (семья и ее социальный статус, социокультурная среда общения, традиции и обычаи и т.д.), факторы мезоуровня (деятельность образовательных учреждений, ре-

лигиозных и общественных объединений, органов местного самоуправления) и факторы макроуровня (состояние экономики, политическая ситуация, влияние политических партий, СМИ и др.) [Рау 2010: 274].

Наряду с понятием «ценность» ключевыми категориями аксиологии являются оценка, самооценка и антиценность. По словам Е. Ф. Серебренниковой, без обращения к оценочным аспектам сегодня нельзя представить ни теорию истины, ни теорию и практику интерпретации, так как в любом суждении о мире содержится не только информация о предметах и явлениях, но и мнение по поводу них [Лингвистика и аксиология 2011: 34].

Заключают в себе возможность оценочного акта и ценности. Согласно В.А. Марьянчик, оценка – «это ментальновербальное действие присвоения положительных или отрицательных свойств объекту» [Марьянчик 2013: 7]. В.А. Блюмкин определяет оценку как процесс определения значимости какого-либо предмета или явления и его результат, то есть само суждение о полезности и важности оцениваемого явления. Соотношение между свойствами предметов и потребностями людей устанавливается актом сознательной человеческой деятельности. При этом свойства явлений выступают как объект оценки, а потребности – как ее критерий [Блюмкин 1981: 6]. Оценка связывает человека не только с окружающей реальностью, но и непосредственно с другими людьми, вводя его в мир ценностей.

Под оценкой Н.Н. Болдырев подразумевает оценивание объекта в соответствии с правовыми, этическими, эстетическими, интеллектуальными, функционально-практическими и другими стандартами или нормами, существующими в определенном лингвокультурном сообществе [Болдырев 2002: 108]. Согласно Н.Д. Арутюновой, для оценки объекта или явления человеку нужно «пропустить» его через себя. Причем оценке подлежат не все свойства или стороны объекта, а лишь те, которые нужны человеку и обществу. Оценка представляет Человека как цель, на которую обращен мир [Арутюнова 1999: 181].

По мнению Е.М. Вольф, объективный мир членится говорящими с точки зрения его ценностного характера – добра и зла, пользы и вреда, истины и лжи и т.п., и это социально обусловленное членение довольно сложно отражено в язы-

ковых структурах. Она объясняет оценку как ценностный аспект значения языковых выражений, где субъект оценки «А» считает, что объект оценки «Б» хороший/плохой, истинный/ложный, важный/неважный, полезный/бесполезный и т.д. Но все же основная сфера оценочных значений высказывания о ценностях связана с признаками «хорошо/плохо» [Вольф 1985: 5-8], «положительно/отрицательно» [Ильюшина 2001: 24], правильно (right)/неправильно (wrong) [Mackie 1977: 211].

Субъектно-объектные отношения в случае интерпретации понятия самооценки схожи с теми же отношениями в понятии «оценка». Самооценка человека и оценка его другими людьми могут существенно расходиться, по мнению В.А. Барьядаевой, зависит только от того, кто оценивает. Поэтому в большинстве случаев мнение индивида о себе и мнения о нем окружающих очень редко совпадают [Барьядаева 2009: 86].

При определенных обстоятельствах, обусловленных изменчивостью потребностей общества, предмет или явление способны превратиться из ценности в неценность [Барьядаева 2009: 86-87]. Так, к примеру, в 2020 году «ценность введенных правительством ограничений с целью защитить нацию в период изоляции стала расцениваться британцами как антиценность в связи с негативным влиянием на психологическое состояние нации» [Абдулкадырова 2021: 1127]. А поскольку эти последствия приносят вред обществу, то можно классифицировать их как антиценности [Ефимов, Таланов 2010].

Некоторые ученые (Г.П. Выжлецов, М.С. Каган, И.И. Кравченко и др.), придерживающиеся определения ценности как значимости, признают, что значимость может быть не только положительной, но и отрицательной, и предлагают собственные термины для ее определения: ценностные противоположности, антиценности, ценностные антиформы. В.А. Барьядаева называет приведенные выше явления *неценностями* и отмечает, что при определенных условиях, обусловленных изменчивостью потребностей человека или общества, предмет или явление способны превратиться из ценности в неценности. В сравнении с бесконечным многообразием ценностей неценностей имеется лишь небольшое количество (*смерть, болезнь, невежество* и т.п.) [Барьядаева 2009: 86-87].

По мнению В.И. Ефимова и В.М. Таланова, ценности и антиценности представляют собой крайности, а *псевдоценности (квазиценности)* занимают промежуточное положение [Ефимов, Таланов 2010]. Авторы «Основы современного гуманизма» И.М. Борзенко, В.А. Кувакин, А.А. Кудишина относят к квазиценностям *заблуждения, предрассудки, мифы, неverifiedицируемую информацию, квазинаучное и религиозное, «чудесные» исцеления, телепатию, ясновидение, астрологию, гадание на картах Таро* и многое другое. А к антиценностям они *относят жадность, паразитизм, подозрительность, враждебность, агрессивность, насилие, манипулирование сознанием и поведением людей, осквернение и разрушение среды обитания, биоцид и экоцид, вредные привычки* и др. [Борзенко, Кувакин, Кудишина 2002: 231-257]. Квазиценности и антиценности «антигуманны, антисоциальны», представляя собой опасность и вред обществу, угрозу деградации и даже уничтожения человечества [Ефимов, Таланов 2010].

1.1.2. Классификация ценностей

В окружающем нас мире мало предметов или явлений, к которым бы люди были безразличны и не выражали бы ценностного отношения. Ценностей почти так же много, как явлений природы, общества, человеческих мыслей и чувств [Тугаринов 1968: 14]. Многообразие ценностей вызывает необходимость их определенной классификации, но вряд ли можно разработать полную, целостную классификацию всех ценностей.

Ученые предлагают дифференцировать «ценности» по разным основаниям: по сферам общественной жизни, происхождению, предметному содержанию, по характеру ориентиров поведения человека, значимости и роли ценностей в жизни общества, их носителям и т.д. Но все они находятся между собой в тесной взаимосвязи и образуют целостную систему ценностей, которая выступает ядром культуры, отражающей «представления о норме (ценности) и отступлениях от нее (антиценности)» [Павлов 2013]. Кроме того, система ценностей способствует прогнозированию и регулированию возможных социальных опасностей и рисков и обосновывает оптимальные пути их решения [Ягубова 2016: 226].

Одной из давно сложившихся классификаций ценностей, которую признают многие ученые (В.П. Тугаринов, М.С. Кудряшева, С.Я. Ягубова, Т.В. Белых, Д.В. Захарчук, С.Г. Дробницкий, С.О. Елишев и др.) и принимают за основу значимые области современной общественной жизни, является деление ценностей на *материальные* и *духовные* (нравственные/моральные). Такое различие В.А. Барьядаева называет относительным. Например, «техника создает нам удобства и комфорт, избавляя от неудобств и лишений, сберегает время, помогает преодолевать пространство, но одновременно является средством удовлетворения духовных потребностей» [Барьядаева 2009: 85].

О.Е. Кучерова видит отличия ценностей и в следующем: «материальные ценности свойственны и человеку, и животному, а духовные – только человеку; материальные ценности человека наследуются биогенетически и формируются в дальнейшем под влиянием социальных условий и воспитания, а духовные перенимаются и формируются только социально. Материальные ценности есть у каждого человека, в то время как духовные ценности выражаются у разных людей по-разному» [Кучерова 2000: 190].

Материальные ценности связаны с практической деятельностью человека по освоению природы и созданию продуктов, обеспечивающих материальные потребности общества и человека. Ими могут быть природные объекты, т.е. естественные блага, заключенные в природных богатствах, предметы, созданные в результате человеческого труда, а также предметы культурного наследия прошлого, к примеру, произведения искусства и исторические памятники.

Духовные же ценности – это нормативно-оценочная сторона явлений общественного сознания, выраженная в соответствующих формах. Духовными ценностями являются ценности науки, морали, искусства, философии, права и т. д. Они не всегда несут в себе утилитарный смысл, не имеют пределов потребления, они вне времени.

По мнению М.С. Кудряшевой, вследствие некоторых изменений в развитии общества в условиях глобализации, мы пришли к доминированию утилитарных и прагматических ценностных ориентаций, «внимание стало уделяться в основном физическому благополучию и накоплению материальных благ, ушло понимание

более тонкого, более высокого смысла жизни, чем накопление материальных благ [Кудряшова 2015: 60]. В настоящее время происходит трансформация сложившихся механизмов универсализации самобытных и общечеловеческих ценностей, и предпочтение отдается материальным ценностям в ущерб духовным, что в свою очередь приводит к переоценке ценностей и размыванию общечеловеческих идеалов.

Духовные ценности А.И. Субетто называет *базовыми*. Он представляет систему ценностей в виде «пирамиды ценностей», которая у каждого народа и культуры своя. В основании «пирамиды» лежат базовые ценности, которые образуют своеобразную ценностную память определенных народов и цивилизаций. Базовые ценности меняются достаточно медленно и передаются на ранних этапах формирования личности под влиянием близких и впитываются через сказки, приобщение к языку, через любовь и воспитание, т.е. через первые этапы погружения ребенка в культурную среду [Субетто 2003: 65-67]. Базовые ценности остаются на протяжении практически всей жизни человека, однако кризисы или серьезные перемены в жизни человека могут «пошатнуть» эту достаточно устойчивую систему [Лапин 1993: 17-28]. На верхней страте пирамиды ценностей находятся более мобильные, быстро меняющиеся ценности, которые обновляются и легче поддаются управлению и воздействию извне. Как правило, это материальные ценности.

В настоящей работе мы придерживаемся традиционного деления ценностей на материальные и духовные, последние из которых являются предметом нашего внимания и представляют собой особую значимость в жизни человека, духовно обогащая его, формируя и развивая его внутренний мир и способствуя его возвышению.

В следующей классификации внимание акцентируется на содержательной характеристике ценностей. Сюда относят ценности *социальные, экономические, политические, правовые, эстетические* и т.д. Специалисты насчитывают десятки, даже сотни таких ценностей.

В основе классификации ценностей Е.Ф. Серебренниковой лежат пять *специальных областей бытования*: 1) область Истины, где ценность выводится в терминах «истинно/ложно»; 2) область Прекрасного – эстетическая область, где ценность определяется в терминах «прекрасное/уродливое»; 3) область Этики, где

ценность определяется в терминах «хорошо/плохо», «добро/зло» по поводу поведения людей; 4) область Удовольствия, в которой ценность выводится в терминах «приятное/отвратительное», касается сферы ощущений; 5) область Практической пользы, где ценность определяется в терминах «полезно/бесполезно/вредно» [Лингвистика и аксиология 2011: 29].

Другой классификацией ценностей, в основу которой заложено ценностное отношение человека к миру, является деление на *предметные* и *субъектные* ценности. К первому виду ценностей В.Н. Лавриненко относит предметы материальной и духовной деятельности людей, общественные отношения и природные явления, способные удовлетворять их многообразные потребности и имеющие для человека положительное значение. Второй вид ценностей включает установки, оценки, требования, запреты, нормы и правила, которые выступают ориентирами и критериями деятельности людей [Лавриненко 1998].

Кроме перечисленных выше, классификационным основанием служат носители ценностей, в качестве которых выступают социальные группы, классы, нации, государство, цивилизации. Ценности, как отмечает С.Я. Ягубова, «не существуют сами по себе наряду с национальными, социальными, художественными, научными и прочими ценностями: они «упакованы» в определенной социокультурной, нравственной сфере» [Ягубова 2016: 223].

По мнению В.И. Ефимова и В.М. Таланова, общечеловеческие ценности – это универсальные, непротиворечащие правовым законам и нравственным принципам и нормам, материальные и духовные средства, могущие удовлетворять человеческие потребности, а значит, имеющие извечную существенную значимость для каждой личности, для человечества в целом, для любого государства, выражающего существенные интересы общества своей страны и ее граждан. Примерами таких ценностей являются социальная *справедливость*, *человеческое достоинство*, *гражданский долг*, *проблемы сохранения мира, разоружения, международного экономического порядка* и др. [Ефимов, Таланов: <https://monographies.ru/ru/book>].

По М. Рокичу, ценности можно уложить в 2 основные парадигмы. Первая включает в себя понятие о *терминальных ценностях* – это важнейшие цели, идеалы,

смысл, все то, к чему стремился человек в течение всей своей жизни (*семья, любовь, успех, независимость* и др.). Вторая парадигма – об *инструментальных ценностях*, это то, чем руководствуется человек, желая достичь любви, успеха, независимости, то есть это определенная модель поведения и моральные нормы [Rokeach 1973: 243]. По мнению В.Н. Лавриненко, «без ценностей-средств недостижимы никакие ценности-цели, но вместе с тем никакие самые благородные цели не оправдывают дурных средств» [Лавриненко 1998]. В научной литературе приведенные выше ценности часто встречаются как *ценности-цели* (или целевые) и *ценности-средства*.

Многие авторы делят ценности на *положительные* и *отрицательные* (или *позитивные/негативные*). Эта же идея отражена и в определении понятия «ценность» в философской энциклопедии: «Ценность – философское и социологическое понятие, обозначающее ... положительную или отрицательную значимость какого-либо объекта...» [ФЭ 1970: 462]. Так, А.К. Рычков и Б.Л. Яшин к положительным ценностям относят «*благо, добро, здоровье, жизнь, справедливость, свободу, гармонию, прекрасное* и т.п. К отрицательным ценностям – *зло, болезнь, смерть, несправедливость, несвободу, безобразное* и т.п.» [Рычков, Яшин 2005: 444].

Однако В.А. Блюмкин считает, что понятие отрицательной ценности содержит в себе некоторое противоречие, но, поскольку в языке отсутствует соответствующее слово, приходится иногда использовать термин «ценность» для характеристики отрицательных явлений. «Вот и приходится говорить о ценностях позитивных и негативных, придавая понятию «ценность» это родовое значение» [Блюмкин 1981: 6]. На наш взгляд, ценность имеет только положительный знак, не может быть «отрицательных ценностей». Ведь ценности – это то, что людям нужно для удовлетворения их потребностей и интересов. Люди ценят или людям нужно либо необходимое, либо полезное, либо приятное.

Особый интерес в науке представляют *вечные* и *преходящие* ценности, которые являются синонимичными названиями общечеловеческих, базовых, духовно-нравственных или гуманистических ценностей [Ягубова 2016: 217].

С точки зрения той роли, которую ценности играют в жизни общества и человека, можно выделить классификацию, в которую входят *второстепенные ценности, ценности повседневного спроса* и *высшие ценности*. Без ценностей,

имеющих второстепенное значение для человека и общества, нормальное функционирование общества и человека не нарушается. К группе ценностей повседневного спроса относится все то, что необходимо для нормального удовлетворения материальных и духовных потребностей человека, без чего общество не может функционировать и развиваться. А без высших ценностей не может состояться личность, и невозможна нормальная жизнь общества.

К высшим ценностям относят такие «предельные» и наиболее общие для людей ценности, как *смысл жизни, добро, справедливость, красота, истина, свобода* и т. д. Они оказывают огромное влияние на социализацию личности, самого глубинного слоя структуры личности, ее самоактуализации. Без этого не только не может состояться личность, но и сама жизнь для большинства будет невыносимой [Лавриненко 1998].

Надо отметить, что классификация ценностей по разным основаниям не является жесткой и неподвижной. В связи с изменением условий и развитием общества ценности могут переходить из одного вида в другие, обновляться или, наоборот, терять значимость или вовсе уйти в небытие.

1.2. Концептосфера как способ организации ценностной картины мира

1.2.1. Способы организации концептов и опыт изучения ценностных концептов в лингвистике

Ценностные взаимоотношения человека с реалиями окружающего его мира закрепляются в его сознании и языке в виде ценностной картины мира. Очевидно, что «ценностная картина мира индивида формируется под влиянием традиционной культуры, национальных стереотипов, моральных ценностей, передаваемых от поколения в поколение, и достраивается, корректируется в течение жизни под влиянием внешних и внутренних обстоятельств, обусловленных семейным, социальным, профессиональным положением человека, историческими и политическими факторами» [Галимова 2014: 197].

В ценностной картине мира имеются ценностные доминанты, наиболее существенные для культуры смыслы, определяющие тип культуры, хранимый в языке и транслируемый будущим поколениям. Доминанты создают систему ценностей общества в течение длительных исторических периодов, на протяжении которых отбираются те ценности, которые способствовали выживанию этноса как единого целого [Карасик 2002].

Качества объектов и явлений реальности как ценности определяются оценочной деятельностью человека, которая «задана физической и психологической природой человека, его бытием и чувствованием, она задает его мышление и деятельность, отношение к другим людям и предметам действительности» [Арутюнова 1988: 24]. Следовательно, определение сущности ценностной картины мира предполагает обращение к категории ценностей и оценки, которая фиксируется в языке в виде языковой и ценностной картин мира.

Под языковой картиной мира понимают «ту часть концептуального мира человека, которая имеет привязку к языку и преломлена через языковые формы» [Кубрякова 2003: 5]. Язык подобен зеркалу, «в котором отображен не только реальный окружающий мир человека, условия жизни, но и его менталитет, представление народа о самом себе» [Makarova, Gazilov, Gozalova 2018: 618]. Он фиксирует «определенный способ восприятия и организации (концептуализации) мира», который «отчасти универсален, отчасти этнически специфичен» [Бижева 2000: 3]. При этом язык участвует в формировании языковой картины мира и сам «эксплицирует другие картины мира человека, которые через посредство специальной лексики входят в язык, привнося в него черты человека, его культуры. При помощи языка опытное знание, полученное отдельными индивидами, превращается в коллективное достояние» [Постовалова 1988: 11].

И.А. Солодилова и В.В. Перевалов относят языковую картину мира этноса к его культурному достоянию, объединяющему всех носителей данного общества. Культурные и мировоззренческие стереотипы нации закрепляются в языковой системе с помощью языковых средств – «фиксаторов», которые передаются последующим поколениям вместе с языковой картиной мира этноса и составляют значительную долю ценностной картины мира [Солодилова 2018: 182].

В свою очередь, языковая картина мира – это составная часть концептуальной картины мира или, другими словами, концептуальная картина мира, объективированная посредством языковых средств.

Общепринятым положением в когнитивной лингвистике является положение о несовпадении этих картин и подчеркивание глобальности концептуальной картины мира. Как совокупность концептов, организованных определенным образом, она значительно шире и богаче языковой картины мира, поскольку не все элементы концептуальной картины мира могут выражаться языковыми средствами.

Концептуальная картина мира – феномен более сложный, чем языковая картина мира: национальный язык «живет» в концептуальной сфере [Гришаева 2004: 101]. Он одновременно выступает и как способ репрезентации концептуального содержания человеческого сознания, и как средство коммуникации, с помощью которой преобразует субъективное восприятие действительности в интерсубъективное.

Основной единицей ценностной, языковой и концептуальной картин мира является концепт. Признание в науке этого термина создало новые возможности в постижении способов, закономерностей и особенностей взаимодействия языка, мышления и культуры. Концепт представляет собой продукт ума, «результат человеческого познания» [Smith 2004], способный творчески воспроизводить и генерировать смыслы как универсалии, связывающие между собой вещи и речь. Согласно Р. Джекендоффу, «концепт – это оперативная единица уровня ментальных репрезентаций, которая характеризуется схематическим строением и включает набор существенных признаков для определения предметов и явлений действительности» [Jackendoff 1991: 8].

Сторонники лингвокультурологического подхода к определению концепта С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Н.А. Красавский, Ю.С. Степанов и др. рассматривают его как направление от культуры к индивидуальному сознанию и относят к числу концептов смысловые образования, отличающиеся лингвокультурной спецификой и отражающие менталитет языковой личности определенного этноса.

Приверженцы когнитивного подхода – Н.Д. Арутюнова, Е.С. Кубрякова, Д.С. Лихачев, З.Д. Попова, И.А. Стернин и др. – называют концепт квантом

структурированного знания о фрагменте мира или части такого фрагмента [Краткий словарь когнитивных терминов 1996: 90], ментальной единицей, обеспечивающей процесс мышления [Попова, Стернин 2007: 35]. К числу концептов они относят лексемы, значения которых выражают содержание национального языкового сознания и формируют наивную картину мира носителей языка. Языковые средства (лексические, синтаксические, текстовые, речевые), выражающие концепты, необходимы не столько для их существования в сознании, сколько для трансляции в процессе речевого общения [Рябкова 2012: 187].

Существенный вклад в теорию концепта в зарубежной лингвистике внесли такие ученые, как Л. Лангакер (1987), Р. Траск (1999), Л. Талми (2000), В. Эванс (2006), К. Пруст (2007) и др. Согласно Ю.С. Холод, интерпретация термина «концепт» в зарубежной лингвистике несколько отличается от экспликации отечественных лингвистов [Холод 2018: 175]. Так, В. Эванс под концептом понимает «сгусток» языковой информации, семантическую структуру символической единицы [Evans, Green 2006], в качестве которой могут выступать языковые единицы, имеющие семантико-фонетический репрезентант (смысл и звучание) [Langacker 1987: 58]. Они предложили деление концептов на лингвистический концепт, имеющий языковую сущность, и когнитивный, содержащий определенное концептуальное знание. В своих трудах Л. Талми говорит о фундаментальных, «схематических системах», создающихся концептами, о процессе структурирования концепта [Talmy 2000]. Концептуализации и лексикализации концептов посвящены работы К. Пруста [Proost 2007].

Теоретическое осмысление понятия «концепт» привело исследователей к пониманию того, что концепт представляет собой зонтичный термин, объединяющий разные виды ментальных явлений, функцией которых является структуризация знаний в сознании человека [Воркачев 2003: 5-12]. Сложная абстрактная природа концептов как способов представления знаний в концептосфере обуславливает целый ряд разнообразных классификаций, учитывающих как их содержательные, функциональные, структурные признаки, так и динамический характер, и стилистическую принадлежность.

Разработка наиболее полной классификации концептов является одной из актуальных задач современной когнитивной лингвистики. Концепты можно классифицировать по разным основаниям, каждое из которых будет отражать «когнитивную реальность». В процессе выявления типов концептов было установлено, что по выраженности в языке все они подразделяются на «*вербализуемые*», которые проявляются в коммуникативном процессе в имеющейся системе регулярной языковой форме, и «*невербализуемые*», не имеющие в системе языка регулярных, стандартных средств языковой объективации или имеющие только косвенные способы языковой объективации. Такие типы концептов З.Д. Попова и И.А. Стернин называют «*устойчивыми*» и «*неустойчивыми*» [Попова, Стернин 2002: 28].

С точки зрения принадлежности к определенным группам носителей различают *универсальные* («земля», «смерть»), *этнические* (присущие только одному народу, например, «отчизна», «интеллигенция»), *групповые* («сцена» для актера и зрителя) и *индивидуальные* (определяющие уровень культуры и систему ценностей определенного человека) концепты [Лихачев 1997: 284–285]. С опорой на среду их языкового существования Е.Ю. Пономарева выделяет *обиходные, научные и художественные концепты* (общехудожественные, индивидуально-авторские и авторские концепты) [Пономарева 2008: 7]. По принципу «конкретности-абстрактности» концепты подразделяются на *конкретные* («цветок», «стол») и *абстрактные* («добро», «справедливость»), а по составу – на *простейшие*, представленные одним словом, и *сложные*, представленные в словосочетаниях и предложениях.

Учитывая внутреннее содержание концепта, В.И. Карасик предлагает выделять *параметрические* («пространство», «время») и *непараметрические* («совесть», «щедрость», «духовность»), которые в свою очередь классифицируются на *регулятивные* и *нерегулятивные* [Карасик 2005б: 30-33]. По частоте и регулярности актуализации различают *актуальные* (коммуникативно релевантные, регулярно вербализованные, необходимые для мышления и коммуникации.) и *неактуальные* (реже вербализованные, необходимые чаще для мышления) концепты.

Согласно классификации М.В. Пименовой, по признаку появления концепты делятся на *исконные* (князь, богатырь) и *заимствованные* (император, прези-

дент); по признаку развития структуры – на *развивающиеся (сердце)* и *застывшие (соловей-разбойник)*; по признаку постоянства базовой структуры – на *постоянные* и *трансформировавшиеся*; по признаку первичности – на *первичные (мысль)* и *производные (замысел, помысел, умысел, вымысел)* [см. Пименова: <http://www.kuzspa.ru/diss/conf>].

По языковой выраженности вербализующих их единиц первоначально и единодушно всеми исследователями выделялись только *лексические* концепты, которые представлены в речи акустическими знаками, фонетическими реализациями слов, то есть лексемами. Однако позже в эту классификацию были введены *морфологические, фразеологические и синтаксические концепты*.

Стоит отметить и подход Дж. Лакоффа к разработке типологии концептов. Он подчеркивает, что все концепты структурированы как внутренне, так и относительно друг друга [Lakoff 1990]. Ученый выделяет среди всех культурных концептов *более простые и более сложные концептуальные формации* (сущности, образования). По Дж. Лакоффу, простые концепты являются «точками опоры»/«устойчивыми опорами» всей концептуальной системы и способны структурировать (более) сложные концепты [Lakoff 1990]. Так, к простым (simple, primitive) Дж. Лакофф относит образно-схематические концепты (например, ПУТЬ, СИЛА, ЧАСТЬ–ЦЕЛОЕ, ЦЕНТР–ПЕРИФЕРИЯ и др.) и базовые концепты (например, БОЛЬ, ГОЛОД, ВОДА и др.).

С такой классификацией схожа точка зрения у А.П. Бабушкина и Н.Н. Болдырева, которые выделяют концепты по принципу их организации и структуры, их внутреннего содержания, а также по степени отражения в них фрагментов действительности. Классификация концептов по А.П. Бабушкину включает следующие типы: мыслительные картинки, схемы, гиперонимы, фреймы, сценарии, инсайты, «калейдоскопические концепты», подробно описанные в работе [Бабушкин 1996: 20–68].

Согласно Н.Н. Болдыреву, условно все единицы знания можно поделить на концептуально-простые и концептуально-сложные. К первой группе концептов, структура и содержание которых представлена простым перечнем элементарных характеристик, он относит конкретно-чувственный образ, схему, представление,

понятие, прототип. Вторую группу образуют концептуально-сложные концепты, которые представляют собой структуры многокомпонентного, стереотипного знания в виде пропозиции, фрейма, сценария, гештальта. Такие структуры включают обязательные и факультативные компоненты и их характеристики, которые выявляются с помощью структурно-концептуального анализа и анализа фреймовой семантики [Болдырев 2016: 16–17].

Представленные лингвоконцептуальные классификации концептов проливают свет на их сложный характер, способствуют пониманию их структуры, содержания и предназначения. Анализ типов знаний, выражаемых языковыми знаками, позволяет сделать выводы о разнообразии мыслительных образов в концептосфере носителей языка.

Традиции, нормы и обычаи, сложившиеся в каждой культуре, формируют систему основополагающих и общепринятых ценностей, которые характеризуют человека как принадлежащего к той или иной культуре и служат ему руководством в жизни. Такая сложная система ценностей проявляется в деятельности и поведении личности, обеспечивает целостность, уникальный облик и необходимую степень предсказуемости данной культуры и отражает ее специфическое положение в мире [Хлебодарова 2015: 152].

Система ценностей, обусловленная ментальными представлениями конкретной национальной общности, фиксируется в языковых системах и реализуется в дискурсе в виде ценностных (аксиологических) концептов. Они являются разновидностью лингвокультурного концепта, в которой «закодированы морально-нравственные и духовные ориентиры народа». Ценностные концепты характеризуются «целостностью, многомерностью и возможностью эволюционировать с течением времени» [Бирюлина 2022: 116] и раскрывают национальные особенности общения и деятельности людей, синтезируют характеристики «идеальной – национальной личности» и в результате отражают сущность ментальной аксиологии [Ерофеева 2010: 26].

Особый интерес для ученых представляют те концепты, которые являются своеобразными «ключами» к раскрытию условий жизни, стереотипов и норм

культуры. Так, А. Вежбицкая считает ключевыми концептами для немецкой культуры ORDNUNG, BEFEHL, ANGST [Вежбицкая 1997: 22]. Согласно результатам лингвокультурологического эксперимента С.Г. Тер-Минасовой, современную жизнь в США характеризуют базовые концепты FREEDOM, WEALTH, MONEY, BUSINESS, POWER, INDEPENDENCE, JUSTICE, CAR, DOLLAR, JOB, HOUSES и др. [Тер-Минасова 2000: 112–114], а для русской культуры свойственны такие концепты, как СОБОРНОСТЬ, КОЛЛЕКТИВИЗМ, ВОЛЯ, ВЕРА, ЛЮБОВЬ, ХАОС [Зинченко 2007]. Подобные исследования подтверждают, что ценностные концепты выступают основой существования идеологии, обычаев, нравов, стереотипов поведения, имеющих специфику объединения социокультурного общества [Хлебодарова 2015: 152–153].

Как элемент концептуального поля ценностный концепт в большинстве случаев выражается языковыми средствами, но может существовать и без них. Такими языковыми средствами являются лексические и фразеологические единицы, аббревиатуры или сокращения, пословицы и поговорки, речевые единицы, грамматические конструкции, предложения и тексты.

Репрезентантом ценностного концепта является языковой знак, идентифицирующий этот концепт, в качестве которого используется автономная лексема. В ее структуре содержатся семантические дифференциальные признаки, репрезентирующие прототипические черты концепта. Такое вербализованное и упакованное в концептуальную оболочку знание может храниться, извлекаться, обрабатываться и транслироваться во времени и пространстве [Пушкин, Тенякова 2015].

Анализ научной литературы показал, что за последние годы написано значительное количество работ, нацеленных на изучение отдельных ценностных концептов в языке. Примерами таких концептов являются ЖИЗНЬ [Ипанова 2005; Бочарникова 2013], ВРЕМЯ [Сергеева 2005], ЧЕЛОВЕК [Пашина 2006], ДЕМОКРАТИЯ [Филиппова 2007], РАДОСТЬ [Сайко 2008], ВЕСЕЛЬЕ [Плавинская 2008], ТЕРПЕНИЕ [Аипова 2009], РАБОТА [Попова 2010], СВОБОДА [Кириллова 2010], РОДИНА [Есмурзаева 2010], СЧАСТЬЕ [Таратынова 2013], ДОМ [Марьина 2017] и др.

В некоторых научных трудах анализируется сразу несколько концептов, демонстрирующих базовые ценностные концепты определенного этноса или концепты внутреннего мира человека, например, ДУША, СЕРДЦЕ, УМ [Кондратьева 2004], ЧАСТНАЯ ЖИЗНЬ и ПАТРИОТИЗМ [Пашутина 2009], РАСКАЯНИЕ и ПРОЩЕНИЕ [Гуторова 2011], КРАСОТА, ДОМ и СВОБОДА [Зими́на 2018] и др.

Среди исследовательских работ есть и те, в которых ценность изучается в паре с ее антиподом, т.е. антиценностью: «Концепты жизнь и смерть в поэзии М.И. Цветаевой» [Дзюба 2001]; «Идеологемы и концепты войны и мира в исламе» [Резник 2004]; «Бинарные концепты "GLORY" и "DISGRACE" в американской лингвокультуре» [Русина 2008]; «Концепты "good" и "evil" в британской лингвокультуре» [Колижук 2010]; «Концепты «ДОБРО» и «ЗЛО» как ценности, отраженные в нормах поведения адыгов и британцев» [Цеева 2012] и др.

Отличительной чертой современных работ является их сопоставительный характер. При этом проводимое сопоставление может быть межъязыковым, межкультурным и межличностным, которое наглядно демонстрирует области соприкосновения и противопоставления, константы и переменные когнитивной и языковой картин мира изучаемых объектов или культур. Сопоставлению ценностного концепта в родственных языках посвящена работа Д.Р. Кочемасовой (Языковая репрезентация концепта «труд» в паремиологических единицах английского и немецкого языков», 2012).

Однако особый интерес ученых проявляется к сравнительно-сопоставительному изучению ценностных концептов в двух или трех неродственных языках. Так, Е.В. Красильникова рассматривает функционирование концепта ВОЛЯ в русском и английском языковом сознании (2010), Д.В. Дорджиева – лингвокультурный концепт ПОДВИГ в русском, калмыцком и английском языках (2010), Г.А. Бакирова – вербализацию концепта СЧАСТЬЕ в татарском и английском языках (2011), А.Г. Богданова представляет структуру и способы вербализации концепта ВЕЖЛИВОСТЬ в русской и немецкой языковых картинах мира (2011), Чжан Мянью анализирует репрезентацию концепта ГОСТЕПРИИМСТВО в русской и китайской лингвокультурах (2017) и т.д.

Интерес к изучению концептов в русле сравнительно-сопоставительного анализа в двух или нескольких языках объясняется возможностью выявить национально-культурную специфику данных концептов, различия в ценностной картине мира и особенности менталитета, проявляющиеся в коммуникативном процессе и поведении носителей этих языков и культур.

1.2.2. Понятие концептосферы, ее системные и структурные характеристики

Совокупность концептов, объединенных на основании того или иного признака, представляет собой «концептосферу». В науке данное глобальное понятие является результатом интеграции и обобщения представлений о мире и исследуется как многосторонний феномен [Флат 2014: 14].

Впервые в научный обиход данный термин ввел академик Д.С. Лихачев еще в 1990-х годах. Однако в современной лингвистике до сих пор нет однозначного определения понятия «концептосфера». В своих трудах академик дает несколько определений концептосферы: совокупность концептуальных форм, находящихся в постоянном взаимодействии и развитии; «аксиологическое воплощение культуры в её стремлении к ментальной ясности и совершенству» [Лихачев 1993: 238]; «совокупность потенциалов, открываемых в словарном запасе отдельного человека, как и всего языка в целом»; «своего рода концентрация духовного богатства культуры в целом»; «catalogue raisonné» всего умственного духовного богатства нации» [Лихачев 1999: 153, 157, 165] и др.

Опираясь на определение Д.С. Лихачева, лингвисты трактуют концептосферу как «концептуарий культуры» [Карасик 2002: 85], как систему сопряженных концептов [Кадачиева, Алиева 2015: 24], как концептуальные поля [Кошарная 2012: 23].

Ряд исследователей, рассматривающих понятие «концептосфера» с психолингвистических позиций, определяют ее как информационную базу мышления [Залевская 2001: 43]. Так, З.Д. Попова и И.А. Стернин считают, что концептосфера – это «чисто мыслительная сфера, состоящая из концептов, существующих в

виде мыслительных картинок, схем, понятий, фреймов, сценариев, гештальтов, абстрактных сущностей, обобщающих разнообразные признаки внешнего мира» [Попова, Стернин 2001: 23].

Схожие и дополненные теми или иными отдельными признаками определения находим у Е.В. Маркеловой, которая понимает под концептосферой структурированное, национально и культурно обусловленное знание людей, представляющее собой систему ментальных представлений и их вербальных репрезентаций [Маркелова 2004: 76], и у А.Т. Хроленко, уточняющим, что «концептосфера – это совокупность категоризованных, обработанных, стандартизованных концептов в сознании народа» [Хроленко 2009: 58].

Обобщая вышеизложенные определения, можно утверждать, что являясь многосторонним феноменом, концептосфера объединяет концепты, представляющие собой структурированные знания людей, взаимосвязанные с культурным опытом носителей языка, выражаемые языковыми средствами для трансляции этих знаний в процессе речевого общения. С позиции межкультурной коммуникации это понятие трактуется как способ или образ мировидения. В мышлении представителей разных народов существуют различия, отражающиеся как в составе концептов, так и в способах сочетания их признаков друг с другом.

Изучение концептосфер позволяет выявить сходства и различия как между национальными концептосферами, так и между концептосферами социальных и территориальных группировок людей, и выявить безэквивалентные концептуальные структуры и лакунарные образования. Например, концептосфера Англии состоит из концептов *дома, семьи, дружбы, работы, искусства* [Кадачиева, Абдулкадырова 2014: 637]. Важными составляющими русской национальной концептосферы являются *соборность, коллективизм, воля, вера, любовь, хаос*, в то время как для культурного мира немецкого народа ключевыми элементами являются такие понятия, как *порядок, труд и пунктуальность* [Зинченко, Зусман 2007], а в австрийской национальной концептосфере в качестве основных выделяются *компромисс, музыка, горы* [Заболотских 2018: 275].

Как и любое явление, концептосфера обладает определенными характеристиками, среди которых выделяют *подвижность/изменчивость, многовариантность, структурность/целостность*. Д.С. Лихачев отмечает, что концептосфера обогащается в соответствии с развитием и расцветом культуры и, соответственно, истощается вследствие утраты культурной памяти [Лихачев 1993: 236]. Подтверждением может служить исследование М.А. Флат, в котором отмечается, что концептосфера – не застывшая и не обязательно устойчивая система, а, напротив, изменяемая во времени и пространстве культуры. Концепты, входящие в концептосферу «Благотворительность» в разные периоды русской культуры, под влиянием социокультурных событий имели различную степень актуальности для носителей русского языка [Флат 2014: 15].

Поскольку каждый концепт имеет свою историю (появление, трансформацию, исчезновение), то не удивительно, что какие-то составляющие концептуального пространства уходят на периферию или вовсе исчезают, а какие-то выходят на первый план или становятся ядерными [Ефремов 2010: 25]. Эти изменения в концепте и концептосфере могут быть вызваны различными внутренними и внешними причинами. К внутренним факторам относятся соположение (слияние и упорядочение признаков нового концепта, заимствованных из исходного), достраивание (переключение сознания из одной концептуальной области в другую), развитие (формирование новых признаков, не связанных с оригинальными) и интеграция (метафорический и метонимический перенос признаков концепта). Внешние факторы представлены разными видами взаимодействия концепта с окружающей действительностью [Заварзина 2015].

О.Н. Прохорова выделяет *многовариантность* как характеристику концептосферы и объясняет ее тем, что в различном сочетании своих проявлений она отражает все богатство и многообразие культуры нации. Процесс столкновения с тем или иным концептом и его последующая расшифровка, которая каждый раз происходит заново, зависит и от конкретного контекста, и от культурного опыта и индивидуальности носителя [Прохорова 2014: 100].

Концептосфера представляет собой целостную *структуру*, состоящую из «структурно-организованных элементов – фрагментов общего знания, или концептов» [Дзюба 2011: 29]. Она, главным образом, определяет системные отношения и взаимодействие, сходства и различия, иерархию и согласованность концептов в пределах того или иного объединения.

Такие ученые, как В.А. Маслова, А.А. Залевская, И.К. Миронова, Е.И. Голованова, Е.В. Лукашевич, Г.В. Приходько, А.И. Яценко и др., говорят о полевой/центрально-периферической структуре концептосферы и отмечают, что каждый концепт образует свою концептосферу, которая, в свою очередь, является составным компонентом общей национальной концептосферы и не может существовать отдельно от нее.

Концепт группируется вокруг некой «сильной» (т.е. ценностно-выделяющейся) точки сознания, от которой расходятся ассоциативные векторы. Ядро концепта составляют наиболее прототипные, актуальные для носителей языка и воплощающие характер национального сознания лексемы. В структуре концептосферы к ядру примыкает, по словам В.А. Масловой, «приядерная зона», которую представляют иные лексические репрезентации важного концепта, то есть его синонимы [Маслова 2004: 35].

За приядерной зоной следует периферия – «ближняя, дальняя и крайняя периферийные зоны» [Антология концептов 2005: 24]. В ней находятся «менее релевантные для носителей языка концепты, отражающие представления не всего общества, а определенной его части или характеризующие менее репрезентативные стороны описываемого фрагмента действительности» [Приходько 2011: 24]. Лексемы ближней периферии содержат знания обо всей культуре в целом, в то время как дальняя периферийная зона связана с индивидуальным опытом, возникает на основе коннотаций и ассоциаций. Крайняя периферия отличается от ближней тем, что в нее входят все фразеологические единицы, имеющие низкую частотность употребления и яркие стилистические и оценочные компоненты» [Антология концептов 2005: 24]. Однако четких границ концепт не имеет, по мере удаления от ядра происходит постепенное затухание ассоциаций [Маслова 2004: 77].

Другие исследователи (Ю.С. Степанов, М.Ю. Олешков, И.Б. Щеболева) выделяют верхний и нижний уровни концептуализации, структурируя концептосферу иерархически. При этом отнесенность концептов к тому или иному уровню зависит от аксиологической направленности [Щеболева 2008].

Мы разделяем точку зрения И.А. Стернина, З.Д. Поповой, О.Н. Телятниковой, О.Н. Кушнир и др. о том, что концепты располагаются в двухуровневой плоскости: аксиологической и лингвистической (в значении вербализованной). Подобная иерархически-полевая структура характерна как для концепта, так и для концептосферы [Кушнир 2012: 36].

В когнитивной лингвистике последних десятилетий была разработана типология концептосфер. Как отмечают В.А. Виноградов, В.Н. Телия, Н.Н. Болдырев, В.В. Красных, В.И. Карасик и др., различные виды концептосферы взаимообусловлены в призме разных дихотомических отношений, например, «невербализованное – вербализованное», «групповое – индивидуальное» и др.

В типологию концептосфер, классификационным основанием которой служат носители языка, входят:

1) *индивидуальная концептосфера*, базирующаяся на объективно существующей национальной концептосфере. Уникальность и скудность концептосферы индивида определяется его культурным опытом, интеллектом, ценностями, социальным статусом, запасом знаний, умений и навыков;

2) *групповая концептосфера*, подразделяющаяся на политическую, профессиональную, гендерную, возрастную и др. [Убийко 2004: 37].

3) *национальная концептосфера*, представляющая упорядоченную совокупность концептов в сознании носителей языка и своеобразный индикатор культуры нации, ее нравственных законов, этических традиций по отношению к другим народам, толерантности, духовных потребностей, понятий истины, чести и бесчестия, жизни и смерти, материальных и духовных ценностей [Донская 2003: 34]. Д.С. Лихачев отмечал, что чем богаче культура этноса, его фольклор, литература, наука, изобразительное искусство, история, религия, традиции, тем богаче, соответственно, и национальная концептосфера [Лихачев 1993: 5].

Другая классификация концептосфер, связанная со способом выражения/каналом передачи, включает в себя:

1) *текстовую концептосферу*, представляющую значимость в плане изучения ценностного аспекта концептов и «фактические сведения, ассоциации, образные представления, ценностные установки, связанные в сознании носителя языка с известными ему текстами» [Карасик 2002: 31];

2) *художественную концептосферу*, отражающую концептосферу отдельного автора, произведения определенного художественного направления. В создании концептосферы «участвуют» писатели, поэты, мыслители, отдельные профессии и сословия. Такой вид концептосферы также делят на индивидуально-авторскую, для которой характерна уникальность, и общелитературную с ее универсальностью, способностью сохранять свое значение в разных художественных системах и в разные эпохи [Капустина 2011: 86].

В исследовательских трудах встречается и другая типология концептосферы. Она основывается на анализе использования терминов в научном дискурсе и на положениях Д.С. Лихачева в работе «Концептосфера русского языка». Речь идет о тройственной онтологии концептосферы, согласно которой выделяют концептосферу языка, культуры и личности.

И.В. Зыкова, опираясь на ряд положений Д.С. Лихачева, указывает на взаимодействие этих концептосфер и объясняет это следующим образом: 1) каждая из концептосфер существует благодаря двум другим; 2) каждая из концептосфер является движущим фактором развития двух других; 3) каждая из концептосфер определяет богатство или ценностное содержание двух других [Зыкова 2014: 48–49]. Особая роль в создании концептосферы «принадлежит писателям, носителям фольклора, отдельным профессиям и сословиям», поскольку, согласно Д.С. Лихачеву, «не все люди в равной мере обладают способностью обогащать концептосферу национального языка» [Лихачев 1999: 156].

Термин «концептосфера» все чаще стал употребляться в темах диссертаций. Очевидно, что появилась необходимость систематизировать и классифицировать уже описанные в научных работах концепты. Анализ научной литературы пока-

зал, что современные ученые трактуют концептосферу, учитывая ее тройственную онтологию – концептосферу культуры, языка и личности. Большинство монографических и диссертационных работ нацелено на изучение концептосферы путем описания отдельных ее видов. К примеру, изучению концептосферы культуры посвящены работы О.А. Леонтович (2007), Н.Л. Чулкиной (2005), В.Б. Крячко (2007), Н.В. Черниковой (2008), С.В. Буренковой (2009), И.В. Кононовой (2010), Т.А. Поповой (2018), М.С. Досимовой (2015), Н.Р. Черновой (2009) и др. В этих работах реконструируются одна или несколько взаимосвязанных областей определенной (русской, австралийской, британской и др.) культуры, например, повседневность или быт, экономика, профессиональная деятельность, политика и пр.

В исследованиях Е.В. Бобыревой (2007), О.П. Фесенко (2009), М.П. Гребневой (2009), И.И. Кареловой (2009), И.В. Кононовой (2010), М.А. Андреевской (2012), М.А. Флат (2014), М.А. Баум (2016), Л. В. Заболотских (2018) и других ученых анализируется концептосфера национального языка и изучаются базовые, универсальные, культурно специфичные и другие виды концептов, вербализация которых осуществляется путем различных лексических, фразеологических, грамматических и других языковых средств.

Концептосфера личности изучается в научных работах С.Ю. Лавровой (2000), О.Е. Беспаловой (2002), Н.А. Закурдаевой (2003), В.А. Масловой (2004), И.А. Тарасовой (2004), Е.В. Купчика (2006), М.А. Черняковой (2008), Н.А. Ашихмановой (2009), К.А. Керера (2011), Н.С. Кадыровой (2013), Г.Р. Ижбаевой (2014), Н.В. Александрович (2016), Е.Н. Бадаловой (2017) и др. Эти работы направлены на конструирование концептосферы усредненной или выдающейся личности (ученого, поэта, политика и проч.), или определенного лингвокультурного сообщества (русского, французского, британского и др.) и осуществляются на основе созданных личностью или группой личностей письменных текстов или дискурсов.

В нашем исследовании концепты и концептосфера рассматриваются в тесной взаимосвязи с понятием «ценность» в силу того, что, на наш взгляд, ценностная составляющая концепта представляется наиболее актуальной сквозь призму оценки.

В современной лингвистике появляются труды, посвященные изучению концептосферы определенной ценности в том или ином языке, аналогично работам, в которых рассматриваются особенности отдельных ценностных концептов. Так, Е.А. Самохина рассматривает концептосферу ЗЕМЛЯ в английской лингвокультуре (2010), В.В. Тепкеева – концептосферу LOVE-MARRIAGE в английской фразеологической картине мира (2007), Е.Д. Аксенова же проводит лингвокультурологический анализ концептосферы ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА в русской паремии (2007), а И.А. Иванова изучает концепт ЛЮБОВЬ и его концептосферу в истории русского языка (2006).

В настоящее время имеются работы, где структурируются концептосферы определенной ценности в сравнительно-сопоставительном срезе. К примеру, Ч. Сюеин анализирует концепт СЕМЬЯ и его концептосферу на основе русского и китайского языков (2013), Г.В. Приходько – концептосферу ДРУЖБА в русской и немецкой картинах мира (2011), Н.Ю. Толчина ту же ценность на материале русского, английского и испанского языков (2010), Н.Р. Чернова – концептосферу ВРЕМЯ на базе русских и немецких народно-песенных текстах (2010) и т.д.

Объектом исследований современных ученых становятся и концептосферы антиценностей. В качестве примеров можно привести труд В.Б. Крячко, посвященный структурированию концептосферы ВОЙНА в английской и русской лингвокультурах (2007), С.В. Буренковой, анализирующей концептосферу НАРУШЕННОСТИ на материале немецкого языка (2009), О.Е. Приходько, изучающий особенности концептосферы СМЕРТЬ (2011).

Имеются исследования, в которых проводится сравнительно-сопоставительный анализ концептосферы ценности и ее антипода. Так, работа О.Н. Георгиевой посвящена дискурсивной репрезентации этноспецифики французских и русских концептосфер BIEN/ДОБРО MAL/ЗЛО (2010), Л.Р. Байдавлетовой – концептосфере ПРАВО – ЗАКОН – ПРЕСТУПЛЕНИЕ – НАКАЗАНИЕ – МИЛОСЕРДИЕ в русской языковой картине мира на материале фразеологии (2013), А.С. Самофаловой – репрезентации концепта-оппозиции ГЕРОЙ/HERO – АНТИГЕРОЙ/ANTHERO в русской и английской концептосферах (2019).

Сопоставительное изучение отдельных концептов и концептосфер народов способствует выявлению общих и специфических особенностей культуры и тем самым помогает избежать или предотвратить ряд проблем, связанных с непониманием и различиями в мировоззрении представителей разных лингвокультур.

Таким образом, за последние годы написано значительное количество работ, нацеленных на изучение отдельных ценностных концептов, небольшое число работ на исследование концептосферы в одноязыковом плане, и единицы из них посвящены контрастивному изучению ценностей и их концептосфер. Очевидно и то, что бóльшая часть работ, посвященных исследованию ценностных концептов, выполнена на материале художественного, религиозного, политического, рекламных дискурсов, фразеосистем, афоризмов, пословиц и поговорок и т.д. Однако для выявления и изучения современных ценностных ориентиров, на наш взгляд, целесообразно обратиться к медиа-дискурсу, где ценности находят свое выражение в активной динамике языковых оценок. Поскольку коммуникация является духовной деятельностью, она предполагает духовную встречу субъектов, их целенаправленное интеллектуально-эмоциональное взаимодействие, благодаря чему осуществляется движение мысли в социальном пространстве и, соответственно, формирование общего фонда знаний и оценочных суждений [Полонский 2012: 45].

Отсутствие комплексного изучения концептов духовных ценностей англо- и русскоязычного медийного дискурса делает особенно востребованным данное научное исследование, направленное на повышение эффективности межкультурной коммуникации, знание стратегий которой помогает индивиду ориентироваться в современном уникальном и глобальном информационном пространстве.

1.3. Алгоритм моделирования структуры ценностного концепта и концептосферы

В современной лингвистике при моделировании концепта и концептосферы ученые прибегают к концептуальному анализу, как к одному из ведущих методов наравне с концептуальным, или когнитивным моделированием, фреймовым и прототипическим анализом [Болдырев 2004: 26]. На их основе проводится обоб-

щение особенностей концептов, а также выделение концептуальных структур, когнитивных моделей и языковых схем актуализации исследуемых концептов в сравниваемых языках» [Пименова 2004: 20].

Концептуальный анализ близок семантическому анализу слова, однако, их содержательные задачи и цели «в определенном смысле противоположны друг другу: лексическая семантика идет от единицы языковой формы к семантическому содержанию, а концептуальный анализ – от единицы смысла к языковым формам их выражения» [Попова 2007: 248–249].

Среди всего множества подходов к анализу концептов, способов их описания, основанных на использовании различного фактологического материала, наиболее отвечающим цели данного семантико-когнитивного исследования представляется методика, предложенная З.Д. Поповой и И.А. Стерниным. В соответствии с их подходом, который представляет собой анализ «от языка к концепту», признаки и моделирование концептов определяются посредством языковых средств.

Семантико-когнитивный подход предполагает, что «в процессе лингвокогнитивного исследования от содержания значений мы переходим к содержанию концептов в ходе особого этапа описания – когнитивной интерпретации», без которого исследование остается в рамках лингвистической семантики [Рыжкина 2014: 117]. Оно включает в себя:

- 1) построение номинативного поля концепта;
- 2) анализ и описание семантики языковых средств, входящих в номинативное поле концепта;
- 3) когнитивная интерпретация результатов описания семантики языковых средств – выявление когнитивных признаков, формирующих исследуемый концепт как ментальную единицу;
- 4) верификация полученного когнитивного описания у носителей языка (данный этап факультативен);
- 5) моделирование структуры концепта [Попова 2007: 111].

В нашей работе концептуальный анализ рассматривается как методика описания вербальных репрезентаций концепта путем построения полевой структуры

концепта с опорой на некоторые этапы методики семантико-когнитивного описания концептов, разработанной З.Д. Поповой и И.А. Стерниным.

Применительно к ценностным концептам, отобраным нами методом сплошной выборки из современных медийных текстов, результатом семантико-когнитивного исследования является построение сложной полевой структуры, включающей в себя *номинативное, информационное и интерпретационное поля*. Для установления ценностной природы концепта необходимо выявить его аксиологические составляющие, в качестве которых могут выступать когнитивные признаки на всех уровнях структурирования концепта. Аксиологичность когнитивных признаков определяется нами в соответствии с категорией оценочности, достаточно хорошо изученной в лингвистике.

В современной лингвистике оценка определяется «как результат оценочной деятельности индивида, выраженный вербально, то есть закрепленное в высказывании или элементах языковой системы оценочное отношение говорящего к предмету речи» [Дормидонтова 2009: 48]. Оценка предполагает два ядра: хорошо/плохо, красиво/некрасиво, полезно/вредно, правильно/неправильно, истинно/ложно и т.д. В качестве лексем с положительной коннотацией, содержащих ценностные компоненты, могут выступать различные части речи. При выявлении ценностных концептов следует учитывать и подтекст, в процессе понимания которого делается заданный автором оценочный вывод, а далее интерпретируется, в чем прослеживается связь категории «оценки ... с онтологией человеческого сознания и его интерпретирующей функцией» [Квашина 2013: 255].

Источником исследования послужили данные лексикографических и энциклопедических словарей, в результате синтеза информации которых происходит объединение знаний о мире и о познающем его субъекте [Серова 2007: 17]. В качестве фактологического материала в работе используются современные медийные тексты, выбор которых обусловлен тем, что на их основе представляется возможным проследить моделирование и девиации концептов духовных ценностей.

При моделировании концепта отправной точкой служит формирование его *номинативного поля* как «совокупности языковых средств, объективирующих

концепт в определенный период развития общества» [Попова, Стернин 2007: 47]. Оно «начинается с выявления номинации, наиболее полно вербализующей концепт, [...] и установления ее языковых и речевых синонимов» [Ершова 2021: 3765]. Ученными в качестве ключевого репрезентанта предлагается наиболее употребительное наименование, достаточно обобщенное по своей семантике (средней степени абстракции), стилистически нейтральное, неоценочное слово. Для удобства анализа рекомендуется выбирать субстантивную форму ключевого слова, поскольку она «обеспечивает наиболее широкий номинативный охват денотата и дает возможность легче подобрать синонимы и антонимы» [Попова, Стернин 2007: 178]. В работе в качестве ключевых репрезентантов концептов выступают лексемы *courage, honesty, kindness, love, loyalty, tolerance* в английском языке и *мужество, честность, доброта, любовь, преданность, толерантность* в русском языке.

Не все репрезентанты синонимичного ряда могут представлять ценностный концепт, поскольку должны иметь принадлежность к духовной сфере и относиться к категориям *feeling/чувство, ability/способность, quality/качество*. Те лексемы, которые относятся к материальной сфере, не учитываются в исследовании. В связи с этим широкий ряд синонимов базового репрезентанта может значительно сужаться. К примеру, синонимами ключевого репрезентанта концепта ЛЮБОВЬ являются 27 лексем, только 11 из которых представляют любовь как духовное чувство (*благоволение, благорасположение, благосклонность, верность, влюбленность, доброжелательство, преданность, предрасположение, привязанность, симпатия*), а в современных медиатекстах перечисленный ряд репрезентантов сужается до следующих: *верность, влюбленность, любовь, преданность, привязанность, симпатия*.

Лексемы, отобранные таким образом из синонимичного ряда, а далее актуализированные в современных медийных текстах, представляют собой лексические репрезентанты ценностного концепта на современном этапе его изучения. Каждая группа подробно описана в соответствующем разделе работы.

Следующим этапом структурирования концепта является изучение его *информационного поля*, которое представляет собой его содержание и «включает минимум когнитивных признаков, определяющих основные, наиболее важные от-

личительные черты концептуализируемого предмета или явления» [Попова, Стернин 2007: 77–78]. Многочисленные частные, энциклопедические, оценочные признаки не входят в информационное содержание концепта, они принадлежат уже интерпретационному полю, хотя не всегда можно провести четкую грань между информационным и интерпретационным содержанием концепта.

Информационное содержание концепта представляет его информационный каркас, который имеет относительно структурированный характер. В рамках этого поля структуры концепта проводится раскрытие его семантического наполнения с опорой на данные толковых и энциклопедических словарей. Выявленный когнитивный признак концепта, объединяющий отобранные в номинативном поле лексемы, содержит ценностный компонент, представляющий собой конститuent ценностной картины мира изучаемого общества. Главным критерием наличия аксиологической оценки служат компоненты, определяемые по шкале *good/bad*, *хорошо/плохо* и вербализованные разными частями речи. Например, в основе когнитивного признака информационного поля ценностного концепта COURAGE/МУЖЕСТВО заложен аксиологический компонент *strength of mind/сила духа*, HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ – *truth/правда*, KINDNESS/ ДОБРОТА – *good/благо, добро*, LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ – *faithful/верный* и т.д. Все представленные аксиологические компоненты оцениваются как *good/хорошо*. Выведенный когнитивный признак концепта следует далее интерпретировать на основе фактологического материала.

Следующее поле концепта – *интерпретационное* – «включает когнитивные признаки, которые в том или ином аспекте интерпретируют основное информационное содержание концепта, вытекают из него, представляя собой некоторое выводное знание, либо оценивают его» [Попова, Стернин 2007: 78]. «Это поле, как воздух, пронизывает концепт, наполняет его, заполняет «место» между его структурными компонентами» [там же: 79] и представляет собой наименее структурированную часть концепта. Для данной работы оно имеет особую значимость, поскольку в нем наиболее ярко и наглядно отражаются аксиологические составляющие, фиксирующие особенности менталитета изучаемых этносов.

Интерпретационное поле может быть представлено несколькими зонами: *энциклопедической, регулятивной, оценочной, утилитарной, социо-культурной и паремиологической*. Отсутствие или наличие той или иной зоны может зависеть от дискурса, на материале которого изучаются данные концепты. Так, в анализируемых нами медийных текстах социокультурная и паремиологическая зоны представлены не были.

Энциклопедическая зона интерпретационного поля концепта объединяет «когнитивные признаки, характеризующие признаки концепта, требующие знакомства с ними на базе опыта, обучения, взаимодействия с денотатом концепта и т.д.» и расширяющие его представления об отнесенности: *к сфере субъекта/объекта, к сфере свойств, к сфере чувств и эмоций*. В сфере свойств характеристики рассматриваемого концепта могут быть классифицированы на: качество, интенсивность и длительность [Титченер; цит. по: Вилюнас 2008: 89], которые также характеризуются общей положительной оценкой *good/хорошо*. К примеру, энциклопедическую сферу ценностного концепта KINDNESS составляют когнитивные признаки, относящиеся к сфере субъекта/объекта, на которые направлено данное чувство (*human, inherent, public*), и качеств/свойств изучаемого явления (*absolute, everyday, simple*). Эта зона характеризуется как устойчивая и слабо представленная часть интерпретационного поля, относительно которой рассматриваются девиации концепта.

Регулятивная зона концепта включает в себя «когнитивные признаки предписывающие, что *надо*, а что *не надо* делать в сфере, «покрываемой» концептом» [Попова, Стернин 2007: 78]. Эти признаки могут быть вербализованы сочетаниями репрезентантов концепта морально-этической значимости с глаголами, содержащими оценочные компоненты, указывающие на ценностную ориентацию, что подтверждает положительный ценностный статус изучаемого явления. В качестве примеров можно привести следующие: *to thank for courage/ благодарить за мужество, to appreciate honesty/ценить честность, to value loyalty / ценить преданность, to teach tolerance / учить толерантности, to win love/ завоевать любовь* и др.

Следующая зона интерпретационного поля структуры концепта – *оценочная* – включает в себя когнитивные признаки, выражающие эстетическую (краси-

вый/некрасивый), эмоциональную (приятный/неприятный), интеллектуальную (умный/глупый), нравственную (добрый/злой) оценку, которая категоризируется в общем как *хороший/плохой*. Данная зона может актуализироваться прилагательными, которые, «выступая в сочетаниях как интенсификаторы, обозначают превышающую норму, крайнюю степень проявления чувства» [Кадачиева 2002: 54]. Примерами таких прилагательных с усилительно-оценочным значением могут быть *extraordinary, immense, incredible, tremendous, unimaginable, unprecedented, utter, полезный, великолепный, огромный, чрезвычайный, настоящий, высочайший, непоколебимый* и др. Эта зона характеризуется большой вариативностью.

Аксиологическая значимость концепта выражается и в *утилитарной зоне* интерпретационного поля ценностного концепта, где когнитивные признаки выражают «утилитарное, прагматическое отношение людей к денотату концепта, знания, связанные с возможностью и особенностями его использования» [Попова, Стернин 2007: 78] *во благо человека и общества*. Такие целеполагания направлены на совершенствование человека и общества в духовной (*to make feel real, to build strong relationships, сближать, объединять людей дружескими взаимоотношениями* и др.) и материальной сферах (*to have a positive impact on people's health, достичь результатов/успеха* и др.).

Исследуемые концепты могут вступать во взаимодействие с другими ценностными концептами духовной сферы, что позволяет говорить об их связи с глубокими и сильными человеческими чувствами и свойствами, ценимыми в рассматриваемых обществах. Так, к примеру, в британских медиатекстах наблюдается реализация ценностного концепта HONESTY в одном контексте с концептами чувств (COMPASSION, FAIRNESS, GENEROSITY, LOVE, RESPECT, TRUST, WARMTH и др.), качеств характера и свойств человеческой природы (ACCOUNTABILITY, COURAGE, HUMANITY, LEADERSHIP, MODESTY, MORALITY, SELFLESSNESS, SOCIAL COHESION, WISDOM и др.), которые, однозначно, обладают положительной ценностной составляющей и представляют собой конститuenty системы ценностей изучаемого общества.

Выводы по первой главе

Интерес к феномену ценностей, как компоненту духовной лингвокультуры общества, наблюдался изначально в работах античных мыслителей и получил дальнейшее развитие во многих социально-гуманитарных науках. Ценности характеризуют образ жизни человека, отражают культуру определенного народа, ориентируют и регулируют отношения людей и общества.

Анализ научных источников и работ философов (М. Монтень, Т. Гоббс, И. Кант, В. Виндельбанд, Г. Риккерт, Э. Гуссерль, В.П. Тугаринов, О.Г. Дробницкий и др.) показал, что теория ценностей прошла долгий исторический путь развития, меняясь, усложняясь и совершенствуясь. Каждая эпоха расширяла понимание природы ценностей с учетом ее социально-политических, экономических, нравственных интересов и исторических событий.

Несмотря на растущий интерес к понятию ценности, в современной научной литературе еще нет единого мнения относительно её определения, что связано с ее достаточно сложной природой. Ценность можно определить как духовный или материальный объект, имеющий определенную жизненную цену и способный удовлетворить интересы и потребности личности и общества. Актуальность данного понятия стала причиной появления «антиценности», которая носит антисоциальный характер, представляя собой вред обществу, угрозу деградации и даже уничтожения человечества.

Ценность обладает рядом критериев, которые представляют интерес для исследователей: *исторический характер, объектно-субъективный характер, относительность, социальная и положительная значимость.*

Как и в случае с проблемой однозначного определения ценностей, системная их классификация на данный момент еще не унифицирована. Исследователи предлагают дифференцировать «ценности» по разным основаниям, среди которых: сфера общественной жизни, происхождение, предметное содержание, значимость и роль ценностей, их носители и т.д. Одной из традиционных классификаций ценностей, с опорой на которую проводится данное исследование, является деление ценностей на *материальные* и *духовные*, последние из которых представляют собой важнейшие составляющие личности и общества.

В современной аксиологической лингвистике ценности представлены в виде концептов, которые являются продуктом ума и способны воспроизводить и генерировать смыслы как универсалии, связывающие между собой вещи и язык. Концепты организуются в концептосферу, которая представляет собой многосторонний феномен, обобщает представления о мире и обладает разными характеристиками: *подвижностью /изменчивостью, многовариантностью, структурностью/ целостностью*. В рамках данного исследования изучение концептосферы проводится с точки зрения ее целостности, представляющей собой полевою или центрально-периферическую структуру, которая определяет системные отношения и взаимодействие, сходства и различия, иерархию и согласованность ценностных концептов в пределах данной концептосферы.

В когнитивной лингвистике разработаны две типологии концептосфер, критериями которых служат носители языка (*индивидуальная, групповая, национальная*) и способ выражения (*текстовая, художественная*). В соответствии с этой классификацией в работе рассматриваются национальные концептосферы английского и русского языков, актуализированные в современных медиатекстах.

В связи с актуализацией проблемы ценностных ориентиров за последнее время появилось множество работ, посвященных ценностным концептам и концептосферам культуры, языка и личности в том или ином национальном языке. Особый интерес представляет проблема структурирования ценностных концептосфер в сравнительно-сопоставительном русле в различных культурно-исторических типах языков, что делает возможным выявить национально-культурные особенности ценностной системы этносов и особенности менталитета, проявляющиеся в коммуникативном поведении носителей этих языков и культур.

Исследование концептов британских и русских ценностей осуществляется посредством семантико-когнитивного анализа, цель которого состоит в установлении номинативного, информационного и интерпретационного полей, структурирующих концептосферу ценностей. В рамках разработанного алгоритма моделирования ценностного концепта определяется комплекс когнитивных признаков, структурирующих данную концептосферу, и аксиологических составляющих, подтверждающих их ценностную направленность.

ГЛАВА 2. КОГНИТИВНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ КОНЦЕПТОСФЕР АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО МЕДИАДИСКУРСОВ

2.1 Ценностный концепт COURAGE/ МУЖЕСТВО в английских и русских медиатекстах

2.1.1. Ценностный концепт COURAGE в английском языке

COURAGE является одной из базовых ценностей английской лингвокультуры, под которой понимается качество, способность или сила духа, позволяющие «человеку противостоять страху или опасности несмотря на последствия» (пер. наш) (the quality of will that enables a person to confront fear or danger regardless of the consequences [PEDT]). На материале английского языка анализ данного концепта был проведен такими исследователями, как Р.С. Осипов (2015), Т.М. Наумова (2016), С.А. Ковалевская (2017), В.К. Барашян (2018), D. Putman (2001), P.J. Ivanhoe (2002), C. R. Woodard (2004), N.H. Gould (2005), C. R. Rate (2007), Y. Hadidi, F. Zare (2020) и др. В данной работе ценностный концепт COURAGE исследуется в виде полевой структуры.

1. Номинативное поле

Формирование номинативного поля проводилось на изучении данных лексикографических источников (PEDT, DMW, NRTELD, LDCE, MED и др.), которые позволили определить ключевую лексему – *courage*. Поскольку одна лексема не может раскрыть богатое содержание концепта, в работе также рассматриваются лексемы из синонимичного ряда главного репрезентанта: *bottle, bravery, courageousness, daring, daringness, dauntlessness, doughtiness, fearlessness, gallantry, greatheartedness, guts, gutsiness, hardihood, heart, heroism, intestinal fortitude, intrepidity, intrepidness, moxie, nerve, prowess, stoutness, valor, virtue* [DMW]. Все перечисленные выше синонимы базовой лексемы относятся к духовной сфере как *ability/quality*, но только следующие из них представлены в современных британских медиатекстах как репрезентанты ценностного концепта COURAGE: *bravery, courage, courageousness, daring, fearlessness, gallantry, hero-*

ism, intrepidity, объединенные семантическими составляющими *courage, strength of mind, fearlessness*:

«*We stand in solidarity with those who have lost their loved ones; those who were wounded and those who exemplified **gallantry and intrepidity**.*» (The Independent, 29.11.2019);

«*She **praised** the two men for stepping in after the attack **for their “courage and bravery**.*» (The Independent, 04.07.2021)

У каждого репрезентанта изучаемого концепта свой оттенок лексического значения и сфера действия. Так, лексемы *courage* и *courageousness* используются для демонстрации мужества в ситуациях, связанных с контролем страха и физической болью. Слово *bravery* определяется как качество или состояние наличия или демонстрации умственной или моральной силы для противостояния опасности, страха или трудности [DMW]. Слово *daring* имеет значение готовности или желания рисковать [DMW]. Лексема *fearlessness* имеет значение *неустрашимости, бесстрашия*. Слово *gallantry* означает смелое поведение, особенно на войне [MED], а лексема *heroism* подразумевает высокую степень смелости [LDCE] и определяется как героическое поведение, особенно проявленное при выполнении и достижении высокой и благородной цели [DMW]. Под лексемой *intrepidity* понимается сила духа, необходимая для того, чтобы продолжать что-то делать, несмотря на опасность [DMW]. Представим несколько примеров из рассматриваемых медийных текстов:

«*I grew up aware of the **courage and bravery** of these women who **against all odds went on strike for better working conditions**.*» (The Independent, 05.07.2022);

«*Cpl Newlands won **the military medal for gallantry** after “**single-handedly attacking a fortified bunker, killing everyone within**” despite being “**shot in both legs**.”*» (The Independent, 14.06.2022).

2. Информационное поле

В этом поле структуры концепта проводится раскрытие семантического наполнения концепта COURAGE с опорой на данные толковых словарей английского языка (DMW, PEDT, MED, LDCE, OLD и др.):

- strength of mind to carry on in spite of danger / the moral courage to speak out against injustice when no one else will [DMW];
- the quality of will that enables a person to confront fear or danger regardless of the consequences; bravery [PEDT];
- the ability to do something that you know is right or good, even though it is dangerous, frightening, or very difficult; the ability to be brave when you are in great pain [MED];
- the ability to do something dangerous, or to face pain or opposition, without showing fear (OLD).

Проведенный анализ значений лексемы *courage* позволил выявить следующий когнитивный признак концепта – *the ability to show strength of mind in a dangerous/difficult situation, in great pain*, аксиологичность которого состоит в способности человека противостоять негативной эмоции – страху (*to confront fear*). Рассмотрим реализацию выведенного когнитивного признака на материале современных медиатекстов:

«*Bravery is not being afraid. Bravery is overcoming your fear for your truth*” *he added.*» (The Independent, 13.06.2022);

«*I also think of my friend Kate Garraway’s extraordinary courage, resilience & dignity in the face of unbearable heartache.*» (The Independent, 31.10.2020).

Суммируя вышеизложенное, определим ценностный концепт COURAGE как способность/качество противостоять страху в сложной, опасной ситуации или при преодолении физической боли.

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона изучаемого концепта представлена скупой. Она расширяет представления о его принадлежности к сфере субъекта/объекта: *female, public, youthful* и др.:

«*There couldn't be a more important time for a movie about female courage, about sisterhood, about the complexity of the female experience [...].*» (The Independent, 13.09.2022).

Когнитивные признаки **регулятивной зоны** определяются в процессе интерпретации контекста и вербализуются сочетаниями глаголов с репрезентанта концепта. В ходе анализа фактологического материала были выявлены глаголы, регулирующие действия, которые *надо* совершать, и определяющие проявления мужества в соответствии с морально-этической значимостью: *to commend, to hail, to reward, to thank for courage; need "a lot of courage"; to applaud, to praise for bravery; to instill a sense of fearlessness; to teach fearlessness; to honour the heroism:*

«*Model Linda Evangelista commends 'courage and strength' of women accusing ex-husband Gérald Marie of sexual assault.*» (The Independent, 16.10.2020).

Перечисленные признаки, вербализованные словосочетаниями глаголов с репрезентантами концепта морально-этической значимости, подтверждают ценностный статус мужества. В ходе исследования не были выявлены случаи, в которых актуализировался бы когнитивный признак с отрицательной оценкой, что объясняется самой природой анализируемого явления.

Следующая зона интерпретационного поля структуры концепта – **оценочная** – актуализируется словами-интенсивфикаторами, которые представляют такие свойства мужества, как качество, интенсивность и длительность: *complete, conspicuous, extraordinary, great, immense, incredible, ongoing, significant, stunning, tremendous, true, unconditional, unimaginable, unique, unprecedented, utter* и др. Когнитивные признаки данной зоны вербализуются преимущественно прилагательными с неметафорическим значением:

«*Lance Corporal Croucher showed immense bravery during deployment to Helmand Province, Afghanistan, in 2007 and 2008.*» (The Independent, 16.09.2022).

В **утилитарной зоне** структуры концепта COURAGE когнитивный признак *во благо общества* определяется в зависимости от сферы применения:

1) *в духовной сфере* – способствовать изменению людей в лучшую сторону (*to challenge unacceptable behavior; to stop nonsense and side with sexual abuse victims; to make a huge difference to people's lives; to strengthen and inspire*). Этот признак означает, что для борьбы с неприемлемым в обществе поведением или достижением справедливости необходимо обладать мужеством:

«*We know it can take courage to challenge unacceptable behaviour, and this is something we encourage all of our colleagues to do, so we appreciate this issue being brought to our attention.*» (The Independent, 14.02.2021);

2) в материальной сфере – способствовать достижению успеха, цели или побед (*to win; to be able to win; a courageous approach is the only way to beat; to have courageousness to make a better life for family; fearlessness leads to [...] nominations; youthful fearlessness of this group who have earned; there is a fearlessness that can beat any opponent*):

«*We've got to have courage to go out there and win the game [...].*» (The Independent, 18.05.2021).

Как видно из примеров материала исследования, проявленные акты мужества положительно влияют на жизнь человека и общества в целом, что свидетельствует о том, что анализируемый концепт COURAGE является однозначно важной ценностью в жизни британского общества.

Помимо основного когнитивного признака концепта COURAGE, зафиксированного в словарях, на материале современных медиатекстов были выявлены и дополнительные характеристики:

1) проявленное мужество вознаграждается (*courage in adversity rewards; to hand a bravery award; to pay tribute for, to give away two [...] prizes as part of a "courage and civility award; to be repeatedly recognised for bravery; to earn citations for gallantry* и др.). Британцы, проявившие особое мужество и героизм, поставившие безопасность других превыше своей, становятся героями и примерами для других и поощряются наградами и медалями (*a bravery award, an award for "courage under fire", a civilian gallantry award* и др.):

«*Abraham Badru was just 14 when he was handed a bravery award for helping rescue a woman who was being seriously sexually assaulted and later gave evidence in court against the suspects.*» (The Independent, 21.02.2022);

2) мужество свойственно людям определенных профессий. Согласно анализируемым медиатекстам, в роли субъектов, проявляющих мужество, часто высту-

пают лидеры, политики, руководители, военные, которым свойственно это качество в силу своих должностей, демонстрируя силу духа, твердость и решительность в опасных ситуациях и в сложные времена:

«The action of these two officers, and their colleagues, exemplifies the key value of courage.» (The Independent, 18.09.2022).

Анализ современных британских медиатекстов позволил выявить тот факт, что концепт COURAGE вступает во взаимодействие с такими ценностными концептами чувств, качеств и свойств человека, как COMMITMENT, COMPASSION, FAITH, INTEGRITY, PATIENCE, RESILIENCE, SELFLESSNESS, TALENT, WIT и др., что позволяет говорить о значимости мужества и его связанности с глубокими и сильными свойствами человеческой природы, ценимыми в британском обществе:

«Your response has been one that showed courage, resilience, patience and a deep commitment to others.» (The Independent, 24.12.2021).

Обобщая вышеизложенное, можно охарактеризовать концепт COURAGE как одно из важнейших качеств человека, которое помогает ему справиться со сложной ситуацией, преодолевая свой страх. Анализ британских медиатекстов показал, что проявление мужества способствует изменению поведения людей в лучшую сторону, достижению поставленной цели или желанных побед и в особых случаях поощряется наградами.

2.1.2 Ценностный концепт МУЖЕСТВО в русском языке

Мужество – это положительное духовно-нравственное качество личности, проявляющееся как смелость в отстаивании собственных убеждений, как преодоление чувства страха и неуверенности, как решительное действие в нужной, опасной ситуации [ОДК 2000]. Исследованию концепта МУЖЕСТВО в тех или иных аспектах в русской лингвокультуре посвящены работы И.Е. Тищенко (2008), С.С. Зыковой (2009), А.И. Головни, Чжан Чи (2012), Е.И. Головановой (2013), Ч. Вэй (2021), Е.В. Ермака (2021) и т.д. В данной работе ценностный концепт МУЖЕСТВО рассматривается в виде сложной полевой структуры.

1. Номинативное поле

Номинативное поле изучаемого концепта включает в себя ключевую лексему *мужество* и лексемы-репрезентанты широкого синонимического ряда, представленного в толковых словарях и словарях синонимов русского языка: *безбоязненность, бескомпромиссность, бесстрашие, героизм, геройство, дерзание, дерзновенность, дерзновение, доблесть, дерзость, дух, кураж, молодечество, непоколебимость, непоколебимость, непреклонность, несгибаемость, неустрашимость, отвага, отважность, подъём, присутствие духа, предприимчивость, прыть, решимость, самоуверенность, самоуверенность, смелость, стойкость, стоицизм, твёрдость, удаль, удальство, ухарство, храбрость, энергия* [ССРЛЯ, СРСССВ, ССРЯ, ССРЯ.САРЯ, ССАСРЯ]. Все перечисленные лексемы, за исключением *прыти*, относятся к духовной сфере и определяются как свойство (способность, качество) характера человека.

В современных российских медиатекстах концепт МУЖЕСТВО вербализуется следующими лексемами: *бесстрашие, героизм, геройство, дерзновенность, дерзновение, доблесть, дух, кураж, мужество, несгибаемость, отвага, отважность, решимость, смелость, стойкость, твёрдость, храбрость*.

Отнесенность перечисленных лексем к одной понятийной группе объясняется присутствием в их дефинициях компонентов, представляющих собой конститuentы ценностной картины мира российского общества: *мужество, подвиг, отсутствие страха/боязни, дух, решительность, душевная стойкость, внутренняя/моральная сила, высокое свойство души, бесстрашие*:

«Акция «Сад памяти» – о мужестве, бесстрашии, героизме наших людей. О несгибаемой воле и непобедимом духе всех тех 27 миллионов советских граждан, которые сложили свои головы в тяжелой схватке с фашизмом.» (Российская газета, 08.04.2022).

2. Информационное поле

Изучение словарных статей лексикографических источников (ССРЛЯ, СРЯ₁, НСРЯ.ТС, ТСРЯ₁, ТСРЯ₂) позволило обобщить семантические компоненты ключевой лексемы концепта:

- 1) храбрость, бесстрашие, присутствие духа в опасности, в беде и т. п.;
- 2) душевная стойкость и смелость.

Путем анализа лексических значений был выведен следующий когнитивный признак концепта, формирующий его информационное поле – *сила духа в опасности или беде*, аксиологичность которого реализуется семой *отсутствие страха*. Проведем экспликацию когнитивного признака концепта МУЖЕСТВО на материале современных российских медиатекстов.

Согласно современным российским медиатекстам, мужество проявляется в виде *бесстрашия, героизма, доблести, куража, несгибаемости, отваги, отважности, смелости, стойкости, твердости, храбрости* для преодоления физических трудностей, преимущественно в опасных ситуациях, угрожающих жизни (к примеру, в бою, на войне, катастрофах, чрезвычайных ситуациях):

«Он вручил проявившим в боях смелость и профессионализм солдатам, прапорщикам и офицерам высокие государственные награды.» (Российская газета, 13.03.2022).

Проявленное мужество способствует спасению человеческих жизней, что и является главной аксиологической составляющей ценностной картины мира общества:

«Спасение жизни другого человека – большой настоящий подвиг, и надо обладать невероятным мужеством, храбростью, смелостью, чтобы, невзирая на опасность, прийти на помощь тем, кто оказался в беде.» (Российская газета, 28.10.2021).

Чувство мужества также проявляется как наличие у человека духа, необходимого для преодоления душевных испытаний и бед. В таких случаях анализируемый концепт МУЖЕСТВО вербализуется синонимичными лексемами *бесстрашие, дерзновение, дух, кураж, несгибаемость, решительность, смелость, стойкость, твёрдость*:

«Мы живем во времена испытания нашей твердости – насколько сумеем отстоять русский дух.» (Российская газета, 27.09.2018).

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона расширяет представления об отнесенности мужества к сфере субъекта/объекта (*личное, массовое, мужское*):

«Блестящий ученый, незаурядный руководитель, талантливый педагог, человек высочайших моральных принципов и большого личного мужества, он всегда был для нас примером беззаветного служения науке.» (Российская газета, 29.11.2020).

В *регулятивной зоне* когнитивный признак «надо» выражен глаголами и словосочетаниями с положительной коннотацией. Согласно анализируемым медиатекстам «надо»: *подчеркнуть важность мужества, благодарить за, нуждаться; отличиться бесстрашием; гордиться доблестью и героизмом; восхищаться смелостью, силой духа и стойкостью; желать стойкости; ценить за твердость характера; отстоять русский дух.* Перечисленные признаки, выраженные глаголами с положительной коннотацией, свидетельствуют об аксиологической значимости мужества в жизни российского общества:

«Мы гордимся доблестью и героизмом ветеранов Великой Отечественной войны 1941–1945 годов [...] – всех, кто с честью исполнял воинский долг, проявляя мужество, несгибаемую волю и преданность Отчизне.» (Российская газета, 23.02.2022).

В медиатекстах также встречается когнитивный признак, предписывающий, что «не надо/ надо не» делать с концептуализируемым предметом: *злоупотреблять мужеством; эксплуатировать мужество; забывать героизм; недооценивать решимость:*

«[...] недопустимо злоупотреблять, эксплуатировать мужество людей, которые спускаются в шахты, – указал он. Их жизнь, здоровье должны быть защищены [...].» (Российская газета, 02.12.2021).

В выявленных случаях когнитивные признаки вербализуются посредством модальных глаголов необходимости и глаголов с отрицательной оценкой. Образование двойного отрицания как способа выразить эмоциональную нагрузку речи и сделать акцент на важности сказанного выражает положительную оценку когнитивных признаков изучаемого явления.

Когнитивные признаки *оценочной зоны* обусловлены положительной природой изучаемого явления как эмоционального состояния высокой интенсивности

и вербализуются прилагательными с положительной оценкой: *безусловное, большое, великое, высочайшее, исключительное, истинное, невероятное, несгибаемое, непоколебимое, огромное, самозабвенное (мужество):*

«Редко где еще встретишь такое сочетание красоты, женственности и непоколебимой отваги и силы духа.» (Российская газета, 08.03.2022).

Мужество не было бы само по себе ценным, если бы не возможность его использования для практических целей во благо общества. Эти когнитивные признаки входят в *утилитарную зону* интерпретационного поля концепта МУЖЕСТВО и выражены целями в материальной сфере:

1) спасти жизнь человека (*спасти человеческие жизни; обезвредить преступника*):

«В Совете Федерации в восьмой раз чествовали детей и подростков, которые проявили мужество в экстремальных ситуациях и спасли человеческие жизни.» (Российская газета, 28.10.2021);

2) способствовать успеху, повышению звания и авторитета (*показывать выдающиеся достижения; довести до заслуженной победы; повышать в звании; снискать авторитет и уважение*):

«По мнению главы Минспорта, они проявляют героизм и показывают выдающиеся достижения.» (Российская газета, 06.08.2021).

Помимо основного когнитивного признака концепта, выведенного из семантических компонентов ключевой лексики, были зафиксированы и дополнительные признаки на основе медийных текстов:

1) проявленное мужество вознаграждается (*наградить орденом Мужества и повышать в звании; присвоить звание; вручить высокие государственные награды; удостоиться правительственной награды*). Согласно российским медийным текстам, людей, проявивших особое мужество и героизм, награждают орденом мужества, «Красной Звезды», «За доблесть и мужество», медалью «За проявленное мужество» и др. Такие поощрения являются стимулом и примером для остальных:

«По ее мнению, награды – не только символ мужества, храбрости, но и хороший стимул, чтобы ребята стали примером для своих одноклассников и друзей.» (Российская газета, 28.10.2021);

2) проявление мужества, свойственное людям определенных профессий – военным, спортсменам, медикам, людям искусства, педагогам:

«Он проявил мужество, потому что был так воспитан и выбрал для себя непростой и благородный путь защитника мира.» (Российская газета, 04.03.2022).

В анализируемых российских медиатекстах наблюдается сочетание концепта МУЖЕСТВО с такими ценностными концептами, как МИЛОСЕРДИЕ, МУДРОСТЬ, САМОТВЕРЖЕННОСТЬ, САМОПОЖЕРТВОВАНИЕ, СОСТРАДАНИЕ, СТОЙКОСТЬ, ТАЛАНТ, ТЕРПЕНИЕ, УМ и др., что свидетельствует о непосредственном взаимодействии и взаимовлиянии этих концептов:

«[...] в минуту опасности вы проявили свои лучшие качества - милосердие, сострадание, стойкость, мужество, и я хочу вам сказать за это спасибо.» (Российская газета, 30.10.2020).

Обобщая проанализированные концепты, можно охарактеризовать концепт МУЖЕСТВО как одно из ценнейших человеческих качеств, проявление которого помогает человеку спасти жизни людей и тем самым заслужить авторитет, уважение общества и достичь успеха.

2.1.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов COURAGE и МУЖЕСТВО

Сравнительно-сопоставительный анализ концепта COURAGE/ МУЖЕСТВО в англо- и русскоязычной медиакультурах позволил выявить сходства и этноспецифические особенности данного явления, отражающие ментальность и культуру изучаемых обществ на основе вышеизложенного материала лексикографических ресурсов и современных медиатекстов. Сопоставление проводилось на всех уровнях полевой структуры концепта.

Анализ словарей изучаемых языков позволил установить, что номинативное поле структуры ценностного концепта COURAGE включает в себя 25 лексических репрезентантов, 8 из которых, по нашим подсчетам, представлены в материале британской прессы: *bravery, courage, courageousness, daring, fearlessness,*

gallantry, heroism, intrepidity. В российских медиатекстах из 37 репрезентантов концепта МУЖЕСТВО, зафиксированных в лексикографических источниках русского языка, нами обнаружено 17: *бесстрашие, героизм, геройство, дерзновенность, дерзновение, доблесть, дух, кураж, мужество, негибаемость, отвага, отважность, решимость, смелость, стойкость, твёрдость, храбрость*. Из этого очевидна бóльшая номинативная плотность у концепта МУЖЕСТВО на современном этапе исследования.

Различием в репрезентантах концепта COURAGE/ МУЖЕСТВО в английской и русской лингвокультурах является отсутствие в номинативном поле концепта COURAGE лексем со значением *негибаемость, решимость*.

В рамках **информационного поля** структуры концепта был проведен анализ лексических толкований ключевых репрезентантов концепта *courage/ мужество*, в результате которого были выявлены его когнитивные признаки. В английской лингвокультуре выведен когнитивный признак – *the ability to show strength of mind in a dangerous/difficult situation, in great pain*, а в русской – *сила духа в опасности или беде*. Различием в когнитивных признаках является сопряженность мужества в сознании британцев с *противостоянием страху* для преодоления сложных ситуаций, а в сознании русских – сопряженность изучаемого чувства с *отсутствием страха*.

Сходство в когнитивных признаках изучаемого концепта в английской и русской лингвокультурах состоит в сферах проявления мужества – в опасных ситуациях (*dangerous situations*) (на войне, в бою, катастрофах, чрезвычайных ситуациях и т.д.). В британском обществе проявление мужества при столкновении со сложными жизненными ситуациями и физической болью (*difficult situations, pain*), а в русском – *в беде*, представляют собой этноспецифические различия информационного содержания концепта изучаемых культур.

В **интерпретационном поле** структуры концепта COURAGE/ МУЖЕСТВО особенно ярко отражаются ценностные составляющие концепта и его когнитивные сходства и различия в разносистемных языках.

Выявленные когнитивные признаки *энциклопедической зоны* изучаемого концепта как в британских, так и в российских современных медиатекстах пред-

ставляют только отнесенность к сфере объектно-субъектных отношений: *public, youthful courage*; личное, массовое, мужское мужество. Наличие общих признаков в данной зоне концепта изучаемых языков не установлено.

По сравнению с предыдущей зоной, *регулятивная зона* структуры концепта представлена бóльшим количеством когнитивных признаков и, соответственно, их сходств и различий в исследуемых лингвокультурах. Анализ фактологического материала позволил найти сходства в экспликации концепта в обеих культурах, проявляющиеся в способности/необходимости *need to have/ нуждаться; to thank for/благодарить*.

Этноспецифические особенности изучаемого концепта выражаются в том, что мужество в британском обществе надо *to applaud, to commend, to hail, to honour, to instill, to praise, to reward, to teach*, а в русском – *восхищаться, гордиться, желать, отличиться, отстоять, подчеркнуть важность, ценить*. Различием в когнитивных признаках регулятивной зоны концепта является вербализация в российских медиатекстах признака «не надо/надо не» посредством сочетания модальных глаголов необходимости в отрицательной форме с глаголами с отрицательной коннотацией (*забывать, злоупотреблять, недооценивать, эксплуатировать*). Прием двойного отрицания в результате приводит к положительной оценке рассматриваемого явления.

Оценочная концептуализация как когнитивный признак *оценочной зоны* позволяет установить сходство *courage* и *мужество* в виде их положительной репрезентированности, описывающих данное явление. Общие когнитивные признаки этой зоны обеих лингвокультур выражены следующими, преимущественно неметафорическими, прилагательными: *immense, tremendous /огромное; great/великое; true/истинное; unconditional/безусловное; extraordinary/исключительное; stunning, incredible/невероятное*. В сознании русских чувство мужества характеризуется как *большое, высочайшее, негибкое, непоколебимое, самозабвенное чувство*, а для британского общества как *conspicuous, ongoing, significant, unique, unprecedented, utter*. Использование прилагательных с отрицательной коннотацией, описывающих чувство в оценочной зоне, в обоих языках зафиксировано не было.

В *утилитарной зоне* структуры концепта COURAGE/ МУЖЕСТВО практические возможности использования мужества во благо обществу в исследуемых языках частично схожи в материальной сфере и направлены на *достижение успеха*. Этноразличием в этой зоне является дополнительное целеполагание, которое в английской лингвокультуре проявляется в духовной сфере как способствовать изменению людей в лучшую сторону, а в русской – в материальной сфере как спасение человеческой жизни.

В ходе изучения фактологического материала были выявлены и дополнительные характеристики, не зафиксированные в словарях. В современных медиатекстах обеих лингвокультур наблюдаются многочисленные факты *вознаграждения* людей за проявленное ими мужество в виде вручения орденов и наград. Различия проявляются в том, что в британском обществе мужество поощряется материально, а в российском – присвоением или повышением звания. Еще одним признаком, выявленным в медиатекстах обеих лингвокультур, является *проявление мужества людьми определенных профессий*, находящихся в условиях постоянного напряжения, – военных, спортсменов. В британском обществе таким качеством обладают также *leaders/лидеры, politicians/политические деятели*, а в российском – медики, люди искусства, педагоги.

Проведенный анализ выявил факт того, что концепт COURAGE в британских медиатекстах вступает во взаимодействие с такими ценностными концептами, как COMMITMENT, COMPASSION, FAITH, INTEGRITY, PATIENCE, RESILIENCE, SELFLESSNESS, TALENT, WIT, а в российских – МИЛОСЕРДИЕ, МУДРОСТЬ, САМОПОЖЕРСТВОВАНИЕ, САМОТВЕРЖЕННОСТЬ, СОСТРАДАНИЕ, СТОЙКОСТЬ, ТАЛАНТ, ТЕРПЕНИЕ, УМ, что позволяет говорить о значимости такого качества, как мужество, для представителей обеих культур и его связанности с глубокими и сильными человеческими чувствами и свойствами, ценимыми в рассматриваемых обществах.

Выявленные сходства и этноспецифические различия в полевой структуре ценностного концепта COURAGE/ МУЖЕСТВО в английской и русской лингвокультурах представлены в табл. 1.

Таблица 1

Сходства и различия когнитивных признаков полевых структур
ценностного концепта COURAGE/МУЖЕСТВО

Поле	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
НОМИНАТИВНОЕ	COURAGE	МУЖЕСТВО	COURAGE	МУЖЕСТВО
	<i>bravery courage courageousness daring fearlessness gallantry heroism intrepidity</i>	<i>бесстрашие героизм геройство дерзновение дерзновенность доблесть дух кураж мужество отвага отважность смелость стойкость твёрдость храбрость</i>	—	<i>несгибаемость решимость</i>
ИНФОРМА	1. Способность к оценке ситуации:			
	strength of mind	присутствие духа	to confront fear	отсутствие страха
	2. Сфера проявления:			
	dangerous/ difficult situations	опасная/сложная ситуация	great pain	беда
ИНТЕРПРЕТАЦИИ	Отнесенность к сфере объекта и субъекта мужества:			
	—	—	<i>female, public, youthful</i>	<i>личное, мужское, массовое</i>
	«Надо»			
	<i>need, to thank for</i>	<i>нуждаться, благодарить</i>	<i>to applaud, to commend, to hail, to honour, to instill, to praise, to reward, to teach</i>	<i>восхищаться, гордиться, желать, отличиться, отстаивать, ценить, подчеркнуть важность</i>
	«Не надо/ надо не»			
	—	—	—	<i>забывать, злоупотреблять, недооценивать, эксплуатировать</i>
в) оценочная зона	Положительная концептуализация			
	<i>extraordinary, stunning, incredible, unimaginable, tremendous, immense, great, unconditional, complete, true</i>	<i>исключительное невероятное, великое, огромное, безусловное, истинное</i>	<i>conspicuous, ongoing, significant, unique, unprecedented, utter</i>	<i>большое, высочайшее, несгибаемое, непоколебимое, самозабвенное</i>

Целеполагания, направленные на пользу/ во благо человеку				
г) утилитарная зона	а) в духовной сфере			
	—	—	способствовать изменению людей в лучшую сторону (<i>to challenge unacceptable behavior; to make a huge difference to people's lives, to strengthen and inspire</i>)	—
	б) в материальной сфере			
	to lead to success (<i>to win; a courageous approach is the only way to beat; to have courageousness to make a better life; there is a fearlessness that can beat</i> и т.д.)	способствовать успеху (<i>повышать в звании; снискать авторитет и уважение; довести до заслуженной победы</i>)	—	—
	—	—	—	спасти жизнь человеку (<i>спасти человеческие жизни; обезвредить преступника</i> и т.д.)
Дополнительные характеристики:				
а) Вознаграждение за проявленное мужество				
citation, reward (<i>courage in adversity rewards, to pay tribute for, to earn citations for gallantry</i> и т.д.)	орден/награда (<i>наградить орденом мужества; вручить высокие государственные награды</i> и т.д.)	award, prize, recognition (<i>to hand a bravery award; give away two [...] prizes as part of a "courage and civility award; to be repeatedly recognised for bravery</i>)	присвоение звания, повышение в звании (<i>повышать в звании; присвоить звание</i> и т.д.)	
б) Проявление мужества, свойственное людям определенных профессий				
officers, sportsmen	военные, спортсмены	leaders, politicians	медики, люди искусства, педагоги	
Взаимодействие с другими концептами				
COMPASSION, PATIENCE, TALENT, WIT	МИЛОСЕРДИЕ, СОСТРАДАНИЕ, ТЕРПЕНИЕ, ТАЛАНТ, МУДРОСТЬ	COMMITMENT, FAITH, INTEGRITY, RESILIENCE, SELFLESSNESS	САМОТВЕРЖЕННОСТЬ, САМОПОЖЕРТВОВАНИЕ, СТОЙКОСТЬ, УМ	

2.2. Ценностный концепт HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ в английских и русских медиатекстах

2.2.1. Ценностный концепт HONESTY в английском языке

Честность – положительное духовно-нравственное качество личности, предполагающее отсутствие лжи и обмана, «верность высоким моральным стандартам» (*faithfulness to high moral standard*) [DMW]. Несмотря на высокую значимость этого нравственного качества в жизни любого общества, в настоящее время отмечается снижение интереса исследователей к концепту HONESTY, в отличие от ее противоположностей (лживости, обмана, вероломства, лицемерии и т.д.). В современной лингвистике анализируемый концепт в английском языке рассматривается в работах С.С. Авакимян (2009), Э.Д. Багронова (2016), Л.М. Шатиловой и А.А. Поташовой (2020), П.М. Омаровой и М.И. Минкаиловой (2020), Н.М. Дмитриевой (2012), Д.Г. Эстоевой (2009) и О.П. Гришановой (2020) и др.

В данном исследовании HONESTY рассматривается как ценностный концепт в соответствии с принятой моделью анализа.

1. Номинативное поле

Анализ лексикографических источников (WDT, DMW, LDCE, MED, NRTELDf) позволил определить ключевой и дополнительные репрезентанты изучаемого концепта в виде лексемы *honesty* и ее синонимов: *bluntness, candidness, candor, character, decency, directness, forthrightness, frankness, goodness, honor, integrity, morality, openheartedness, openness, outspokenness, plainness, plainspokenness, plumpness, probity, rectitude, righteousness, rightness, sincerity, straightforwardness, truthfulness, unguardedness, unreserve, unreservedness, uprightness, veracity, verity, virtue, virtuousness*. Все перечисленные лексемы имеют отнесенность к духовной сфере и определяются как *quality of being honest, morally good*.

В современных британских медиатекстах за указанный период ценностный концепт HONESTY представлен следующими репрезентантами: *honesty, candor, directness, integrity, openness, probity, sincerity, truthfulness*:

«*I think the principles and the values of openness and integrity and transparency matter to all for those of us who care about democracy.*» (The Independent, 08.12.2021).

Отнесенность данных лексем к одной понятийной группе обусловлена наличием в их толкованиях компонентов, представляющих собой конститuenty духовно-нравственной картины мира британского общества: *honest/honesty, truth, true, right, moral, morality, ethical, high principles and ideals, good*.

2. Информационное поле

Для определения понятийной составляющей концепта и выведения его когнитивного признака на основе толковых словарей (DMW, LDCE, MED, OLD и др.) рассматриваются обобщенные значения ключевой лексики *honesty*:

- 1) quality to tell the truth, not hiding the facts about something (without lies or tricks);
- 2) ability to express directly one's true feelings, opinions or attitudes.

В результате анализа лексических значений *honesty* был выведен когнитивный признак концепта HONESTY – *ability/quality to tell the truth (absence of lies)*, в котором отнесенность к системе общечеловеческих ценностей транслируется через *truth*. В современных британских медиатекстах данный когнитивный признак подразумевает приверженность человека в любой ситуации говорить только правду, не допуская лжи.

Сущность категории «честность» частично можно понять с позиции рассмотрения противоположного понятия правды, являющейся основой честности, – лжи или обмана. По мнению Экмана, под ложью или обманом понимаются действия, которыми человек умышленно вводит в заблуждение другого (искажает информацию, скрывает правду) [Экман 2000: 12]. Поэтому ложь и обман, наносящие вред человеку и обществу, представляют собой антиценности, в отличие от правды. В рассматриваемых медиатекстах ложь, как порицаемое явление, наблюдается как в примерах, демонстрирующих межличностные отношения, так и в примерах текстов политической тематики:

«*How can a system that relies on truthfulness, a sense of duty, honour and diligence survive when it encounters pathological liars ...?*» (The Independent, 05.11.2021).

Особенностью честности в изучаемой лингвокультуре, зафиксированной в словарях и в медийных текстах, является то, что британцы откровенно, прямолинейно, искренне выражают свои чувства, отношение к людям или явлениям, или правду, даже если она неприятна или смущает человека (*candor is the quality of being honest and telling the truth, even when the truth may be unpleasant or embarrassing* [LDCE]). В анализируемых статьях это свойство вербализуется лексемами *candor*, *directness*, *openness*:

«*Irish actor's agent said he was 'admired and respected for his directness, his sincerity, and his honesty'.*» (The Independent, 12.11.2021).

Честность, как морально-этическое качество человека, необходима не только для построения межличностных отношений, но и для других сфер жизнедеятельности общества – политики, торговли, медицины и др.:

«*NHS trust contacts hundreds of families in effort at honesty over Covid hospital infections. 'If we are really going to do duty of candour properly we have to be honest with people'.*» (The Independent, 06.06.2021).

Многочисленные примеры в современных медиатекстах, содержащих изучаемый концепт, доказывают важность этого качества в жизни британского общества.

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона интерпретационного поля концепта представлена слабо. Она расширяет представления о своей отнесенности к:

– сфере субъекта/объекта (*human, youthful*):

«*She talks to Adam White about capturing youthful truthfulness.*» (The Independent, 13.08.2021);

– сфере чувств, эмоций и морали (*emotional, moral*):

«*This depicts raising a disabled child with searing emotional honesty.*» (The Independent, 16.10.2018).

Когнитивные признаки *регулятивной зоны* вербализованы глаголами, оценочные компоненты которых указывают на их ценностную ориентацию (добро, хорошо, ценно и т.д.): *to appreciate, to be grateful for, to praise for, to stand up for honesty, to foster a culture of openness and honesty; to fight for, to stand up for honesty and integrity; to pride on, to stand up for truth, integrity, and tolerance; to thank for, to*

admire recent candor; to uphold the highest standards of integrity and probity. В ходе изучения фактологического материала были выявлены только разрешенные действия, что объясняется положительной сущностью изучаемого качества:

«Over the past couple of days, we listened carefully to the fans who have got in touch and I'm very grateful for their honesty.» (The Independent, 02.02.2022).

В *оценочной зоне* концепта когнитивным признаком выступает сама природа данного качества. Эта зона актуализируется словами-интенсификаторами, демонстрирующими характеристики рассматриваемого явления, концептуализируемые в анализируемых медиатекстах как положительные. В ходе исследования было установлено функционирование прилагательных с усилительным значением *absolute, bold, bracing, brave, disarming, essential, frank, incredible, real, startling, unusual, unbiased, utmost* в пределах оценочной зоны:

*«I can say with my hand on my heart with **absolute honesty**.»* (The Independent, 27.01.2022).

В процессе изучения медиатекстов также были выявлены случаи сочетаемости репрезентантов данного концепта с прилагательными с отрицательной коннотацией: *dazzling, radical, searing*. Негативно-усилительное значение данных прилагательных нейтрализуется на фоне ценностного концепта, в результате чего сочетание в целом приобретает нейтральную или положительную оценку:

*«The **dazzling directness** of her prose opens thrilling new doors into the female experience of the sexual, spiritual and social worlds.»* (The Independent, 11.01.2021).

Когнитивный признак *утилитарной зоны* концепта трактуется с позиции пользы проявления честности для человека и для общества в целом. В ходе изучения британских медиатекстов были выявлены следующие возможности использования честности во благо общества, которые проявляются:

1) *в духовной сфере*: способствовать легкому, искреннему общению и доверительному отношению между людьми, которые представляют собой своеобразный фундамент для построения прочных взаимоотношений:

*«He hopes **his honesty will inspire others to share secrets they've been hiding.** Jackson's **honesty prompted an outpouring of support on social media from both fans and other celebrities.**»* (The Independent, 26.05.20).

Британцы осознают, что ложь и обман способны привести к неприятным последствиям, разрыву отношений с близкими людьми:

«*I'd rather Angela Rayner's 'honesty' than 'polished' Tory lies.*» (The Independent, 26.09.2021);

2) в материальной сфере: способствовать достижению хороших результатов; решать социальные проблемы:

«*To "solve" the problem of social care in a way which is financially and politically sustainable requires courage, competence, honesty and the mastery of complexity: not qualities which first come to mind when summarising the prime minister. But, without them, the policy will fail.*» (The Independent, 13.02.21).

В анализируемых медиатекстах наблюдается реализация концепта HONESTY в одном контексте с концептами чувств (COMPASSION, FAIRNESS, GENEROSITY, LOVE, RESPECT, TRUST, WARMTH и др.), качеств характера и свойств человеческой природы (ACCOUNTABILITY, COURAGE, HUMANITY, LEADERSHIP, MODESTY, MORALITY, SELFLESSNESS, SOCIAL COHESION, WISDOM и др.), обладающими положительной ценностной составляющей:

«*Accountability, honesty, integrity, selflessness, leadership, openness and objectivity – these are the values of public service collectively.*» (The Independent, 21.07.2020).

Изучение фактологического материала позволило выявить немало примеров, в которых репрезентанты концепта HONESTY употребляются в парах (*openness and honesty; integrity and honesty; integrity and probity; decency, directness and honesty; directness, honesty and integrity*), что является дополнительным средством усиления смысловой нагрузки ценности рассматриваемого концепта в британской лингвокультуре:

«*Officers are required to act with integrity and honesty at all times.*» (The Independent, 23.09.2022).

В проанализированных британских медиатекстах часто присутствует известное изречение «Honesty – is the best policy», которое фиксирует норму нравственного поведения в британском обществе:

«*However, honesty really is the best policy.*» (The Independent, 30.04.2018);

«[...] *the British people want transparency and honesty... In my view, honesty is always the best policy.*» (The Independent, 26.09.2020).

Суммируя вышесказанное, можно сказать, что для британского общества *honesty* является одной из основных человеческих добродетелей, благодаря которой общение становится искренним и непринужденным, достигаются хорошие результаты и решаются социальные проблемы.

2.2.2. Ценностный концепт ЧЕСТНОСТЬ в русском языке

Несмотря на значимость анализируемого явления в жизни общества, в современной лингвистике отмечается интерес к концепту ЧЕСТНОСТЬ. В русском языке ему посвящены труды О.В. Кряхтуновой (2010), Н.М. Дмитриевой (2012), Л.Р. Байдавлетовой (2016), М.С. Скоромной, И.А. Воробьёвой (2016), С.Р. Макаровой и Э.И. Хизик (2018), Е.А. Юриной и Ж.Г. Темировой (2019), Л.М. Шатиловой и А.А. Поташовой (2020), П.М. Омаровой и М.И. Минкаиловой (2020), О.П. Гришановой (2020) и др.

В данной работе изучение концепта ЧЕСТНОСТЬ ведется в аксиологическом аспекте и представлено в виде сложной структуры.

1. Номинативное поле

Номинативное поле изучаемого концепта включает в себя базовую лексику ЧЕСТНОСТЬ и репрезентанты солидного синонимического ряда, зафиксированные в лексикографических источниках русского языка [ССРЛЯ, СРСССВ, ССРЯ, ССРЯ.САРЯ, ССАСРЯ] и относящиеся к духовной сфере как свойства характера человека: *безгрешность, безупречность, беспорочность, беспристрастность, бесхитростность, благородство, добропорядочность, добросовестность, искренность, кристальность, невинность, невиновность, незапятнанность, неподкупность, непорочность, откровенность, порядочность, правдивость, праведность, преданность, прямота, прямолинейность, прямота, совесть, справедливость, чистоплотность, чистосердечие.*

В ходе исследования нами были отобраны только те лексемы, которые содержат в качестве семантического компонента «правду, истину» и используются в современных российских медиатекстах как репрезентанты концепта ЧЕСТ-

НОСТЬ, демонстрируя его положительный аксиологический статус посредством общих компонентов *истина, правильность: искренность, правдивость, справедливость, честность:*

«Честность и справедливость – вот те принципы, которые наблюдатели МПА всегда отстаивают в ходе мониторинговых миссий», – подчеркнула спикер Совфеда.» (Российская газета, 14.10.2022).

2. Информационное поле

Для раскрытия понятийной составляющей и выявления когнитивных признаков ценностного концепта ЧЕСТНОСТЬ необходимо обращение к лексикографическим источникам (ССРКЯ, СРЯ₁, НСРЯ.ТС, ТСРЯ₁, ТСРЯ₂). Особенность русскоязычных толкований в отношении концепта ЧЕСТНОСТЬ состоит в том, что ключевая лексема преимущественно определяется через однокоренное прилагательное *честный* («честное отношение к кому-, чему-л., честное поведение», *свойство или отвлеченное существительное по значению прилагательного «честный»* [СРЯ₁, НСРЯ.ТС, ТСРЯ₁]), семантическими компонентами которого являются:

1. Правдивое, искреннее, прямое, добросовестное, свободное от всякого лукавства отношение к кому-либо, чему-либо или поведение;
2. Отношение к кому-либо, чему-либо или поведение, основанное на правилах морали, понятиях чести, добропорядочности, целомудренности.

По результатам анализа вышеприведенных значений определен следующий когнитивный признак концепта ЧЕСТНОСТЬ: *«качество, поведение, отношение к кому-либо, чему-либо, основанное на правде и отсутствии лжи»*. Согласно З.Х. Бижевой, понятие правды, «связанное с миром человека, входит в этический контекст, в котором она составляет высшую ценность» [Бижева 2000: 62]. *Правда* выступает в качестве аксиологически значимой составляющей системы ценностей общества в выведенном когнитивном признаке:

«Исторические традиции, вера, духовные и нравственные основы, семейные ценности, любовь к Родине и жертвенность – именно на этом крепком фундаменте тысячу лет стояла Россия», – сказал Геннадий Юрьевич, также отметив, что в формулировку национальной идеи необходимо добавить такие понятия как, честность и правда.» (Российская газета, 16.11.2022).

Аналогичная точка зрения касательно когнитивного признака исследуемого концепта была высказана в работе Н.М. Дмитриевой. Результаты проведенного ею исследования показали, что «в числе самых значимых для них (опрошенных людей) понятий указали именно честность (45,1 %), причем, бóльшая часть студентов определила слово близко к словарному толкованию С.И. Ожегова: правдивость, способность говорить только правду» [Дмитриева 2012: 51].

Особенностью русского человека, обладающего этим этическим свойством, является его способность откровенно и прямо высказывать правду, свое мнение, отношение к кому-либо, чему-либо. Такое сознательное отношение выражается человеком самостоятельно, без всякого внешнего принуждения в любой жизненной ситуации.

«Его все уважали за прямоту, нелицеприятие, за то, что не боялся говорить то, что думает, и в лицо, и на людях.» (Российская газета, 08.07.2021)

В ходе изучения фактологического материала было выявлено, что честность является одним из основных качеств человека, необходимых в любой сфере жизнедеятельности, – в работе, общении, дружбе, личной жизни:

«В администрации отметили, что погибший прошел «горячие точки», был человеком слова и дела, которого горожане уважали за честность и порядочность, как на службе, так и в кругу близких.» (Российская газета, 15.10.2022).

Сохранить честность в этом мире нелегко, но всё же такая позиция приносит награду. Согласно проанализированным медийным текстам, честных людей всегда ценят и уважают:

«[...] Кыдыр Аке ... описывается как человек заслуженный, отличающийся прекрасными нравственными качествами, среди которых «честность, усердие и польза, которую он приносит уездной администрации...» (Российская газета, 6.03.2022).

Таким образом, в современном понимании российского общества честность как свойство и качество человека определяется как приверженность правде и искренности, ценным в изучаемой лингвокультуре.

3. Интерпретационное поле

В ходе исследования было выявлено, что когнитивные признаки *энциклопедической зоны* концепта ЧЕСТНОСТЬ в медийных текстах не представлены.

Когнитивный признак *регулятивной зоны* концепта «надо» актуализируется в медиатекстах сочетанием репрезентантов концепта с положительно маркированными глаголами, в том числе с модальными глаголами долженствования: *повышать, требовать, ценить честность, искренность; нужно говорить, добиваться, задумываться о честности; должны быть честными; уважать за честность; отстаивать честность и справедливость; хотеть искренность; добиваться искренности, честности; желать быть справедливыми; восстановить справедливость:*

«Александр Иванович Кладько добивался от нас искренности, честности и наивности, которые у него ассоциируются с тем светлым временем, когда люди были добрее, светлее и чище.» (Российская газета, 12.12.2020).

В процессе вербализации концепта ЧЕСТНОСТЬ были выявлены случаи, в которых актуализировался и когнитивный признак «не надо»: *не сомневаться в честности; в правдивости не приходится сомневаться.* В этих случаях когнитивный признак «не надо» вербализуется посредством отрицательных форм модального глагола *приходится* и смыслового глагола с отрицательной оценкой *сомневаться*. Являясь способом выражения усилительной нагрузки на значимость сказанного, двойное отрицание способствует утверждению положительной оценки когнитивных признаков изучаемого явления:

«Федерация не сомневается в честности и чистоте своей спортсменки, – говорится в заявлении на официальном сайте ФФКР.» (Российская газета, 11.02.2022).

Положительная оценка концепта ЧЕСТНОСТЬ выражается также в когнитивных признаках *оценочной зоны*, основой которых выступает интенсивность природы данного качества. Эта зона вербализована прилагательными, демонстрирующими высокую степень интенсивности проявления: *абсолютная, высокая, максимальная, настоящая, невероятная, хирургическая честность:*

«Он подчеркнул, что обязательное условие всех таких программ отбора и продвижения людей – абсолютная справедливость, прозрачность и честность. «Иначе это просто не работает», – заверил Кириенко.» (Российская газета, 06.06.2019).

Ценность концепта ЧЕСТНОСТЬ демонстрируется и в *утилитарной зоне*, когнитивные признаки которой заключаются в возможности ее использования во благо и пользу человека и общества. Анализ современных российских медиатекстов позволил выявить такое целеполагание в *духовной сфере* как *сближать, объединять людей дружескими взаимоотношениями*, поскольку честность является составляющей доверительных отношений:

«Если мы не хотим, чтобы наши дети стали заложниками политических игр, мы должны быть с ними честны. Как писал М.М. Пришвин, «первое условие для сближения – искренность.» (Российская газета, 26.01.2021).

Эксплицитным способом выражения ценности концепта ЧЕСТНОСТЬ для общества является прямое «наименование» его *важнейшим требованием, главным запросом, неизменным и обязательным условием, важной вещью, важным человеческим свойством и качеством*, необходимым в работе, в социальных сетях, по отношению к себе и своему делу:

«Сейчас настало то время, когда в театре снова нужно говорить о таких важных вещах, как нравственность, порядочность, честность, ответственность...» (Российская газета, 12.03.2022).

В фактологическом материале наблюдались случаи употребления концепта ЧЕСТНОСТЬ в сочетании с такими ценностными концептами духовной сферы, как ВЗАИМОВЫРУЧКА, ДОБЛЕСТЬ, ЛЮБОВЬ, НАВСТВЕННОСТЬ, ОТВАГА, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ПРИНЦИПИАЛЬНОСТЬ, СВОБОДА, СКРОМНОСТЬ, СОЛИДАРНОСТЬ, УСЕРДИЕ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ и др. Такое взаимодействие свидетельствует о сопряженности честности с другими важными конститuentами ценностной картины мира российского общества:

«Вот почему спикер сфокусировала в ходе интервью особое внимание и на необходимости постоянно отстаивать общечеловеческие постулаты настоящего гражданина: справедливость, честность, порядочность, отвагу и доблесть, солидарность, взаимовыручку и общее благо.» (Российская газета, 20.07.2022).

Подытоживая вышесказанное, концепт ЧЕСТНОСТЬ можно охарактеризовать как ценность в жизни российского общества, которая несет пользу обществу, сближая, объединяя людей дружескими взаимоотношениями.

2.2.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов *HONESTY* и *ЧЕСТНОСТЬ*

Сравнительно-сопоставительный анализ концепта, позволяющий выявить сходства и этноспецифические различия изучаемого явления, проводился на всех уровнях его сложной полевой структуры. Несмотря на то, что концепт *HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ* представляет собой одну из ключевых ценностей в рассматриваемых лингвокультурах, все же не наблюдается живого интереса современных исследователей к этому явлению.

В результате анализа лексикографических источников было установлено, что номинативное поле концепта *HONESTY* включает в себя 33 лексических репрезентанта, а концепта *ЧЕСТНОСТЬ* – 29. Из вышеназванных лексем, нашедших отражение в современных медиатекстах за указанный период, нами были отображены только те, которые определяются как качество/свойство характера и содержат в качестве главных семантических компонентов в английском языке *honest/honesty, truth, true, moral, good, not hiding (information or feelings)*, а в русском – *правду, истину*. Как результат в материале по британской прессе изучаемый концепт представлен 8 репрезентантами (*honesty, candor, directness, integrity, openness, probity, sincerity, truthfulness*), а в российской – 4 (*честность, искренность, правдивость, справедливость*). В ходе изучения медийных текстов нами не был выявлен русскоязычный коррелят лексемы *directness*.

Особенностью проявления вышеназванных лексем в британских медиатекстах является употребление репрезентантов концепта в парах с целью усиления смысловой нагрузки ценности (*openness and honesty; integrity and honesty; represented decency, integrity; directness, sincerity, and his honesty; directness, honesty and integrity*). В русских медиатекстах языке таких сочетаний отмечено не было.

Для описания **информационного поля** изучаемого концепта были проанализированы определения ключевого репрезентанта концепта по данным толковых словарей английского и русского языков, обобщение которых позволило выявить по одному когнитивному признаку: в английском языке – *ability/quality to tell the truth (absence of lies)*, в русском – *качество, поведение, отношение к кому-либо, чему-либо, основанное на правде, отсутствии лжи*. Схожесть в когнитивных

признаках концепта HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ изучаемых лингвокультур в рамках информационного поля представляется очевидной и состоит в том, что ценностной составляющей честности является правда (отсутствие лжи). Особенности честности, выявленных в проанализированных медийных текстах рассматриваемых этносов, является то, что правда высказывается прямо и искренне, считается основой во всех сферах жизнедеятельности общества и заслуживает уважения.

Интерпретационное поле структуры концепта представляет наибольший интерес для нашего исследования, поскольку в данном поле ярче всего проявляются сходства и различия когнитивных признаков концепта в разносистемных языках.

По итогам изучения статей отметим, что *энциклопедическая зона* структуры концепта HONESTY представлена достаточно скупо. Выявленные когнитивные признаки расширяют представления о концепте по своей отнесенности к сфере субъекта/объекта (*human, youthful*) и эмоций, норм морали (*emotional, moral*). Когнитивных признаков энциклопедической зоны концепта ЧЕСТНОСТЬ в изучаемых медийных текстах выявлено не было.

Когнитивные признаки *регулятивной зоны* «надо» и «не надо» что-то делать в сфере концепта вербализуются глаголами, которые содержат оценочные компоненты, указывающие на ценностную ориентацию, среди которых выявлены общие для обеих культур: *to appreciate/ ценить, to stand up for/ отстаивать*. Анализ лексем, актуализирующих когнитивные признаки регулятивной зоны, позволяет охарактеризовать *honesty* в сознании носителей английского языка как положительное качество человека, которое «надо» *to foster, to be grateful for, to praise for, to fight for, to pride on, to thank for, to admire, to uphold*, а в сознании русского общества – как важнейшее качество человека, которое «надо» *уважать, повышать, требовать, хотеть, нужно говорить, добиваться, задумываться, должны быть честными, желать быть честным, восстановить*. Когнитивный признак «не надо» выявлен только у концепта ЧЕСТНОСТЬ и вербализован посредством отрицательной формы модального глагола *приходится* и смыслового глагола с отрицательной оценкой *сомневаться*. Образование такого двойного отрицания в итоге приводит к положительной оценке когнитивного признака.

Оценочная зона анализируемого концепта в англо- и русскоязычной культурах включает когнитивный признак, в качестве которого выступает сама природа данного качества. Этот признак актуализируется словами-интенсификаторами – прилагательными с положительной коннотацией: в английском языке – *bold, bracing, brave, disarming, essential, frank, real, startling, unusual, unbiased, utmost*, а в русском – *высокая, максимальная, хирургическая*. Общий признак для обеих лингвокультур выражается прилагательными *absolute/ абсолютная, incredible/ невероятная, real/ настоящая*. Отрицательная концептуализация когнитивного признака в пределах оценочной зоны наблюдается только в британских медийных текстах. Она вербализуется отрицательно маркированными прилагательными *dazzling, radical, searing*, которые, однако, нейтрализуются и приобретают положительную оценку в силу их взаимодействия с положительной природой изучаемого явления.

В *утилитарной зоне* структуры концепта проявление честности в исследуемых языках не совпадает в духовной сфере: *honesty makes feel real and believable at ease; честность сближает и объединяет людей дружескими, доверительными отношениями*. В материальной сфере целеполагание выявлено только в английской лингвокультуре: *to succeed, to solve social problems*.

В ходе исследования было выявлено взаимодействие концепта HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ с другими ценностными концептами: в английской лингвокультуре – GENEROSITY, RESPECT, SOCIAL COHESION, SELFLESSNESS, TRUST, WARMTH, WISDOM, в российской – ВЗАИМОВЫРУЧКА, ДОБЛЕСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ПРИНЦИПИАЛЬНОСТЬ, СВОБОДА, СОЛИДАРНОСТЬ, УСЕРДИЕ. Общими ценностными концептами, с которыми взаимодействует изучаемый концепт в обеих лингвокультурах, являются: ACCOUNTABILITY/ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, COURAGE/ ОТВАГА, COMPASSION, HUMANITY/ ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ, LOVE/ ЛЮБОВЬ, MODESTY/ СКРОМНОСТЬ, MORALITY/ ПРАВСТВЕННОСТЬ. Этот факт свидетельствует о сопряженности честности с глубокими чувствами и свойствами человека, важными для изучаемых наций.

Обобщая вышесказанное, отметим, что концепт HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ является одним из базовых ценностных качеств человека, проявляющихся в обеих культурах, однако об идентичности изучаемого концепта говорить не приходится в силу приведенных этноспецифичных различий, представленных в табл. 2.

Сходства и различия когнитивных признаков полевых структур
ценностного концепта HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ

Поле	Сходства		Различия		
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	
НОМИНА	HONESTY	ЧЕСТНОСТЬ	HONESTY	ЧЕСТНОСТЬ	
	<i>honesty, candor, directness, integrity, openness, probity, sincerity, truthfulness</i>	<i>честность, искренность, правдивость, справедливость</i>	<i>Directness</i>	—	
ТИВНОЕ	1. Приверженность правде и отсутствие лжи:				
	ability/quality to tell the truth (absence of lies)	качество, поведение, отношение к кому-либо, чему-либо, основанное на правде, отсутствии лжи	—	—	
ИНТЕРПРЕТАЦИОННОЕ	а) энциклопедическая зона	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
		—	—	<i>human, youthful</i>	—
		2. Отнесенность к сфере чувств, эмоций и морали:			
	—	—	<i>emotional, moral</i>	—	
	б) регулятивная зона	«Надо»			
		<i>to appreciate, to stand up for</i>	<i>ценить, отстаивать</i>	<i>to be grateful for, to praise for, to foster, to fight for, to pride on, to thank for, to admire, to uphold</i>	<i>повышать, требовать, хотеть, нужно говорить, добиваться, уважать, задумываться, должны быть честными, желать быть, восстановить</i>
«Не надо»					
—	—	—	<i>сомневаться</i>		
в) оценочная зона	Положительная концептуализация				
	<i>absolute, incredible, real</i>	<i>абсолютная, невероятная, настоящая</i>	<i>bold, bracing, brave, disarming, essential, frank, real, startling, unusual, unbiased, utmost</i>	<i>высокая, максимальная, хирургическая</i>	
	Отрицательная концептуализация				
—	—	<i>dazzling, radical, searing</i>	—		

Целеполагания, направленные на пользу/ во благо человеку				
<i>a) в духовной сфере:</i>				
г) утилитарная зона	—	—	to make feel real and believable at ease <i>(to inspire, to prompt an outpouring of support, to feel real and believable)</i>	сближать, объединять людей дружескими взаимоотношениями
	<i>b) в материальной сфере:</i>			
	—	—	to succeed. to solve social problems <i>(to induce stellar performances: to be renowned; to solve problems, without it the policy fails)</i>	—
Взаимодействие с другими ценностными концептами				
	ACCOUNTABILITY, COURAGE, COMPASSION, HUMANITY, LOVE, MODESTY, MORALITY	ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ОТВАГА, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ, ЛЮБОВЬ, СКРОМНОСТЬ, ПРАВД- ВЕННОСТЬ	GENEROSITY, RESPECT, SOCIAL COHESION, SELFLESSNESS, WARMTH, WISDOM	ВЗАИМОВЫРУЧКА, ДОБЛЕСТЬ, СВОБОДА, ПАТРИОТИЗМ, ПОЛЬЗА, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ПРИНЦИПАЛЬНОСТЬ, СОЛИДАРНОСТЬ, УСЕРДИЕ

2.3. Ценностный концепт KINDNESS/ДОБРОТА в английских и русских медиатекстах

2.3.1. Ценностный концепт KINDNESS в английском языке

В английской лингвокультуре KINDNESS является одной из базовых духовных ценностей, характеризующейся как «благожелательное и полезное действие, намеренно направленное на другого человека и мотивировано желанием помочь другому, а не получить явную награду или избежать явного наказания» (benevolent and helpful action intentionally directed towards another person, it is motivated by the desire to help another and not to gain explicit reward or to avoid explicit punishment) [Psychology Dictionary].

Несмотря на значимость этого чувства в жизни любой нации, в современной англистике сравнительно немного работ, посвященных исследованию концепта KINDNESS, среди которых труды О.А. Егоровой (2005), Е.Ю. Мокрушиной (2008), Д. В. Бережковой (2011), М.А. Авериной и А.В. Долговой (2014), Е.В. Янчича (2016), J. Wei (2023) и др. В данном исследовании KINDNESS рассматривается как ценностный концепт.

1. Номинативное поле

Анализ лексикографических источников (DMW, LDCE, MED, NRTELD) позволил сформировать номинативное поле изучаемого концепта и выявить в качестве ключевого репрезентанта – лексему *kindness*, а в качестве дополнительных – ее синонимы: *beneficence, benevolence, benignancy, benignity, bigheartedness, boon, charity, commiseration, compassion, compassionateness, courtesy, favor, feeling, generosity, good-heartedness, goodness, grace, heart, humaneness, humanity, kindheartedness, kindness, largeheartedness, mercy, pity, service, sympathy, softheartedness, tenderheartedness, tenderness, turn, warmheartedness*. Отметим, что 6 синонимов в своем составе имеют слово «heart» (*bigheartedness, goodheartedness, kindheartedness, largeheartedness, softheartedness, warmheartedness*), указывая на то, что в сознании представителей английской лингвокультуры истинная доброта локализуется в сердце: большом (*big, large*), горячем (*warm*), добром (*good, kind*), мягком (*soft*). Из перечисленных лексических репрезентантов к духовной сфере в качестве *feeling/quality/ability* не относится лексема *service*.

В медиатекстах современной британской газеты, наряду с базовым репрезентантом концепта лексемой *kindness*, употребляются такие синонимы, как *benevolence, charity, compassion, humanness, generosity, goodness*, объединенные наличием в дефинициях следующих конститuentов ценностной системы общества: *kind, morally good, sympathy, help, share, give smth*:

«*My heart is warmed by the **kindness and compassion** shown by people across the UK.*» (The Independent, 16.04.2022).

2. Информационное поле

Данные толковых и энциклопедических словарей английского языка (PEDT, LDCE, PCED, DMW) позволяют определить и обобщить следующие семантические составляющие: 1) the quality / ability of being kind; 2) a generous or charitable action; 3) benevolent or obliging action; 4) an act of kind assistance; 5) a compassionate act; 6) a consideration and caring act.

На основе вышеприведенных значений, зафиксированных в словарях, могут быть выделены следующие когнитивные признаки концепта KINDNESS, экспликацию которых рассмотрим на материале современных медиатекстов:

1) когнитивный признак *the quality/ability of being good, giving or sharing smth to smb* проявляется:

а) в *духовной сфере* как способность выказывать дружеское и доброе расположение к людям, поставить себя на место другого человека, прочувствовать его переживания, что помогает улучшить здоровье, сделать себя и других счастливее, дарить положительные эмоции, внимание, заботу и сострадание в трудные времена. Данный признак вербализуется и транслируется в прессе лексическими репрезентантами концепта: *benevolence, compassion, humanness, goodness, kindness*:

«*Kate Middleton tells the children ... to «spread a little KINDNESS» and encourages listeners to talk to each other and share their problems. [...] «You can also play your part in helping others to feel better too, whether offering a friendly ear, or helping someone in need. [...] The Duchess asks the children: “What is KINDNESS?”, to which one replies: «Sharing, that is KINDNESS.»* (The Independent, 17.06.2020).

б) в *материальной сфере* как способность помогать другому и делиться с ним деньгами, имуществом, едой, кровом и т.д. В данном случае рассматриваемый когнитивный признак вербализуется посредством лексем *charity, generosity, kindness*. Щедрость (*generosity*) и благотворительность (*charity*) – это доброта, проявляемая материально (*generosity – giving or sharing in abundance and without hesitation [DMW] or kindness, especially in giving things to people [MED]; charity – the giving of necessities and especially money to the needy [DMW]*):

«*That is the most beautiful act of KINDNESS,*» one person commented [...] *A pair of restaurant owners are being praised for their «tremendous act of generosity» after driving six hours to make a customer dying of lung cancer her favourite dish.»* (The Independent, 19.03. 2021).

Согласно проанализированным статьям доброта в английском обществе преимущественно проявляется в материальной форме.

1) когнитивный признак *an action/act doing, sharing smth good* подразумевает способ проявления доброты в виде действия, акта, поступка. Каждый год 17 февраля по всему миру, в том числе и Британии, отмечается день спонтанного проявления доброты (Random Acts of Kindness Day). Это

инициатива международных благотворительных организаций, которые призывают быть добрыми ко всем, совершать добрые, искренние, благородные поступки. Такие примеры проявления доброты освещаются в газетах с целью вдохновить людей на совершение добрых поступков, проявление гуманности, толерантности и сочувствия:

«Random acts of kindness day: 12 amazing stories of kindness that will warm your heart.» (The Independent, 17.02.21).

Согласно фактологическому материалу, акт доброты не обязательно должен представлять собой широкий жест. Это могут быть небольшие знаки внимания и заботы в виде комплиментов, добрых пожеланий, улыбки, предложения помощи (It can be a small sign of attention and care, such as a compliment, a wish of a good day, a smile or an offer of help.) [Abdulkadyrova, Kadachieva 2022a: 134]:

«Acts of KINDNESS don't have to be grand gestures. Showing someone that you care could take something as little as paying for their coffee order or wishing them a good day.» (The Independent, 17.02.2021).

Анализ британских медиатекстов показал, что зафиксированные в словарях английского языка когнитивные признаки характерны для современного ценностного концепта KINDNESS. Аксиологическая составляющая данного концепта определяется положительной природой способов проявления доброты – *care, compassion, attention, moral support, generosity, charity* и т.д., которые являются неотъемлемой составляющей ценностной картины мира человека.

2) Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона интерпретационного поля представлена в медиатекстах когнитивными признаками, которые расширяют его представления об отнесенности:

– к сфере субъекта и объекта, на которые направлено данное чувство: *human, inherent, public*:

«The chart shows great and unexpected public generosity.» (The Independent, 17.02.2021);

– к сфере качеств/свойств изучаемого явления: *absolute, everyday, simple*:

«*Ex-vogue editor André Leon Talley says Anna Wintour is «not capable of simple human kindness.»* (The Independent, 23.04.2020).

В рамках *регулятивной зоны* были выявлены только глаголы, регулирующие действия и определяющие проявления доброты согласно ее морально-этической значимости: *to strive to achieve, to cherish, to praise, to radiate out into the world, to champion, to want, to celebrate, to understand its (kindness) importance* и др. Исходя из перечисленных признаков, концепт KINDNESS можно охарактеризовать как положительное свойство человеческой природы, которым нужно обладать, достигать, распространять и хранить его, подчеркивать в человеке и ценить. В процессе вербализации данного концепта не были выявлены случаи, в которых бы актуализировался когнитивный признак с отрицательной оценкой «не надо»:

«*In these difficult times, tourists increasingly cherish the virtues of kindness, tolerance and welcome.*» (The Independent, 09.10.2020).

Когнитивным признаком *оценочной зоны* концепта выступает сама природа данного чувства как эмоционального состояния высокой интенсивности. Эта зона актуализируется словами-интенсификаторами с положительной коннотацией: *beautiful, disinterested, easy, exceptional, good, great, incredible, modest, powerful, tremendous, true* и др.:

«*That is the most beautiful act of KINDNESS», one person commented. A pair of restaurant owners are being praised for their «tremendous act of GENEROSITY» after driving six hours to make a customer dying of lung cancer her favourite dish.*» (The Independent, 19.03.2021).

В ходе изучения концепта KINDNESS нами были выявлены случаи сочетаемости номинативных лексем данного концепта с нейтральными и даже отрицательными прилагательными: *contagious/ microscopic/ random/ small/ tiny/ viral acts of kindness; uncommon kindness; unexpected/ underrated generosity; little compassion:*

«*Kindness is contagious – and it makes both you and the person you got it from feel great.*» (The Independent, 30.04.2021).

В результате такого взаимодействия вышеприведенные прилагательные нейтрализуются и приобретают положительную оценку, что предопределяется

тем, что концепт KINDNESS характеризуется исключительно положительной коннотацией [Abdulkadyrova, Kadachieva 2022a: 135].

Анализ фактологического материала позволил выявить когнитивные признаки *утилитарной зоны*, определяющие направленность данной ценности *во благо человеку и обществу*:

3) *в духовной сфере*:

– вызывать чувство счастья:

«[...] *even a very small act of kindness can have a positive impact on the people around you, and it's certainly something I strive to achieve every day.*» (The Independent, 30.04.2021);

4) *строить хорошие взаимоотношения*:

«*KINDNESS helps us to connect with friends and family – it makes them feel valued and builds positive, healthy, strong relationships.*» (The Independent, 30.04.202);

– *изменить мир к лучшему*:

«*If we all do one random act of KINDNESS daily, we just might set the world in the right direction.*» (The Independent, 18.02. 2019);

5) *в материальной сфере*: положительно влиять на здоровье человека и на качество жизни. Способность относиться к людям с добротой, согласно исследованиям, является ключевым моментом, ведущим к здоровой жизни, поскольку проявленная доброта положительно влияет на психологическое состояние человека, снижая чувство стресса и депрессии, а позитивные, добрые мысли помогают расслабиться и чувствовать себя в безопасности:

«*Other studies suggest being kind to others can minimise stress, improve depression, reduce the risk of cognitive impairment and contribute to a sense of belonging, which is a key contributor to a healthy, longer life.*» (The Independent, 18.02.2020).

Поддержка, пусть даже на расстоянии, умение выслушать, выражение положительных эмоций как проявления доброты, улучшают иммунную систему и физическое здоровье человека, увеличивая таким образом и продолжительность жизни человека:

«Dr Kelli Harding explains: «**KINDNESS is shown to boost the immune system, lower blood pressure, lower cortisol, reduce our perception of pain and even help us live longer.**» *Repetitive acts of KINDNESS also boost our mental health.*» (The Independent, 24.04.2020).

Данная зона представлена ярко и выражена различными языковыми единицами, имеющими положительную коннотацию:

1) сочетаниями с прилагательными и причастиями: *all-purpose, critical, heartwarming, important, life-changing, overwhelming, searching, selfless* и др., описывающими такую особенность добрых поступков, как *бескорыстность*, когда добро совершается безо всякой выгоды, а только из добрых побуждений. Ожидание последующей награды обесценивает такой поступок:

«*From selflessly giving to the homeless to honouring fallen heroes, take inspiration from 12 of the most incredible acts of KINDNESS.*» (The Independent, 17.02.2021);

2) глагольными словосочетаниями: *to improve depression; to make feel great; to have a positive impact; to help in need; to make smb feel valued; to multiply and positively impact; to inspire to follow; to make a real difference to people's lives; to cope better with stress, lessen the symptoms of depression and anxiety; to minimize stress; to change the world; to reduce our perception of pain; even to help us live longer* и др.:

«*Kindness is shown to boost the immune system, lower blood pressure, lower cortisol, reduce our perception of pain and even help us live longer.*» *Repetitive acts of KINDNESS also boost our mental health.*» (The Independent, 24.04.2020);

б) устойчивыми словосочетаниями: *to warm your heart; to make someone's day; to help restart their life; to set the world in the right direction; to build positive, healthy, strong relationships; to switch off the threat response* и др.:

«*These findings suggest that being kind to oneself switches off the threat response and puts the body in a state of safety and relaxation that is important for regeneration and healing,*» *says Dr Hans Kirschner of the University of Exeter, first author of the study.*» (The Independent, 07.02.2019).

Помимо основных когнитивных признаков, выведенных из лексических значений ключевого репрезентанта концепта, выявлены и дополнительные характеристики доброты на основе изученного фактологического материала:

1) *бескорыстность проявления доброты:*

*«Many of you donate to charities on his behalf, and mark the occasion by giving back or doing an act of service – **all through the goodness of your hearts**. You raise funds for those who need it most, and continue to do so **organically and selflessly**. We remain **incredibly grateful**.»* (The Independent, 06.05.21);

2) *способность доброты распространяться и «заражать» других:*

*«Our research also shows that **kindness is contagious** and has been **spreading far and wide across the UK** during the Covid-19 pandemic.»* (The Independent, 15.02.2021).

В проанализированных медийных текстах отмечаются случаи упоминания концепта KINDNESS в ряду с другими ценностными концептами глубоких и сильных чувств, качеств и свойств человеческой природы: COURAGE, FRIENDSHIP, GRACE, INTEGRITY, LOVE, RESPECT, SELFLESSNESS, WIT и др. Сопряженность с положительными чувствами и свойствами человека, важными для британского общества, свидетельствует о положительном аксиологическом статусе анализируемого концепта:

*«I want women to know their worth and know their partners should treat them with **respect, kindness and love**.»* (The Independent, 31.08.2022).

Обобщая вышеизложенное, KINDNESS можно охарактеризовать как «важнейшую, центральную, исходную» ценность и основу всех остальных ценностей» [Ефимов, Таланов 2010], проявление которой способствует улучшению здоровья и качества жизни человека, делает его счастливым, укрепляет его взаимоотношения с окружающими и направляет мир в лучшую сторону.

2.3.2. Ценностный концепт ДОБРОТА в русском языке

Одной из первостепенных и универсальных духовных ценностей является доброта, которая определяется как «духовно-нравственное качество личности, выражающее ее способность и умение делать людям благо, приносить радость,

помогать, защищать» [ОДК 2000], т.е. нормальное и должное отношение человека к другим людям, к делу, которому он служит, к окружающему миру в целом [Коваль 1997: 280]. В контексте психологического феномена добро рассматривается как «хорошее, приятное и полезное», а значит, ценное, что делается ради другого в конкретных условиях жизни [Бражникова, Зюзя 2011: 35], сознательной деятельности и поведения человека.

В современной отечественной лингвистике отмечается немалый интерес исследователей к данному концепту. Так, концепт ДОБРОТА (во всех его синонимичных вариантах) в русскоязычной культуре анализируется в работах С.А. Шабановой (2008), Н.В. Кириллиной (2010), Л.Г. Ефановой (2010), Д.Г. Эстоевой (2010), В.С. Мельниковой (2011), Л.Р. Байдавлетовой (2013), М.Ю. Никитиной (2014), Е.В. Янчича (2016), Н.И. Колодиной (2016), О.Н. Осадчей (2022) и др. В работе концепт ДОБРОТА рассматривается как компонент ценностной системы русскоязычного общества в виде полевой структуры.

1. Номинативное поле

Номинативное поле концепта включает в себя базовую лексику ДОБРОТА и лексемы-репрезентанты довольно длинного синонимического ряда, представленного в толковых словарях и словарях синонимов русского языка [ССРЛЯ, СРСССВ, ССРЯ, ССРЯ.САРЯ, ССАСРЯ]: *альтруизм, беззлобие, благодушие, благость, благодушность, благожелательность, благородство, гуманность, добровольничество, добродушие, добродушность, доброжелательность, добросердечие, добросердечность, добротолубие, душевность, жалостливость, кротость, ласковость, милосердие, мягкосердечие, мягкосердечность, отзывчивость, сердечность, сострадание, сочувствие, участливость, человеколюбие, человечность, щедрость*. Следует отметить, что некоторые синонимы ключевой лексики концепта ДОБРОТА в своем составе содержат слова «душа» и «сердце», к примеру, *благодушие, благодушность, добродушность, добродушие, добросердечие, добросердечность, мягкосердечие, мягкосердечность*, что объясняет неподдельную природу доброты в русской культуре, локализованной в глубине души и сердца. Все перечисленные синонимы могут рассматриваться как *свойства и чувства* в рамках духовной сферы человека.

В результате изучения лексикографических источников было установлено, что номинативное поле структуры ценностного концепта ДОБРОТА включает в себя 31 лексический репрезентант, 13 из которых встречаются в исследуемых российских медиатекстах: *альтруизм, благожелательность, доброта, добровольчество, добродушие, добросердечие, добросердечность, милосердие, отзывчивость, сострадание, человечность, человеколюбие, щедрость*. Отнесенность этих лексем к одной понятийной группе обусловлена наличием в их дефинициях таких аксиологических компонентов, как *забота, помощь, благо, польза, добро, мягкость*:

«В дни пандемии москвичи **проявили свои лучшие качества – силу воли, щедрость души и доброту.**» (Российская газета, 05.09.2020).

2. Информационное поле

Для описания информационного поля следует определить понятийную составляющую ценностного концепта ДОБРОТА и выявить его когнитивные признаки, общие для всех репрезентантов, посредством данных толковых словарей русского языка. В словарях А.П. Евгеньевой и С.И. Ожегова значение ключевого репрезентанта концепта определяется через существительное *доброта*, а в толковых словарях Д.Н. Ушакова и Т.Ф. Ефремовой – через однокоренное прилагательное «добрый», демонстрируя особенность русскоязычных толкований.

Семантическими конституентами лексемы *доброта*, зафиксированными в словарях, являются:

- 1) благожелательность, отзывчивость, душевное расположение к людям;
- 2) стремление делать добро другим, помочь людям;
- 3) стремление делиться с другими своими средствами, имуществом и т. п.; щедрость;
- 4) выражение сочувствия (сострадания) по отношению к другим людям.

На основе вышеприведенных значений может быть выделен следующий когнитивный признак концепта: *свойство, качество человека, направленное на созидание хорошего на благо другого человека*. Отнесенность к ценностной картине мира определяется желанием человека дарить добро и благо людям, готовность оказать им помощь в сложную минуту. Рассмотрим, как на материале современ-

ных российских медиатекстов, описывающих изучаемое явление, происходит экспликация когнитивного признака концепта ДОБРОТА:

«Спасибо за вашу доброту и отзывчивость! [...] Пусть добрые дела, которые вы совершаете, возвращаются к вам в виде тепла и света каждый день!» (Российская газета, 5.12.2021).

Аксиологическая составляющая данного концепта транслируется через виды проявления доброты (преимущественно в духовной сфере), являющимися неотъемлемыми элементами ценностной картины мира человека:

– *отзывчивость/душевное расположение:*

«Поступок, достойный офицера и человека с большим отзывчивым сердцем, который дает надежду на лучшее и укрепляет веру в добросердечность и отзывчивость», – подчеркнули в ведомстве.» (Российская газета, 11.08.2021);

– *сочувствие/сострадание* понимается как «участие человека в переживаниях другого человека по поводу какого-либо несчастья, неприятности, боли» [ОДК 2000]. Это качество является проявлением эмпатии, участливости и внимательности:

«А доброта... Без доброты и сострадания человек - не человек. Доброта - высшая категория человеческого существа.» (Российская газета, 31.03.2022);

– *щедрость/желание делиться чем-то* – это стремление делать добро в материальной форме (деньги, одежда, еда, кров), что отражает одно из лучших качеств человека – богатство души:

«Церковь тактично побуждает нас к любви и добросердечию, дает время на то, чтобы мы ощутили радость от своей щедрости, ликование от того, что любим!» (Российская газета, 03.03.2021).

Таким образом, анализ современных российских медиатекстов показал характерность вышеназванных когнитивных признаков для ценностного концепта ДОБРОТА.

3. Интерпретационное поле

Анализ медиатекстов показал, что *энциклопедическая зона* включает следующие характеристики концепта ДОБРОТА, расширяющие представления о его отнесенности:

– к сфере субъекта/объекта: *взаимная, людская, общественная, русская, свойственная (человеку):*

«По версии следствия, она одна из охотниц за людской добротой. Кто же именно давил на жалость и выжимал из добрых сердец деньги, следствие и суд разберутся.» (Российская газета, 22.03.2022);

– к сфере локализации чувства: *внутренняя, душевная:*

«Благотворительность – первый шаг к внутренней доброте. И важно сделать его, имея голову на плечах, понимая скрытый смысл происходящего вокруг.» (Российская газета, 25.01.2022).

В процессе вербализации данного концепта в рамках *регулятивной зоны* не были выявлены случаи, в которых бы актуализировался когнитивный признак с отрицательной оценкой «не надо». Когнитивные признаки данной зоны «надо» вербализуются:

– неметафорическими сочетаниями с глаголами: *желать, пропагандировать, ценить, благодарить за доброту; восхищаться добротой; доказать важность доброжелательности; популяризировать добровольчество:*

«Прочитала и посмотрела все, что можно и нельзя; восхищалась ее невероятным человеческим стержнем и добротой.» (Российская газета, 24.06.2021);

– метафорическими выражениями: *излучать, подарить доброту; сохранить отзывчивость; укреплять веру в добросердечность и отзывчивость:*

«По словам собеседников, этот человек излучал доброту и был одновременно строг и требователен.» (Российская газета, 16.12.2021).

Вышеречисленные признаки, вербально эксплицируемые посредством глаголов, словосочетаний и метафорических выражений с положительной коннотацией, подтверждают, что доброта – это чувство, которое надо излучать и дарить, популяризировать и пропагандировать, сохранять, благодарить за нее и восхищаться ее проявлением.

В оценочной зоне интерпретационного поля в качестве когнитивных признаков выступает сама природа данного чувства как эмоциональное состояние

высокой степени. Эта зона представлена небольшим количеством словосочетаний положительно маркированных прилагательных и причастий с репрезентантами концепта: *важная во все времена, неизъяснимая, истинная, неиссякаемая*:

«Истинное сострадание начинается только тогда, когда, поставив себя в воображении на место страдающего, испытываешь действительно страдание.» (Российская газета, 01.02.2022).

Доброта является ценностью благодаря возможностям ее практического применения во благо общества, представленным в *утилитарной зоне* концепта. Анализ российских медиатекстов позволил выявить следующие целеполагания исследуемого концепта, имеющие направленность:

1) *в духовной сфере*: спасать мир и делать его лучше:

«Мир, в котором я живу, спасают доброта, забота и взаимовыручка. Я и мои коллеги готовы помочь тем, кто без нашей помощи не справится. Мы рядом.» (Российская газета, 22.02.2022);

2) *в материальной сфере*: улучшать здоровье, продлевать жизнь и помогать людям добиваться результатов/успехов в жизни:

«Волонтер живет дольше. Доброта сохраняет здоровье лучше, чем физические упражнения. Оказывается, благотворительная деятельность может поправить физическое здоровье. Наука получает все больше доказательств, что альтруизм ... способствует благополучию и долголетию.» (Российская газета, 01.06.2021).

Утилитарная зона представлена различными языковыми единицами, имеющими положительную коннотацию:

1) глаголами и словосочетаниями с глаголом: *делать мир лучше; способствовать благополучию и долголетию; лечить; помогать добиваться результатов в жизни; всегда помогать людям идти по жизни; способствовать серьезным, заметным успехам; поправить физическое здоровье; сохранять, улучшить здоровье; снизить риск ранней смерти;*

2) клишированными выражениями: *спасать мир; тепло от доброты; завоевать уважение и авторитет.*

В ходе анализа фактологического материала были выявлены и дополнительные когнитивные признаки концепта:

1) *бескорыстность доброты*, которая связана с альтруизмом как «стремлением к деятельности на пользу других, желанием принести пользу ближнему» [ТСРЯ₁], «бескорыстной заботой о благе других» [НСРЯ.ТС]:

«И людям польза, и мне приятно, – объяснял водитель свой альтруизм.» (Российская газета, 23.07.2019);

2) *способность доброты распространяться*:

«Я уверена, что добро никогда не исчезает бесследно. Ведь мир – это как паутина: в одном месте тронешь, в другом – отзовется. Надеюсь, моя незатейливая сказка заронит в души детей зернышко доброты, которое прорастет и даст свои плоды.» (Российская газета, 30.03.2022).

В этом когнитивном признаке раскрывается смысл и значение волонтерства, участники которого готовы добровольно потратить свое время, энергию во благо и на пользу общества. Благодаря огласке дел, сделанных волонтерами, добро распространяется и преумножается:

«Но появление сказки, а затем и спектакля о волонтерстве – реальное доказательство: все было не зря – импульс добра подхвачен и продолжает распространяться вокруг, – говорит Татьяна Овсянникова» (Российская газета, 30.03.2022);

3) *доброта – отличительная черта русского народа*:

«Я бы акцент сделал на том, что мы народ добрый. Русская доброта другим непонятна. Наша национальная черта – доброта.» (Российская газета, 30.01.2022).

Возможно именно поэтому в российских СМИ распространена информация о различных благотворительных акциях, фондах, службах помощи, которые в своей деятельности достигают двух целей: делают добрые дела, принося радость тому, кому оказывают помощь, и запускают некую эстафету доброты, пропагандируя и популяризируя добровольчество:

«Нужно привлекать модных блогеров, известных деятелей культуры к «пропаганде доброты», считает попечитель «Дарящих надежду» Евгений Миронов.» (Российская газета, 19.03.2021).

В проанализированных российских медиатекстах наблюдаются примеры сочетания концепта ДОБРОТА с другими ценностными концептами, такими, как: БЕСКОРЫСТНОСТЬ, ВЗАИМОВЫРУЧКА, ДОСТОИНСТВО, ДРУЖБА, ЕДИНСТВО, ИСКРЕННОСТЬ, ЛЮБОВЬ, МИЛОСЕРДИЕ, МУДРОСТЬ, ОСТРОУМИЕ, ОТВАГА, ПАТРИОТИЗМ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, СВОБОДА ВЫБОРА, СОВЕСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, УВАЖЕНИЕ, ЧЕСТНОСТЬ и др., что свидетельствует о взаимодействии этих концептов:

«На этих книгах выросло не одно поколение россиян, в их основе - важные человеческие ценности, которые актуальны всегда: доброта, честность, достоинство, дружба, любовь и взаимовыручка.» (Российская газета, 26.01.22).

Таким образом, когнитивные признаки, вербализуемые лексемами с положительной коннотацией во всех зонах интерпретационного поля, позволяют определить доброту как одно из важнейших качеств человека, проявление которого помогает не только стать успешным, спасти и сделать мир лучше, но и сохранить, улучшить здоровье и продлить жизнь.

2.3.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов KINDNESS и ДОБРОТА

Концепт KINDNESS/ДОБРОТА является базовой ценностью для обеих лингвокультур. Проведенный анализ научных трудов показал, что в современной лингвистике отмечается бóльший интерес к изучению рассматриваемого концепта в русскоязычной культуре, чем в англоязычной.

Сравнительно-сопоставительный анализ проводился на всех уровнях сложной полевой структуры концепта. На первом этапе были определены сходства и различия в составе и объеме лексических репрезентантов изучаемого концепта. В результате изучения лексикографических источников было установлено, что в номинативное поле структуры ценностного концепта KINDNESS входит 31 лек-

сический репрезентант, 7 из которых встретились в материале по британской прессе: *benevolence, charity, compassion, humanness, generosity, goodness, kindness*. В российских медиатекстах из 31 лексических репрезентантов концепта ДОБРОТА, зафиксированных в словарях, употребляются 13: *альтруизм, благожелательность, доброта, добровольчество, добродушие, добросердечие, добросердечность, милосердие, отзывчивость, сострадание, человечность, человеколюбие, щедрость*. В ходе изучения медийных текстов нами не был выявлен англоязычный коррелят лексем *альтруизм, добровольчество, добродушие, добросердечие, добросердечность, отзывчивость*. При анализе всех репрезентантов концепта была выявлена локализация изучаемого чувства, которое в сознании британцев исходит от *сердца (heart)*, а для российского общества – от *души и сердца*.

На следующем этапе были обобщены статьи толковых словарей и выявлены концептуальные признаки концепта, составляющие его **информационное поле**. Когнитивными признаками концепта KINDNESS являются: 1) *the quality/ability of being good, giving or sharing smth to smb*; 2) *an action/act of doing, sharing smb good*. В русской лингвокультуре когнитивным признаком изучаемого концепта выступает *свойство/качество человека, направленное на созидание хорошего на благо другого человека*. Общим когнитивным признаком концепта является то, что доброта – это способность человека делиться добром, благом в духовной и материальной сферах (*care/ забота, support/ поддержка, assistance/ помощь, compassion/ сострадание, money/ деньги, benevolence/ пожертвования*). Однако в ходе изучения фактологического материала было установлено, что в британском обществе эта способность проявляется преимущественно в материальной сфере в виде благотворительности (*property, food, shelter, things*), а в российском – в большей части в духовной сфере (внимание, надежда, счастье, сострадание, сочувствие, забота, поддержка и т.д.).

Различия также наблюдаются в единице выражения проявления доброты, которая в английской лингвокультуре зафиксирована в словарях и подтверждается в фактологическом материале как *act/action*. Способ проявления доброты в русской лингвокультуре не отмечен в словарях русского языка, но наблюдается в медиатекстах в виде *слова и дела*.

В интерпретационном поле структуры концепта также наблюдаются сходства и различия. Общие когнитивные признаки *энциклопедической зоны* концепта KINDNESS/ДОБРОТА вербализуются лексемами *human/людская, inherent/свойственная, public/общественная*. В сознании британцев доброта также является абсолютной и проявляется ежедневно (*absolute, everyday, simple*), а в понимании русских людей доброта взаимна, идет изнутри, от души и свойственна русскому народу (*взаимная, внутренняя, душевная, русская*).

Изучение и анализ медиатекстов позволили найти сходства и различия в экспликации концепта в *регулятивной зоне*. В обеих лингвокультурах были выявлены только признаки, предписывающие что «нужно» делать в сфере, «покрываемой концептом». Обобщив когнитивные признаки концепта в обеих лингвокультурах, можно сделать вывод, что доброта – это качество, которое нужно *желать, пропагандировать и излучать*. В данной зоне наблюдаются и национальные отличия, которые проявляются в том, что британцы считают, что надо *to strive to achieve, to praise, to champion, to celebrate, to understand its importance*. Представители русского общества доброту *дарят, доказывают ее важность, восхищаются ею и верят в нее* и т.д.

Оценочная зона анализируемого концепта в англо- и русскоязычной культурах представлена прилагательными с положительной оценкой (*easy, good, great, true, beautiful, disinterested, exceptional, incredible, modest, powerful, tremendous, имеющая большое значение во все времена, настоящая, неиссякаемая, неизъяснимая*). В данной зоне единственным сходством в интерпретации этого качества в обеих лингвокультурах является то, что доброта – это *true/настоящее* качество человека. Было также отмечено, что в британских современных медиатекстах, в отличие от русских, оценочная зона также вербализуется посредством прилагательных с нейтральной и отрицательной коннотацией (*contagious, microscopic, random, small, tiny, viral, uncommon, unexpected, underrated*), однако в силу положительной природы самой доброты происходит смещение вышеперечисленных признаков в сторону положительных.

В *утилитарной* зоне структуры концепта практические возможности использования доброты во благо человека и общества в исследуемых языках разнятся в количественном выражении (четыре целеполагания в английской лингвокультуре, три – в русской) и содержательном. Общими практическими целями использования доброты во благо британского и российского обществ являются: 1) *ее положительное влияние на здоровье человека и на качество его жизни* и 2) *ее способность изменить мир к лучшему*. Помимо общих целей, найдены и специфичные для той и другой культуры. В британском обществе проявленная доброта *делает людей счастливыми и помогает строить крепкие взаимоотношения*, а в российском – *помогает людям добиться результатов/успеха в жизни и спасти мир*.

В ходе изучения фактологического материала были выявлены дополнительные когнитивные признаки концепта в обеих лингвокультурах, в частности, *бескорыстность* проявления доброты, которая особенно отражается в деятельности альтруистов и добровольцев. Являясь примером для подражания, они заражают других своими добрыми словами и поступками. Отсюда исходит и другой дополнительный признак концепта – *способность доброты распространяться*. Дополнительной характеристикой концепта ДОБРОТА является тот факт, что чувство доброты – это свойственная, отличительная черта русского народа.

Также выявлено, что ценностный концепт KINDNESS/ДОБРОТА в современных медиатекстах находится во взаимосвязи с другими положительными ценностными концептами, что свидетельствует о непосредственном взаимодействии и взаимовлиянии этих концептов.

Вышеизложенное позволяет утверждать, что концепт KINDNESS/ДОБРОТА является универсальной составляющей ценностных систем британского и российского современных обществ, но с характерной для них этноспецифичностью. Выявленные сходства и национальные отличия в полевой структуре концепта KINDNESS/ДОБРОТА в английской и русской лингвокультурах представлены в табл. 3.

Сходства и различия когнитивных признаков полевых структур
ценностного концепта KINDNESS/ДОБРОТА

Поле	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
НОМИНАТ	KINDNESS	ДОБРОТА	KINDNESS	ДОБРОТА
	<i>benevolence</i> <i>charity</i> <i>compassion</i> <i>humanness</i> <i>generosity</i> <i>goodness</i> <i>kindness</i>	<i>благожелательность</i> <i>доброта,</i> <i>милосердие,</i> <i>сострадание,</i> <i>сострадание,</i> <i>человечность,</i> <i>человеколюбие,</i> <i>щедрость</i>	—	<i>альтруизм,</i> <i>добровольчество,</i> <i>добродушие,</i> <i>добросердечие,</i> <i>добросердечность,</i> <i>отзывчивость</i>
	Локализация чувства			
	<i>heart</i>	<i>Сердце</i>	—	<i>душа</i>
ИНФОРМА	1. Способность делиться добром, благом в духовной и материальной сферах:			
	the quality/ability of being good, giving or sharing smth to smb (<i>care, support, assistance, compassion, money, benevolence</i>)	свойство/качество человека, направленное на созидание хорошего человека (забота, поддержка, помощь, сострадание, деньги, пожертвования)	преимущественно в материальной сфере (<i>property, food, shelter, things u m.d.</i>)	преимущественно в духовной сфере (<i>внимание, надежда, счастье и т.д.</i>)
	2. Способ проявления			
	an action/act	дело	—	слово
ИНТЕРПРЕТАЦИОННОЕ	1. Отнесенность к сфере объекта/субъекта:			
	<i>human, public, inherent</i>	<i>людская, общественная, свойственная</i>	—	<i>взаимная, русская</i>
	2. Отнесенность к сфере качеств/свойств:			
	—	—	<i>absolute, everyday, simple</i>	—
	3. Отнесенность к сфере локализации чувства:			
	—	---	---	<i>внутренняя, душевная</i>
	«Надо»			
	<i>to cherish, to radiate out, to want</i>	<i>сохранить, излучать, желать</i>	<i>to strive to achieve, to praise, to champion, to celebrate, to understand its importance</i>	<i>пропагандировать/ популяризировать, ценить, благодарить, восхищаться, верить, доказать важность</i>
	Положительная концептуализация			
	<i>true</i>	<i>истинная</i>	<i>beautiful, disinterested, easy, exceptional, good, great, incredible, modest, powerful, tremendous</i>	<i>важная во все времена, неиссякаемая, неизъяснимая</i>
Отрицательная/нейтральная концептуализация				
—	—	<i>contagious, little, viral, microscopic, random, small, tiny, uncommon, unexpected, underrated</i>	—	

г) утилитарная зона	Целеполагания, направленные на пользу/ во благо человеку			
	а) в духовной сфере:			
	—	—	to make happy	—
	—	—	to build strong relationships	—
	—	—	set the world in the right direction	спасать мир и делать его лучше
	б) в материальной сфере:			
	—	—	to have a positive impact on people's health (<i>to make feel great; to make a real difference to people's lives; to help live longer; to cope better with stress</i>)	улучшать здоровье, продлевать жизнь (<i>способствовать благополучию и долголетию; лечить; сохранять здоровье</i>)
	—	—	—	помогать людям добиваться успехов в жизни (<i>способствовать серьезным, заметным успехам; завоевать уважение и авторитет</i>)
	Дополнительные характеристики			
	а) бескорытность проявления доброты			
+	+	—	—	
б) способность доброты распространяться				
+	+	—	—	
в) доброта - национальная черта нации				
—	—	—	+	
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИМИ КОНЦЕПТАМИ				
COURAGE, FRIENDSHIP, GRACE, INTEGRITY, LOVE, RESPECT, SELFLESSNESS, WIT	ОТВАГА, ДРУЖБА, МИЛОСЕРДИЕ, ДОСТОИНСТВО ИСКРЕННОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ, ЛЮБОВЬ, УВАЖЕНИЕ, БЕСКОРЫСТНОСТЬ, ОСТРОУМИЕ	—	ВЗАИМОВЫРУЧКА, МУДРОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, СВОБОДА ВЫБОРА, СОВЕСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ	

2.4. Ценностный концепт LOVE/ЛЮБОВЬ

в английских и русских медиатекстах

2.4.1. Ценностный концепт LOVE в английском языке

Любовь является обозначением одного из основных человеческих чувств, а именно глубокого чувства сердечной симпатии, противоположной ненависти. Оно может быть безотчётным или осознанным чувством, проявляющимся внешне и внутренне, направленным на существо или вещь, действие, свойство [APCC 1988: 283].

Как неотъемлемая составляющая духовной культуры общества любовь представляет собой как универсальное, так и специфичное явление для каждого этноса. Это и объясняет интерес исследователей Л.В. Кульгавовой (1995), Л.Э. Кузнецовой (2005), В.В. Тепкеевой (2007), Е.И. Матвеевой (2009), А.Д. Момот (2012), G. Irma (2007), F. Ma (2014), M. Sha'bäni, H. Aliakbari, Harehdasht, F. Naseri (2019), T. K. Mardiev (2020), T. Liztiawati, N. Nurhayati (2021), A. Sadul-laeva (2021), O. Petyak, A. Rudenok, T. Komar, Z. Antonova, Y. Danchuk (2022) и др. к изучению концепта LOVE в английском языке.

В данной работе мы рассматриваем LOVE как ценностный концепт в соответствии с описанной ранее моделью.

1. Номинативное поле

Изучение лексикографических источников английского языка (LDCE, DMW, ЕТЕWP и др.) позволило выявить ключевой репрезентант концепта – лексему *love* – и представителей довольно длинного синонимического ряда. Учитывая, что в данном исследовании *love* рассматривается исключительно как духовное чувство, синонимичный ряд сужается до: *admiration, adoration, affection, amour, ardour, attachment, concern, crush, devotedness, devotion, fondness, infatuation, passion, respect, reverence, romance*. Отнесенность данных лексем к одной понятийной группе обусловлена наличием в дефинициях компонентов, представляющих собой значимые конститuentы аксиологической картины мира, транслируемые через существительные *approval, care, interest, enjoyment, like, loyalty, pleasure, respect, support, veneration* и прилагательные *deep, good, great, intense, kind, passionate, polite, profound, strong, tender* и др.

Из вышеперечисленного списка синонимов в современных британских медиатекстах выявлено употребление следующих лексических репрезентантов: *admiration, adoration, affection, attachment, devotion, fondness, passion*:

«*The greatness of love and affection – the very things we can't stop writing books, films, and pop songs about – doesn't need to change as we find our later years.*» (The Independent, 27.04.2021).

2. Информационное поле

Для описания информационного поля концепта необходимо определить понятийную составляющую ценностного концепта LOVE посредством изучения определений ключевой лексемы *love* в толковых словарях (MED, LDCE, DMW и др.). Анализ дефиниций лексемы *love* позволил выявить и обобщить следующие ее семантические компоненты, дифференцированные в соответствии с объектом, на который направлено действие:

- 1) romantic: tender, passionate affection for another person;
- 2) for family/friends: deep and strong affection for another person or thing, esp. members of family, a friend, relative, or pet;
- 3) pleasure/enjoyment: strong interest or enjoyment, as for an activity etc.

На основе вышеприведенных лексических значений может быть выведен следующий когнитивный признак концепта LOVE: *spiritual attachment to smb and smth*:

«*One study found that kids with strong bonds to transitional objects have stronger attachment to a parent and are happier than those without.*» (The Independent, 19.02.2018).

Рассмотрим экспликацию выведенного когнитивного признака ценностного концепта LOVE в современных медиатекстах, которая зависит от объекта, к которому проявляется данное чувство. В определениях словарей в качестве объектов зафиксированы как одушевленные (family, close friends, another person, pet), так и неодушевленные объекты (thing, activity). В современных медиатекстах список объектов дополняется и уточняется:

- 1) *fiancé, girlfriend/boyfriend, wife/husband* выступают в качестве одушевленных объектов, к которым субъект испытывает романтические чувства, нежную привязанность (romantic feelings, deep, tender affection):

«*Samuel and Isaiah's love is deep and tender. They have always been known as an inseparable pair.*» (The Independent, 07.01.2021).

В анализируемых медиатекстах такая любовь вербализуется лексемами *adoration, affection, devotion, love*. И хотя, согласно авторам англо-русского синонимического словаря А.И. Розенману и Ю.Д. Апресяну, слово *love* имеет значение

«любовь к человеку другого пола» [APCC 1988: 283], не свойственное членам синонимичного ряда (*affection, attachment*), в современных британских медиатекстах наблюдается расширение значения лексемы *affection* как «нежного чувства сердечной симпатии, часто проявляющегося во внешних знаках внимания...» по отношению к другому человеку (супруге, невесте, любимой девушке и др.):

«*You would think on their wedding day a couple would display a lot of affection. In general, I think **displaying and being affectionate** towards one another is a good sign.*» (The Independent, 03.07.2018).

Любовь передается человеку с помощью языка любви (*love language*) в его вербальном и тактильном видах. Вербальная форма проявления любви выражается в виде комплиментов, слов любви, поддержки или одобрения, а тактильная – в необходимых человеку физических проявлениях (*displays of affection*), формах (*forms of affection*) или знаках (*signs of affection*): объятиях, поцелуях и т.д.:

«*People with words of affirmation as their primary love language value affection most when it comes in a verbal form. ... This could be hearing someone say «I love you», receiving a compliment, or a kind text message.*» (The Independent, 11.11.2020).

В приведенных и в других примерах ценность взаимоотношений, основанных на любви и связывающих между собой людей на духовном уровне, обусловлена проявлением и других чувств, таких, как *friendship, kindness, care, respect* и др. Такие основополагающие внутреннего мира человека являются крепким фундаментом отношений, обогащающих их.

2) *children, parents, queen, president, artists, God* и другие являются объектами, к которым проявляется глубокая, сильная привязанность, транслируемая в анализируемых медийных текстах через базовую лексему *love* и синонимы *adoration, attachment, devotion* в определенных тематических контекстах. Слово *adoration* используется для выражения любви и восхищения фанатов к деятелям культуры и спорта:

«*Toto's beloved 80s jam «Africa» inspires **universal adoration like few others** – a beautiful, sincere, unironic love.*» (The Independent, 25.05.2018).

Лексема *attachment* обозначает «чувство, основанное не столько на глубиной сердечной симпатии, сколько на привычке, длительном общении и т.п. и от-

личающееся устойчивостью, прочностью, неизменностью» [APCC 1988: 283] и используется в медиатекстах для выражения чувства между родителями и детьми:

«Bowlby ... came to believe that **attachment between parent and child** was one of the most important determinants of a child's mental and physical health.» (The Independent, 08.05.2020).

Объектом «внимательного отношения, любви, верности и готовности тратить на него время и усилия» [APCC 1988: 285], выражаемого лексемой *devotion*, может выступать семья, королева, страна, Бог и т.д.:

«Philip had a **great passion for the Navy** and will be remembered for his service to it, as well as **his devotion to his family and the country...**» He has been a rock for Her Majesty the Queen with unparalleled devotion, by her side for 73 years of marriage...» (The Independent, 12.04.2021);

3) *thing, activity (job, hobby, sport), art (cinema, theatre, music), religion* и др. выступают в роли *неодушевленных объектов*, к которым проявляется привязанность, увлеченность, страсть, приносящие человеку удовольствие, вербализуются в британских медийных текстах лексемами *attachment, devotion, passion*:

«The statement adds: «**On top of his passion for the arts and his love for his family**, Sam was most known for walking into a room and simply providing PURE JOY to those he interacted with. **He loved to entertain, he loved to make people smile and laugh and he loved to love.**» (The Independent, 26.05.2021).

Помимо основного когнитивного признака, в словарных дефинициях зафиксирована дополнительная характеристика любви – *интенсивность чувства*. Зафиксированные в словарях слова-интенсификаторы *strong, tender, passionate, deep* находят отражение в проанализированных медиатекстах:

«Aniston seems to have **the deepest emotional attachment to the series**, with episode titles and otherwise forgotten plotlines rolling off her tongue [...].» (The Independent, 27.05.2021).

Анализ британских медиатекстов показал, что зафиксированный в словарях английского языка когнитивный признак *spiritual attachment for smb and smth* и дополнительная характеристика любви *интенсивность* характерны для современного ценностного концепта LOVE.

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона изучаемого концепта расширяет представления об его отнесенности:

– к сфере субъекта/объекта: *total, universal*:

«... *the lifestyle is considered to be Christianity's oldest form of **total devotion to God**, with roots in ancient Rome.*» (The Independent, 07.05. 2018);

– к сфере темпоральных свойств изучаемого объекта: *eternal, instant, millennial, newfound*:

«*I feel so grateful to have learned from my little Mighty man that **love is eternal and the true meaning of devotion**,*» he continued.» (The Independent, 22.02. 2020);

– к сфере чувств и эмоций: *emotional, sentimental, unironic*:

«*The very nature of on-off relationships very often means that one partner feels a deeper **emotional attachment** than the other.*» (The Independent, 01.05.2020).

В ходе исследования концепта в рамках *регулятивной зоны* были выявлены случаи, в которых актуализируется когнитивный признак только с положительной оценкой «надо», вербализуемый словосочетаниями и устойчивыми выражениями: *to deserve, to be remembered for, to look for love; to inspire adoration; to enjoy, to value, to win affection; to need for physical affection; to hail, to praise devotion; to admire, to maximize passion*:

«*People with words of affirmation as their primary love language **value affection** most when it comes in a verbal form.*» (The Independent, 11.11.2020).

Когнитивным признаком ценностного концепта LOVE в рамках *оценочной зоны* выступает интенсивность природы самого чувства, которая концептуализируется как положительное в словосочетаниях лексических репрезентантов концепта с прилагательными и причастиями: *beautiful, deep, great, growing, high, huge, immense, incredible, inspiring, sincere, steady, strong, true, wide, unwavering, uplifting*:

«*And yet for all that, it's clear he has a **deep affection** for Hudson Hawk and its slapstick tone.*» (The Independent, 21.05.2021).

В ходе изучения не было выявлено случаев отрицательной концептуализации изучаемого явления, что обусловлено положительной природой самого чувства.

Любовь сама по себе не была бы ценностью, если б не возможности и особенности ее использования во благо общества, что представлено в **утилитарной зоне** интерпретационного поля концепта. На основе современных британских медиатекстов были выявлены следующие целеполагания в *материальной сфере*:

1) дать ощущение защиты, безопасности, заботы (*to make feel safe in his community; to protect, to look after, to support smb*):

«*We want to show our kids love and we protect them, look after them, and support them, and you know, we're very affectionate with them.*» (The Independent, 04.06.2019);

2) положительно влиять на здоровье (*to be the most important determinants of a child's mental and physical health*). В анализируемых медиатекстах встречаются выражения «*affection deprivation*» или «*skin hunger*», которые трактуются как лишение физических проявлений любви, что приводит к физиологическим и психологическим проблемам со здоровьем: *affection deprivation is associated with a range of psychological and even physical health detriments; can be linked to stress, depression, loneliness and anxiety; its (physical affection) absence produced damaging consequences*:

«*Skin hunger*» ... is known as '*affection deprivation*', which is associated with a range of *psychological and even physical health detriments*," adds Kory Floyd ... who has written extensively on how a *dearth of tactile affection can be linked to stress, depression, loneliness and anxiety.*» (The Independent, 08.05.2020);

2) способствовать успеху и достижению целей (*to achieve goals; to trend on social media; to be successful, to establish smth good*:

«*For a marriage to be successful, a steady and unwavering affection towards one another is important to establish a «stable marital bond,*» according to the study authors.» (The Independent, 03.07.2018).

На основе проанализированных медийных текстов выявлена дополнительная характеристика изучаемого явления – *важность любви в иерархии чувств*:

«*For a marriage to be successful, a steady and unwavering affection towards one another is important to establish a «stable marital bond.*» (The Independent, 03.07.2018).

В современных медиатекстах концепт LOVE функционирует в сочетании с другими ценностными концептами, такими как COURAGE, DEDICATION, FRIENDSHIP, INTELLECT, KINDNESS, LOYALTY, RESPECT, SUPPORT и др., что говорит о взаимообусловленности и взаимосвязи концептов духовных чувств, значимых в британском обществе. Наибольшей частотностью характеризуется сочетание ценностных концептов LOVE и RESPECT. Это можно объяснить тем, что во многих отношениях любовь и уважение считаются ключевыми элементами здоровых отношений:

«However, while lots of serious and painful issues were raised by Meghan and Harry, both expressed fondness and «respect» for the Queen.» (The Independent, 10.03.2021).

Когнитивные признаки, описанные в регулятивной, оценочной и утилитарной зонах, позволяют охарактеризовать концепт LOVE как одно из важнейших, необходимых человеку чувств, проявление которого дает ему ощущение защиты и безопасности, способствует его успеху и достижению поставленных целей, а самое главное – положительно влияет на его здоровье.

2.4.2. Ценностный концепт ЛЮБОВЬ в русском языке

Любовь – важнейшая составляющая внутреннего мира человека, его эмоциональной жизни. В самом общем смысле любовь – это отношение к кому-либо или чему-либо как ценному, объединение и соединенность с которым воспринимается как благо, т.е. одна из высших ценностей [НФЭ].

Концепту ЛЮБОВЬ в русской лингвокультуре, интерес к которому обусловлен одновременно его универсальностью и многогранностью, противоречивостью и глубиной, посвящены работы С.Г. Воркачёва (2003), Е.В. Лобковой (2005), И.А. Ивановой (2006), Е.Ю. Балашовой (2006), Н. В. Макшанцевой (2008), Н.А. Конаревой (2010), А.А. Евдокимовой (2011), Л.В. Русиной (2012), Л.М. Салимовой (2014), Н.М. Дмитриевой (2016), К. Ж. Нагапетяна (2016), М.Ю. Покручиной (2017) и др.

В данном исследовании концепт ЛЮБОВЬ рассматривается как ценностный концепт в виде сложной полевой структуры.

1. Номинативное поле

Изучение данных словарей позволило определить в качестве ключевой лексемы *любовь* и выявить ее широкий синонимический ряд. Поскольку любовь может проявляться как духовное влечение (состояние) и половое влечение к объекту, очевидным видится деление синонимов, представляющих:

– духовные составляющие любви: *благоволение, благорасположение, благосклонность, верность, влюбленность, доброжелательство, преданность, предрасположение, привязанность, симпатия;*

– физиологические составляющие любви: *амур, влечение, наклонность, нежное чувство, нежность, обожание, пристрастие, роман, сердечные дела, склонность, слабость, страсть, тяготение, увлечение, эрос* [ССРЯ 2001: 199; ССРЯ 2009: 168; ССАСРЯ 2010: 154].

В нашей работе любовь рассматривается как духовная ценность, пронизанная эмоционально-чувственной энергетикой, поэтому репрезентантами концепта ЛЮБОВЬ являются синонимы первой группы. В современных медиатекстах перечисленный ряд репрезентантов сужается до следующих: *верность, влюбленность, любовь, преданность, привязанность, симпатия*. Отнесенность этих лексем к одной понятийной группе можно объяснить присутствием в толкованиях таких значимых ценностных приоритетов в жизни представителя российского общества, как *надежность, близость, симпатия*:

«Влюбленность и преданность избранному жизненному пути Вера Алентова доказывает каждым прожитым днем.» (Российская газета, 21.02.2022).

2. Информационное поле

Изучение данных толковых словарей современного русского языка (СРЯ₁, НСРЯ.ТС, ТСРЯ₁, ТСРЯ₂, ССРЛЯ) позволило выявить и обобщить значение изучаемого чувства, согласно которому любовь – это чувство сердечной склонности, основанное на симпатии, расположении и влечении к объекту, рассматриваемому как нечто дорогое и ценное. Такое чувство сопровождается глубокой, самоотверженной и искренней привязанностью, преданностью к кому-, чему-либо, основанной на признании высокого значения, достоинства, на общих целях, интересах, идеалах, на готовности отдать свои силы общему делу или спасению, сохранению кого-, чего-либо.

На основе лексических значений, зафиксированных в словарях, нами выведен следующий когнитивный признак концепта ЛЮБОВЬ – *чувство духовной/внутренней привязанности к объекту*. Рассмотрим, как на материале современных российских медиатекстов эксплицируется когнитивный признак изучаемого ценностного концепта:

*«На этой земле обретаю душевное равновесие, единение с природой и чувство родного дома. Отчий край. К тебе моя сыновья **привязанность**, надежда и **любовь**.»* (Российская газета, 13.12.2022).

Объектами любви могут выступать как одушевленные существа, так и неодушевленные предметы:

1) объектами платонической любви в виде таких высоких чувств, как горячая, сердечная привязанность, взаимная симпатия, становятся лица противоположного пола, например, *девушка, невеста, жена, парень, жених, муж* и т.д.:

*«Через свои стихи, звучащие со сцены, и любовь к **воображаемой девочке** Варе герой открывается зрителям – он такой же человек, с чувствами и мыслями, мечтами и устремлениями.»* (Российская газета, 13.12.2022);

2) в качестве объекта любви, к которому субъект на основании глубокой, самоотверженной и искренней привязанности, преданности, признании высокого значения, общих целей и готовности отдать свои силы общему делу, в современных медиатекстах выступают: *друг, близкий родственник, дети, Родина, партия, народ, кумир* и т.д.:

*«Эта любовь к **Родине, к Отечеству** и была побудительным мотивом для принятия решения и моим отцом пойти на фронт добровольцем.»* (Российская газета, 08.05.2020);

3) объектами пристрастия к чему-либо, доставляющими удовольствие, наслаждение от этой деятельности или результата этой деятельности, в российских медийных текстах выступают *профессия, любимое дело, хобби, искусство, природа, животные* и др.:

*«**Вышивка, ландшафтный дизайн или выпуск сборников архивных текстов** – каждый из наших героев искренне **влюблен в свое увлечение**.»* (Российская газета, 03.11.2021).

В рамках информационного поля на основе словарных дефиниций выявлены дополнительные характеристики чувства любви, классифицируемые [Титченер; цит. по: Вилюнас 2008:89] как:

- качество: *внутренняя, искренняя, сердечная, эмоциональная;*
- интенсивность: *глубокая, горячая, сильная, самоотверженная;*
- длительность: *постоянная:*

*«И то, как они общаются, держатся за руки, смотрят друг другу в глаза, выдает очень глубокую и важную для обоих **привязанность, интерес.**»* (Российская газета, 02.02.2019).

Таким образом, можно говорить о том, что характерный когнитивный признак *чувство духовной/внутренней привязанности к объекту* в российских медийных текстах актуализируется наряду с дополнительными признаками *качества, интенсивности и длительности.*

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона интерпретационного поля включает в себя те когнитивные признаки, которые характеризуют различные проявления любви, наблюдаемые людьми в процессе ее познания. В отношении концепта ЛЮБОВЬ анализируемая зона, определяемая на материале русскоязычных медийных текстов, может быть классифицирована по своей отнесенности:

– к сфере субъекта-носителя данного чувства: *барская, всесоюзная, вселенская, всеобщая, всенародная, взаимная, народная, сыновья, человеческая, христианская;*

*«В Казани раскрыли секрет **народной любви** к Виктору Цою.»* (Российская газета, 22.06.2022);

– к сфере качеств изучаемого явления: *боевая, главная, духовная, осознанная, унаследованная, скептическая:*

*«Нашу **духовную верность и преданность** друг другу никто не сможет разрушить! Потому что это навсегда!»* (Российская газета, 01.02.2022);

– к сфере длительности/темпоральности: *многолетняя, первая, ранняя, поздняя, старая, былая, вековая:*

«К тому же **первая любовь** далеко не всегда бывает главной в жизни человека и самой сильной и серьезной.» (Российская газета, 15.10.2022).

Когнитивный признак в сфере *темпоральных свойств любви* также вербализуется такими метафорическими выражениями, как «*любовь живет всегда; пронести любовь через всю жизнь, сопровождает человека от рождения до его ухода*». Созданный метафорами образ длительности чувства любви подчеркивает ее прочность, основательность и важность для россиянина и российского общества в целом:

«**Влюбленность** дает эйфорию, но быстро проходит. **Любовь** эйфории не дает, но **живет всегда**.» (Российская газета, 01.09.2020).

Суммируя вышеизложенное, можно охарактеризовать концепт ЛЮБОВЬ как свойство человека/общества, способного чувствовать и проявлять данное чувство на протяжении своей жизни.

Когнитивный признак, составляющий *регулятивную зону*, определяет список необходимых действий, в сфере, «покрываемой» концептом ЛЮБОВЬ: *сохранять, верить в любовь; размышлять о любви; опираться на любовь; нуждаться, признаваться в любви; хранить, благодарить за верность; формировать чувство верности; постичь влюбленность* и др.:

«По-настоящему любящий человек может сохранить себя только при условии, что **он сохранит любовь**. Вот это очень важно помнить.» (Российская газета, 25.11.2018).

В процессе анализа медийных текстов не было выявлено случаев, в которых бы актуализировался когнитивный признак, регулирующий запрещенные действия.

О ценности концепта ЛЮБОВЬ также свидетельствует когнитивный признак *оценочной зоны*, в качестве которого выступает сама природа данного чувства как эмоционального состояния высокой степени проявления. Актуализация этой зоны осуществляется словами-интенсификаторами, являющимися характеристиками чувств (качества, интенсивности и длительности). В рассматриваемых нами медийных текстах они концептуализируются как положительно, так и отрицательно. Положительная оценка реализуется в сочетаниях с прилагательными: *глубокая, настоящая, небесная, неземная, трезвая, преданная, серьезная, сильная любовь; незыблемая верность; возвышенное и самое великое чувство; важ-*

ная привязанность; огромная симпатия; интересное, искреннее увлечение и т.д. Некоторые репрезентанты концепта сочетаются с метафоричными прилагательными (*неземная, небесная любовь*), характеризую такую любовь, которую невозможно описать словами, или такую, которая построена на осознанности и стабильности отношений (*трезвая любовь*):

«*И вот эту-то небесную любовь и надо уметь передать людям.*» (Российская газета, 01.02.2022).

В медийных текстах зафиксирована и сочетаемость лексических репрезентантов концепта с отрицательно маркированными прилагательными (*роковая, безумная, сумасшедшая, всепоглощающая любовь*), которые реализуют эмоционально-усилительное значение, характеризую любовь как чувство, основанное на головокружительной и безграничной страсти:

«*И понимать – что же мы на самом деле любим, а что себе придумали – пусть даже и из безумной и всепоглощающей страсти к высокому искусству.*» (Российская газета, 10.02.2022).

О ценности любви свидетельствует и возможность ее использования во благо общества. Когнитивный признак изучаемого концепта *во благо/на пользу* определяет **утилитарную зону** интерпретационного поля концепта ЛЮБОВЬ и актуализируется следующими целеполаганиями в *духовной сфере*:

1) сохранить и улучшить мир на земле:

«*Без этой взаимной тяги и взаимной скептической любви, мир, который и так висит на волоске, распадется. И нам останется презрение, холод, саморазрушение и сплошная политика.*» (Российская газета, 01.09.2020);

2) спасти человека, сделать его жизнь лучше (*любовь восстанавливает человека к жизни; от любви становится мягким и податливым; любовью и заботой можно воспитать и социализировать человека; придает смелости; когда любишь, все получается лучше*):

«**Любовь придает смелости** – с этим согласились 55 % россиян. [...] 81 % россиян уверен, что когда любишь, то **все получается лучше.**» (Российская газета, 11.02.2021).

Являясь своего рода конструктом духовного мира человека, любовь в медийных текстах подвергается метафорической концептуализации, формирующей образную составляющую концепта. Согласно проанализированному материалу, любовь – удивительное чувство, интерпретируемое лексемами с положительной оценкой, такими, как: *труд, наука и подвиг на всю жизнь; главное чудо; стимул; источник вдохновения*. Из этого можно сделать вывод, что в русской лингвокультуре концепт ЛЮБОВЬ – это чувство, над сохранением которого надо усердно работать, трудиться, чувство, которое дает силы, побуждает и мотивирует к чему-либо:

«Эта любовь и была главным чудом. «Всякое христианское «дело» непременно сопрягается с подвигом; любовь же, как высшее из всех дел, требует и наибольшего труда.» (Российская газета, 23.10.2020).

В медиатекстах любовь также сравнивают с *лестницей к облакам, недостижимым совершенством, прекрасной несвободой, неподвластной и загадочной силой*. Такие метафорические наименования создают образ чувства, которое обладает недостижимой, неземной, загадочной силой, лишаящей свободы, ради ощущения комфорта рядом с любимым человеком:

«Все видела и, кажется, поняла главное: любовь – это лестница к облакам, или, другими словами, – недостижимое совершенство...» (Российская газета, 01.03.2021).

Еще одной характеристикой концепта ЛЮБОВЬ в русской лингвокультуре является то, что она представляет собой основу, фундамент и смысл нашей жизни, этому чувству учат в семье, формируют в детях и передают из поколения в поколения:

«Думаю, что это [любовь] – основа всей нашей жизни, на которую опирается вся российская история. Она осознанно или неосознанно передается и нам от поколения к поколению.» (Российская газета, 08.05.2020).

На материале современных медиатекстов была выявлена и дополнительная характеристика – *первостепенность любви в иерархии чувств*:

«Любовь есть самое возвышенное и самое великое чувство. Это особая реальность и особое состояние человеческой души.» (Российская газета, 08.07.2018).

Ценностный концепт ЛЮБОВЬ в современных медиатекстах функционирует в контексте с другими ценностными концептами: ВЕРНОСТЬ, ВЗАИМОУВАЖЕНИЕ, ВСЕПРОЩЕНИЕ, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ, ПОДДЕРЖКА, ТЕПЛОТА, ТОЛЕРАНТНОСТЬ, УМ и др. Этот факт говорит о сопряженности анализируемого концепта с составляющими ценностной картины мира российского общества:

«Не помешают инъекции толерантности, всепрощения, смирения, взаимоуважения, простой человеческой любви, которая не делает никаких различий между людьми. Ну и таблеток от вранья и жадности, да побольше.» (Российская газета, 09.05.2021).

Подытоживая вышесказанное, любовь можно охарактеризовать как одно из самых ценных чувств, основу жизни и взаимоотношений. Любовь передается из поколения в поколение, способствует улучшению мира на земле, без которой немислима сама жизнь человека и общества, а жизнь для носителя русского языка – это высшая ценность [Антология концептов 2005: Т2: 158].

2.4.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов LOVE и ЛЮБОВЬ

Сравнительно-сопоставительный анализ концепта LOVE/ЛЮБОВЬ в англо- и русскоязычной лингвокультурах позволил выявить сходства и этноспецифические особенности данного явления, отражающие ментальность и культуру изучаемых обществ.

Концепт LOVE/ЛЮБОВЬ является значимым объектом для изучения как в англо-, так и русскоязычной культурах. Возможно, это объясняется тем, что сфера чувств, к которой относится любовь, представляет собой благоприятное поле для исследования, где особенности национального менталитета выражаются наиболее ярко.

В результате изучения лексикографических источников было установлено, что номинативное поле структуры ценностного концепта LOVE включает в себя 17 лексических репрезентантов, а концепта ЛЮБОВЬ – 27. Поскольку в данном исследовании концепт LOVE/ЛЮБОВЬ рассматривается исключительно как духовное чувство, синонимический ряд ключевой лексики сужается с учетом наличия в дефинициях компонентов, представляющих собой значимые константы ак-

сиологической картины мира. В результате анализа толкований лексем и употребления их в современных медиатекстах, номинативное поле концепта LOVE включает в себя 8 репрезентантов (*admiration, adoration, affection, attachment, devotion, fondness, love, passion*), номинативное поле концепта ЛЮБОВЬ – 6 (*верность, влюбленность, любовь, преданность, привязанность, симпатия*). Различие в номинативном поле структуры концепта проявляется в наличии лексем *admiration, adoration, fondness, passion* в английском языке.

В рамках **информационного поля** данного концепта были изучены словарные толкования ключевых лексем *love* и *любовь*, анализ и обобщение которых позволили выделить идентичный когнитивный признак концепта в английском и русском языках: *spiritual attachment for smb and smth / чувство духовной/ внутренней привязанности к объекту*. В обеих лингвокультурах наблюдается классификация признаков согласно категории одушевленности/ неодушевленности объекта, на который направлено действие. В рамках этого поля были выявлены дополнительные характеристики чувства любви. В английском языке свойства любви включают в себя интенсивность (*deep, passionate, strong*) и качество (*tender*), а в русском – интенсивность (*глубокая, горячая, сильная, самоотверженная*), качество (*внутренняя, искренняя, сердечная, эмоциональная*) и длительность (*постоянная*). Сходства в дополнительных характеристиках выражаются в рамках интенсивности (*deep, strong / глубокая, сильная*).

В **интерпретационном поле** структуры концепта также наблюдаются сходства и различия. Выявленные когнитивные признаки энциклопедической зоны концепта LOVE делятся на основании отнесенности к: 1) сфере объекта и субъекта любви (*total, universal*); 2) сфере темпоральности любви (*eternal, instant, millennial, newfound*); 3) сфере эмоций и чувств (*emotional, sentimental, unironic*). Одноименная зона в русской лингвокультуре представлена уже в плане своей отнесенности только к сфере объекта и субъекта любви (*барская, взаимная, народная, сыновья, человеческая, христианская, всеобщая, всесоюзная, вселенская, всенародная*) и сфере темпоральности (*многолетняя, первая, ранняя, поздняя, старая, былая, вековая; живет всегда; сопровождает человека от рождения до его ухода; пронести через всю жизнь*) и свойств любви (*боевая, главная, духовная,*

осознанная, скептическая, унаследованная). Сходства в данной зоне проявляются в рамках отнесенности к сфере объекта и субъекта любви (*total, universal/ всеобщая, всесоюзная, вселенская, всенародная*).

Регулятивная зона структуры изучаемого концепта эксплицируются в медиатекстах словосочетаниями глаголов с лексическими репрезентантами концепта LOVE/ЛЮБОВЬ. Изучение и анализ медиатекстов позволили найти одно сходство в экспликации концепта в обеих культурах, которое проявляется в способности *to need for/ нуждаться*. Национальные особенности изучаемого концепта выражаются тем, что love в сознании британцев – это чувство, которое нужно *to deserve, to be remembered for, to look for, to inspire, to enjoy, to value, to win, to hail, to praise, to admire, to maximize*. Для русского общества это чувство нужно *сохранять, верить, размышлять, опираться на него, признаваться в нем, благодарить за него, формировать, постичь*.

Оценочная зона анализируемого концепта в англо- и русскоязычной культурах включает когнитивный признак, в качестве которого выступает интенсивность чувства. Этот признак актуализируется словами-интенсификаторами – прилагательными с положительной коннотацией: в английском языке – *beautiful, deep, great, growing, high, huge, immense, incredible, inspiring, sincere, steady, strong, true, wide, unwavering, uplifting*, а в русском – *глубокая, настоящая, небесная, неземная, трезвая, преданная, серьезная, сильная, незыблемая, возвышенное и самое великое чувство; важная, огромная, интересная, искренняя*. Общий признак для обеих лингвокультур выражается прилагательными *deep/глубокая, great/великая, huge/огромная, sincere/искренняя, strong/сильная, true/настоящая, high/возвышенная*. Отрицательная концептуализация когнитивного признака в пределах оценочной зоны отмечается только в рассматриваемых российских медийных текстах и вербализуется отрицательно маркированными прилагательными *роковая, безумная, сумасшедшая, всепоглощающая*.

В утилитарной зоне структуры концепта практические возможности использования любви во благо человека и общества в целом в исследуемых языках разнятся как в количественном, так и в содержательном плане. Так, в британских ме-

диатекстах выявлены цели, направленные во благо индивида в материальной сфере: 1) *дать ощущение защиты и безопасности*; 2) *положительно влиять на здоровье*; 3) *способствовать успеху и достижению целей*. А в русской прессе – две цели, направленные на пользу как индивида, так и общества в духовной сфере: 1) *сохранить и улучшить мир на земле*; 2) *сохранить жизнь и сделать человека лучше*.

Анализ медиатекстов также позволил выявить некоторые дополнительные особенности чувства любви, в частности – *значимость love/любви в иерархии чувств*. Для британцев love – важное чувство, а для россиян – главное, перво-степенное, являющееся основой, фундаментом и смыслом жизни, этому чувству учат в семье, формируют в детях и передают из поколения в поколения.

В русскоязычных медиатекстах любовь ассоциируется с такими понятиями, как *труд, наука, подвиг на всю жизнь*, которые подразумевают, что любовь – это чувство, над сохранением которого надо усердно работать. Россияне сравнивают любовь с *лестницей к облакам*, называют *недостижимым совершенством, прекрасной несвободой, неподвластной и загадочной силой*, придавая ей положительную образную составляющую.

В ходе исследования было выявлено взаимодействие концепта LOVE/ЛЮБОВЬ с другими ценностными концептами: в английской лингвокультуре – COURAGE, DEDICATION, FRIENDSHIP, а в российской – ВСЕПРОЩЕНИЕ, ТЕПЛОТА, ТОЛЕРАНТНОСТЬ и др. Общими ценностными концептами, с которыми взаимодействует изучаемый концепт в обеих лингвокультурах, являются KINDNESS/ ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ, LOYALTY/ ВЕРНОСТЬ, RESPECT/ВЗАИМОУВАЖЕНИЕ, SUPPORT/ ПОДДЕРЖКА. Данный факт свидетельствует о сопряженности честности с глубокими чувствами и свойствами человека, важными для изучаемых наций.

В обеих лингвокультурах анализируемый концепт носит положительный аксиологический статус. Представленные сходства и различия концепта LOVE в английской лингвокультуре и концепта ЛЮБОВЬ в русскоязычной лингвокультуре на эмпирическом материале показали, что, несмотря на то, что любовь как базовое чувство проявляется в любой культуре, мы не можем говорить об идентичности изучаемого концепта во всех языках.

Выявленные сходства и национальные отличия в полевой структуре концепта LOVE/ЛЮБОВЬ в английской и русской лингвокультурах представлены в табл. 4.

Таблица 4

Сходства и различия когнитивных признаков
полевых структур ценностного концепта LOVE/ЛЮБОВЬ

Поле	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
НОМИНА	LOVE	ЛЮБОВЬ	LOVE	ЛЮБОВЬ
	<i>affection, attachment, devotion, love</i>	<i>привязанность, преданность, верность, любовь, влюбленность симпатия</i>	<i>admiration, adoration, fondness, passion</i>	—
ТИВНОЕ	Духовная склонность к кому-либо, чему-либо			
	spiritual attachment for smb and smth.	чувство духовной/внутренней привязанности к объекту	—	—
ИНФОРМА	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	<i>total, universal</i>	<i>всеобщая, всесоюзная, вселенская, всенародная</i>	—	<i>барская, взаимная, народная, сыновья, человеческая, христианская</i>
	2. Отнесенность к сфере качеств/свойств:			
	а) темпоральность:			
	—	—	<i>eternal, instant, millennial, newfound</i>	<i>многолетняя, первая, ранняя, поздняя, старая, былая, вековая; живет всегда; сопровождает человека от рождения до его ухода; пронести через всю жизнь</i>
	б) свойства:			
	—	—	—	<i>боевая, главная, духовная, осознанная, скептическая, унаследованная</i>
	3. Отнесенность к сфере чувств и эмоций:			
	—	—	<i>emotional, sentimental, unironic</i>	—

а) энциклопедическая зона

ИНТЕРПРЕТАЦИОННОЕ

б) регулятивная зона	«Надо»			
	<i>to need for</i>	нуждаться	<i>to deserve, to be remembered for, to look for, to inspire, to enjoy, to value, to win, to hail, to praise, to admire, to maximize</i>	<i>сохранять, верить, размышлять, опираться на, признаваться в, благодарить за, формировать чувство, постичь</i>
в) оценочная зона	Положительная концептуализация			
	<i>deep, great, huge, sincere, strong, true, high</i>	<i>глубокая, великая, огромная, сильная, искренняя, настоящая, возвышенная</i>	<i>beautiful, growing, immense, incredible, inspiring, steady, wide, unwavering, uplifting</i>	<i>небесная, неземная, трезвая, преданная, серьезная, незыблемая, важная, интересная</i>
	Отрицательная концептуализация			
	—	—	—	<i>роковая, безумная, сумасшедшая, всепоглощающая</i>
г) утилитарная зона	Целеполагания, направленные на пользу/ во благо человеку			
	а) в духовной сфере:			
	—	—	—	сохранить и улучшить мир на земле
	—	—	—	спасти человека, сделать его жизнь лучше (<i>восстанавливает человека к жизни; от любви становится мягким и податливым; придает смелости</i>)
	б) в материальной сфере:			
	—	—	<i>to make feel safe in community; to protect</i>	—
	—	—	<i>to have positive impact on health (to be the most important determinants of a child's mental and physical health)</i>	—
	—	—	<i>to succeed, to achieve goals</i>	—
	Значимость love/любви в иерархии чувств			
	—	—	важность	первостепенность
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИМИ КОНЦЕПТАМИ				
	KINDNESS, LOYALTY, RESPECT, SUPPORT	ДОБРОЖЕЛА- ТЕЛЬНОСТЬ, ВЕРНОСТЬ, ВЗАИМОУВАЖЕНИЕ, ПОДДЕРЖКА	COURAGE, DEDICATION, FRIENDSHIP	ВСЕПРОЩЕНИЕ, ТЕПЛОТА, ТОЛЕРАНТНОСТЬ

2.5. Ценностный концепт LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ в английских и русских медиатекстах

2.5.1. Ценностный концепт LOYALTY в английском языке

Преданность как морально-этическая ценность является одним из редких качеств, которыми может обладать человек, и подразумевает под собой неизменность в чувствах и отношениях к своей семье, друзьям, своему делу, стране, твердость, стойкость решений и действий.

В последнее время отмечается исследовательский интерес к концепту LOYALTY. В отечественной лингвистике он рассматривается такими учеными, как О.В. Яновой (2005), Л.Р. Лаврентьевой (2006), Л.А. Харламовой (2006), Н.В. Саварцевой (2007), С.В. Манджиевой (2010), Т.М. Наумовой (2011), Ю.А. Купцовой (2012), Н.Г. Данильян (2014), Е.Ю. Голодовой (2015), М.С. Голиковой (2017) и др., а в зарубежной лингвистике в трудах М. Baron (1984), М.А. Foust (2012), J. Maes (2012), М. Mares (2018) и др.

В данном исследовании концепт LOYALTY изучается как ценность в соответствии с представленной ранее моделью.

1. Номинативное поле

Анализ лексикографических источников (DMW, MED, NRTELDF и др.) позволил выявить в качестве ключевого репрезентанта лексему *loyalty*. Согласно английскому исследователю Софи Брайант, именно посредством этой лексемы наиболее адекватно реализуется данный концепт. Анализируя историческое развитие понятия «loyalty», ученый указывает на заимствование этого слова из французского языка («loyauté» от слова «loi» (закон)) и приходит к выводу, что человек, служащий объекту верности, всегда следует закону, диктующему его поведение [Bryant; цит. по: Голикова 2013: 40–41].

Анализ словарных статей позволил определить широкий спектр представителей синонимичного ряда главного репрезентанта концепта: *adherence, adhesion, allegiance, attachment, commitment, constancy, dedication, devotion, devotedness, faith, faithfulness, fealty, fidelity, piety, tribalism, throth*. В современных британских медиатекстах

представленный ряд синонимов-репрезентантов изучаемого концепта сужается до следующих: *allegiance, attachment, commitment, devotion, faithfulness, fealty, fidelity*, аксиологичность которых транслируется посредством компонентов *trust, support*.

Проведенный нами анализ медийных текстов показал, что употребление той или иной лексемы-репрезентанта зависит от сферы проявления преданности – личностной, профессиональной, политической. В личностной сфере, где к проявлениям преданности относятся отношения между родителями/детьми, членами семьи, друзьями, наблюдается функционирование таких лексем, как *attachment, devotion, faithfulness*, а лексема *fidelity* используется для выражения преданности в супружеских отношениях:

«*The Duke of Edinburgh's intellect, work ethic, sense of humour and **devotion to his family** were celebrated in an address by the Dean of Windsor.*» (The Independent, 29.03.2022).

В профессиональной сфере, в которой человек посвящает себя любимому делу, чаще используются такие репрезентанты, как *allegiance, attachment, devotion, loyalty*:

«*Gordon's **loyalty and professionalism** look admirable to most; to some, it may seem ill-advised.*» (The Independent, 31.08.2022).

В политической сфере установлено использование лексем *allegiance, attachment, devotion, faithfulness, fealty, loyalty*, а для выражения особой самоотверженности – лексема *commitment*:

«*[...] he will be remembered most of all for his **extraordinary commitment and devotion to The Queen.***» (The Independent, 09.04.2021).

2. Информационное поле

Изучение информационного поля концепта LOYALTY позволило определить понятийную составляющую концепта путем анализа данных лексикографических источников (PEDT, MED, DMW и др.), в процессе которого были определены и обобщены следующие значения лексемы *loyalty*:

1) condition of being faithful or loyal with the feelings of duty and love towards somebody;

- 2) adherence to something to which one is bound by a pledge or duty;
- 3) the quality of remaining faithful to your friends, principles, country etc.

На основе вышеприведенных значений могут быть выделены следующие когнитивные признаки концепта LOYALTY, экспликацию которых рассмотрим на материале современных медиатекстов:

1) *condition of being faithful/loyal to smb or smth caused by a pledge, duty, friendship or love;*

2) *the quality of remaining faithful.*

1) *condition of being faithful/loyal to smb or smth caused by a pledge, duty or love.* Для раскрытия этого когнитивного признака необходимо определить значение лексем *faithful* и *loyal*. *Faithful* – continuing to support someone or be their friend, even in a difficult situation [MED]. *Loyal* – willing to support, work for, or be a friend to someone, even in difficult times [MED]. Суммируя данные и других словарей, можем сделать вывод, что в основе преданности лежит готовность и желание поддерживать кого-то в трудную минуту, что проявляется в наличии ценностного ориентира – *support*:

«*Upon signing my contract in 2018, I pledged my loyalty and allegiance to the club that I love, Arsenal, and it saddens me that this has not been reciprocated. As I have just found out, loyalty is hard to come by nowadays.*» (The Independent, 21.10.2020).

Аксиологическая составляющая данного концепта определяется причиной, по которой субъект действия испытывает чувство приверженности и привязанности – *love, friendship, duty, pledge*, которые являются неотъемлемой составляющей ценностной картины мира человека.

2) под когнитивным признаком *the quality of remaining faithful* понимается постоянство в привязанности к объекту – любимому человеку, друзьям, команде, королеве, политическим лидерам, стране, принципам, ценностям, целям, любимому делу, спорту и т.д:

«*But remain faithful to your plan [...] to your own values and goals.*» (The Independent, 05.10.21).

Вышеизложенные когнитивные признаки, зафиксированные в словарях, являются отражением устоев для британского общества и актуализируются в современных медиатекстах.

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона интерпретационного поля концепта LOYALTY может быть классифицирована по своей отнесенности:

– к сфере субъекта/объекта: *childhood, daughter's, devout, father's, marital, national, people's, public, religious*:

«*A Reddit post in which a gamer speaks about his 65-year-old **father's devotion** to Red Dead Redemption 2 has gone viral.*» (The Independent, 26.10.2020);

– к сфере чувств и эмоций: *emotional, gooey, sentimental*:

«*Tommy and Molly-Mae **cuddle and pledge their gooey fealty to one another.***» (The Independent, 02.07.2019).

В рамках **регулятивной зоны** были выявлены только глаголы, регулирующие действия «надо» и определяющие проявления преданности в соответствии с морально-этической значимостью: *to pledge fealty; to hail, to sing of, to credit for devotion; to thank for the devout faithfulness; to value, to reward total fealty; to celebrate fealty* и др.:

«*For example, if someone is in the [armed forces] and says that they are from a family of service men and women? You can **safely assume they value loyalty and tradition.***» (The Independent, 21.07.2021).

В **оценочной зоне** интерпретационного поля концепта в качестве когнитивных признаков выступает сама природа данного чувства как эмоционального состояния высокой степени проявления. Эта зона актуализируется словами-интенсификаторами, которые концептуализируются в языке как положительные и отрицательные. В ходе исследования было установлено, что в данной зоне преобладают слова-интенсификаторы, выраженные прилагательными с положительной коннотацией: *absolute, captivating, deep, enduring, inspiring, intense, powerful, real, secure, selfless, single-minded, steadfast, true, unflinching, unparalleled, unsurpassed, unwavering* и др.:

«*This vow she kept with **unsurpassed devotion.***» (The Independent, 12.09.2022);

«*That loyalty is what I find the most captivating.*» (The Independent, 16.03.2019)

В анализируемых статьях наблюдается частое употребление таких метафорических устойчивых выражений, как *blind/ dangerous/ feral/ feverish/ monomaniacal/ slavish devotion; servile fealty*, в которых прилагательные с ярко выраженным отрицательным значением в сочетании с положительной природой лексем *devotion* и *fealty* реализуют эмоционально-усилительное значение и демонстрируют высокую степень преданности, но с негативной окраской. Такая преданность может превратиться в фанатизм, зависимость, при которой человек теряет свой внутренний стержень, отказывается от личных желаний, чувств, возможностей и не осознает своего поведения:

«*Johnson's loyal henchmen and women are in danger of tying themselves in knots with their blind loyalty to the boss.*» (The Independent, 27.01.2022).

Ценность любого качества проявляется в прагматических возможностях использования его на благо общества, представленных в *утилитарной зоне* интерпретационного поля концепта LOYALTY в виде когнитивных признаков, определяющих направленность данной ценности:

1) *в духовной сфере*: вдохновлять, воодушевлять. Анализ фактологического материала показал, что проявленная преданность своему делу, народу, стране является хорошим примером для британцев и вдохновляет их на большее:

«*With grateful hearts, we remember the many ways in which his long life has been a blessing to us,*» he will say. «*We have been inspired by his unwavering loyalty to our Queen, by his service to the Nation and the Commonwealth [...]*» (The Independent, 17.04.2021);

2) *в материальной сфере*: способствовать успеху, достижению цели. Без преданности делу успеха не достичь, поскольку преданность – необходимое условие для достижения результатов, обещание исполнить задуманное и посвятить ему время и ресурсы, необходимые для его завершения:

«*Loyalty is definitely the best recipe for success. Clear examples of that would be Chris Wilder taking Sheffield United from League One to challenging for Europe places in five seasons,*» Bevan added.» (The Independent, 23.07.2020).

Фактологический материал позволил выявить и дополнительные когнитивные признаки ценностного концепта LOYALTY:

1) преданность трудно заслужить:

*«The 32-year-old claimed he has learnt that **«loyalty is hard to come by» the hard way, and has chosen to speak out publicly now that his chances of playing for the club again appear to have been dashed for good.»** (The Independent, 21.10.2020);*

2) преданность высоко вознаграждается (*financial reward for loyalty; to promote smb in return for loyalty; to reward loyalty above all else, to reap the rewards of increased loyalty, to reward highly for fealty*):

*«Nugget of information [...] about former Commons leader Jacob Rees-Mogg's **financial reward for his loyalty.**» (The Independent, 09.02.2022).*

«Эти признаки раскрывают национальный менталитет» и свидетельствуют о том, что преданность действительно является ценностью для британского общества, «поскольку не каждому человеку дано проявить и испытать на себе» то, что выражается чувствами, проверяется годами, достается с трудом и в результате вознаграждается [Абдулкадырова 2022а: 2974].

В фактологическом материале наблюдается использование лексических репрезентантов концепта LOYALTY в паре с другими ценностными концептами, что является дополнительным средством подтверждения и усиления смысловой нагрузки ценности рассматриваемого чувства в жизни британского общества:

*«The Festival is a traditional holiday which occurs around the summer solstice and **celebrates fealty and familial piety.**» (The Independent, 23.05.2019).*

При изучении медиатекстов был выявлено, что концепт LOYALTY часто вступает во взаимодействие с такими ценностными концептами, как AFFECTION, COURAGE, FORTITUDE, GENEROSITY, INTEGRITY, KIND-HEARTEDNESS, LOVE, RESILIENCE, RESPECT, что усиливает природу и степень активности преданного отношения и свидетельствует о его сопряженности с глубокими и сильными чувствами:

*«I always suspected he never realised that being prime minister was a proper job, requiring qualities such as **integrity, loyalty and honour.**» (The Independent, 06.02.2022);*

«For everyone who knew him and was aware of his *kind-heartedness and faithfulness*, the sadness is even greater.» (The Independent, 26.03.2018).

Обобщая вышеизложенное, концепт LOYALTY можно охарактеризовать как одно из важнейших чувств человека, которое вдохновляет, мотивирует к достижению поставленных целей и способствует успеху, и «чем выше оценивается достигнутый успех в глазах общества, в среде родственников, коллег, друзей, тем больше чувство самоуважения» [Гофман 2011: 71].

2.5.2. Ценностный концепт ПРЕДАННОСТЬ в русском языке

Преданность – это положительное духовно-нравственное качество личности, характеризующее приверженность человека к кому-то или чему-то, уважение, верность, искреннюю любовь. Преданность проявляется в дружбе, к семье, любимому делу, религии, партии и т.д. Во всех случаях это надежное служение объекту своей веры [ОДК 2000].

В современной науке концепт ПРЕДАННОСТЬ в русском языке менее изучен, чем в английском языке. Так, работа Т.В. Безсолицыной и Д.Г. Эстоевой (2008) посвящена анализу концепта ПРЕДАННОСТЬ в параллели с его антиподом – концептом ПРЕДАТЕЛЬСТВО. Малоизученность рассматриваемого концепта в русской лингвокультуре, особенно в аксиологическом русле, делает наше исследование актуальным и практически значимым.

В данной работе нравственная категория «преданность» рассматривается как ценностный концепт в виде полевой структуры.

1. Номинативное поле

Номинативное поле ценностного концепта ПРЕДАННОСТЬ представлено лексическими репрезентантами – абстрактными именами, являющимися осмыслением внутреннего мира человека. Анализ лексикографических источников (ССРЛЯ, СРСССВ, ССРЯ, ССРЯ.САРЯ, ССАСРЯ и др.) позволил выявить в качестве ключевого репрезентанта лексему *преданность*, а в качестве дополнительных – ее синонимы: *аккуратность, выдержка, верность, девотизм, добросовестность, идейность, лояльность, любовь, надежность, неизменность, непоколе-*

бимость, повинование, покорность, постоянство, преданность, приверженность, привязанность, рачение, рачительность, стойкость, твёрдость, фанатизм, фанатичность, честность. В анализируемых российских медиатекстах за период 2018–2022 гг. лексическими репрезентантами концепта ПРЕДАННОСТЬ, демонстрирующие его положительный аксиологический статус, представлены следующими лексемами: *верность, добросовестность, любовь, надёжность, постоянство, приверженность, привязанность, стойкость, честность:*

«Такая награда одна в целом свете – за преданность детству и верность всем детям.» (Российская газета, 30.08.2019).

2. Информационное поле

В результате анализа данных лексикографических источников (СРЯ₁, НСРЯ.ТС, ТСРЯ₁, ТСРЯ₂) были выявлены понятийная составляющая концепта и его когнитивные признаки, общие для всех репрезентантов в рамках информационного поля структуры концепта. Особенность русскоязычных толкований состоит в том, что ключевая лексема данного концепта определяется через однокоренное прилагательное. В отношении концепта ПРЕДАННОСТЬ – это прилагательное *преданный*, которое характеризуется следующими лексическими значениями:

- 1) постоянный в своих чувствах, привязанности к кому-, чему-л.; верный;
- 2) проникнутый (исполненный/ приверженный) любовью и верностью к кому-л., чему-л.;
- 3) выражающий преданность.

На основе вышеперечисленных семантических признаков, зафиксированных в словарях, нами определены следующие когнитивные признаки концепта ПРЕДАННОСТЬ:

- 1) *постоянство в привязанности к к-л, ч-л.* подразумевает устойчивость чувств верности и привязанности и указывает на их длительность – года, десятилетия, всю жизнь. Такое чувство помогает человеку в трудную минуту разделить боль, страх, переживания близкого человека:

«Всю жизнь – в одном театре. Всю жизнь – с одной женой. Постоянство было его удивительной чертой.» (Российская газета, 03.01.2021);

2) способность проявляться через любовь, верность, привязанность и т.д. к к-л.:

«Трагически ушел из жизни профессионал своего дела, смелый и искренне преданный интересам государства человек, верный служебному долгу, всей душой любивший свою страну.» (Российская газета, 08.09.2021).

Ценностная составляющая данного концепта определяется способами выражения, через которые субъект действия проявляет чувство приверженности и привязанности – *любовь, верность, поддержка*, которые являются неотъемлемыми конститuentами ценностной картины мира человека.

Другим свойством преданности, заложенным в рассматриваемом когнитивном признаке, является *проявление чувства преданности по отношению к определенному объекту*. В российских медиатекстах неизменность и неподкупность чувств привязанности, любви и почитания проявляются к объекту веры в образе любимого человека, друга, Бога, народа, политического лидера, Родины, страны, государства, служебного долга, цели, любимого дела и профессии, национальных традиций, ценностей, культурного кода:

«Огромное количество российских деятелей культуры готовы отказаться от любых контрактов, любых сумм, но “не готовы отказаться от преданности своей стране, от российских традиций, культурного кода, который есть в России.» (Российская газета, 30.03.2022).

Вышеизложенные когнитивные признаки, выявленные на основе лексических значений ключевого репрезентанта концепта, представляют собой устои для российского общества и находят отражение в современных медиатекстах.

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона как более устойчивая часть, относительно которой рассматриваются девиации концепта, расширяет представления об его отнесенности к сфере субъекта/объекта отношений (*взаимная, личная, супружеская*):

«Все они были [...] давними сподвижниками Сталина, неоднократно доказавшими вождю свою личную преданность в период ожесточенной внутрипартийной борьбы.» (Российская газета, 01.09.2021).

В регулятивной зоне интерпретационного поля устанавливаются когнитивные признаки что *надо/не надо* делать в сфере, «покрываемой» концептом ПРЕДАННОСТЬ. Анализ фактологического материала выявил только разрешенные действия, что объясняется положительной природой изучаемой ценности. Данные когнитивные признаки вербализуются как в контексте, так и посредством глаголов и словосочетаний глаголов с существительными и наречиями с положительной коннотацией: *замечательно говорить о преданности; ценить преданность; выразить слова особой благодарности за преданность; воспитать в ком-то, почитать верность; славиться постоянством* и т.д.:

*«В своей телеграмме глава государства назвал представителей этой профессии целеустремленными и сильными духом людьми, которые **превыше всего ценят такие качества, как беззаветная преданность делу, упорство и товарищеская взаимовыручка.**»* (Российская газета, 03.04.2022).

Оценочная зона рассматриваемого концепта представлена небольшим рядом когнитивных признаков, основой которых выступает сама природа данного чувства как эмоционального состояния высокой степени проявления. Они вербализуются словами-интенсификаторами, представляющими свойства чувства преданности: *беззаветная, безграничная, безопасная, глубокая, запредельная, искренняя, надежная, настоящая, невероятная, неиссякаемая, самоотверженная, сердечная, твердая преданность*). В процессе анализа фактологического материала были выявлены прилагательные, вербализующие когнитивный признак концепта оценочной зоны, только с положительной коннотацией:

*«И, конечно же, заслуживают восхищения и глубокого уважения супруги-юбилеры, всей своей жизнью показавшие нам **пример неиссякаемой любви и верности.**»* (Российская газета, 08.07.2021).

Ценность преданности проявляется в возможности ее использования для практических целей во благо и на пользу общества, которые выступают в качестве когнитивных признаков концепта в рамках **утилитарной зоны**. Вербализованы эти признаки, как в контексте, так и словосочетаниями/выражениями, и выражены следующими целями:

1) *в духовной сфере* – помогать переносить трудности, способствовать налаживанию близких отношений и сохранению семьи (*переносить трудности и испытания, преодолевать невзгоды, избавлять от психологических проблем, сохранить семейные отношения, быть благоприятной для построения близких отношений, наполнять жизнь смыслом и т.д.*):

«Верность же является одним из убедительных свидетельств проявления подлинной любви, которая выражается в том числе и в готовности переносить многие трудности и испытания.» (Российская газета, 13.12.2021);

2) *в материальной сфере*: улучшить качество жизни и здоровье:

«Цель проекта [...] повысить приверженность женщин с ВИЧ терапии, улучшить качество их жизни, помочь в рождении здоровых детей.» (Российская газета, 10.09.2021).

В анализируемых медиатекстах часто наблюдаются случаи совместимости концепта ПРЕДАННОСТЬ с другими ценностными концептами: ВЗАИМОВЫРУЧКА, ИСКРЕННОСТЬ, ЛЮБОВЬ, МУДРОСТЬ, НАДЕЖНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ПОСТОЯНСТВО, СМЕЛОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, СТОЙКОСТЬ, УВЕРЕННОСТЬ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ, ЩЕДРОСТЬ и др. «Такое взаимодействие говорит об усилении степени активности преданного отношения и его сопряженности с глубокими и сильными чувствами и свойствами человека» [Абдулкадырова 2022а: 2978], важными для российского общества:

«По мнению 19 % опрошенных, самые ценные качества для мужчины - честность, искренность и прямота. 14 % считают, что важны надежность, уверенность и постоянство, 9 % – порядочность и справедливость.» (Российская газета, 23.02.2021).

Обобщая вышеизложенное, можно охарактеризовать концепт ПРЕДАННОСТЬ как одно из ценнейших качеств человека, которое помогает переносить трудности, способствовать налаживанию близких отношений и сохранению семьи, улучшить качество жизни и здоровье.

2.5.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов LOYALTY и ПРЕДАННОСТЬ

Сравнительно-сопоставительный анализ концепта LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ в англо- и русскоязычной лингвокультурах позволил выявить сходства и этноспецифические особенности данного явления, отражающие ментальность и культуру изучаемых обществ. Сопоставление проводилось на всех уровнях сложной полевой структуры концепта. При всем том, что изучаемый концепт является базовой ценностью в обеих культурах, в современной лингвистической литературе бóльший интерес к его изучению отмечается в английском, нежели в русском языке.

В результате изучения лексикографических источников было установлено, что номинативное поле структуры ценностного концепта LOYALTY включает в себя 17 лексических репрезентантов, 8 из которых упоминаются в британских газетах: *allegiance, attachment, commitment, devotion, faithfulness, fealty, fidelity, loyalty*. В российской прессе из 24 репрезентантов концепта ПРЕДАННОСТЬ, указанных в словарях русского языка, актуализируются только 10: *верность, добросовестность, любовь, надежность, постоянство, преданность, приверженность, привязанность, стойкость, честность*. Различия в номинативном поле структуры концепта составляют лексемы *commitment* в английском языке и *надежность/постоянство/стойкость* в русском.

В рамках **информационного поля** анализ и обобщение словарных статей позволили выявить когнитивные признаки концепта, а далее сходства и различия в понимании лексем *loyalty* и *преданность* в изучаемых лингвокультурах.

Когнитивными признаками концепта в английском языке являются:

- 1) *condition of being faithful/loyal to smb or smth caused by a pledge, duty, friendship or love;*
- 2) *the quality of remaining faithful.*

В русском языке выявлены следующие когнитивные признаки:

- 1) *способность проявляться через любовь, верность, привязанность и т.д.;*
- 2) *постоянство в проявлении чувства.*

Первым сходством когнитивных признаков концепта в обеих лингвокультурах является проявление рассматриваемого чувства через верность и привязанность. Однако согласно лексикографическим источникам, преданность в английском языке характеризуется меньшей устойчивостью и определяется как состояние (*condition of being faithful/loyal*), в то время как в русском языке преданность обладает бóльшей устойчивостью, поскольку демонстрирует способность человека. *Постоянство в проявлении этого качества* также рассматривается как сходство когнитивных признаков. В соответствии с изученным фактологическим материалом сходство когнитивных признаков в рамках информационных полей английского и русского языков наблюдается и в отношении причин возникновения данной ценности. В английской лингвокультуре первопричиной возникновения преданности является долг, клятва, любовь и дружба, а в русской – любовь, верность, привязанность.

В качестве сходства когнитивных признаков в рамках информационного поля выступает определение общих для обеих лингвокультур объектов, по отношению к которым данная ценность проявляется: любимый человек, друг, политический лидер, страна, любимое дело, цель, ценности. Этноспецифичными объектами преданности для англоязычного общества являются команда, королева, принципы и спорт, а для русскоязычного – Бог, народ, Родина, государство, служебный долг, профессия, национальные традиции и культурный код.

Интерпретационное поле структуры ценностного концепта представляет наибольший интерес для данной работы.

В *энциклопедической зоне* концепта LOYALTY выявленные когнитивные признаки классифицируются на основе отнесенности: 1) к сфере чувств и эмоций (*emotional, gooey, sentimental*); 2) к сфере объектно-субъектных отношений (*childhood, daughter's, devout, father's, national, people's, public, religious*). В одноименной зоне концепта ПРЕДАННОСТЬ когнитивные признаки относятся только к сфере объектно-субъектных отношений (*взаимная, личная, супружеская*). Общим для обеих культур является наличие *marital/супружеской верности*.

Регулятивная зона структуры изучаемого концепта включает в себя когнитивные признаки, которые предписывают, что *надо и не надо* делать в сфере, покрываемой концептом, и эксплицируются в медиатекстах словосочетаниями глаголов с лек-

сическими репрезентантами концепта LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ. Изучение и анализ медиатекстов позволили найти сходство в экспликации концепта в обеих культурах, которое проявляется в способности *to thank for/благодарить за, to value/ценить преданность*. Национальные особенности изучаемого концепта выражаются тем, что преданность в сознании британцев – это чувство, которое нужно *to pledge, to hail, to sing of, to credit for, to reward, to celebrate*. Для русского общества это чувство нужно *воспитывать в себе, славиться им, замечательно говорить о нем*.

Оценочная зона интерпретационного поля изучаемого концепта в английской и русской лингвокультурах представлена широким рядом свойств и характеристик, демонстрирующих отношение общества к loyalty/преданности. Положительная оценочная коннотация характерна для метафорических и неметафорических выражений, описывающих данное свойство в англо- и русскоязычной культурах. Выступающая в качестве когнитивного признака – оценочная концептуализация – позволяет установить сходство loyalty и преданности в плане их положительной представленности в обоих языках.

Общие когнитивные признаки выражены метафорическими прилагательными (*deep/глубокая, true, real/настоящая, secure/надежная*), которые формируют образную составляющую исследуемого концепта. В сознании британцев качество преданности отличается большей метафоричностью, нежели в сознании представителей русского общества, и характеризуется интенсивностью проявления этого качества: *captivating, enduring, inspiring, powerful, selfless, single-minded, steadfast, unflinching, unparalleled, unsurpassed, unwavering*. Для российского общества преданность характеризуется как *безграничное, глубокое, запредельное, неиссякаемое, острое, самоотверженное, сердечное, твердое* чувство.

В ходе анализа фактологического материала британской прессы было зафиксировано частое использование таких метафорических прилагательных, как *blind, dangerous, feral, monomaniacal, servile, slavish*, которые демонстрируют высокую степень преданности, но с негативной окраской.

В *утилитарной зоне* структуры концепта практические возможности использования преданности в исследуемых языках схожи в целеполаганиях, направ-

ленных во благо человека и общества, как в духовных, так и материальных сферах, однако разнятся как в количественном, так и в содержательном выражении. В британских медиатекстах выявлены две цели: 1) *вдохновлять/воодушевлять*; 2) *способствовать успеху, достижению цели*. В российской прессе были зафиксированы 3 цели: 1) *помогать переносить трудности*; 2) *способствовать налаживанию близких отношений и сохранению семьи*; 3) *улучшить качество жизни и здоровье*. Несмотря на отсутствие сходств когнитивных признаков в этой зоне структуры концепта LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ, можно утверждать, что представленные выше целеполагания преданности носят положительный характер, тем самым, доказывают ценность этого качества.

Фактологический материал позволил также выявить дополнительные характеристики ценностного концепта LOYALTY. В британском обществе качество преданности *трудно заслужить и оно вознаграждается*. Эти дополнительные особенности доказывают положительный аксиологический статус исследуемого концепта в английской лингвокультуре.

Обобщенный анализ всех структурных полей изучаемого концепта указывает на взаимодействие с другими ценностными концептами: в англоязычной культуре с концептами AFFECTION, COURAGE, FORTITUDE, GENEROSITY, HONOUR, INTEGRITY, KIND-HEARTEDNESS, LOVE, RESILIENCE, RESPECT, а в русскоязычной – с концептами ВЗАИМОВЫРУЧКА, ИСКРЕННОСТЬ, ЛЮБОВЬ, МУДРОСТЬ, НАДЕЖНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ПОСТОЯНСТВО, СМЕЛОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, СТОЙКОСТЬ, УВЕРЕННОСТЬ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ, ЩЕДРОСТЬ и др. Такое взаимодействие говорит об усилении степени активности преданного отношения и его связи с сильными чувствами и качествами человека, важными для изучаемых этносов.

Обобщая вышесказанное, подчеркнем, что концепт LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ является одним из ключевых ценностных качеств человека, проявляющееся в разной степени в британской и русской лингвокультурах. Выявленные сходства и этноспецифические отличия в полевой структуре концепта LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ в английской и русской лингвокультурах представлены в табл. 5.

Сходства и различия когнитивных признаков
полевых структур ценностного концепта LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ

Поле	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
НОМИНАТИВНОЕ	LOYALTY	ПРЕДАННОСТЬ	LOYALTY	ПРЕДАННОСТЬ
	<i>allegiance attachment devotion faithfulness fealty fidelity loyalty</i>	<i>верность добросовестность любовь преданность привязанность приверженность честность</i>	<i>commitment</i>	<i>надежность постоянство стойкость</i>
ИНФОРМАЦИОННОЕ	1. Постоянство в привязанности к к-л, ч-л.:			
	<i>condition of being faithful/loyal to smb or smth</i>	<i>способность быть верным</i>	<i>меньшая устойчивость</i>	<i>большая устойчивость</i>
ИНТЕРПРЕТАЦИОННОЕ	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	<i>marital</i>	<i>супружеская</i>	<i>childhood, daughter's, devout, father's, gooey, national, people's, public, religious</i>	<i>взаимная, личная</i>
	2. Отнесенность к сфере чувств и эмоций:			
	—	—	<i>emotional, gooey sentimental</i>	—
	«Надо»:			
<i>to thank for, to value</i>	<i>благодарить, ценить</i>	<i>to pledge, to hail, to sing of, to credit for, to reward, to celebrate</i>	<i>замечательно говорить, воспитать в ком-то, почитать, славиться</i>	
ОЦЕНОЧНАЯ ЗОНА	Положительная концептуализация			
	<i>deep, secure, real, true</i>	<i>глубокая, надежная, настоящая,</i>	<i>absolute, captivating, enduring, inspiring, intense, powerful, selfless, single-minded, steadfast, unflinching, unparalleled, unsurpassed, unwavering</i>	<i>безопасная, искренняя, невероятная, беззаветная, безграничная, запредельная, неиссякаемая, самоотверженная, сердечная, твердая</i>

г) утилитарная зона	Отрицательная концептуализация			
	—	—	<i>blind, dangerous, feral, monomaniacal, servile, slavish</i>	—
	Целеполагания, направленные на пользу/ во благо человеку			
	а) в духовной сфере:			
	—	—	<i>to inspire people</i>	<i>помогать переносить трудности; способствовать налаживанию отношений и сохранению семьи</i>
	б) в материальной сфере:			
	—	—	<i>to reach the goals; loyalty is the best recipe for success</i>	<i>улучшить качество жизни и здоровье</i>
	Дополнительные характеристики			
	—	—	Loyalty is hard to come by	—
	—	—	Financial reward for loyalty (<i>to promote smb in return for loyalty; to reward loyalty above all else; to reward highly for fealty</i> и др.)	—
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИМИ КОНЦЕПТАМИ				
AFFECTION, LOVE COURAGE, FORTITUDE, GENEROSITY INTEGRITY	ЛЮБОВЬ, СМЕЛОСТЬ, СТОЙКОСТЬ, ЩЕДРОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ	KINDHEARTEDNESS, RESILIENCE, RESPECT	ВЗАИМОВЫРУЧКА, ИСКРЕННОСТЬ, МУДРОСТЬ, НАДЕЖНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОСТОЯНСТВО, ПОРЯДОЧНОСТЬ, УВЕРЕННОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ	

2.6. Ценностный концепт TOLERANCE/ТОЛЕРАНТНОСТЬ в английских и русских медиатекстах

2.6.1. Ценностный концепт TOLERANCE в английском языке

TOLERANCE представляет собой ценностный ориентир британского общества и понимается как «справедливое, объективное и снисходительное отношение к тем, чьи мнения, убеждения, обычаи, расовое или этническое происхождение и т. д. отличаются от собственных» [RHWUED]. В настоящее время наблюдается большой интерес к изучению толерантности в английской лингвокультуре отечественными и зарубежными учеными, среди которых А.О. Карпов (2015), В.В. Диденко (2016), В.Г. Павленко (2016), В.С. Нарчук (2020), Е. Molodykh-Nagaeva

(2017), J. Lu, X. Yu (2018), J. Antonenko (2019), V.I. Tarmaeva, V.S. Narchuk (2020). L. Avakyan, G. Tsimmerman, A. Zimmermann, V. Shcherbakov (2021), O. Chaika, I. Savytska, N. Sharmanova, L. Zakrenytska (2021), Y. Tikan (2021) и др. Внимание к этому явлению можно объяснить современным состоянием общества, наполненного речевой агрессией и коммуникативными конфликтами [Abdulkadyrova, Kadachieva 2022б: 9]. Современные проблемы человечества указывают на то, что людям сложно принимать изменения, происходящие в обществе, а толерантность является неким компромиссом для преодоления конфликтов.

В данной работе мы рассматриваем ценностный концепт TOLERANCE в виде полевой структуры.

1. Номинативное поле

Анализ лексикографических источников (DMW, LDCE, MED, NRTELDf) позволил выявить в качестве ключевого репрезентанта лексему *tolerance*, а в качестве дополнительных репрезентантов – *acceptance*, *broad-mindedness*, *endurance*, *equity*, *fairness*, *forbearance*, *justice*, *legitimacy*, *long-suffering*, *liberalism*, *open-mindedness*, *patience*, *political correctness*, *reasonableness*, *square deal*, *sportsmanship*, *sufferance*, *toleration*. Не все вышеперечисленные синонимы представляют данный концепт как ценностный, что объясняется тем, что некоторые лексемы не содержат предполагаемый когнитивный признак концепта, как, например, *square deal*, *sportsmanship*, *justice*, *legitimacy*, *liberalism*. Другой причиной является то, что отдельные синонимы отсутствуют в медиатекстах за указанный период (например, *long-suffering*, *endurance*, *broad-mindedness*, *open-mindedness* и др.). Таким образом, в современных британских медиатекстах вышеперечисленный ряд синонимов сужается до следующих: *acceptance*, *forbearance*, *patience*, *toleration*.

Рассмотрим некоторые особенности синонимов лексемы *tolerance*, которая наряду с общеупотребительным значением широко используется в науке, медицине и механике. До начала XX века более распространенным вариантом была лексема *toleration*, а затем в приоритете стало слово *tolerance*, которое чаще используется в религиозном дискурсе [<https://grammarist.com>]. Если лексема *tolerance* используется в зна-

чении «снисходительность» или «терпение», то слово *acceptance* используется в значении «одобрение» или «получение», а [<https://www.differencebetween.com/>]:

«*Jeremy Corbyn has previously praised the **tolerance** and **acceptance** of other faiths, traditions and ethnic groups in Iran.*» (The Independent, 02.01.2018).

«*To tolerate*» обычно относится к тому, что вы позволяете; что не запрещаете, а «*to forbear*» – акцент делается на самоограничении и на том, от чего вы себя сдерживаете [<https://spiritandtruthonline.org/forbearance-vs-tolerance/>].

Разница между *tolerance* и *patience* состоит в том, что *tolerance* – это принятие того факта, что вы не можете действовать по-своему во всех жизненных обстоятельствах, а *patience* – это способность сохранять хладнокровие в трудных условиях и не позволять себе выйти из-под контроля. [<https://www.differencebetween.com/>], сближаясь по значению с «*forbearance*»:

«*People of all faiths have shown enormous **patience** and **forbearance**,*’ says Robert Jenrick.» (The Independent, 06.06.2020).

2. Информационное поле

Данные лексикографических источников английского языка (DMW, LDCE, MED, NRTELDf) представляют собой основу для понятийной составляющей концепта TOLERANCE. В процессе анализа словарных статей было отобрано следующее семантическое толкование лексемы *tolerance*, которая определяется как духовное качество/способность человека: *the quality of being willing to accept or tolerate somebody/something, especially opinions or behaviour that you may not agree with, or people who are not like you* [OLD].

Как уже указывалось, такие значения лексемы *tolerance*, как «*the capacity of the body to endure or become less responsive to a substance (such as a drug) or a physiological insult especially with repeated use or exposure*» и «*in machine parts, a variation in size that will not cause malfunction; allowable variation*», относящиеся к медицинской и технической тематике, в данном исследовании не рассматриваются.

В проанализированных дефинициях прослеживается смысловая линия «принятие ситуации /позволение» и присутствует объект, по отношению к которому проявляется терпимость к *другому* (other people, differing from, not agree

with, not like you): – к другим взглядам, идеям, мнениям; – этносу; – вере; – культуре и т.д. [Жмырова 2006: 1265]. В своей работе А.О. Карпов выделяет три модуля такой «персонифицированной» толерантности: 1) принять конкретного другого – значит относиться к нему как к своему или как к самому себе. В основе этого модуля лежат чувства симпатии, дружбы, любви. 2) понять конкретного другого – эмпатически «встать на его место». 3) жить просто рядом – умение терпеть другого; не принимая и не понимая его особое [Карпов 2015: 155–156].

Павленко В.Г. пишет: «В английском языке концепт TOLERANCE ассоциируется как с физическими, так и с моральными страданиями» [Павленко 2016: 75]. Рассматривая *tolerance* как морально-этическую ценность, составляющую духовной сферы, представляется возможным выделить следующий когнитивный признак концепта: *the quality of willingness to accept somebody/something different from one's own*. Рассмотрим, как на материале современных британских медийных текстов выявленный когнитивный признак эксплицируется в рамках информационного поля.

Как упоминалось ранее, объектом «принятия» могут выступать: *race, religion, customs, opinions or behavior*, что служит основанием для классификации толерантности – *расовой, конфессиональной, межкультурной, интеллектуальной* и др. В проанализированных медийных текстах было продемонстрировано положительное отношение британцев ко всем видам толерантности. Например:

«We teach our children the values of tolerance, decency and moral courage. Racism, nativism, and anti-Semitism are evil. History teaches we all have an obligation to confront & reject such malicious hate.» (The Independent, 18.04.21).

В современных медийных текстах часто встречается выражение *zero tolerance* (нулевая толерантность, абсолютная, полная нетерпимость, решительное неприятие, недопущение), под которым понимается «политика или практика нетерпимости нежелательного поведения, такого как насилие или незаконное употребление наркотиков, особенно при автоматическом назначении суровых наказаний за первые правонарушения» [AHD]. Наиболее частыми объектами такой политики являются *corruption, discrimination, racism, disorder, drinking and driving* [Диденко 2016: 161–162]. В британских медийных текстах такую нетерпимость испытывают

к совершению людьми следующих поступков: *crime, bad behavior in school, violence against women, bullying and harassment, prejudiced people in policing, unwanted attention from strangers, child sexual abuse, tackling gender-based, doping* и др.:

«*We have zero tolerance for bullying or harassment.*» (The Independent, 01.12.2022).

Анализ медийных текстов показал, что в британском обществе намечается тенденция от чрезмерной толерантности до уровня нулевой, то есть от ценности к антиценности.

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона концепта расширяет представления о его принадлежности:

– к сфере субъекта/объекта – *collective tolerance*:

«*And that's by showing a collective forbearance, common sense and willingness to make sacrifices for the safety of others.*» (The Independent, 29.09.2020);

– к сфере темпоральности: *continued, endless*:

«*We ask for your continued patience and prayers at this tragic time,*» a statement posted on their Facebook page read, the first on the record naming of the victims.» (The Independent, 14.06.2021).

В отличие от энциклопедической зоны, **регулятивная зона** представлена шире. Она включает в себя те когнитивные признаки, которые определяют только то, что «надо» делать в сфере ценностного концепта TOLERANCE и вербализуются сочетаниями репрезентантов концепта с модальными глаголами и глаголами с установкой на ценностную ориентацию: *to promote, to teach the values of tolerance; to strengthen, to praise the tolerance and acceptance; to find that sense of acceptance; to need for, to call for the mainstream acceptance; to thank for, to show gratitude for forbearance; to ask for only tolerance, forbearance, patience; to appreciate, to issue a plea for, to be grateful for, to plead for patience* и др.:

«*The prime minister thanked the people of Leicester for their «forbearance» and insisted the government was in “constant communication” with them...*» (The Independent, 29.06.2020).

В ходе изучения вербализации концепта TOLERANCE не были выявлены случаи, в которых бы актуализировался когнитивный признак с отрицательной оценкой «не надо», что объясняется положительной природой данного явления.

Когнитивным признаком *оценочной зоны* концепта TOLERANCE выступает интенсивность проявления анализируемого чувства, которая вербализуется прилагательными с усилительно-оценочным значением: *broad, enormous, incredible, superhuman*, за исключением *zero tolerance*:

«*The slowburning relationship between Cathy, a widow and mother of **superhuman forbearance**, and her late husband's best pal Michael elevated what could have been a run-of-the-mill suburban comedy into a beautifully composed portrait of friendship, grief and mid-life romance.*» (The Independent, 12.01.2020).

Значимость толерантности в жизни британского общества прослеживается в *утилитарной зоне* интерпретационного поля концепта, которая включает в себя когнитивные признаки, связанные с возможностью использования *tolerance* во благо человека и общества. В этой зоне выявлены целеполагания в зависимости от сферы применения:

– в духовной сфере:

1) защищать права, искоренить расизм:

«*The only way forward is **to stamp out racism and ageism, with education, mutual respect and tolerance.***» (The Independent, 02.12.2022);

2) помочь пережить трудное время; проявлять сострадание:

«*People of all faiths have shown **enormous patience and forbearance, unable to mark Easter, Passover, Ramadan or Vaisakhi with friends and family in the traditional way.***» (The Independent, 06.06.2020);

– в материальной сфере: добиться успеха/победить:

«*As Madison Keys has learned, **patience is a virtue.** Keys said that **patience was something I have had to get better at in all aspects of my life, especially on the tennis court.***» (The Independent, 03.06 2018).

В ходе изучения медийных текстов были выявлены многочисленные примеры взаимодействия концепта TOLERANCE с такими ценностными концептами, как ALTRUISM, CHARITY, COMPASSION, COURAGE, DECENCY, GENEROS-

ITY, LOVE, MUTUAL UNDERSTANDING, RESILIENCE, RESOLVE, RESPECT, SPIRIT, SUPPORT, UNITY, WILLINGNESS и др., что свидетельствует о значимости толерантности в общей системе ценностей британской нации:

«And thanks to your forbearance, your good sense, your altruism, your spirit of community, thanks to our collective national resolve, we are on the brink of achieving that first clear mission [...]» (The Independent, 27.04.2020).

Выделенный когнитивный признак позволил раскрыть актуальность изучаемого чувства в жизни современного британского общества. Данное исследование подтверждает представление о толерантности как ценности, направленной на готовность человека принимать другую культуру, веру, обычаи и др. как в материальной, так и духовной сферах, взаимодействующей с другими духовными ценностями на фоне усиливающейся тенденции к нулевой толерантности.

2.6.2. Ценностный концепт ТОЛЕРАНТНОСТЬ в русском языке

Толерантность – положительное нравственно-этическое качество личности, которое проявляется в терпимости и умении жить в мире и согласии с людьми другой культуры. Обладая такой добродетелью, «человек способен сохранить свою индивидуальность, верность себе, делается мудрым и более гармоничным» [ОДК 2000]. В последнее время к концепту ТОЛЕРАНТНОСТЬ отмечается научный интерес исследователей, среди которых Е.С. Сумина (2007), А.О. Карпов (2015), В.В. Диденко (2016), Е.В. Валиулина, В.В. Шиллер, З.В. Боровикова (2019), Ч. Ваньжоу (2019), Т.А. Воронцова, Т.Р. Копылова (2021), Л.В. Удалова, С.Е. Горшкова, Л.Я. Мещерякова (2021) и др. Анализируемое явление признано одним из самых актуальных и противоречивых междисциплинарных объектов научных исследований в условиях цивилизации [Сумина 2007: 6]. Об актуальности этого явления также свидетельствует частота употребления термина в центральных печатных СМИ за последние годы, которая возросла почти в 15 раз [Рылова 2015].

В данном исследовании концепт ТОЛЕРАНТНОСТЬ рассматривается как ценность в виде сложной полевой структуры.

1. Номинативное поле

Формирование номинативного поля проводилось на основе изучения лексикографических источников (ССРЛЯ, СРСССВ, ССРЯ, ССРЯ.САРЯ, СРЯ₁ и др.), что позволило определить в качестве ключевой лексемы слово *толерантность*, а в качестве дополнительных репрезентантов концепта – синонимы *либерализм*, *либеральность*, *мягкость*, *невзыскательность*, *нетребовательность*, *политкорректность*, *привыкание*, *снисходительность*, *снисхождение*, *терпение*, *терпимость*. Поскольку в работе мы изучаем толерантность как способность, свойство, отношение, «положительное нравственно-этическое и волевое качество личности, проявляющееся как терпимость по отношению к людям, как снисхождение, умение прощать» [ОДК 2000], то не все представленные выше лексемы могут рассматриваться как синонимы ключевой единицы. Лексемы *либерализм*, *либеральность*, *невзыскательность* не отражают положительного статуса изучаемого концепта, а слова *нетребовательность*, *привыкание*, *снисхождение* отсутствуют в медиатекстах за указанный период.

Наиболее близким синонимом толерантности является *терпимость*. В отечественных научных трудах эти понятия «часто используются как взаимозаменяемые, поэтому имя русского концепта состоит из двух компонентов, а сам концепт обозначается как «семантический дублет» ТОЛЕРАНТНОСТЬ-ТЕРПИМОСТЬ» [Сумина 2007: 6]. В значении русского слова «терпимость» подчеркивается «пассивный характер восприятия мира, который проявляется в психологической способности признавать чужое мнение, право других как свойство характера» [Ваньжоу 2019:85]. Толерантность же отражает бóльшую активную позицию, представляющую одобрение и поддержку разнообразия мира и права на различие людей и мнений. Несмотря на наличие оттенка в значениях этих синонимов, в последнее время в России наблюдается тенденция замены заимствованного термина «толерантность» на традиционное «терпимость» [Рылова 2015].

В качестве синонимов *толерантности*, зафиксированных в медийных текстах за 2018-2022 гг., выступают лексемы: *мягкость, политкорректность, снисходительность, терпение, терпимость*:

*«Главные направления документа – региональная безопасность, обеспечение торговли в масштабе всей Ферганской долины, которая представляет собой огромный рынок сбыта, воспитание населения в духе **толерантности и терпимости**, улучшение городской инфраструктуры.»* (Российская газета, 12.11.2022)

2. Информационное поле

Изучение информационного поля концепта ТОЛЕРАНТНОСТЬ позволило определить понятийную составляющую концепта путем анализа дефиниций толковых словарей (СРЯ₁, НСРЯ.ТС, ТСРЯ₁, ТСРЯ₂), в процессе которого было установлено обобщенное значение лексем *толерантность* как *терпимость к чуждому образу жизни, поведению, характеру, обычаям, привычкам, чувствам, мнениям, поведению, идеям, верованиям*. Такие значения лексем *толерантность*, как «способность переносить неблагоприятное воздействие какого-л. вещества или яда (об организме)» и «отсутствие иммунологической реактивности», относящиеся к медицинской тематике, в данном исследовании не учитываются.

Анализ словарных статей показал, что во всех толкованиях ключевого репрезентанта изучаемого концепта прослеживается общий компонент «терпеть» и присутствует объект, по отношению к которому проявляется терпимость. На основе дефиниций лексем *толерантность* представляется возможным вывести когнитивный признак изучаемого концепта – *способность терпеть чужое*:

*«Это одно из основных психологических качеств космонавтов – быть коммуникабельным и спокойно реагировать на **чужие недостатки**. Должна быть **толерантность друг к другу**.»* (Российская газета, 11.04.2020).

Анализ медиатекстов показал положительное отношение россиян к толерантности, в основе которой лежат аксиологически значимые составляющие ценностной картины мира российского общества: *уважение, сотрудничество, эмпатия, выдержка, внимание, сострадание* и др.:

«*Российские мусульмане на фоне непростых дней на Западе и у границ нашей страны проявляют терпимость и показывают пример другим народам и религиям, как необходимо уважать друг друга, взаимодействовать и сотрудничать во имя будущего.*» (Российская газета, 04.11.2020).

Таким образом, когнитивный признак *способность терпеть чужое* характерен для современного ценностного концепта ТОЛЕРАНТНОСТЬ и достаточно широко представлен в российских медиатекстах.

3. Интерпретационное поле

Энциклопедическая зона изучаемого концепта расширяет представления о его отнесенности:

– к сфере субъекта/объекта: *человеческое, профессиональное, тренерское:*

«*Но, пожалуй, самое главное в рецепте – выдержка. Как время брожения, так и человеческое терпение.*» (Российская газета, 14.09.2022);

– к сфере темпоральности: *бесконечная, многолетняя, новая:*

«*О новой толерантности ... Плюсов масса, основной из которых - дети учатся толерантности.*» (Российская газета, 10.01.2022).

Когнитивные признаки *регулятивной зоны* определяют, что «надо, а что не надо» делать в сфере, «покрываемой» концептом. Когнитивный признак «надо» актуализируется в медиатекстах сочетанием репрезентантов концепта с положительно маркированными глаголами: *оправдать снисходительность; развивать, благодарить за терпение, воспитывать, проповедовать, выступать за терпимость, учить терпимости; быть за толерантность:*

«*В учениках здесь стараются воспитывать толерантность и сострадание.*» (Российская газета, 02.10.2019).

Когнитивным признаком *оценочной зоны* концепта ТОЛЕРАНТНОСТЬ выступает интенсивность природы самого чувства, которая вербализуется посредством словосочетаний лексических репрезентантов концепта с положительно маркированными прилагательными: *полезная, легкая, великолепная снисходительность; огромное терпение; неожиданная, чрезвычайная мягкость; большая терпимость; настоящая толерантность, полезная политкорректность.* В ходе

изучения рассматриваемого концепта в рамках оценочной зоны не было выявлено случаев отрицательной концептуализации изучаемого явления:

*«**Политкорректность** как род ответственной самооценки – вещь, несомненно, полезная.»* (Российская газета, 23.12.2021).

Анализ медиатекстов позволил выявить когнитивные признаки **утилитарной зоны**, определяющие направленность данной ценности в материальной сфере: достичь результатов/успеха и преодолевать трудности:

*«Президент отметил мужество, **терпение** и самопожертвование врачей в сложнейшие периоды эпидемии коронавируса.»* (Российская газета, 19.06.2022).

Анализ материала исследования по российской прессе выявил дополнительные характеристики толерантности. Так, отсутствие толерантности, или нетерпимость, ведет к ожесточению общества и вызывает страх:

*«Инклюзия – шанс выжить в современном мире. Изолировать этих людей вне социума, не только перечеркнет их жизнь. **Пострадает само общество, став жестоким и нетерпимым к любым изъясам.** Очень печально было получить видео, на котором разбиваются в прах все призывы к **толерантности и эмпатии.**»* (Российская газета, 01.09.2022).

В российских медийных текстах нетерпимость к больным ВИЧ и неполноценности порицается в обществе, а нетерпимость, призывающая противостоять коррупции, неонацизму, русофобии, национализму, экстремизму и ксенофобии, одобряется. Следовательно, лексема **нетерпимость** может иметь положительный и отрицательный аксиологический статус, зависящий от природы объекта, к которому проявляется данное чувство:

*«Наш общий долг – помнить об этом великом подвиге, об уроках прошлого, которые призывают нас быть бдительными и **всемерно противостоять экстремизму, ксенофобии, национальной нетерпимости.**»* (Российская газета, 23.09.2021).

В проанализированных медиатекстах отмечаются случаи употребления концепта **ТОЛЕРАНТНОСТЬ** в контексте с другими ценностными концептами чувств,

качеств и свойств человеческой натуры: ВЗАИМОПОНИМАНИЕ, ГЕРОИЗМ, ДОБРОТА, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ, ДОБРОСЕРДЕЧНОСТЬ, ДОВЕРИЕ, ЗАДУШЕВНОСТЬ, КОММУНИКАбельность, КРЕАТИВНОСТЬ, ЛЮБОВЬ, МИЛОСЕРДИЕ, МУЖЕСТВО, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ОТЗЫВЧИВОСТЬ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ПРЕДАННОСТЬ, СТОЙКОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, ТАЛАНТ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ, ЩЕДРОСТЬ и др. Сопряженность с положительными чувствами и свойствами человека, важными для российского общества, свидетельствует о положительном аксиологическом статусе анализируемого явления:

«Продолжая размышлять об интеллигентности и культуре, Юрий Михайлович говорит, что понятие «интеллигентность» включает в себя не только доброту и терпимость, но также стойкость, твердость и даже героизм.» (Российская газета, 25.02.2022).

Обобщая вышеизложенное, концепт ТОЛЕРАНТНОСТЬ можно охарактеризовать как ценность российского общества как необходимый компонент поддержания гармоничных отношений в современном многонациональном и многокультурном мире. Она помогает достичь лучших результатов/успехов и преодолевать трудности.

2.6.3. Сравнительно-сопоставительный анализ ценностных концептов TOLERANCE и ТОЛЕРАНТНОСТЬ

Сравнительно-сопоставительный анализ концепта TOLERANCE/ТОЛЕРАНТНОСТЬ в англо- и русскоязычной культурах, проведенный на основе лексикографических ресурсов и современных медиатекстов, позволил выявить сходства и этноспецифические особенности данного явления, отражающие ментальность и культуру изучаемых обществ. Как показал анализ научной литературы, концепт TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ является значимым объектом для изучения как в англо-, так и русскоязычной культурах. Это можно объяснить тем, что толерантность представляет собой некий способ для преодоления конфликтов, проблем человечества, возникающих в современном обществе, наполненном речевой агрессией.

В результате изучения лексикографических источников было установлено, что номинативное поле структуры ценностного концепта TOLERANCE включает в себя 19 лексических репрезентантов, а концепта ТОЛЕРАНТНОСТЬ – 12. Поскольку в данном исследовании концепт TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ рассматривается исключительно как положительное нравственно-этическое качество, синонимический ряд ключевой лексемы сужается. В результате анализа толкований лексем и их употребления в современных медиатекстах было установлено, что номинативное поле концепта TOLERANCE включает в себя 5 репрезентантов (*acceptance, forbearance, patience, tolerance, toleration*), номинативное поле концепта ТОЛЕРАНТНОСТЬ – 6 (*мягкость, политкорректность, снисходительность, терпение, терпимость, толерантность*). Различие в номинативном поле структуры концепта проявляется в наличии *acceptance* в английском языке и лексем *мягкость, политкорректность* – в русском.

В рамках **информационного поля** концепта были изучены словарные толкования ключевых лексем *tolerance* и *толерантность*, анализ и обобщение которых позволили выделить схожий когнитивный признак концепта в английском и русском языках: *the quality of willingness to accept somebody/something different from one's own / способность терпеть чужое*. Различием в когнитивных признаках в рамках информационного поля является то, что в английской лингвокультуре под толерантностью понимается «принятие ситуации /позволение» что-то сделать, то есть проявление терпимости к *другому*, а в русской лингвокультуре – «терпеть чужое». Русские более категоричны в оценке «другого».

В **интерпретационном поле** структуры концепта также наблюдаются сходства и различия. Выявленный когнитивный признак *энциклопедической зоны* концепта в обеих культурах имеет отнесенность к сфере субъекта/объекта (*collective, человеческое, профессиональное, тренерское терпение*) и темпоральности (*continued, endless, бесконечная, многолетняя, новая*).

Когнитивные признаки *регулятивной зоны* эксплицируются в медиатекстах словосочетаниями положительно маркированных глаголов с лексическими репре-

зентантами концепта TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ. Изучение и анализ медиатекстов позволили найти одно сходство в экспликации концепта в обеих культурах, которое проявляется в способности *to teach/ учить, проповедовать*. Этноспецифические особенности изучаемого концепта выражаются в том, что *tolerance* в сознании британцев – это чувство, которое нужно *to promote, to strengthen, to find, to praise, to need for, to call for, to thank for, to show gratitude for, to ask for, to plead for, to appreciate, to issue a plea for, to be grateful for*. Для русского общества – это чувство нужно *оправдывать, развивать, воспитывать, выступать за, быть за него*.

Оценочная зона анализируемого концепта в англо- и русскоязычной культурах включает когнитивный признак, в качестве которого выступает интенсивность чувства. Он актуализируется словами-интенсификаторами – прилагательными с положительной коннотацией: в английском языке – *broad, incredible, superhuman*, а в русском – *большая, великолепная, легкая, настоящая, полезная, неожиданная, чрезвычайная*. Общий признак для обеих лингвокультур выражается только прилагательным *enormous/ огромная*. В изучаемых медийных текстах не наблюдается отрицательной концептуализации когнитивного признака в пределах оценочной зоны

В утилитарной зоне структуры концепта практические возможности использования толерантности во благо человека и общества в целом в исследуемых языках разнятся как в количественном, так и в содержательном плане. Так, цели в духовной сфере выявлены только в британских медиатекстах: 1) *to stamp out racism and ageism; to defend equal rights*; 2) *to help to go through difficult times*. А в русской прессе – две цели, направленные на пользу, как индивида, так и общества в материальной сфере: 1) *преодолевать трудности*; 2) *достичь результатов/ успеха*. Сходства ценностного концепта TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ в рамках данной зоны проявляется в целеполагании в материальной сфере – *to help to succeed, to win/ достичь результатов, успеха*.

В анализируемых англо- и русскоязычных медийных текстах встречаются случаи интолерантности (*zero tolerance /нетерпимость*) общества к некоторым

поступкам и явлениям, порицаемым в обществе. В британской лингвокультуре *zero tolerance* проявляется к *discrimination, racism, disorder, drinking, driving, crime, bad behavior in school, violence against women, bullying and harassment, prejudiced people in policing, unwanted attention from strangers, child sexual abuse, tackling gender-based, doping*, а в русской – **нетерпимость** к **неонацизму, русофобии, национализму, экстремизму, ксенофобии**. Сходство в рамках интолерантности в обеих лингвокультурах проявляется в нетерпимости к коррупции.

В ходе исследования было выявлено взаимодействие концепта TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ с другими ценностными концептами: в английских медиатекстах – ALTRUISM, COMPASSION, RESOLVE, RESPECT, SUPPORT, UNITY, WILLINGNESS, а в российских – ГЕРОИЗМ, ДОВЕРИЕ, ГИБКОСТЬ, ДОБРО-СЕРДЕЧНОСТЬ, ЗАДУШЕВНОСТЬ, ВОЛЯ, ТАЛАНТ, КРЕАТИВНОСТЬ, КОММУНИКАбельНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПРЕДАННОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ. Помимо взаимодействия с вышеперечисленными концептами, зафиксированы и общие для обеих лингвокультур: CHARITY/МИЛОСЕРДИЕ, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ; COURAGE, SPIRIT/МУЖЕСТВО; GENEROSITY/ЩЕДРОСТЬ, ДОБРОТА, ОТЗЫВЧИВОСТЬ; DECENCY/ПОРЯДОЧНОСТЬ; LOVE/ЛЮБОВЬ; MUTUAL UNDERSTANDING/ВЗАИМОПОНИМАНИЕ; RESILIENCE/СТОЙКОСТЬ. Такое взаимодействие свидетельствует о сопряженности толерантности с глубокими чувствами и свойствами человека, важными для изучаемых лингвокультур.

В обеих лингвокультурах изучаемый концепт имеет положительный аксиологический статус. Представленные сходства и различия концепта TOLERANCE в английской лингвокультуре и концепта ТОЛЕРАНТНОСТЬ в русскоязычной культуре показали, что, несмотря на то, что толерантность проявляется в любой культуре, мы не можем говорить об идентичности изучаемого концепта в этих языках. Выявленные сходства и этноспецифические отличия в полевой структуре концепта TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ в английской и русской лингвокультурах представлены в табл. 6.

Сходства и различия когнитивных признаков полевых структур
ценностного концепта TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ

Поле	Сходства		Различия		
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	
НОМИНАТИВНОЕ ИНФОРМА	TOLERANCE	ТОЛЕРАНТНОСТЬ	TOLERANCE	ТОЛЕРАНТНОСТЬ	
	<i>forbearance, patience, tolerance, toleration</i>	<i>снисходительность, терпение, терпимость, толерантность</i>	<i>Acceptance</i>	<i>мягкость, политкорректность</i>	
ИНТЕРПРЕТАЦИОННОЕ	Восприятие другого/чужого				
	<i>the quality of willingness to accept somebody/something</i>	<i>способность терпеть к-л., ч-л.</i>	<i>other, different from one's own</i>	чужое	
ИНТЕРПРЕТАЦИОННОЕ	а) энциклопедическая зона	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
		—	—	<i>Collective</i>	<i>профессиональная, тренерская, человеческая</i>
		2. Отнесенность к темпоральности:			
	<i>endless</i>	<i>бесконечная</i>	<i>continued</i>	<i>многолетняя, новая</i>	
	б) регулятивная зона	«Надо»:			
		<i>to thank for, to teach</i>	<i>благодарить, учить, проповедовать</i>	<i>to promote, to strengthen, to find, to praise, to need for, to call for, to show gratitude for, to ask for, to plead for, to appreciate, to issue a plea for, to be grateful for</i>	<i>оправдать, развивать, воспитывать, выступать за, быть за</i>
в) оценочная зона	Положительная концептуализация				
	<i>enormous</i>	<i>огромная</i>	<i>broad, incredible, superhuman</i>	<i>большая, великолепная, легкая, настоящая, полезная, неожиданная, чрезвычайная</i>	

г) утилитарная зона	Целеполагания, направленные на пользу/ во благо человека			
	а) в духовной сфере:			
	—	—	to stamp out racism and ageism; to defend equal rights	—
	—	—	to help to go through difficult times	—
	б) в материальной сфере:			
	to help to succeed, to win	достичь результатов/ успеха	—	—
	—	—	—	преодолевать трудности
Zero tolerance for/нетерпимость к				
	<i>corruption</i>	<i>коррупции</i>	<i>discrimination, racism, disorder, drinking, driving, crime, bad behavior in school, violence against women, bullying and harassment, prejudiced people in policing, unwanted attention from strangers, child sexual abuse, tackling gender-based, doping</i>	<i>неонацизму, русофобии, национализму, экстремизму, ксенофобии</i>
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИМИ КОНЦЕПТАМИ				
	CHARITY, COURAGE, SPIRIT, GENEROSITY, DECENCY, LOVE, MUTUAL UNDERSTANDING, RESILIENCE	МИЛОСЕРДИЕ, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬ- НОСТЬ, МУЖЕСТВО, ЩЕДРОСТЬ, ДОБРОТА, ОТЗЫВЧИВОСТЬ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ЛЮ- БОВЬ, ВЗАИМОПОНИМАНИЕ, СТОЙКОСТЬ	ALTRUISM, COMPASSION, RESOLVE, RESPECT, SUPPORT, UNITY, WILLINGNESS	ГЕРОИЗМ, ДОВЕРИЕ, ГИБКОСТЬ, ДОБРОСЕРДЕЧНОСТЬ, ЗА- ДУШЕВНОСТЬ, ТАЛАНТ, ТВЕРДОСТЬ, КРЕАТИВНОСТЬ, КОММУНИКАбельНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПРЕДАННОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ

Выводы

Проведенный анализ лексикографических источников и современных британских и российских медийных текстов, взятых из «The Independent» и «Российская газета» за 2018–2022 гг., позволяет нам утверждать, что концептосфера духовных ценностей британской и русской лингвокультур включает в себя следующие концепты: COURAGE/ МУЖЕСТВО, HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ, KINDNESS/ ДОБРОТА, LOVE/ ЛЮБОВЬ, LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ, TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ.

Исследование проводилось на основе разработанного алгоритма моделирования структуры ценностного концепта и концептосферы, включающей в себя номинативное, информационное и интерпретационное поля и способствующей выявлению когнитивных признаков и их ценностных составляющих. Когнитивные признаки номинативного и информационного полей структуры концепта выявляются по данным, зафиксированным в словарях, и характеризуются относительной статичностью, в отличие от когнитивных признаков интерпретационного поля, выводимых на основе материала медиатекстов и отличающихся своей динамичностью и вариативностью.

В *номинативном поле* структуры концептов были выявлены ключевые репрезентанты концептов и их синонимы, количество которых различается при их сравнении в изучаемых лингвокультурах, что говорит о степени семантической и номинативной плотности концепта. Общность репрезентантов изучаемых ценностных концептов обусловлены положительной оценочностью и отнесенностью к категории чувств, качеств характера и способностей человека.

Изучение *информационного поля* концептов позволило выявить содержательную сторону ценностных концептов и вывести их когнитивные признаки, включающие в себя аксиологические компоненты и имеющие общие и специфичные семантические составляющие. Все выведенные когнитивные признаки нашли отражение и интерпретацию в современном медийном пространстве.

Большую значимость для данной работы представляет собой исследование *интерпретационного поля* структуры концептов, которое в современных медиатекстах представлено энциклопедической, регулятивной, оценочной и утилитарной зонами. *Энциклопедическая зона* представляет собой наиболее устойчивую

часть рассматриваемого поля и расширяет представления о явлении в сфере субъекта/объекта, в сфере качеств/свойств, в сфере чувств, эмоций и морали. Сходства концептов в данной зоне обусловлены наличием определенных признаков в сфере субъекта/объекта, а отличия проявляются в содержательной стороне этих сфер.

В ходе изучения *регулятивной зоны* была выявлена значительная вариативность когнитивного признака «надо» во всех концептах и единичные случаи, в которых актуализируется когнитивный признак с отрицательной оценкой «не надо», что объясняется положительной природой изучаемых явлений.

Особую роль для подтверждения ценностного статуса изучаемых концептов в данном исследовании играют оценочная и утилитарная зоны. Когнитивным признаком *оценочной зоны* является интенсивность проявления чувства/качества, вербализируемая прилагательными с оценочно-усилительными значениями. В процессе изучения особенностей вербализации концептов были выявлены частные случаи, в которых актуализируется когнитивный признак с отрицательной оценкой.

Исследование *утилитарных зон* интерпретационных полей концептов позволило вывести когнитивный признак «на пользу/во благо» и констатировать только положительные целеполагания ценностей, направленных на совершенствование человека и общества в духовной и материальной сферах. Однако зафиксировать все цели практического использования ценности не представляется возможным в силу разнообразных и многочисленных сфер взаимодействия внутреннего мира человека с внешним.

Проведенный анализ медийных текстов выявил факт взаимодействия изучаемых концептов с другими ценностными концептами, что позволяет говорить об их связи с глубокими и сильными человеческими чувствами и свойствами, ценными в рассматриваемых обществах.

Все изученные концепты представляют собой ключевые ценностные качества и чувства, значимые для британского и российского обществ. Сравнительно-сопоставительный анализ позволяет говорить об отсутствии идентичности изучаемых концептов, о чем свидетельствуют национально-специфические различия на всех уровнях структурах ценностных концептов в английской и русской лингвокультурах, представленных в табл. 1–6.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире отмечается значительный интерес к проблемам национального менталитета и культурной самобытности общества, которые отражаются в его ценностной системе. Это объясняется тем, что ценности воплощают жизненный опыт предыдущих поколений, отражают культурно-исторический опыт народа и особенности его мировосприятия, направляют поведение людей и влияют на все сферы человеческой жизни.

Система ценностей фиксируется в языке и реализуется в дискурсе в виде ценностных концептов, которые объединяют разные виды ментальных явлений, структурирующих знания в сознании человека. Концепты вербально выражаются через лексемы, словосочетания, пословицы, поговорки, речевые единицы, фрагменты дискурса и т.д. Совокупность концептов, объединенных на основании того или иного признака, представляет собой «концептосферу», которая обладает определенными характеристиками.

Анализ научных трудов отечественных и зарубежных исследователей показал, что за последние 20 лет написано немало работ, посвященных изучению отдельно взятого ценностного концепта в одном или нескольких языках, одновременно нескольких ценностных концептов, концептов ценности в паре с антиценностью, исследованию концептосферы в языке, и лишь единицы из них посвящены компаративному изучению ценностей и их концептосфер. Данные исследования выполнены на материале различных дискурсов, но для выявления и изучения современных ценностных ориентиров целесообразнее обратиться к медиадискурсу, в котором быстрее всего отражаются события и изменения в сферах жизни общества как факторы влияния и формирования ценностной картины человека.

Для выявления и описания концептосферы духовных ценностей британского и российского обществ был проанализирован материал объемом около 5 млн. п.з. из британской газеты «The Independent» и отечественной прессы «Российская газета» за 2018-2022 гг. В ходе анализа было установлено, что в составе концептосфер духовных ценностей изучаемых лингвокультур чаще встречаются сле-

дующие концепты, которые и были отобраны нами для исследования: COURAGE/МУЖЕСТВО, HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ, KINDNESS/ДОБРОТА, LOVE/ЛЮБОВЬ, LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ, TOLERANCE/ТОЛЕРАНТНОСТЬ.

В процессе работы нами был разработан алгоритм моделирования структуры ценностного концепта и концептосферы как методика описания вербальных репрезентаций концепта путем построения полевой структуры концепта, включающей в себя *номинативное, информационное и интерпретационное поля*, с опорой на положения семантико-когнитивного описания концептов, разработанного З.Д. Поповой и И.А. Стерниным.

Исследование *номинативного поля* структуры концепта позволяет определить ключевую лексему, обладающую обобщающим значением, и другие синонимичные репрезентанты концепта. На данном этапе нами предлагается вести отбор лексических репрезентантов с опорой на наличие в словарных дефинициях ценностных компонентов, представляющих собой конститuentы ценностной картины мира изучаемых обществ (*truth, care, respect, moral, good, kind, support, high principles, good, great, polite, добро, истина, благо, терпение, забота, мягкость, делиться* и др.). Широкий ряд синонимов ключевого репрезентанта значительно сужается, поскольку не все они представляют отнесенность к духовной сфере, и не все из них присутствуют в медиатекстах. Сходства и различия номинативных полей ценностных концептов представлены в Приложении (табл. 7).

На рис. 1 отражено соотношение лексем в соответствии с данными лексикографических источников и прессы. Очевидно, что в современном британском обществе все изучаемые ценности относительно одинаково востребованы, а в русской наименее востребованным качеством оказалось ЧЕСТНОСТЬ, а наиболее актуальными – ДОБРОТА и МУЖЕСТВО.

В рамках *информационного поля* проводится раскрытие семантического наполнения концептов с опорой на данные словарей языка и выявление когнитивных признаков концептов, содержащих ценностные компоненты (*truth/правда, strength of mind/сила духа, good/благо, добро, faithful/верный, attachment/привязанность, patience/терпение* и т.д.), которые оцениваются как *good/хорошо*.

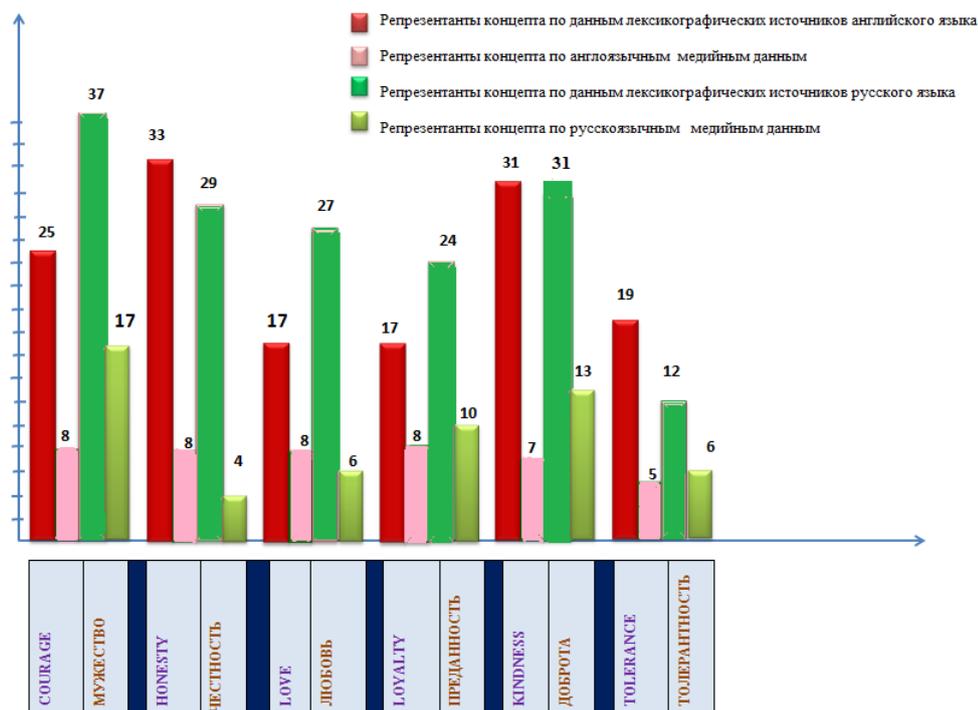


Рис. 1. Соотношение лексических репрезентантов ценностных концептов в соответствии с данными лексикографических источников и медиатекстов

В результате исследования информационных полей изученных концептов формируется представление о носителях британской и русской лингвокультур. Сквозь призму проанализированных концептов выявлены следующие сходства и различия в понимании данных ценностей:

– COURAGE/МУЖЕСТВО: британцы обладают мужеством, способностью противостоять страху в сложных и опасных ситуациях благодаря присутствию силы духа. Аналогично и представитель российского общества проявляет мужество с присутствием духа, но оценка ситуации характеризуется также и отсутствием страха;

– HONESTY/ЧЕСТНОСТЬ: представители обеих лингвокультур понимают под честностью приверженность человека в любой ситуации говорить только правду, не допуская лжи;

– KINDNESS/ ДОБРОТА: британцы рассматривают доброту как качество или способность человека делиться чем-то и проявляется она преимущественно в

материальной сфере в виде поступка или действия, а для россиянина доброта – это свойство/ качество человека, направленное на созидание хорошего, на благо других в большей степени в духовной сфере в виде слова или дела;

– LOVE/ ЛЮБОВЬ: для представителей обеих лингвокультур любовь представляет собой чувство духовной привязанности к определенному объекту;

– LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ: для представителей обеих лингвокультур преданность – это способность быть верным, однако LOYALTY характеризуется меньшей устойчивостью, по сравнению с ПРЕДАННОСТЬЮ;

– TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ: толерантность британцем понимается как свойство и желание принимать «другое», в то время как россиянином – как способность терпеть «чужое» (см. Приложение, табл. 8).

Следующее поле, *интерпретационное*, представляет для данной работы особую значимость, поскольку в нем наиболее ярко и наглядно отражаются аксиологические составляющие, фиксирующие особенности менталитета носителей изучаемых лингвокультур. Интерпретационное поле данных концептов в медиапространстве представлено следующими зонами: *энциклопедической, регулятивной, оценочной, утилитарной*.

Проведенный анализ *энциклопедической зоны* как наиболее устойчивой части интерпретационного поля показал, что все изученные нами ценности являются результатом субъектно-объектных отношений, в чем прослеживается отнесенность к духовному миру человека. Сходства в рамках данной зоны касаются преимущественно отнесенности к сфере субъекта/объекта, и в меньшей степени к сфере чувств, эмоций и морали, качеств/свойств (см. Приложение, табл. 9).

Согласно данным исследования *регулятивной зоны* концептов, представителям британского и российского обществ испытывают потребность *to thank for/ благодарить, to appreciate/ ценить, to value/ ценить, to teach/ учить, проповедовать* те или иные качества и чувства человека. Этноспецифичность этой зоны проявляется в вариативности признака «надо» во всех концептах, но особенно она прослеживаются в TOLERANCE в британской лингвокультуре и ЧЕСТНОСТИ в русской, что объясняется востребованностью этих ценностей в рассматриваемых

обществах. Когнитивный признак «не надо» обнаружен только в концептах МУЖЕСТВО И ЧЕСТНОСТЬ и вербализован глаголами *забывать, злоупотреблять, недооценивать, эксплуатировать, сомневаться* (см. Приложение, табл. 10).

Оценочная зона актуализируется прилагательными, которые, «выступая в сочетаниях как интенсификаторы, обозначают превышающую норму, высокую степень проявления чувства» (*incredible, huge, extraordinary, stunning, исключительное, невероятное, огромное, безграничное и т.д.*) Эта зона характеризуется преимущественно положительной концептуализацией и большой вариативностью в анализируемых языках. В данной зоне больше сходств у концептов COURAGE/ МУЖЕСТВО, HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ и LOVE/ ЛЮБОВЬ. В ходе исследования была отмечена и отрицательная концептуализация HONESTY, KINDNESS, LOYALTY, ЛЮБОВЬ, демонстрирующая исключительно различия и этноспецифичность рассматриваемых концептов. Так, HONESTY в понимании британцев может быть *dazzling (ослепительной), radical (радикальной), searing (обжигающей)*, KINDNESS, например, – *contagious (заразной), viral (вирусной), random (случайной), underrated (недооцененной)*, LOYALTY – *blind (слепой), dangerous (опасной), topomaniacal (маниакальной), servile, slavish (рабской)*, а ЛЮБОВЬ в российском обществе – *роковой, безумной, сумасшедшей, всепоглощающей* (см. Приложение, табл. 11).

Аксиологическая значимость концептов выражается и в *утилитарной зоне* интерпретационного поля концепта. Целеполагания изучаемых чувств и качеств ориентированы на совершенствование человека и общества в духовной и материальной сферах (*to make happy, to inspire people, to succeed, спасти мир и сделать его лучше, спасти человека, преодолевать трудности* и т.д.). В ходе исследования было установлено, что в целеполаганиях в духовной сфере, направленных на благо человека в изучаемых лингвокультурах, отмечаются только отличия. Сходства обнаружены в целеполаганиях в материальной сфере. Такие ценностные качества, как мужество и толерантность *способствуют достижению успеха и поставленных целей*. Целеполагания ценностей британской лингвокультуры направлены преимущественно на совершенствование самого человека, в то время как в русской лингвокультуре ценности имеют более глобальные ориентиры (см. Приложение, табл. 12).

Исследование показало, что в отличие от номинативного и информационного полей изученных концептов интерпретационное поле характеризуется динамичностью и вариативностью в обоих языках.

Анализ медиатекстов свидетельствует о том, что исследуемые концепты вступают во взаимодействие с другими ценностными концептами духовной сферы, что позволяет говорить об их связи с глубокими и сильными человеческими чувствами и свойствами, представляющими собой конститuenty системы ценностей изучаемых обществ. Например, концепт COURAGE взаимодействует с концептами COMMITMENT, FAITH, INTEGRITY, SELFLESSNESS, а концепт МУЖЕСТВО с ценностными концептами САМОТВЕРЖЕННОСТЬ, СТОЙКОСТЬ, МИЛОСЕРДИЕ, ТЕРПЕНИЕ, ТАЛАНТ, МУДРОСТЬ (см. Приложение, табл. 14).

Таким образом, выявленные сходства и различия проявляются на всех уровнях полевой структуры концептов и выражаются в количественном и содержательном плане.

Проведенное нами исследование позволяет утверждать, что общность выявленных когнитивных признаков концептов духовных ценностей, их аксиологические конститuenty и отнесенность к сфере субъектно-объектных отношений и являются основой структурирования и взаимодействия национальной концептосферы духовных ценностей. Аксиологические составляющие когнитивных признаков концептов, вербализованные лексемами с положительной коннотацией, а также целеполагание ценностей, направленное на благо человека и общества, указывают на ценностный статус данных концептов.

Проанализированные концепты духовных ценностей представляют собой ключи к раскрытию и пониманию ценностных приоритетов изучаемых культур, условий жизни, стереотипов поведения и национального характера современного британского и российского обществ.

Перспективным видится применение разработанного алгоритма моделирования для дальнейшего изучения концептоферы духовных ценностей на материале и других разноструктурных языков, что позволит выявить сходства и национально-культурную специфику, лакунарные особенности, а также взаимосвязь концептов духовных ценностей с другими аксиологическими концептами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Абдулкадырова А.Б. Концепт «LOCKDOWN» как ценность и антиценность в жизни современного британского общества / А.Б. Абдулкадырова. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2021. – Т. 14. – Выпуск 4. – С. 1125–1130.
2. Абдулкадырова А.Б. Ценностный концепт LOYALTY/ПРЕДАННОСТЬ в английской и русской лингвокультурах (на материале современных медиатекстов) / А.Б. Абдулкадырова. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2022а. – Т. 15. – Выпуск 9. – С. 2972–2978.
3. Абдулкадырова А.Б. СМИ как фактор влияния на формирование и развитие ценностной системы общества (на примере концепта LOCKDOWN) / А.Б. Абдулкадырова // Сборник материалов V Всероссийской научно-практической конференции «Молодые ученые – инициаторы новых подходов в образовании и науке: взаимодействие языков и культур в свете инновационных образовательных технологий». Махачкала: Издательство ДГУ, 2022б. – С. 17–19.
4. Августин Блаженный (епископ Гиппонский). О природе блага против манихеев / Августин Блаженный // Альфа и Омега. – 2007. – № 3. – С. 79–97.
5. Аквинский Фома. О единстве интеллекта против аверроистов (Благо и истина: классические и неклассические регулятивы). – М., 1998.
6. Амвросий Медиоланский, святитель. Собрание творений: На латинском и русском языках. – М., 2012. – Т. I.
7. Антология концептов / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – Волгоград: Парадигма, 2005. – Т. 2. – 352 с.
8. Аристотель. Сочинения в 4-х т. Т. 4. – М.: Мысль, 1983. – 830 с.
9. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – Москва: Наука, 1988.
10. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. I–XV.

11. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А.П. Бабушкин. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1996. – 104 с.
12. Баева Л.В. Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории: монография / Л.В. Баева. – Астрахань: Изд-во АГУ, 2004. – 283 с.
13. Байдавлетова Л. Р. Концептосфера "Право – Закон – Преступление – Наказание – Милосердие" в русской языковой картине мира : на материале фразеологии: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Л.Р. Байдавлетова. – Уфа, 2013. – 23 с.
14. Барьядаева В.А. К вопросу о ценностях и их классификация / В.А. Барьядаева // Вестник Бурятского государственного университета. – 2009. – № 6а. – С. 84–88.
15. Бижева З.Х. Адыгская языковая картина мира / З.Х. Бижева. – Нальчик: Эльбрус, 2000. – 128 с.
16. Бирюлина Е.А. Аксиологический концепт ГУМАННЫЙ ЧЕЛОВЕК в русской лингвокультуре / Е.А. Бирюлина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – Т. 15, № 1. – Выпуск 1. – С. 116–125.
17. Блюмкин В.А. Мир моральных ценностей / В.А. Блюмкин. – М.: Знание, 1981.
18. Болдырев Н.Н. Структура и принципы формирования оценочных категорий / Н.Н. Болдырев // С любовью к языку: сборник научных трудов, посвящ. Е.С. Кубряковой. – М.–Воронеж: ИЯ РАН, ВГУ, 2002. – С. 103–114.
19. Болдырев Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36.
20. Болдырев Н.Н. Типология концептов и языковая интерпретация / Н.Н. Болдырев // Новая Россия: традиции и инновации в языке и науке о языке: материалы докладов и сообщений Международной научной конференции, посвященной юбилею Заслуженного деятеля науки РФ, доктора филологических наук, профессора Л. Г. Бабенко, 28-30 сент. 2016 г., Екатеринбург, Россия. – М.–Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016. – С. 16–25.

21. Борзенко И.М. Основы современного гуманизма: учеб. пособие для студентов вузов / И.М. Борзенко, В.А. Кувакин, А.А. Кудишина; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Филос. фак. [и др.]. – М.: Рос. гуманист. о-во, 2002 (Коломен. межрайон. тип.). – 389 с.

22. Бражникова А.Н., Зюзя А.А. Доброта как нравственное качество человека / А.Н. Бражникова, А.А. Зюзя // Научно-теоретический журнал «Ученые записки». – 2011. – № 11(81). – С. 34–39.

23. Ваньжоу Ч. Психолингвистический анализ базовых ценностей «ТЕРПИМОСТЬ» и «РОДИНА» в китайской культуре / Ч. Ваньжоу // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2019. – № 4 (820). – С. 81–90.

24. Василенко В.А. Ценность и ценностные отношения // Проблема ценности в философии / под ред. А.Г. Харчева, Т.Н. Горштейн, М.А. Киселя и В.П. Тугаринова. – М., 1966. – С. 41–49.

25. Вебер М. Избранное: протестантская этика и дух капитализма. – 2-е изд., доп. и испр. / М. Вебер. – М.: РОССПЭН, 2006. – 648 с.

26. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1997. – 416 с.

27. Вилюнас В. Психология эмоций / В. Вилюнас. – СПб.: Питер, 2008. – 496 с.

28. Виндельбанд В., (1848-1915.). Философия в немецкой духовной жизни XIX столетия : [Пер. с нем.] / В. Виндельбанд; Рос. АН, Ин-т философии. – Москва: Наука, 1993. – 103 с.

29. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – М.: «Наука», 1985. – 228 с.

30. Воркачев С.Г. Концепт как «зонтиковый термин» / С.Г. Воркачев // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 24. – М., 2003. – С. 5–12.

31. Выжлецов Г.П. Проблема ценности в современной аксиологии и экономике / Г.П. Выжлецов // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 3–4 (15–16)

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art> (дата обращения 22.05.2021).

32. Галимова Д.Н. Фрагмент аксиологической картины мира амурских диалектоносителей: метафорическая модель «жизнь-движение» / Д.Н. Галимова // Слово: фольклорно-диалектологический альманах. – 2014. – № 1. – С. 197–200.

33. Гетман А.А. Концептосфера «БЕДНОСТЬ – БОГАТСТВО» в англо-американской лингвокультуре: автореф. дис.... канд. филол. наук : 10.02.04 / А.А. Гетман. – Новосибирск, 2015. – 24 с.

34. Голикова М.С. Диахронические модели концепта «ВЕРНОСТЬ» в научных исследованиях XX века / М.С. Голикова // Вестник московского государственного лингвистического университета. – М., 2013. – № 5(665). – С. 38–46.

35. Гофман М. Цена успеха / М. Гофман // Человек и труд. – 2011. – № 6. – С. 69–72.

36. Гришаева Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации / Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2004. – 424 с.

37. Гуссерль Э. Феноменология / Э. Гуссерль. – М.: Логос, 1991. – № 1.

38. Дзюба Е.В. Концепт «ум» в русской лингвокультуре: монография / Е.В. Дзюба. – Екатеринбург: Урал гос. пед. ун-т, 2011. – 224 с.

39. Диденко В.В. Анализ значения лексем tolerance, толерантность и терпимость в английском и русском языках / В.В. Диденко // СИСП. – 2016. – № 4–2 (28). – С. 151–173.

40. Дмитриева Н.М. Концепты «МУЖЕСТВО», «ЧЕСТЬ» И «ЧЕСТНОСТЬ» в словарях и «живом» восприятии студенческой молодежи / Н.М. Дмитриева // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2012. – № 4. – С. 50–55.

41. Донская Т.К. Ноосфера и концептосфера русского языка / Т.К. Донская // «Академия Тринитаризма». – М., 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trinitas.ru/rus> (дата обращения: 22.11.2021).

42. Дорджиева Д.В. Лингвокультурный концепт «подвиг» в русском, калмыцком и английском героических эпосах: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Д.В. Дорджиева. – Волгоград, 2010. – 190 с.

43. Дормидонтова О.А. Категория оценки и оценочная категоризация с позиций современной лингвистики / О.А. Дормидонтова // Альманах современной науки и образования. – 2009. – № 2 (21). – Ч. I. – С. 47–49.

44. Дробницкий О.Г. Мир оживших предметов. Проблема ценности и марксистская философия / О.Г. Дробницкий. – М. Изд-во политической литературы, 1967. – 351 с.

45. Дьячкова М.А. Понятия ценность и духовно-нравственные ценности в педагогике / М.А. Дьячкова // Сибирский педагогический журнал. – 2007. – № 12. – С. 141–150.

46. Елишев С.О. Изучение понятий ценность, ценностные ориентации в междисциплинарном аспекте. Ценности и смыслы / С.О. Елишев. – 2011. – № 2 (11). – С. 82-96.

47. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре : репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10 / И.В. Ерофеева. – СПб., 2010. – 51 с.

48. Ершова И.В. Базовые когнитивные признаки концепта ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ в сознании носителей современного русского языка / И.В. Ершова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – № 12. – С. 3764–3767.

49. Ефимов В.И., Таланов В.М. Общечеловеческие ценности: монография / В.И. Ефимов, В.М. Таланов. – М.: Академия Естествознания, 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://monographies.ru/ru/book> (дата обращения: 22.02.2022).

50. Ефремов В.А. Динамика русской языковой картины мира: вербализация концептуального пространства «мужчина» – «женщина»: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01 / В.А. Ефремов. – СПб., 2010. – 40 с.

51. Жмырова Е.Ю. О понятии «толерантность» и ее видах / Е.Ю. Жмырова // Вестник ТГТУ. – 2006. – Т. 12. – № 4Б. – С. 1265–1269.

52. Заболотских Л.В. Национальная концептосфера как фактор формирования культурной картины мира: на примере Австрии: автореф. дис. ... канд. культ.: 24.00.01 / Л.В. Заболотских. – М., 2018. – 25 с.

53. Заварзина Г.А. Русская лексика государственного управления: история формирования и современные процессы развития: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Г.А. Заварзина. – Воронеж, 2015. – 381 с.

54. Залевская А.А. Психолингвистический подход к проблеме концепта / А.А. Залевская // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – С. 36–44.

55. Зинченко В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме: учеб. пособие / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе. – М.: Флинта, Наука, 2007. – 224 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gumer.info/bibliotek> (дата обращения: 26.10.2020).

56. Зыкова И.В. Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов культурно-языковых знаков: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19 / И.В. Зыкова. – М., 2014. – 510 с.

57. Иванова И.А. Концепт любовь и его концептосфера в истории русского языка: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / И.А. Иванова. – М., 2006. – 201 с.

58. Ильин В.В. Аксиология / В.В. Ильин. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – 213 с.

59. Ильюшина Е.С. Лексические средства положительной оценки человеческих качеств: психолингвистический анализ: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е.С. Ильюшина. – М., 2001. – 185 с.

60. Кадачиева Х.М. Адъективные сочетания с именами-названиями реалий внутреннего мира в английском и русском языках: дисс. ... канд. филол. н.: 10.02.20 / Х.М. Кадачиева. – Махачкала, 2002. – 157 с.

61. Кадачиева Х.М., Абдулкадырова А.Б. Ценностная концептосфера современных британских СМИ / Х.М. Кадачиева, А.Б. Абдулкадырова // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 12–3. – С. 635–639.

62. Кадачиева Х.М., Алиева Д.С. Концептосфера как способ структурирования когнитивного пространства / Х.М. Кадачиева, Д.С. Алиева // Филологиче-

ские науки. Вопросы теории и практики: в 2-х ч. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 6 (48). – Ч. I. – С. 64–66.

63. Кант И. Трактаты и письма // Кант И. – М., 1980. – 712 с.

64. Капустина С.В. Концепт-анализ как метод компаративных литературоведческих исследований / С.В. Капустина // Научный часопис НПУ 1 меш М.П. Драгоманова / за ред. В. Гончарова. – Киев: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – Вып. 29. – С. 89–93.

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

66. Карасик В.И. Иная ментальность / В.И. Карасик, О.Г. Прохвачева, Я.В. Зубкова, Э.В. Грабарова. – М.: Гнозис, 2005. – 352 с.

67. Карпов А.О. Диссонансная толерантность как альтернатива позитивной толерантности мультикультурализма / А.О. Карпов // Социологические исследования. – 2015. – № 10. – С. 152–157.

68. Квашина В.В. Оценочность как языковая категория в современной лингвистике / В.В. Квашина // ИСОМ. – 2013. – № 5. – С. 250–255.

69. Коваль Н.А. Духовность в системе профессионального становления специалиста: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.13 / Н.А. Коваль. – М, 1997. – 464 с.

70. Кошарная С.А. К вопросу о концептуальном анализе / С.А. Кошарная // Ученые записки: электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2012. – Т. 2, № 3(23). – С. 45–56.

71. Кубрякова Е.С. Языковая картина мира как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека / Е.С. Кубрякова // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2003. – № 4 (38). – С. 2–12.

72. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е.С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 6–17.

73. Кудряшова М.С. Духовные ценности в контексте современности / М.С. Кудряшова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Поли-

тология. – 2015. – № 4. – С. 59–67 [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://rucont.ru> (дата обращения: 26.10.2021).

74. Кучерова О.Е. Педагогические условия воспитания духовных ценностей старшеклассников: на материале изучения литературы: диссертация ... канд. пед. наук : 13.00.01 / О.Е. Кучерова. – Белгород, 2000. – 246 с.

75. Кушнир О.Н. Эволюция русской концептосферы на рубеже XX–XXI вв.: вопросы динамической лингвоконцептологии: монография / О.Н. Кушнир. – Сыктывкар: КРАГСиУ, 2012. – 347 с.

76. Лавриненко В.Н. Философия / В.Н. Лавриненко. Серия: Institutions: Юристь, 1998 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirknig.com/knigi> (дата обращения: 26.10.2021).

77. Лапин Н.И. Социальные ценности и реформы в кризисной России / Н.И. Лапин // Социологические исследования. – 1993. – № 9. – С. 17–28.

78. Лингвистика и аксиология: этносемиометрия ценностных смыслов: коллективная монография / [кол. авт.: Е. Ф. Серебренникова и др.]. – М.: Тезаурус, 2011. – 351 с.

79. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев // Известия РАН. Сер. Лит-ра и язык. – 1993. – Т. 52. – № 1.

80. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: антология. – М., 1997. – С. 280–287.

81. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев // Очерки по философии художественного творчества. – СПб.: Блиц, 1999. – С. 147–165.

82. Маркелова Е.В. Когнитивно-семантическая структура имен деятельности: На материале русских пословиц о труде и лени: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е.В. Маркелова. – Томск, 2004. – 237 с.

83. Марьянчик В.А. Аксиологическая структура медиа-политического текста : лингвостилистический аспект: автореф. дисс. ... д. филол. наук: 10.02.01 / В.А. Марьянчик. – Архангельск, 2013. – 38 с.

84. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учебное пособие / В.А. Маслова. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.

85. Монтень Мишель Эйкем де (1533–1592). Опыты: избр. главы / М.Э. де Монтень / вступ. ст. В.П. Яковлева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 540 с.

86. Ницше Ф. Воля к власти. Опыт переоценки всех ценностей / пер. с нем. Е. Герцык и др. – М.: Культурная Революция, 2005.

87. Основы современного гуманизма: учеб. пособие для студентов вузов / И.М. Борзенко, В.А. Кувакин, А.А. Кудишина. – М.: Рос. гуманист, о-во, 2002. – 389 с.

88. Павленко В.Г. Концепты «Tolerance» и «Patience» в паремиологии английского языка / В.Г. Павленко // Язык и культура. – 2016. – № 1 (33). – С. 72–81.

89. Павлов С.Г. Лингвоаксиологическая модель человека: научно-методический аспект / С.Г. Павлов // Вестник Мининского университета. 2013. – № 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vestnik.mininuniver.ru> (дата обращения: 01.12.2021).

90. Пименова М.В. Типы концептов / М.В. Пименова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kuzsra.ru/diss> (дата обращения: 25.02.2021).

91. Пименова М.В. Предисловие. / Введение в когнитивную лингвистику. под ред. М.В. Пименовой. – Вып. 4. – Кемерово, 2004. – 208 с.

92. Полонский А. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления / А. Полонский // Современный дискурс-анализ: Электронный журнал. – 2012. – Вып. 6. – С. 42–56.

93. Пономарева Е.Ю. Концептуальная оппозиция «Жизнь-Смерть» в поэтическом дискурсе (на материале поэзии Д. Томаса и В. Брюсова): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Е.Ю. Пономарева. – Тюмень, 2008. – 22 с.

94. Попова З.Д. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат / З.Д. Попова // Язык и национальное сознание. Вопросы методики и методологии. – Воронеж: ВГУ, 2002. – С. 8–49.

95. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика: монография / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ, Восток-Запад, 2007. – 320 с.

96. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 192 с.

97. Попова З.Д. Семантико-когнитивный анализ языка: научное издание / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Воронеж: Истоки, 2007. – 250 с.

98. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2010. – 314 с.

99. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности мира / В.И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке. – М., 1988. – С. 8–17.

100. Приходько Г.В. Концептосферы ДРУЖБА и FREUNDSCHAFT в русской и немецкой картинах мира: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Г.В. Приходько. – Новосибирск, 2011. – 249 с.

101. Прохорова О.Н. Теоретические предпосылки исследования концептосферы / О.Н. Прохорова, С.Б. Смирнова // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2014. – № 6(177). – Вып. 21. – С. 98–102.

102. Пушкин А.А., Тенякова Е.А. Ценностные концепты в современной парадигме духовно-нравственного воспитания: лингвопедагогический аспект / А.А. Пушкин, Е.А. Тенякова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2–2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://science-education.ru> (дата обращения: 22.10.2020).

103. Рау Э.И. Основные ценностные и профессиональные ориентации студенческой молодежи / Э.И. Рау // Основные проблемы и направления воспитательной работы в современном вузе. – Барнаул, 2010. – С. 271–274.

104. Риккерт Г. О понятии философии / Г. Риккерт. – Киев: Ника-Центр, Вист-С, 1998. – 505 с.

105. Рыжкина А.А. О методах анализа концепта / А.А. Рыжкина // Вестник ОГУ. – 2014. – №11 (172). – С. 117–120.

106. Рылова А. Термин «толерантность» / «терпимость». Досье / А. Рылова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru> (дата обращения: 20.12.2022).

107. Рычков А.К., Яшин Б.Л. Философия: учебник для студентов вузов / А.К. Рычков, Б.Л. Яшин. – М.: Элит, 2005.

108. Рябкова Е.С. Лингвокультурный концепт как элемент языка и культуры / Е.С. Рябкова // Альманах современной науки образования. – Тамбов: Грамота, 2012. – № 4 (59). – С. 187–188.

109. Серова И.Г. Концептуальный анализ в лингвокультурологии: методы и возможности / И.Г. Серова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. – № 1. – С. 15–22.

110. Солодилова И.А., Перевалов В.В. Ценностная картина мира как объект лингвистического изучения / И.А. Солодилова, В.В. Перевалов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – № 03. – С. 180–183.

111. Столович Л.Н. Красота. Добро. Истина / Л.Н. Столович. – М., 1994. – 463 с.

112. Субетто А.И. Ценности в системе общественного интеллекта. «Ценностная война» и защита ценностно самоидентификации российской цивилизации / А.И. Субетто // Академия Тринитаризма. – 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trinitas.ru/rus/doc>.

113. Сумина Е.С. Толерантность: от феномена к лингвокультурному концепту: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Е.С. Сумина. – Екатеринбург, 2007. – 21 с.

114. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие / С.Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.

115. Тугаринов В.П. Марксистская философия и проблема ценности // Проблема ценности в философии / под ред. А.Г. Харчева, Т.Н. Горштейн, М. А. Киселя и В.П. Тугаринова. – М.–Л., 1966. – С. 14–24.

116. Тугаринов В.П. Теория ценностей в марксизме / В.П. Тугаринов. – Л., 1968. – 124 с.

117. Убийко В.И. Концептосфера человека в семантическом пространстве языка / В.И. Убийко // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2004. – № 5. – С. 37–40.

118. Флат М. А. Концептосфера «Благотворительность» в русской языковой картине мира: динамический аспект: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / М.А. Флат. – Барнаул, 2014. – 216 с.

119. Харченко Л.Н., Березовская О.В. Понятие «ценность» в отечественной научной литературе: к постановке проблемы / Л.Н. Харченко, О.В. Березовская // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2013. – № 5 (75),. – С. 294-299.

120. Хлебодарова А.Г. Актуализация ценностных доминант личностно ориентированного дискурса мечты в британской и американской культурах / А.Г. Хлебодарова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2015. – № 21 (732). – С. 151–159.

121. Холод Ю.С. Концепт и концептуализация в зарубежной лингвистической парадигме / Ю.С. Холод // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. – № 6(84). – Ч. 1. – С. 173–176.

122. Хроленко А.Т. Основы лингвокультурологии: учеб. пособие / А.Т. Хроленко. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 184 с.

123. Цеева З.А. Концепты «ДОБРО», «ЗЛО» как ценности, отраженные в нормах поведения адыгов и британцев / З.А. Цеева // Теория и практика общественного развития. – Краснодар, 2012. – № 4. – С. 399–401.

124. Шелер М. Избранные произведения / пер. с нем. М. Шелер / сост., науч. ред., предисл. А.В. Денежкина / послесл. Л.А. Чухиной. – М.: Гнозис, 1994. – XII. – 413 с.

125. Щёболева И.Б. Функционирование и развитие концептов свобода, власть и вызов в русской языковой картине мира: на материале художественных текстов: дис. ... канд. филол. наук 10.02.01 / И.Б. Щёболева. – Ростов-на-Дону, 2008.

126. Экман П. Психология лжи / П. Экман. – СПб.: Питер, 2000. – 342 с.

127. Электронная библиотека / Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://modernlib.ru/books/tomas_gobbs/leviafan (дата обращения: 22.02.2022)

128. Электронная библиотека // Рассуждение о методе, чтобы верно направлять свой разум и отыскивать истину в науках [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://modernlib.ru/books/dekart> (дата обращения: 21.02.2022).

129. Ягубова С.Я. Типологизация ценностей: социально-философский анализ / С.Я. Ягубова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, 2016. – № 3. – С. 221–228.

130. Abdulkadyrova A B., Kadachieva K.M. Field structure of the value concept «KINDNESS» in the English language (based on the British media texts) / A.B. Abdulkadyrova, K. M. Kadachieva // WISDOM. – Yerevan, 2022a. – № 1(21). – Pp. 131–138.

131. Abdulkadyrova A.B., & Kadachieva K.M. Means of Representing Tolerance/Intolerance In English / A.B. Abdulkadyrova, K.M. Kadachieva // In D. Bataev, S.A. Gapurov, A.D. Osmaev, V.K. Akaev, L.M. Idigova, M.R. Ovhadov, A.R. Salgiriev, & M.M. Betilmerzaeva (Eds.), Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism (SCTCMG 2022), – Vol. 128. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, – Pp. 8–16. European Publisher. <https://doi.org>.

132. Baron M. The Moral Status of Loyalty / M. Baron. // Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company. – 1984. – 36 p.

133. Evans V., Green M. Cognitive linguistics: an introduction / V. Evans, M.Green // Edinburgh: Edinburgh University Press. – 2006. – 830 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.semanticscholar.org>.

134. Foust M.A. Loyalty to loyalty: Josiah Royce and the genuine moral life / M.A. Foust. – N. Y.: Fordham University Press, 2022. – 236 p.

135. Hartman R.S. Formal Axiology and the measurement of values / R.S. Hartman // Value Theory in philosophy and Social science. Ed. by Ervin Laszlo and S. Hilbur. – Gordon and Breach, 1973. – Pp. 39.

136. Jackendoff R. Semantic Structures / R. Jackendoff. – Cambridge: The MIT Press, 1991.

137. Klukhon F., Strodbeck F. Variation in Value Orientation / F. Klukhon, F. Strodbeck. – N.Y.: Evanston, Illinois, 1999. – 358 p.

138. Lakoff G. Women, fire, and dangerous things: what categories reveal about the mind / G. Lakoff. – US: University of Chicago Press, 1987; 1990. – 615 p.
139. Langacker R. W. Foundations of cognitive grammar / R. W. Langacker. – Stanford, CA: Stanford University Press, 1987. – Vol. 1. – 516 p.
140. Lebedko M. Axiosphere: The linguistic representation of value concepts in American and Russian cultures / M. Lebedko // American Studies International. 2003. – Vol. 41. – No. 1/2. – Pp. 179–202.
141. Mackie J.L. Ethics. Inventing Right and Wrong / J.L. Mackie. – L.: Penguin Books, 1977. – 249 p.
142. Makarova A., Gazilov M., Gozalova M. The issue of unity and diversity of linguistic worldview (on the basis of comparative research of idiomatic phrases of French and Russian languages) / A. Makarova, M. Gazilov, M. Gozalova // SGEM. – 2018. – Vol. 5. – Pp. 617–624.
143. Mead G.H. Mind, Self and Society / G. H. Mead. – Chicago: The University of Chicago Press, 1976. – 401 p.
144. Perry R.B. Realms of value. A critique of human civilization / R.B. Perry. – Harwarde. – 1952.
145. Proost K. Conceptual structure in lexical items / K. Proost. – Amsterdam – Philadelphia: John Benjamin's Publishing Company, 2007. – 308 p.
146. Rokeach M. The Nature of Human Values / M. Rokeach. – Free Press, New York. – 1973.
147. Sadullaeva A.N. Specific Expression of the Concept "Love" at the Level of Lexical Units / A.N. Sadullaeva // Journal of Ethics and Diversity in International Communication, 1(5). – 2021. – Pp. 49–53.
148. Smith B. Beyond Concepts: Ontology as Reality Representation / B. Smith. – 2004. – URL: <http://ontology.buffalo.edu/bfo/BeyondConcepts.pdf>.
149. Schwartz S.H. Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations / S.H. Schwartz // Measuring attitudes cross-nationally: ed. by R. Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald, G. Eva. – L.: Sage, 2007. – Pp. 161–190.

150. Talmy L. Toward a cognitive semantics / L. Talmy. – Cambridge – L.: The MIT Press, 2000. – Vol. 1. – 565 p.

151. Talmy L. Toward a cognitive semantics / L. Talmy. – . Cambridge – L.: The MIT Press, 2000. – Vol. 2. – 495 p.

152. Woodard C. R. Hardiness and the concept of courage / C. R. Woodard // Consulting Psychology Journal: Practice and Research, 56. – 2004. 173–185.

Список словарей и энциклопедий

153. Англо-русский синонимический словарь / Ю.Д. Апресян, В.В. Ботьякова, Латышева Т.Э. и др. (ред.). – 2-е изд., стереотип. – 1988. – 544 с.

154. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина /пПод общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Филол. фак-т МГУ, 1996. – 245 с.

155. Малый тезаурус мировой философии // Смысл человеческого бытия. Понятия ценности. Виды ценностей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://philosophy.mini.academic.ru> (дата обращения: 13.09.2021).

156. Новая философская энциклопедия. Институт Философии Российской Академии наук[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iph.ras.ru/elib> (дата обращения: 13.04.2022).

157. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: Св. 136000 словар. ст., ок. 250000 семант единиц; В 2-х т. / Т.Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2000 [Электронный ресурс]0. – Режим доступа: <http://lexicography.online> (дата обращения: 13.09.2022).

158. Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога) / В.С. Безрукова. – Екатеринбург, 2000 – 937 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cult-lib.ru/doc/dictionary> (дата обращения 19.10.2022).

159. Словарь русского языка: В 4-х т. – 4- изд., стер. // под ред. А.П. Евгеньевой. – М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lexicography.online/explanatory/mas> (дата обращения: 14.10.2022).

160. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Н. Абрамов. Печатное издание. – М.: Русские словари, 1999 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://synonym.slovaronline.com> (дата обращения: 22.11.2022).

161. Словарь современного русского литературного языка: В 17 т. / под ред. В.И. Чернышёва. – М.–Л.: Изд-во АН СССР, 1948-1965.

162. Словарь синонимов русского языка: практический справочник / З.Е. Александрова, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.yaz.niv.ru/doc/synonyms-aleksandrova> (дата обращения: 11.11.2022).

163. Словарь синонимов русского языка. Словарь антонимов русского языка. – 3-е, испр. и доп. / под ред. О.В. Михайлова. – СПб.: Виктория плюс, 2009. – 599 с.

164. Словарь синонимов и антонимов современного русского языка. 50000 слов / под ред. А.С.Гавриловой. – М.: Аделант, 2014. – 800 с.

165. Толковый словарь русского языка: В 4-х т. / под ред. Д.Н. Ушаков. – М.: Советская энциклопедия, 1935–1940 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lexicography.online/explanatory> (дата обращения: 03.11.2022).

166. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lexicography.online/explanatory/ozhegov> (дата обращения 23.11.2022).

167. Философская энциклопедия: В 5 т. / гл. ред. Ф.В. Константинов. – М.: Советская энциклопедия, 1970.

168. American Heritage Dictionary of the English Language [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ahdictionary.com> (дата обращения 21.12.2022).

169. Dictionary by Merriam Webster [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/thesaurus> (дата обращения 22.12.2022).

170. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ldoceonline.com> (дата обращения 13.12.2022).

171. Macmillan English Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.macmillandictionary.com> (дата обращения 13.12.2022).

172. Oxford Learner's Dictionaries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 18.12.2022).

173. Penguin Concise English Dictionary. Publisher: Penguin Books Ltd. Binding: Paperback PAP. – Pages: 1056. Publication Date: 2002-08-01.

174. Random House Webster's Unabridged English dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dictionary.com> (дата обращения: 22.11.2022).

175. Roget, Peter Mark. The New Roget's thesaurus of the Engl. lang, in dictionary form. – Libr. ed. Rev., greatly enl. ed. / Ed. by Norman Lewis. – New York : Putnam, Cop, 1964. – 552 с.

176. The Premier Educational Dictionary-Thesaurus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wordsmyth.net> (дата обращения: 13.12.2022).

177. Psychology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psychologydictionary.org> (дата обращения: 18.12.2022).

СПИСОК ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКОВ

178. Российская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru> (дата обращения: 22.12.2022)

179. Compare the Difference Between Similar Terms [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.differencebetween.com> (дата обращения: 22.12.2022)

180. Grammarist [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grammarist.com> (дата обращения: 22.12.2022)

181. Podcast «Words of Wisdom» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spiritandtruthonline.org> (дата обращения: 22.12.2022)

182. The Independent [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk> (дата обращения: 22.12.2022).

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

- [АРСС] Англо-русский синонимический словарь.
- [КСКТ] Краткий словарь когнитивных терминов
- [МТМФ] Малый тезаурус мировой философии
- [НФЭ] Новая философская энциклопедия
- [НСРЯ.ТС] Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный
- [ОДК] Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога)
- [СРЯ] Словарь русского языка: Под ред. А. П. Евгеньевой.
- [СРСССВ] Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений
- [ССРЛЯ] Словарь современного русского литературного языка
- [ССРЯ] Словарь синонимов русского языка
- [ССРЯ.САРЯ] Словарь синонимов русского языка. Словарь антонимов русского языка
- [ССАСРЯ] Словарь синонимов и антонимов современного русского языка
- [ТСРЯ₁] Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушаков
- [ТСРЯ₂] Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова
- [ФЭ] Философская энциклопедия
- [AHD] American Heritage Dictionary
- [DMW] Dictionary by Merriam Webster
- [LDCE] Longman Dictionary of Contemporary English
- [MED] Macmillan English Dictionary
- [OLD] Oxford Learner's Dictionaries
- [PCED] Penguin Concise English Dictionary
- [RHWUED] Random House Webster's Unabridged English dictionary
- [NRTELDf] The New Roget's thesaurus of the Engl. lang, in dictionary form
- [PEDT] The Premier Educational Dictionary-Thesaurus

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица 7

Сходства и различия номинативных полей ценностных концептов

Цен- ностные концепты	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/ МУЖЕСТВО	<i>bravery courage courageousness daring fearlessness gallantry heroism intrepidity</i>	<i>бесстрашие, героизм, геройство, дерзновение, дерзновенность, доблесть, дух, кураж, мужество, отвага, отважность, смелость, стойкость, твёрдость, храбрость</i>	—	<i>несгибаемость решимость</i>
2. HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ	<i>honesty candor integrity openness probity sincerity truthfulness</i>	<i>честность искренность правдивость справедливость</i>	<i>directness</i>	—
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	<i>benevolence charity compassion humanness generosity goodness kindness</i>	<i>благожелательность доброта милосердие сострадание человечность человеколюбие щедрость</i>	—	<i>альтруизм добровольчество добродушие добросердечие добросердечность отзывчивость</i>
4. LOVE/ ЛЮБОВЬ	<i>affection attachment devotion love</i>	<i>привязанность преданность верность любовь влюбленность симпатия</i>	<i>admiration adoration fondness passion</i>	—
5. LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ	<i>allegiance attachment devotion faithfulness fealty fidelity loyalty</i>	<i>верность добросовестность любовь преданность привязанность приверженность честность</i>	<i>commitment</i>	<i>надежность постоянство стойкость</i>
6. TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТ- НОСТЬ	<i>forbearance patience tolerance toleration</i>	<i>снисходительность терпение терпимость толерантность</i>	<i>acceptance</i>	<i>мягкость политкорректность</i>

Сходства и различия когнитивных признаков
информационных полей ценностных концептов

Цен- ностный концепт	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/ МУЖЕСТВО	1. Способность к оценке ситуации			
	strength of mind	присутствие духа	to confront fear	отсутствие страха
	2. Сфера проявления			
	dangerous/ difficult situations	опасная/сложная ситуация	great pain	беда
2. HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ	Приверженность правде и отсутствие лжи			
	ability/quality to tell the truth (absence of lies)	качество, поведение, отношение к кому-либо, чему-либо, основанное на правде, отсутствии лжи	—	—
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	1. Способность делиться добром, благом в духовной и материальной сферах:			
	the quality/ability of being good, giving or sharing smth to smb	свойство/качество челове- ка, направленное на сози- дание хорошего, на благо другого человека	преимущественно в материальной сфере	преимущественно в духовной сфере
	2. Способ проявления:			
	act/action	дело	—	слово
4. LOVE/ ЛЮБОВЬ	Духовная склонность к кому-либо, чему-либо			
	spiritual attachment for smb and smth.	чувство духовной/ внут- ренней привязанности к объекту	—	—
5. LOYALTY/ ПРЕДАНОСТЬ	Постоянство в привязанности к к-л, ч-л.:			
	condition of being faithful/loyal to smb or smth	способность быть верным	меньшая устойчивость	большая устойчивость
6. TOLERANCE/ТО- ЛЕРАНТНОСТЬ	Восприятие другого/чужого			
	the quality of willingness to accept somebody/something	способность терпеть к-л., ч-л.	other, different from one's own	чужое

Сходства и различия когнитивных признаков
энциклопедических зон интерпретационного поля ценностных концептов

Цен- ностный концепт	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/ МУЖЕСТВО	Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	—	—	<i>female, public, youthful</i>	<i>личное, мужское, массовое</i>
2. HONESTY/ ЧЕСТ- НОСТЬ	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	—	—	<i>human, youthful</i>	—
	2. Отнесенность к сфере чувств, эмоций и морали:			
	—	—	<i>emotional, moral</i>	—
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	<i>human, public, inherent</i>	<i>людская, общественная, свойственная</i>	---	<i>взаимная, русская</i>
	2. Отнесенность к сфере качеств/свойств:			
	—	—	<i>absolute, everyday, simple</i>	—
	3. Отнесенность к сфере локализации чувства:			
—	—	—	<i>внутренняя, душевная</i>	
4. LOVE/ЛЮБОВЬ	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	<i>total, universal</i>	<i>всеобщая, всео- юзная, вселен- ская, всенародная</i>	—	<i>барская, взаимная, народная, сыновья, человеческая, христианская</i>
	2. Отнесенность к сфере качеств/свойств:			
	а) темпоральность			
	—	—	<i>eternal, instant, millennial, newfound</i>	<i>многолетняя, первая, ранняя, поздняя, старая, бывлая, вековая; живет всегда; сопровождает человека от рождения до его ухода; пронести через всю жизнь</i>
	б) свойства:			
	—	—	—	<i>боевая, главная, духовная, осознанная, скептическая, унаследованная</i>
	3. Отнесенность к сфере чувств и эмоций:			
---	---	<i>emotional, sentimental, unironic</i>	—	
5. LOYALTY/ ПРЕДАНОСТЬ	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	<i>marital</i>	<i>супружеская</i>	<i>childhood, daughter's, devout, father's, gooey, national, people's, public, religious</i>	<i>взаимная, личная</i>
	2. Отнесенность к сфере чувств и эмоций:			
—	<i>emotional, gooey, sentimental</i>	—	—	
6. TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТ- НОСТЬ	1. Отнесенность к сфере субъекта/объекта:			
	—	—	<i>collective</i>	<i>профессиональная, тренерская, человеческая</i>
	2. Отнесенность к темпоральности:			
<i>endless</i>	<i>бесконечная</i>	<i>continued</i>	<i>многолетняя, новая</i>	

Сходства и различия когнитивных признаков
регулятивных зон интерпретационных полей ценностных концептов

Цен- ностный концепт	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/МУЖЕСТВО	«Надо»			
	<i>need, to thank for</i>	<i>нуждаться благодарить</i>	<i>to applaud, to commend, to hail, to honour, to instill, to praise, to reward, to teach</i>	<i>восхищаться, гордиться, желать, отличиться, отстоять, подчеркнуть важность, ценить</i>
	«Не надо/ надо не»			
	—	—	—	<i>забывать, злоупотреб- лять, недооценивать, эксплуатировать</i>
2. HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ	«Надо»			
	<i>to appreciate, to stand up for</i>	<i>ценить, отстаивать</i>	<i>to be grateful for, to praise for, to foster, to fight for, to pride on, to thank for, to admire, to up- hold</i>	<i>повышать, требовать, хотеть, нужно говорить, добиваться, уважать, задумываться, должны быть честными, находить, отметить, желать быть, восстановить</i>
	«Не надо»			
	—	—	—	<i>сомневаться</i>
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	«Надо»			
	<i>to cherish, to radiate out, to want</i>	<i>сохранить, излучать, желать</i>	<i>to strive to achieve, to praise, to champion, to celebrate, to understand its impor- tance</i>	<i>пропагандировать/ популяризировать, ценить, благодарить, восхищаться, верить, доказать важность</i>
4. LOVE/ЛЮБОВЬ	«Надо»			
	<i>to need for</i>	<i>нуждаться</i>	<i>to deserve, to be remembered for, to look for, to inspire, to enjoy, to value, to win, to hail, to praise, to admire, to maximize</i>	<i>сохранять, верить, размышлять, опираться на, признаваться в, благодарить за, формировать чувство, постичь</i>
5. LOYALTY/ ПРЕДАН- НОСТЬ	«Надо»			
	<i>to thank for, to value</i>	<i>благодарить, ценить</i>	<i>to pledge, to hail, to sing of, to credit for, to reward, to celebrate</i>	<i>замечательно говорить, воспитать в ком-то, почитать, славиться</i>
6. TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ	«Надо»			
	<i>to thank for, to teach</i>	<i>благодарить, учить, проповедовать</i>	<i>to promote, to strengthen, to find, to praise, to need for, to call for, to show gratitude for, to ask for, to plead for, to appreciate, to issue a plea for, to be grateful for</i>	<i>оправдать, развивать, воспитывать, выступить за, быть за</i>

Таблица 11

Сходства и различия когнитивных признаков
оценочных зоны интерпретационных полей ценностных концептов

ЦК	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/ МУЖЕСТВО	Положительная концептуализация			
	<i>extraordinary, stunning, incredible, unimaginable, great, tremendous, immense, complete, unconditional, true</i>	<i>исключительное невероятное, великое, огромное, безусловное, истинное</i>	<i>conspicuous, ongoing, significant, unique, unprecedented, utter</i>	<i>большое, высочайшее, несгибаемое, непоколебимое, самозабвенное</i>
2. HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ	Положительная концептуализация			
	<i>absolute, incredible, real</i>	<i>абсолютная, невероятная, настоящая</i>	<i>bold, bracing, brave, disarming, essential, frank, real, startling, unusual, unbiased, utmost</i>	<i>высокая, максимальная, хирургическая</i>
	Отрицательная концептуализация			
	—	—	<i>dazzling, radical, searing</i>	—
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	Положительная концептуализация			
	<i>true</i>	<i>истинная</i>	<i>beautiful, disinterested, easy, exceptional, good, great, incredible, modest, powerful, tremendous</i>	<i>важная во все времена, неиссякаемая, неизъяснимая</i>
	Отрицательная концептуализация			
	—	—	<i>contagious, little, viral, microscopic, random, small, tiny, uncommon, unexpected, underrated</i>	—
4. LOVE/ ЛЮБОВЬ	Положительная концептуализация			
	<i>deep, great, huge, sincere, strong, true, high</i>	<i>глубокая, великая, огромная, сильная, искренняя, настоящая, возвышенная</i>	<i>beautiful, growing, immense, incredible, inspiring, steady, wide, unwavering, uplifting</i>	<i>небесная, неземная, трезвая, преданная, серьезная, незыблемая, важная, интересная</i>
	Отрицательная концептуализация			
	—	—	—	<i>роковая, безумная, сумасшедшая, всепоглощающая</i>
5. LOYALTY/ ПРЕДАНОСТЬ	Положительная концептуализация			
	<i>deep, secure, real, true</i>	<i>глубокая, надежная, настоящая</i>	<i>captivating, enduring, inspiring, intense, powerful, selfless, single-minded, steadfast, unflinching, unparalleled, unsurpassed, unwavering</i>	<i>безопасная, искренняя, невероятная, беззаветная, безграничная, сердечная, запредельная, твердая, неиссякаемая, самоотверженная</i>
	Отрицательная концептуализация			
	—	—	<i>blind, dangerous, feral, monomaniacal, servile, slavish</i>	—
6. TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ	Положительная концептуализация			
	<i>enormous</i>	<i>огромная</i>	<i>broad, incredible, superhuman</i>	<i>большая, великолепная, легкая, настоящая, полезная, неожиданная, чрезвычайная</i>

**Сходства и различия когнитивных признаков
утилитарной зоны интерпретационных полей ценностных концептов**

ЦК	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/ МУЖЕ-СТВО	Целеполагания, направленные на пользу/ во благо человеку			
	а) в духовной сфере			
	—	—	способствовать изменению людей в лучшую сторону	—
	б) в материальной сфере			
	to lead to success	способствовать успеху	—	—
—	—	—	спасти жизнь человеку	
2. HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ	а) в духовной сфере			
	—	—	to make feel real and believable at ease	сближать, объединять людей дружескими отношениями
	—	---	to succeed. to solve social problems	—
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	а) в духовной сфере			
	—	—	to make happy	—
	—	—	to build strong relationships	—
	—	—	set the world in the right direction	спасти мир и делать его лучше
	б) в материальной сфере			
	—	—	to have a positive impact on people's health	улучшать здоровье, продлевать жизнь
—	—	—	помогать добиваться успехов	
4. LOVE/ ЛЮБОВЬ	а) в духовной сфере			
	—	—	—	сохранить и улучшить мир на земле
	—	—	—	спасти человека, сделать его жизнь лучше
	б) в материальной сфере			
	—	—	to make feel safe in community; to protect	—
	—	—	to have positive impact on health	—
—	—	to succeed, to achieve goals	—	
5. LOYALTY/ ПРЕДАНОСТЬ	а) в духовной сфере			
	—	—	to inspire people	помогать переносить трудности; способствовать налаживанию отношений и сохранению семьи
	б) в материальной сфере			
—	—	to reach the goals	улучшить качество жизни и здоровье	
6. TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ	а) в духовной сфере			
	—	—	to stamp out racism and ageism; to defend equal rights	—
	—	—	to help to go through difficult times	—
	б) в материальной сфере			
to help, to win to succeed,	достичь успеха/ результатов	—	—	
—	—	—	преодолевать трудности	

Сходства и различия дополнительных характеристик
интерпретационных полей ценностных концептов

Цен- ностный концепт	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/ МУЖЕСТВО	а) вознаграждение за проявленное мужество			
	citation, reward	орден/награда	award, prize, recognition	присвоение звания, повышение в звании
	б) Проявление мужества, свойственное людям определенных профессий			
	officers, sportsmen	военные, спортсмены	leaders, politicians	медики, люди искусства, педагоги
2. HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ	-	-	-	-
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	а) бескорыстность проявления доброты			
	+	+	-	-
	б) способность доброты распространяться			
	+	+	-	-
	в) доброта - национальная черта нации			
	-	-	-	+
4. LOVE/ ЛЮБОВЬ	Значимость love/любви в иерархии чувств			
	-	-	importance	первостепенность
5. LOYALTY/ ПРЕДАНОСТЬ	-	-	Loyalty is hard to come by	-
	-	-	Financial reward for loyalty	-
6. TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ	Zero tolerance for/нетерпимость к			
	<i>corruption</i>	<i>коррупции</i>	<i>discrimination, racism, disorder, drinking, driving, crime, bad behavior in school, violence against women, bullying and harassment и др.</i>	<i>неонацизму, русофобии, национализму, экстремизму, ксенофобии</i>

Сходства и различия взаимодействия с другими концептами

Цен- ностный концепт	Сходства		Различия	
	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура	Английская лингвокультура	Русская лингвокультура
1. COURAGE/ МУЖЕСТВО	COMPASSION, PATIENCE, TALENT, WIT	МИЛОСЕРДИЕ, СОСТРАДАНИЕ, ТЕРПЕНИЕ, ТАЛАНТ, МУДРОСТЬ	COMMITMENT, FAITH, INTEGRITY, RESILIENCE, SELFLESSNESS	САМОТВЕРЖЕННОСТЬ, САМОПОЖЕРТВОВАНИЕ, СТОЙКОСТЬ, УМ
2. HONESTY/ ЧЕСТНОСТЬ	ACCOUNTABILITY, COURAGE, COMPASSION, HUMANITY, LOVE, MODESTY, MORALITY	ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ОТВАГА, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ, ЛЮБОВЬ, СКРОМНОСТЬ, НРАВСТВЕННОСТЬ	GENEROSITY, RESPECT, SOCIAL COHESION, SELFLESSNESS, WARMTH, WISDOM	ВЗАИМОВЫРУЧКА, ДОБЛЕСТЬ, СВОБОДА, ПАТРИОТИЗМ, ПОЛЬЗА, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ПРИНЦИПАЛЬНОСТЬ, СОЛИДАРНОСТЬ, УСЕРДИЕ
3. KINDNESS/ ДОБРОТА	COURAGE, FRIENDSHIP, GRACE, INTEGRITY, LOVE, RESPECT, SELFLESSNESS, WIT	ОТВАГА, ДРУЖБА, МИЛОСЕРДИЕ, ДОСТОИНСТВО, ИСКРЕННОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ, УВАЖЕНИЕ, БЕСКОРЫСТНОСТЬ, ЛЮБОВЬ, ОСТРОУМИЕ	—	ВЗАИМОВЫРУЧКА, МУДРОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, СВОБОДА ВЫБОРА, СОВЕСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ
4. LOVE/ ЛЮБОВЬ	KINDNESS, LOYALTY, RESPECT, SUPPORT	ДОБРОЖЕЛА- ТЕЛЬНОСТЬ, ВЕРНОСТЬ, ВЗАИМОУВАЖЕНИЕ, ПОДДЕРЖКА	COURAGE, DEDICATION, FRIENDSHIP	ВСЕПРОЩЕНИЕ, ТЕПЛОТА, ТОЛЕРАНТНОСТЬ
5. LOYALTY/ ПРЕДАННОСТЬ	AFFECTION, LOVE COURAGE, FORTITUDE, GENEROSITY INTEGRITY	ЛЮБОВЬ, СМЕЛОСТЬ, СТОЙКОСТЬ, ЩЕДРОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ	KINDHEARTEDNESS, RESILIENCE, RESPECT	ВЗАИМОВЫРУЧКА, ИСКРЕННОСТЬ, МУДРОСТЬ, НАДЕЖНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПАТРИОТИЗМ, ПОСТОЯНСТВО, ПОРЯДОЧНОСТЬ, УВЕРЕННОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ
6. TOLERANCE/ ТОЛЕРАНТНОСТЬ	CHARITY, COURAGE, SPIRIT, GENEROSITY, DECENCY, LOVE, MUTUAL UNDERSTAND- ING, RESILIENCE	МИЛОСЕРДИЕ, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ, МУЖЕСТВО, ЩЕДРОСТЬ, ДОБРОТА, ОТЗЫВЧИВОСТЬ, ПОРЯДОЧНОСТЬ, ЛЮБОВЬ, ВЗАИМОПОНИМАНИЕ, СТОЙКОСТЬ	ALTRUISM, COMPASSION, RESOLVE, RESPECT, SUPPORT, UNITY, WILLINGNESS	ГЕРОИЗМ, ДОВЕРИЕ, ГИБКОСТЬ, ТВЕРДОСТЬ, ДОБРОСЕРДЕЧНОСТЬ, ЗАДУШЕВНОСТЬ, ТАЛАНТ, КРЕАТИВНОСТЬ, КОММУНИКАбельНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ПРЕДАННОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ