



DOI: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-213-232

УДК 811.161.1'373:398.91

Научная статья / Research article

## Аксиология паремий в фокусе проблемы когнитивно-дискурсивного моделирования семантики русских пословиц

Н.Н. Семененко

Старооскольский филиал Белгородского государственного национального  
исследовательского университета  
*м-н Солнечный, 18, Старый Оскол, Белгородская область, Российская Федерация, 309502*  
[nsemenenko@yandex.ru](mailto:nsemenenko@yandex.ru)

Статья посвящена анализу проблемы определения фактора ценности в семантической структуре паремий применительно к задаче когнитивно-прагматического моделирования семантики пословиц. Актуальность обращения к ценностному компоненту паремической семантики обусловлена ставшим уже традиционным для антропоцентрически ориентированной лингвистики подходом к решению проблем семантики знаков косвенно-производной номинации в системе «Язык — текст — дискурс». Паремия рассматривается как синкретичный знак, совмещающий свойства текстымы (языкового знака) и высказывания (дискурсивной единицы), многим особенностям своей речевой реализации обязана именно сочетанию свойств мини-текста со «свернутой» смысловой структурой и единицы дискурса, способствующей смыслообразованию в его пространстве. В ходе определения сущности подхода к описанию проблемы уточняется лингво-философский и лингвокультурологический статус ценности, а также предлагается авторская концепция определения когнитивно-прагматического статуса ценности как лингвоментальной единицы, выделяемой в когнитивном основании значения народного афоризма и реализуемой в прагматическом компоненте паремического значения. Описание ценностной паремической репрезентации проводится в русле когнитивно-прагматического подхода к разграничению ценностного и оценочного в смысловом содержании пословиц. Обоснованная в исследовании модель описания аксиологической акцентуализации паремической семантики иллюстрируется на материале тематических групп паремий и в ходе описания дискурсивного потенциала пословиц, включенных в контекст. Актуальность проведенного исследования обусловлена рассмотрением паремической семантики как области лингвосинергического взаимодействия ценности и оценки, выраженных в семантической структуре пословиц.

**Ключевые слова:** паремия, аксиолингвистика, когнитивно-дискурсивное моделирование, концепт, ценность, оценка

### История статьи:

Дата поступления: 23.02.2020

Дата приема в печать: 10.03.2020

---

© Семененко Н.Н., 2020



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

**Для цитирования:**

Семенов Н.Н. Аксиология паремий в фокусе проблемы когнитивно-дискурсивного моделирования семантики русских пословиц // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 2. С. 213—232. doi: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-213-232

UDK 811.161.1'373:398.91

## **Axiology Proverbs in the Focus of the Problem of Cognitive-Discursive Modeling of the Semantics of Russian Proverbs**

**Natalia N. Semenenko**

Starooskolsky branch of Belgorod state national research University  
18, Solnechnyi, Stary Oskol, Belgorod region, Russian Federation, 309502  
nsemenenko@yandex.ru

The article is devoted to the analysis of the problem of determining the value factor in the semantic structure of proverbs in relation to the problem of cognitive-pragmatic modeling of proverbial semantics. The relevance of the appeal to the value component of paremic semantics is due to the approach to solving the problems of semantics of signs of indirect-derived nomination in the system “Language — text — discourse”, which has already become traditional for anthropocentric linguistics. Paremia is considered as a syncretic sign that combines the properties of a texteme (a language sign) and a statement (a discursive unit). Many features of its speech implementation are due to the combination of the properties of a mini-text with a “folded” semantic structure and a discourse unit that contributes to the formation of meaning in its space. In the course of determining the essence of the approach to the description of the problem specified linguophilosophical cultural status values, and proposes the author's concept define cognitive-pragmatic status values as linguaitaliana units allocated in the cognitive basis of the values of folk aphorism and implemented in a pragmatic component paramedische values. The description of axiological paremic representation is carried out in line with the cognitive-pragmatic approach to the distinction between axiological and evaluative in the semantic content of proverbs. Grounded in the study of the model description of the axiological accentually pareticheski semantics is illustrated by a thematic group of proverbs and in describing the discursive potential of the proverbs included in the context. The relevance of the study is due to the consideration of paremic semantics as a field of linguosinergic interaction of value and evaluation, expressed in the semantic structure of proverbs.

**Keywords:** paremia, axiolinguistic, cognitive-discursive modeling, concept, value, estimation

**Article history:**

Received: 23.02.2020

Accepted: 10.03.2020

**For citation:**

Seменов, N.N. (2020). Axiology Proverbs in the Focus of the Problem of Cognitive-Discursive Modeling of the Semantics of Russian Proverbs. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(2), 213—232. doi: 10.22363/2313-2299-2020-11-2-213-232

## Введение

Фактор ценности как значимого для современного гуманитарного знания понятия актуализирован в связи с выделением аксиолингвистических исследований в особую научную область и по причине актуальности задач новой смежной лингвистической дисциплины для антропоцентрической парадигмы современной лингвистики в целом. Аксиолингвистика — это современное научное направление, объект которого имеет выраженный лингвофилософский характер и трактуется в абстрагировании от уже достаточно традиционного подхода к нему как к «определенным образом пре-структурированному и постоянно структурируемому “дому бытия” человека в координатах “картины мира”, предполагая подход к языку как к «пространству энергейного... пересечения множества модусов переживания бытия человеком в его воздействующем диалоге с открывающимся познанию и освоению миром и самим собой в процессах жизни — выживания, вовлеченности, самовыражения, самоидентификации, попытках гармонизации, единения с этим миром и другими, подобными себе» [1. С. 3].

Лингвоаксиологические исследования охватывают достаточно широкий круг проблем, связанных с выявлением языковых механизмов формирования и выражения ценностей (Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, А.А. Ивин, В.В. Квашнина, Н.Б. Корина, Л.В. Коцюбинская, О.А. Кузина, С.Г. Павлов, Е.Ф. Серебренникова, В.А. Сидоров, О.Я. Сулейманова и др.).

Современная аксиолингвистика в ходе решения ряда базовых проблем, в том числе (1) проблемы разработки общей теории аксиосферы; (2) вопросов описания фундаментальных категорий ценности и оценочности с последовательным разграничением ценностного и оценочного компонентов значения; (3) проблемы амбивалентности оценки и поливалентности ценностных репрезентаций; (4) задач по определению семантического и семиологического статуса ценности и т.д., особое внимание обращает на паремии как афоризмы фольклорного происхождения, характеризующиеся рядом когнитивно-прагматических функций, обуславливающих их исключительную силу убеждения.

Различным аспектам ценностной ориентации паремической семантики посвящены исследования таких современных паремиологов, как Л.К. Байрамова, А.В. Батулина, Г.Т. Безкороваяная, В.И. Ершов, А.В. Ломакина, А.С. Макарова, В.М. Мокиенко, Н.Ю. Нелюбова, Е.Ю. Танасейчук, В.И. Хильтбруннер.

Как отмечают современные исследователи, пословичный фонд, несмотря на архаичность лежащих в его основе образов и представлений, может помочь выявить картину в том числе современных национальных ценностных приоритетов... Аккумулируя представления об искомом характере отношений, пословицы остаются одним из важнейших критериев оценки. В силу востребованности содержащихся в них ценностных ориентиров пословицы вовлекают новые поколения носителей языка в «строительство» межличностных отношений [15. С. 226]. Соответственно, со временем дидактика пословиц не ослабевает в своем воздействии на адресата и является универсальным инструментом трансляции значимых для социума ценностей.

Именно статус аксиоматического текста, который в модально усиленной форме выражает стереотипное для национальной культуры мнение, позволяет

большинству паремиеведов выделять в качестве ведущей когнитивно-прагматической функции пословиц функцию дидактическую. При этом важно отметить, что паремическая дидактика выходит за пределы собственно передачи опыта в его информативной составляющей и мыслится скорее как психосоциальное и лингвоментальное моделирование языковой личности, цель которого — реализация продуктивной для этнокультуры модели стереотипной интерпретации и оценки реалий и систем культуры.

При подобном подходе на передний план рассмотрения выходит стереотипная мораль, транслируемая пословицей и в ходе когнитивно-прагматического описания раскрывающая определенные стереотипы в синергичном взаимодействии ценности и оценки в смысловом пространстве афористического значения.

### **Методология исследования**

Методы проведенного исследования представляют собой комбинацию традиционного описательно-аналитического метода и методики когнитивно-дискурсивного моделирования сферы паремической семантики. Синкретичная природа паремий, равно как и их статус текстов культуры, репрезентирующих стереотипные формулы народного мировоззрения (в особенности в оценке традиционных сторон культуры), способствуют выделению исследовательского подхода к моделированию паремической семантики с учетом многоуровневости системы ее параметров и с применением методики когнитивно-дискурсивного моделирования, учитывающего такие когнитивно-дискурсивные факторы, как (1) активная когнитивная интеграция в основании значения народного афоризма, обусловленная интенциональным воздействием дискурса и (2) собственно дискурсивно выраженный прагматический смысл высказывания, порождаемый субъективным авторским коммуникативом текста, с одной стороны, и общеязыковым афористическим значением паремии как носителем этнокультурно-стереотипной оценки, с другой стороны.

Подобная методологическая акцентуализация свойств объекта исследования вполне согласуется с общими задачами современной аксиологической лингвистики, которая занимается моделированием и описанием неявных семантических механизмов, выполняющих роль «связующего звена между лексико-семантической оценочной системой и социальным опытом национально-культурного сообщества» [16. С. 22].

Применяемый в ходе когнитивно-дискурсивного моделирования ценностной составляющей паремической семантики метод основан на концепции когнитивно-дискурсивного смыслообразования Н. Ф. Алефиренко, который обосновывает синергетическую функцию «смыслопорождающего концепта» как некоей «подвижной» когнитивной единицы, продолжающей свою когнитивную деятельность и по завершении процесса знакообразования — при взаимодействии с топиками и условиями конкретного дискурса, в котором используется ее языковой «носитель» [17]. Верификация материалов исследования проводилась по «Большому словарю русских пословиц» В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитиной, Е.К. Николаевой и сборнику «Пословицы и поговорки русского народа» В.И. Даля.

## Дидактическая функция пословиц в свете задач определения аксиологического статуса паремического текста

Дидактика пословиц — одна из их базовых функций, выделяющих данный вид паремических единиц в пространстве народной афористики. Как отмечает Н.Ф. Алефиренко, «издавна через фраземику и паремику проецируются важнейшие свойства человека на среду его обитания» [17. С. 11], соответственно, паремический аспект языковой картины мира — это не просто свод назидательных изречений, а результат самопроекции человека на реальный и вымышленный пласты бытия, облеченный в отточенную афористическую форму, которая (в случае именно с пословицами) должна производить эффект авторитетного совета, регламентации, поучения. Но с учетом миромоделирующей функции пословицы эта дидактика не «внешняя» по отношению к ситуации, а порожденная глубинным осмыслением ситуации именно в ходе самопроекции человека на окружающие его реалии. Потому и кажется возможным говорить о безусловном наличии в семантической структуре пословичного изречения важной ценностной составляющей — результата соотнесения сущности ситуации с жизненными стереотипами и ценностными ориентирами, актуальными для национальной культуры.

Следует отметить и то, что дидактика пословиц весьма разнообразна, что обусловлено, в первую очередь, структурно-семантическим типом паремии. Например, *Не клей держит, а фуганок* — пословица с афористическим значением, обобщенность которого проявляется большей частью в формально-грамматическом русле: наблюдается типическая для пословиц безотносительность хронотопа текста пословицы (время — ‘всегда’, ‘пространство’ — везде, ‘объект/субъект’ — любой), синтаксическая структура высказывания соответствует его основной модальной функции — трансляции аксиомы. Вместе с тем мы не наблюдаем переосмысления денотатов лексических компонентов пословицы, что позволяет отнести ее к числу «необразных» по классификации Г.Л. Пермякова. Таким образом, выраженные условия для реализации дидактической функции позволяют передать четкое указание на приоритет профессиональных действий, пословица выступает как своеобразная «профессиональная» мудрость, сохраняя при этом все ведущие параметры народного афоризма. Аналогичную картину мы наблюдаем в следующих пословицах:

*Живи с разумом, так и лекарок не надо;*

*Говори, да не проговаривайся;*

*Без толку молитесь, без меры согрешаете;*

*Живут же люди неправдой, так и нам не лопнуть стать;*

*Чего не пощещь, того не същещь (не найдешь);*

*Не дай бог с дураком ни найти, ни потерять;*

*Потерял — не сказывай, нашел — не показывай* и др. Дидактика указанных пословиц характеризуется (1) однозначностью прагматической рекомендации, нацеленной на определенное действие/поступок/состояние; (2) выраженной связью с определенной сферой культуры человека (бытовой, профессиональной, ре-

лигиозной и т. д.); (3) категоричностью в оценке ценностной составляющей семантики высказывания.

Как мы видим, на дидактику пословицы существенно влияет степень обобщенности значения, напрямую связанная с образным статусом паремического текста. Например, рассмотрим формирование «подтекстовой» семантики в паремиях, обобщенное значение которых характеризуется (1) поликонцептуальностью когнитивного основания и (2) потенциальной готовностью к соотносению с самым широким спектром жизненных ситуаций, достаточно далеко выходящих за предметно-ситуативный круг, очерченный в денотативном плане пословиц, а также (3) возможностями переосмысления, результат которого представлен в *подтексте пословицы* как в *результате метафорического переосмысления сущности денотатов, образующих композицию паремического текста*:

— *Часто кадят — не успеешь кланяться* — расширение денотативного пространства при условии доминирования в значении сем ‘создают условия’ и ‘благодарить’, соответственно, прагматическая рекомендация ‘не обращать внимания на излишнее усердие людей, если оно требует от тебя слишком большой и неоправданной отдачи’ может распространяться на самый широкий спектр жизненных ситуаций, будучи устойчиво связанной при этом с ценностью «Адекватная благодарность».

— *Либо коня хорошего держать, либо плеть* — расширение денотативного пространства при условии доминирования в значении сем ‘исполнитель’ и ‘орудие манипуляции’ — прагматическая рекомендация в данном случае обусловлена преимущественно логической пропозицией высказывания, которая «проявляет» смысл ‘выбирай одно из двух’ практически независимо от конкретного денотативного наполнения модели и, тем более, независимо от референтной семантики, реализуемой в дискурсе. Поэтому, несмотря на возможно широкий спектр вербализуемых посредством паремии предметных ценностей культуры, будет последовательно реализована и ценность «Умение совершать выбор».

— *Из больших хором не знаем куда попадем* — в данном примере расширение денотативного пространства происходит при условии доминирования в значении пословицы сем ‘комфортное место’ и ‘некомфортное место’, что делает «подтекстовую» трактовку *хором* достаточно широкой; ценность «Дальновидность» при этом, в зависимости от дискурсивной реализации пословицы, будет вступать во взаимодействие с различными ценностно-оценочными доминантами: от ‘условий жизни/работы/отдыха...’, до ‘судьбы/событий/людовского окружения...’.

Таким образом, в целом паремическая дидактика заключается в формировании стереотипных оценок, суждений и алгоритмов осознания действительности, осуществляемом в процессе (1) восприятия заложенных в семантику пословицы закономерностей осознания окружающего мира, (2) уяснения взаимоотношений и соотношения отдельных ценностных доминант культуры и (3) обучения применению в речи формул модальности, оценочности и эмотивности как факторов репрезентации ценности культуры через их приложение к собственно языковой семантике паремии со всеми нюансами ее выражения. Понимание ценности при

этом носит выраженный культурологический характер и может быть определено как обобщенный образ значимого для национального сообщества артефакта, концепта, идеи, ритуала и других элементов материальной и духовной культуры.

Выступая в качестве проводников указанных элементов, пословицы не просто метко характеризуют ситуацию, связанную с осмыслением той или иной ценности, а моделируют сферу культуры в соответствии с множеством оценок и полифонией мнений, наличествующих в ее традиционной сфере. Получается, что пословица как носитель ценностного содержания выступает в качестве не номинативного, а интерпретирующего средства языка. Соответственно, и само ценностное содержание носит выраженный оценочный характер и воспринимается изначально обусловленным конкретной дискурсивной привязкой, которая имеется непосредственно в речевой коммуникации или предполагается при осмыслении семантики пословицы применительно к гипотетической ситуации общения.

Указанная сложность однозначного прочтения и толкования мнения, выраженного в пословице, в случае отсутствия выраженного контекста ситуации общения и собственно речевого контекста не только вызывает разночтения в отношении пословиц к той или иной тематической группе [21. С. 25], но и порождает дискуссию при определении рекомендуемой в паремии позиции относительно той или иной ценности культуры. Например, *Мать высоко замахивается, да не больно бьет* — пословица с конкретной семантикой (афористическое значение характеризуется денотативной обусловленностью), традиционно относимая к тематическим группам «Семья — Родня», «Мать — Отец» по принципу «ключевого слова». В силу достаточной референтности денотата ‘мать’ «вывести» данную пословицу за пределы дискурса о матери крайне сложно, — разве что за счет метафорического переноса ‘мать — начальница’ или ‘мать — учительница’, и то гипотетически... Вместе с тем, «Мать» — далеко не единственная ценность, вербализованная в семантическом пространстве паремии: на уровне логической пропозиции мы наблюдаем репрезентацию ценности «Истинные намерения», а на уровне подтекста — ценности «Любовь». Собственно, данные ценности при определенном исследовательском ракурсе также могут стать основанием для группировки паремий.

### **Паремическая ценность как объект лингвокультурологического описания**

Проблема выявления ценностной составляющей паремической семантики во многих лингвокультурологических исследованиях фактически сопряжена с попыткой раскодировки ее этнокультурной значимости и нередко смешивается с понятием этнокультурной специфики. Причина подобных исследовательских погрешностей кроется, скорее всего, в безусловном признании пословицы своеобразным «рупором народного мнения», который реализует функцию аккумуляции и ретрансляции норм общественной морали. Действительно, этнокультурная специфика паремии — важный аспект рассмотрения ее как текста культуры, особенно, если речь идет о выявлении таких компонентов паремий, которые «запечатлевают национальное своеобразие, «культурную память» и

могут не иметь прямых аналогов в другом языке», «этнолингвомаркеров», как их определяют О.В. Ломакина и В.М. Мокиенко [22. С. 121]. Но если не ставить перед собой задачи выявления собственно этнокультурной специфики ценностного содержания пословиц, то на передний план выходит их функция стереотипизации события. В силу органической близости событийной основы пословицы и традиционных представлений носителей языка об обыденных сферах их цитирования паремии не просто внедряют в сознание каждого нового поколения стереотипные представления о важных для культуры аспектах морали и нравственности, но и убеждают нас в практической значимости той или иной ценности, в комплексе раскрывая ее утилитарную, с одной стороны, и философскую либо религиозную сущность — с другой. Например,

*Не надейся на счастье: не кипи коня хромого!* — «Счастье/Удача»;

*Не все лови, что плышет! Не все уди, что клюет!* — «Счастье в руки идет».

Вместе с тем,

*Удача нахрап любит* — «Желанное счастье»;

*Попытка не пытка, коль спрос не беда* — «Халява». При этом не все зависит от желания и расторопности человека:

*Счастье не батрак: за вихор не притянешь* — «Удача». Да и не всем «Счастье/удача» суждены:

*Не наше счастье, чтоб найти, а наше, чтоб потерять* — «Рок/Судьба»;

*Деньги идут к богатому, а злыдни к убогому* — «Несправедливая судьба» и т.д. Более того, счастье — не самоцель и не обязательное состояние для человека:

*Не все коту масленица, будет и великий пост* — «Счастье/Изобилие»;

*Не выросла та яблонька, чтоб на нее птица не садилась* — «Счастье/Дар божий». В конце концов, всё в руках «Судьбы» и «Бога»:

*Кто ныне мал — завтра велик, в ныне велик — завтра мал* — «Справедливость»;

*И почище нас, да слезой умываются* — «Равенство».

Описанный фактор влияния мнения, выраженного в пословице, на формулировки ценностных доминант культуры можно определить как прагматический, в то время как уместно выделить и сугубо лингвокогнитивные факторы паремической семантики, которые способствуют восприятию пословицы как безусловно верной. Во-первых, в реальном дискурсе пословица представляет собой речевую реализацию пословицы как текстемы. Под паремической текстемой в данном случае понимается инвариантная модель текста пословицы, план содержания которой представляет собой унифицированное — отвлеченное от дискурсивно обусловленных смыслов — афористическое значение. Благодаря яркой внутренней форме, которая, как правило, характеризует пословицу, ее обобщенное афористическое значение имеет структуру не столько высказывания как коммуникативно-речевого события, сколько убеждения как некоего идейно-мировоззренческого «манифеста», благодаря чему паремическое значение реализует достаточно широкую смысловую палитру и без внешнего дискурса. Тем более что любой подход к интерпретации смыслового пространства текста отдельно от его интертекстовой сущности обусловлен классической лингвистической традицией [23. С. 27; 24. С. 41].

Вследствие реализации перечисленных свойств семантики пословица с опорой на свое обобщенное значение репрезентирует ту или иную ценность как некий «идейно-мировоззренческий» конгломерат, формирующийся непосредственно в ее текстовом пространстве как следствие когнитивной интеграции концептов культуры. Например, *В лесу люди лесеют, а в людях людеют* — афористическое значение ‘человеческие качества приобретаются как наглядный опыт, перенимаются от окружающих людей’ реализовано с опорой на внутреннюю форму высказывания, формирующую образ ‘человеческих качеств как прямого следствия человеческого общения’ с помощью окказионального словообразования (*лесеют, людеют*); ценностная составляющая паремического значения при этом обусловлена как морфемной тавтологией (*люди людеют*), актуализирующей значимость семантического компонента ‘человечность’, так и лингвокогнитивной пропозицией — собственно когнитивным основанием паремического значения, представленным как интеграция следующих концептов: «Человек» + «Общество» + «Традиция». Отмеченная концептуальная модель реализуется под воздействием смыслового вектора, когнитивным «толчком» для которого является гештальт «Озверение человека», вербализованный в его энантиосемичной вариации «Очеловечивание потерявшего человечность» с использованием композиционно-грамматического параллелизма (*в лесу лесеют... в людях людеют*). Репрезентированная ценность «Человечность» при этом подразумевается как некий логический вывод из осмысления лингвистической головоломки окказионального словообразования — получается, что законы природы формируют мораль животного мира, а человеческие законы (суть мораль) формируют духовную сущность человека. Интересно, что сам факт разграничения ‘человеческого и животного’ в пословице выражен имплицитно, на уровне подтекста, а *лесеющие в лесу люди*, по сути, — аллюзия к *звереющим людям*. Таким образом, ценность, репрезентированная в данной пословице, по своему смысловому наполнению существенно отличается от понятия, закрепленного за лексемой *человечность*, которую мы используем в качестве имени соответствующего концепта, подразумевая следующее содержание, сформированное пословичной текстемой, — ‘свойство, формируемое только в сообществе под действием его законов и традиций’.

### **Ценность и оценка как дискурсивно обусловленные факторы семантизации пословицы**

Как мы видим в вышеизложенных примерах, ценностная составляющая вполне отчетливо прочитывается при рассмотрении семантики пословицы даже без привлечения внешнего по отношению к ее тексту дискурса. При этом открытым остается вопрос о соотношении ценностного содержания и коннотативного компонента паремической семантики. Действительно, оценочная семантика паремий как фактор семантизации ценностного содержания — явление дискурсивно обусловленное, находящееся в прямой зависимости от дискурсивной интенции как важнейшего когнитивно-дискурсивного фактора, корректирующего прагматические условия смыслообразования. Потому говорить о со-

отношении ценности и оценки в паремической семантике мы можем только на основании анализа дискурсивного бытования паремии. Тем более что «паремиологический дискурс может исследоваться и как результат, и как процесс коммуникации» [25. С. 231], соответственно, репрезентация ценности посредством пословицы есть ни что иное, как апелляция к определенной аксиологической «базе» дискурса, а продуцируемая паремией оценка — это своеобразный инструмент «обратной связи» дискурсивной интенции с семантикой пословицы. Например, пословица *За морем веселье, да чужое, а у нас и горе, да свое* в контексте произведения А.Ф. Суздальцева интерпретируется в условиях прямой мотивации внутренней формой. В ходе авторских размышлений значение пословицы, обрастая референциальными признаками, порождает прагматически обусловленный оценочный смысл ‘эмиграция счастья не приносит’, а счастье на Родине оценивается как ‘выстраданное’ и ‘нерадостное’:

*...Пусть в стране той сытное житье,*

*Что в ней делать с русскою душою?*

*За морем веселье — да чужое,*

*А у нас и горе — да свое.*

*Мне твоя чужбина не нужна.*

*Каждому дарованы Всевышним*

*Мать одна и родина одна.*

*Воздухом ли,*

*родиной ли дышим?*

*Выстрадал за сотни лет народ*

*Поговорку о чужом веселье...*

*Я хочу, чтобы из года в год*

*Те же звезды надо мной висели.*

*Чтобы, как река, заря текла*

*И алела над моей Россией.*

*Не было и нет ее красивой,*

*Жаль, не часто радостной была.*

Следует отметить, что у приведенной выше пословицы отмечена четкая и лишь частично переосмысленная по типу фразеологизации значения одного из компонентов текста пословицы (*за морем* как ‘на чужбине’) внутренняя форма. Пословицы же с более выраженной метафоризацией образующих паремическое высказывание лексических компонентов характеризуются заметными дискурсивными смысловыми приращениями. Например, пословица *Всяк кулик свое болото хвалит* в контексте диалога персонажей художественного произведения О. Смирнова «Взрослые дети» обретает несколько иное значение: *Ты, Иван Григорьевич, вижу, неплохой человек... И специальность у тебя хорошая, благородная. Хирург! Но, — Полуянов поднял узловатый, слабо гнущийся палец, — скажу тебе: с шахтером не сравнишься! Иван Григорьевич с улыбкой развел руками, а Феоктистов сказал: — Чего, Дмитрий, расхваливаешься? Ты прямо по пословице: всяк кулик свое болото хвалит.*

Афористическое обобщенное значение ‘каждый человек хвалит место своего рождения другим людям’ под влиянием прагматического фона дискурса обретает референциальные признаки ‘профессионал’, ‘специалист’, отчего смысловое контекстуальное приращение и прочитывается как ‘человек ставит свою профессию выше других в общей профессиональной иерархии’. Следует отметить, что смысловой переход «Родина» — «Профессия», родившийся в условиях контекста произведения, иного свойства, чем метафорический перенос в его традиционном понимании. Это переосмысление, происходящее под направленным влиянием дискурсивной интенции — исходной прагматической потребности дискурсивной среды, использующей прецедентный потенциал народного афоризма. В ходе данного переосмысления формируется оценочный смысл, — ‘хвастаться профессией нехорошо’, — весьма далекий от исходной ценности «Родина».

Как мы видим из приведенных примеров, модели ценностной репрезентации посредством паремии зависят от характера реализации ее многоуровневой семантической структуры в условиях доминирования той или иной дискурсивной интенции, а ценностное моделирование есть не что иное, как процесс кристаллизации содержания ценностного концепта в условиях мотивированности афористического значения исходной внутренней формой высказывания и актуализации обобщенного значения паремии под влиянием дискурсивной интенции. Уникальность же паремии как текста культуры при этом заключается не только в ее способности сохранять и транслировать этнокультурные стереотипы в качестве доминант культурной памяти, но и в функции порождения ценностных смыслов в условиях дискурса различной функционально-стилевой окрашенности и коммуникативной организации.

### **Лингвокогнитивный статус паремической ценности**

Еще одной проблемной зоной ценностной паремической репрезентации является неоднозначность подхода к стратификации ценностей, репрезентированных паремиями. Большой частью классификация ценностей основана на их тематической отнесенности. Примером тому являются исследования Луизы Каримовны Байрамовой, которая выделяет более десяти групп ценностей в соответствии с денотативной сферой их характеристики [26. С. 3]. Вместе с тем для характеристики ценностной составляющей паремической семантики важно учитывать сложные интегративные процессы, протекающие в том числе в аксиосфере конкретной паремии и национального паремического пространства в целом. При этом кажется весьма продуктивным подход к ценности, объективируемой паремией, как к когнитивной единице особого рода, тем более что современный лингвокогнитивный подход в решении спорных вопросов лингвосомиотического статуса допускает весьма широкое толкование когнитивной единицы [27. С. 12].

Соответственно, в качестве соответствующего целям реализации задач когнитивно-дискурсивного моделирования ценностного аспекта паремической семантики мы предлагаем подход к определению ценности, объективируемой в языке посредством единиц косвенно-производной номинации (в том числе па-

ремий), как фреймовой структуры, образуемой в ходе когнитивной интеграции текстопорождающих концептов и слотов фреймов в основании паремического значения. С учетом особенностей механизма когнитивной интеграции и степени участия в нем параметров «прагматического фона» (стереотипная установка и прагматическая рекомендация) предлагается выделение следующих групп ценностей как фреймовых структур.

1. Безусловные (репрезентируемые как конгломераты концептов с соответствующими денотатами, традиционно получившие высокую оценку в обществе) — «Труд/Созидание» — *Кто от своего труда питается, тот каждый день причащается*; «Семья/Поддержка» — *Вся семья вместе, так и душа на месте*; «Здоровье/Удача» — *Главное — здоровье, а дела как погода: то ведро, то ненастье* и т.д.

2. «Прагматические ориентиры» (стереотипы, следование которым приводит к достижению безусловных ценностей) — «Дружба/Верность» — *Добрый друг лучше ста родственников*; «Любовь/Преданность» — *Любовь и малое принимает за великое*; «Выручка/Жертвенность» — *Другого выручишь — себя выучишь* и т. д.

3. «Стереотипы действия» (стереотипы, осознание которых способствует успешной жизни и для выделения которых не требуется согласия всех членов социума, причем само их выделение возможно при осмыслении ключевых мировоззренческих установок этнокультуры, репрезентируемых в афористической форме) — «Вера в чудо/Реальность» — *Не родит верба груши*; «Зависть как двигатель прогресса/Гордость» — *Лучше быть у других в зависти, нежели в жалости*; «Наивность/Познание» — *Пылливому наивность простительна* и т. д.

Представленный список не является законченным, поскольку при обозначенном подходе он может быть расширен в соответствии с комплексом исследовательских задач, взятых на вооружение в конкретном случае.

Предлагаемый подход к стратификации ценностей основан на понимании ценности как специфической фреймовой конфигурации, что согласуется с той частью теории фрейма, в рамках которой фреймовая структура признается основным способом представленности «признаков, ценностей, структурных инвариантов» [28. С. 23], то есть определяется не только как разновидность когнитивной единицы, а как способ, механизм категоризации действительности. Соответственно, ценность рассматривается нами в ряду речемыслительных элементов, «структурирующихся фреймами и когнитивными моделями» [29. С. 27].

В соответствии с изложенным пониманием фреймовой природы ценности исследуемый ценностно-репрезентативный потенциал пословиц обусловлен тем, что данная разновидность паремий репрезентирует ценности в их содержательном аспекте и, что особо важно, с дополнительной оценкой, в которой выражено отношение к данной ценности, уже собственно приводящее нас к рекомендации, выраженной в паремии. Например, *Новая ложка — с полочки на полочку, а состарелся — по подлабочью повалелся*: репрезентированные ценности «Новый/Молодой» в аспекте оценки 'дорог, потому бережется и демонстрируется', и «Уважение» в аспекте оценки 'неуважительно по отношению

к старшим'. Когнитивное основание пословицы — поликонцептуальное образование, вследствие чего в ее тексте репрезентируется более чем одна ценность, причем, как видно из рассмотренного примера, с оценками различной полярности: 'молодой/новый — это хорошо, но не уважать старое/долго прослужившее — плохо'.

Поликонцептуальность текста пословицы вполне согласуется с композиционностью ее семантической структуры и выявляется при анализе пропозиционной основы высказывания, основанном на принципе его дискурсивной детерминации как обусловленности интенциями говорящего. Собственно дискурсивная интенция и позволяет реализовываться смысловой полифонии пословицы даже при рассмотрении ее значения вне дискурса. Например, *Бараньего лба и обухом не перешибешь*: композиционность семантики данной пословицы обусловлена ее свойствами «свернутого» текста, в котором сохранены событийные актаны — *не перешибешь* (предикативная доминанта) и *бараний лоб* (объектно-номинативная доминанта).

Соответственно, концептуальная основа данного текста формируется с учетом, как минимум, двух пропозитивных топиков: характеристики лица, на которое направлено действие (механизм концептуализации основан на кристаллизации содержательных признаков 'упрямство', 'врожденный/исконный', 'не поддающийся влиянию', 'не слышащий доводов разума' и т.д.: концепт «Неуправляемое своеволие») и характеристики действия (содержательные признаки 'сопротивление чьей-то воле', 'чужое мнение', 'перевоспитание', 'воздействие' и т.д.: концепт «Невозможность переубеждения»). Нельзя сбрасывать со счетов и пропозицию *обухом не перешибешь*, на основе которой в концептуальное основание значения интегрируется фрейм «Судьба» в части слота с собственно ценностным содержанием — «Иерархия силы».

Интересный ценностный ракурс возникает при сопоставлении данной пословицы с более частотной в современной речевой практике паремией *Плетью обуха не перешибешь*. В данной пословице пропозиция *обуха не перешибешь* вряд ли может быть выделена — более адекватным выглядит следующее пропозиционное членение: *плетью обуха* ('слабым сильное') и *плетью не перешибешь* ('напрасное усилие'). При кажущейся сходной выделенности доминантной ценности «Иерархия силы» в первой пословице стереотипичным посылом является убежденность в неравнозначности 'силы духа/характера' и 'физической силы', в то время как во второй пословице стереотипична убежденность в 'бесполезности сопротивления слабого'.

Соответственно, в выражении ментального стереотипа как транслируемого пословицей образца оценки ситуации ценность «Иерархия силы», сохраняя свою безусловную содержательную монолитность, задает фокус различным прагматическим рекомендациям. Данное явление, на наш взгляд, свидетельствует не столько о поликонцептуальности как об источнике смысловой полифонии, возникающей при использовании пословиц в речи, сколько о вполне самостоятельном когнитивном статусе паремической ценности как некоей когнитивной единицы интегративного характера, содержательно определяемой фреймом пословицы. Соответственно, репрезентированная паремией ценность в

качестве когнитивной единицы может рассматриваться не только в одном ряду с такими лингвоментальными образованиями, как концепт, фрейм, сценарий и т. д., но и в комплексном анализе элементов собственно национальной культуры, к числу которых относится стереотип.

Данная когнитивная функция ценности, вне сомнения, не может оставаться в стороне при определении приоритетов современного лингвокогнитивного подхода к моделированию паремической семантики. Тем не менее, при всей продуктивности последнего, остается актуальным ряд вопросов методологического характера, затрудняющих выделение и параметризацию когнитивных единиц и связанных, в том числе, с определенной терминологической тавтологией в аспекте номинации когнитивных единиц. В современных лингвокогнитивных исследованиях когнитивной единицы (в нашем понимании — лингвоментальные единицы, анализирующиеся в соответствии с доминантами этноязыкового сознания и структурирующиеся непосредственно в процессе вербализации), которые характеризуются выраженным аксиологическим содержанием, в ходе анализа получают различные терминологические обозначения: «концепт», «ценностный концепт», «ценность», «фрейм», «фразеологический концепт», «лингвокультурный концепт» и т. д. — выбор термина обуславливается, как правило, задачами и материалом анализа. Нас же заинтересовал тот аспект лингвокогнитивного моделирования паремической семантики, при котором ценность рассматривается не как особый вид концепта, а с позиции признания ее самостоятельного когнитивного статуса — статуса когнитивной единицы с более «подвижной» структурой, нежели у фрейма (с его логически трактуемыми связками между слотами), и с условной трактовкой содержания (в отличие от концепта, который объективно осмысливается носителями языка).

Данная позиция обусловлена вовсе не стремлением оспорить статус универсального когнитивного термина, уже достаточно давно присвоенный «концепту», а попыткой осмыслить саму природу ценности — понятия столь часто упоминаемого, сколь и до сих пор недостаточно описанного. Эта недостаточность выражается и в явной взаимоопределяемости категорий «ценность» и «оценка», что приводит к весьма неоднозначному их разграничению, и в реальной сложности построения оппозиций «национальные ценности» и «общечеловеческие ценности» (слишком много совпадений и субъективных факторов), и в неясности механизма присвоения той или иной лингвоментальной категории статуса ценности в условиях субъективности, условности и противоречивости в оценке культурно значимых фактов и явлений.

### **Лингвопрагматическая сущность ценности**

В поиске объективного содержания категории «ценность», отличающего ее от других когнитивных и лингвокогнитивных единиц, на наш взгляд, определяющим может стать прагматический фактор. Действительно, у ценности нет исходной объективности хотя бы потому, что сам факт ее значимости устанавливается в условиях определенных этнокультурных, социальных и исторических реалий, равно как и при доминировании некоей мировоззренческой пози-

ции с одновременным «оппозиционным» по отношению к ней фоном. Например, *Дешева рыбка — горька уха*, но *Дорого, да любо — дешево — да грубо*. Вообще ценность «Дорогостоящий» — одна из самых противоречивых в оценке, а в антитезе «Дорого — Дешево» взаимоотрицание сопровождается и взаимозаменой: *Дорогое лежит, а дешевое бежит* — ‘дешевое, доступное ценится людьми выше дорогого — того, что для немногих’, хотя все знают, что *Дешево хорошо не бывает*, тем более что *То и дешево, чего не надо, а что нужно, то дорого*.

Все отмеченные сложности в случае с паремической семантикой оборачиваются, как ни странно, «функциональными плюсами» — паремии, в отличие от любых искусственно созданных афоризмов лозунговой природы, имеют исключительную силу убеждения, причина которой не в реализации средств агрессивного вербального воздействия, а в выраженности в паремическом значении глубинной сущности компромиссной народной морали. Ведь для пословиц, как правило, нет однозначного толкования, которое ограничивало бы их использование тем или иным контекстом, — даже при максимально прозрачно выраженной внутренней форме пословица реализует объемное представление о жизни как явлении, нуждающемся в многополярной оценке. Соответственно, ценность для пословицы — объект когнитивно-прагматического моделирования, то внутреннее содержание морали, которое и нужно пронести через века, сохранить в условиях меняющихся мировоззренческих установок, а затем, в зависимости от потребностей культуры, провозгласить как ценностный ориентир в культурной деятельности. Отсюда и невозможность однозначной оценки для ценностей и «антиценностей», и склонность к компромиссу в самых, казалось бы, принципиальных вопросах культуры, и высокая степень толерантности в догматичных на первый взгляд высказываниях.

Например, *Дитя не плачет — мать не понимает* — в данной пословице афористическое значение ‘о проблемах самочувствия маленького ребенка невозможно догадаться, пока он не заплачет’, актуализированное прозрачной внутренней формой, реализуется в обобщенном (свободном от денотативной привязки) значении ‘понимание не наступает, если нет взаимодействия’. И в подобном семантическом ракурсе пословица может включаться в обсуждение самого широкого круга ситуаций. Так, в статье, размещенной на информационно-аналитическом портале «Республика», говорится: «Созданное в Казахстане полтора месяца назад госагентство по защите прав потребителей все еще не имеет руководителя, а потребительская грамотность для большинства казахстанцев по-прежнему остается чем-то далеким. Тем временем не умеющие отстаивать свои права потребители не только сами становятся жертвами, но и подвергают опасности жизнь и здоровье родных и близких. Об этом и многом другом рассказала глава национальной лиги потребителей Казахстана, депутат мажилиса Светлана Романовская.... Все говорят, что надо улучшать качество жизни, но и здесь от нас, граждан, многое зависит. Говорят, мол, *дитя не плачет — мать не понимает*. До тех пор, пока мы не начнем отстаивать свои права, менять жизнь к лучшему, ничего не изменится». В приведенном контексте обобщенное значение пословицы реализуется в прагмати-

чески обусловленном смысле ‘не начнем озвучивать проблемы — не наступит улучшение жизни’.

В контексте художественного текста данная пословица обретает несколько иное звучание: «*Ты попробуй [просить денег] — без просьбы нельзя же: дитя не плачет, мать не разумеет... Ну-ка попробуй*» (Мельников-Печерский «В лесах»). В данном контексте посредством текста пословицы реализован прагматически обусловленный смысл ‘переступи через гордость — попроси’. Или «*А там, в управлении, откуда им знать — готов Щукотько к перевозке или не готов? Дитя не плачет, мать не разумеет... Теперь он шумел, торопил, сам к баржам ездил, но все напрасно: суда стоят, и нет им ходу по такой малой воде*» (В. Колыхалов «Дикие побеги» — смысл высказывания может быть интерпретирован следующим образом: ‘дело само с места не сдвинется — действуй’).

Таким образом, в ходе моделирования прагматического смысла высказывания обнаруживается, что при всем разнообразии дискурсивной интенции, которая способствует реализации обобщенного значения пословицы в конкретном смысловом ракурсе, неизменно остается стереотипная оценка ценности «Демонстрация потребностей другим людям с надеждой на понимание и помощь». Данная ценность находится в русле исконной традиции русской толерантности как открытости к другим, подразумевающей, в свою очередь, готовность к восприятию потребностей других людей.

Таким образом, ценностная составляющая паремической семантики — это важнейший ориентир для раскодировки ее этнокультурной значимости, поскольку, выступая в качестве традиционного ретранслятора норм и основ общественной морали, народные афоризмы не просто внедряют в сознание каждого нового поколения стереотипные представления о важных для культуры нравственных доминантах, но и позволяют удостовериться в практической значимости той или иной ценности, раскрывая ее утилитарную, философскую, религиозную и иные составляющие в пространстве паремического дискурса. При этом алгоритм ценностной репрезентации посредством паремии обусловлен многоуровневостью ее смысловой организации и тесной связью между внутренней формой высказывания, афористическим значением и дискурсивной актуализацией значения в определенном смысловом ракурсе, который непосредственно зависит от прагматической функции паремии, реализуемой в каждом конкретном речевом акте.

## Заключение

Рассмотренный комплекс проблемных вопросов описания ценностного аспекта семантики пословиц, вне сомнения, не исчерпывает весь спектр проблем исследования ценностно-смыслового пространства паремиологии. Важным кажется акцент на необходимость выделения исследований аксиосферы паремий из уже основательно разработанного русла сопоставительных исследований, цель которых заключается в выявлении национально специфических явлений и тенденций в семантике знаков косвенно-производной номинации, — выделения с последующей существенной теоретической проработкой аспектов лингвосо-

мозиса паремий как дискурсивных знаков, реализующих множество потенциалов, связанных с моделированием и репрезентацией аксиосферы культуры.

Помимо рассмотренных в статье аспектов когнитивно-дискурсивного моделирования ценностной составляющей семантики паремий, в числе актуальных вопросов видятся и (1) разработка репрезентативного терминологического аппарата, который позволил бы избегать научной тавтологии и смешения задач различных направлений современной лингвистики, и (2) уточнение лингвокогнитивного и лингвопрагматического статуса ценности применительно к семантике других паремических жанров (поговорок, устойчивых сравнений, примет, загадок и др.), а также ряд вопросов методологического характера, решение которых позволило бы более последовательно разграничивать и интерпретировать категории языка, сознания и лингвокультуры.

В целом же проблема ценностной репрезентации в пространстве паремической семантики видится актуальной как в русле развития тенденций постмодернизма в современной лингвистике, так и в части решения задач классической семантики и лингвосомиотики.

### Библиографический список

1. Серебренникова Е.Ф. Введение / Лингвистика и аксиология: этнометриология ценностных смыслов: коллективная монография. Москва: ТЕЗАУРУС, 2011. С. 3—6.
2. Сидоров В.А. Аксиология журналистики: опыт становления дисциплины. СПб., 2009.
3. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988.
4. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиториал УССР, 2002.
5. Ивин А.А. Современная аксиология: некоторые актуальные проблемы // *Философский журнал*. 2010. no 1(4). С. 66—78.
6. Квашина В.В. Проблемы аксиологии в современном языкознании // *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2013. no 2. С. 181—189.
7. Корина Н.Б. и колл. Языковая картина мира и когнитивные приоритеты языка. Nitra: UKF. 2014. С. 6—103.
8. Коцюбинская Л.В., Кузина О.А. К вопросу об аксиологии в лингвистике // *Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина*. 2015. no 1(7). С. 59—66.
9. Павлов С.Г. Лингвоаксиологическая модель человека: научно-аксиологический аспект // *Вестник Минского университета*. 2013. no 2. С. 56—58.
10. Сулейманова Я.О. Ценностная картина мира русской культуры в паремииологическом контексте (на материале пословиц с компонентами-наименованиями природных стихий) // *Universum: филология и искусствоведение*. 2017. no 6(40). Режим доступа: <http://7universum.com/ru/archive/item/4930> (дата обращения: 10.01.20).
11. Байрамова Л.К. Пословицы в «Аксиологическом фразеологическом словаре русского языка: словаре ценностей и антиценностей» // *Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого*. 2014. no 77. С. 10—11.
12. Батулина А.В. Представление ценностной картины мира русского народа в пословицах, поговорках и пословично-поговорочных выражениях // *Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого*. 2007. no 44. С. 59—61.
13. Безкоровая Г.Т., Ломакина О.В., Макарова А.С. Лингвокультурологический потенциал фразеосимвола: общее и национально-специфическое (на материале фразеологизмов с компонентом-символом Меч / Sword / le Glaive в русском, английском и французском языках) / *Филология и культура*. 2017. № 4(50). С. 6—10.
14. Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Познавательный потенциал русинских паремий на фоне русского и украинского языков / *Русин*. 2016. no 3(45). С. 119—128.

15. Нелюбова Н.Ю., Хильтбруннер В.И., Ершов В.И. Отражение иерархии ценностей в словесном фонде русского и французского языков // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика.* 2019. Т. 23. no 1. С. 223—243. doi: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243.
16. Танасейчук Е.Ю. Принципы описания фразеологии в целях выделения системы культурных ценностей (на примере пословиц китайского, английского и русского языков) // *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки.* 2008. no 7. С. 57—60.
17. Болотина М.А., Шабашева Е.А. Когнитивный аспект оценочной семантики фразеологических единиц с цветообозначениями // *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта.* 2013. no 2. С. 21—28.
18. Алефиренко Н.Ф. Смысл как лингвофилософский феномен // *Вестник ТомГУ. Сер. Филология.* 2013. no 21. С. 5—14.
19. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К. *Большой словарь русских пословиц.* М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп». 2010.
20. Даль В.И. *Пословицы русского народа.* Москва: Эксмо-ННН. 2005.
21. Алефиренко Н.Ф. Ценностно-смысловая парадигма слова / Основные тенденции развития русского и других славянских языков в современном мире: Сб. науч. труд. Ун-т Кирилла и Мефодия в Трнаве. Брно. 2014. no 21. С. 6—17.
22. Алефиренко Н.Ф. Идиоматический «камертон» когнитивно-прагматического регистра в языковой картине мира // *Фразеология в языковой картине мира: когнитивно-прагматические регистры: Сб. науч. трудов по итогам 4-й Международной научной конференции по когнитивной фразеологии (г. Белгород, 26—27 марта 2019 года), Белгород: ООО «Эпицентр».* 2019. С. 9—15.
23. Семенов Н.Н. *Русские поговорки: функции, семантика, прагматика: Монография.* Старый Оскол: РОСА, 2011.
24. Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Ценностные константы русинской поговорки (на фоне украинского и русского языков). *Русин.* 2018. no 4(54). С. 303—317.
25. Sokolová J. *Tri aspekty verbálneho textu.* Nitra: UKF, 2012.
26. Галло Я. К проблеме лингвосемантической специфики интертекстуальности // *Opera Slavica: Slavistické rozhledy, roč. 22.* 2012, suppl. S. 29—35.
27. Ковшова М.Л. Личное имя в русском поговорочном дискурсе: опыт дискурсивного анализа // *Полипарадигмальные контексты фразеологии в XXI веке: Материалы междунар. науч. конф. Тула: ТППО, 2018.* С. 227—240.
28. Байрамова Л.К. Бедность как антиценность и ценность .... — Богатство как ценность и антиценность во фразеологической парадигме русского, татарского, английского, немецкого, французского языков. Казань Центр инновационных технологий, 2014.
29. Алефиренко Н.Ф., Корина Н.Б.: *Проблемы когнитивной лингвистики.* Nitra: UKF, 2011.
30. Barsalou L.W. *Frames, Concepts and conceptual fields // Frames, Fields and contrasts.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum associates publishers, 1992. pp. 21—73.
31. Fauconnier, G. *Mental Spaces: Aspects of meaning construction in natural language.* Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

## References

1. Serebrennikov, E.F. (2011). Introduction In *Linguistics and axiology: value entomemiotria meanings: collective monograph.* Moscow: THESAURUS. pp. 3—6. (In Russ.).
2. Sidorov, V.A. (2009). *Axiology of journalism: experience of formation of the discipline.* St. Petersburg. (In Russ.).
3. Arutyunova, N.D. (1988). *Types of linguistic meanings: Evaluation. Event. Fact.* Moscow: Nauka. (In Russ.).
4. Wolf, E.M. (2002). *Functional semantics of evaluation.* Moscow: Editorial of the USSR. (In Russ.).

5. Ivin, A.A. (2010). Modern Axiology: Some Urgent Problems. *Philosophy Journal*, 1(4), 66—78. (In Russ.).
6. Kvashina, V.V. (2013). Problems of axiology in modern linguistics. *Bulletin of Chelyabinsk State Pedagogical University*, 2, 181—189. (In Russ.).
7. Corina, N.B. and all (2014). *Language worldview and cognitive language priorities*. Nitra: UKF. 2014.
8. Kotsyubinskaya, L.V. & Kuzina, O.A. (2015). On the question of axiology in linguistics. *Vestnik of Pushkin Leningrad State University*, 1(7), 59—66. (In Russ.).
9. Pavlov, S.G. (2013). Linguistic-Axiological model of man: scientific-axiological aspect, *Bulletin of the Minsk University. Meganewton*, 2, 56—58. (In Russ.).
10. Suleymanova, Y.O. (2017). Value picture of the world of Russian culture in the paremiological context (by the material of Proverbs with components-names of natural elements). *Universum: Philology and art history*, 6(40). URL: <http://7universum.com/ru/archive/item/4930> (accessed: 10.01.20).
11. Bayramova, L.K. (2014). Proverbs in the “Axiological phraseological dictionary of the Russian language: dictionary of values and anti-values”. *Vestnik of Yaroslav the Wise Novgorod State University*, 77, 10—11. (In Russ.).
12. Betulina, A.V. (2007). Representation of the value picture of the world Russian people in proverbs, sayings and proverbs-sayings expressions. *Vestnik of Yaroslav the Wise Novgorod State University*, 44, 59—61. (In Russ.).
13. Bezkorovaynaya, G.T., Lomakina, O.V. & Makarova, A.S. (2017). Linguistic and Cultural Potential of Phraseology: Common and Nationally Specific Features (Based on the Phraseologisms with the Symbolic Component *Meu / Sword / Le Glaive* In Russian, English and French). *Philology and culture*, 4(50), 6—10.
14. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2016). Cognitive potential of Rusin proverbs compared with those in the Russian and Ukrainian language. *Rusin*, 3(45), 119—128.
15. Nelyubova, N., Hiltbrunner, V. & Ershov, V. (2019). The Reflection of the Hierarchy of Values in the Proverbial Fund of the Russian and French languages. *Russian Journal of Linguistics*, 23(1), 223—243. doi: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243.
16. Tanaseychuk, E.Y. (2008). Principles of phraseology description aimed at defining cultural values (based on Chinese, English and Russian Proverbs). *Vestnik of Pomor University. Series “Humanitarian and Social Sciences”*, 7, 57—60. (In Russ.).
17. Bolotin, M.A. & Shabashev, E.A. (2013). Cognitive aspect of value meaning in colour idioms, *IKBFU's Vestnik. Ser. Philology, Pedagogy, and Psychology*, 2, 2—28. (In Russ.).
18. Alefirenko, N.F. (2013). Sense as linguistic philosophic phenomenon, *Tomsk State University Journal of Philology*, 21, 5—14. (In Russ.).
19. Mokienko, V.M., Nikitina, T.G. & Nikolaeva, E.K. (2010). *Large dictionary of Russian Proverbs*. Moscow: ZAO “OLMA Media Group”. (In Russ.).
20. Dahl, V.I. (2005). *Proverbs of the Russian people*. Moscow: Eksmo-NNN. (In Russ.).
21. Alefirenko, N.F. (2014). Value-semantic paradigm of the word In *The Main trends in the development of Russian and other Slavic languages in the modern word: proceedings*. University of Cyril and Methodius in Trnava. Brno. no 21. P. 6—17.
22. Alefirenko, N.F. (2019). Idiomatic “tuning fork” of the cognitive-pragmatic register in the language picture of the world In *Phraseology in the language picture of the world: cognitive-pragmatic registers: Sat.science.proceedings of the 4th International scientific conference on cognitive phraseology (Belgorod, March 26—27, 2019)*. Belgorod: LLC “Epicenter”. pp. 9—15.
23. Semenenko, N.N. (2011). *Russian paremia: functions, semantics, pragmatics*: Monograph. Stary Oskol. (In Russ.).
24. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2018). Value constants of Rusin paremiology (compared with Ukrainian and Russian languages). *Rusin*, 4(54), 303—317. (In Russ.).
25. Sokolová, J. (2012). *Tri aspekty verbálneho textu*. Nitra: UKF. (In Slovak).

26. Gallo, Ya. (2012). Linguistically To the problem of the specificity of intertextuality. *Opera Slavica: Slavistické rozhledy is*, roč. 22, Supplement 1, 29—35. (In Russ.).
27. Kovshova, M.L. (2018). *Personal name in Russian paremiological discourse: the experience of discursive analysis* In *Polyparadigmatic contexts of phraseology in the XXI century: Materials international. science. conf.* Tula: TPPO. pp. 227—240. (In Russ.).
28. Bayramova, L.K. (2014). *Poverty as an anti-value and value .... — Wealth as a value and anti-value in the phraseological paradigm of Russian, Tatar, English, German, French languages.* Kazan, Center of innovative technologies. (In Russ.).
29. Alefirenko, N.F. & Corina, N.B. (2011). *Cognitive linguistics problems.* Nitra: UKF. (In Russ.).
30. Barsalou, L.W. (1992). Frames, Concepts and conceptual fields In *Frames, Fields and contrasts.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum associates publishers. pp. 21—73.
31. Fauconnier, G. (1994). *Mental Spaces: Aspects of meaning construction in natural language.* Cambridge: Cambridge University Press.

**Сведения об авторе:**

Семененко Наталья Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры филологии, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Старооскольский филиал; *e-mail*: nsemenenko@yandex.ru.

**Information about the author:**

*Natalia N. Semenenko*, Professor of the Department of Philology of the Starooskolsky branch of the Belgorod state national research University, Stary Oskol; *e-mail*: nsemenenko@yandex.ru.