




DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-1-156-173

УДК 811.133.1'373:398.91:172.4

Научная статья / Research article

## Роль ценностной диады МИР—ВОЙНА в языковой картине мира представителей французского общества: традиции и современность

Г.М. Гасымова , Н.Ю. Нелюбова , Т.Е. Финская  Российский университет дружбы народов,  
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6 [taya\\_finskaya5554@mail.ru](mailto:taya_finskaya5554@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена анализу ряда ценностей носителей французского языка, проживающих на территории Франции. Актуальность данной работы объясняется тем, что на современном этапе состав населения Франции изменяется в результате процесса миграции, что влечет трансформацию системы ценностей и их иерархию в обществе по сравнению с традиционным восприятием. Репрезентацию данного факта интересно проследить на пословичном материале и на языковом материале, полученном в результате анкетирования. Целью данной статьи является анализ репрезентации и роли ценностной диады *мир — война* в языковой картине мира представителей современного французского общества с точки зрения традиций и современности. В качестве материала исследования традиционных ценностей в рамках анализа изучаемой аксиологической диады была использована картотека из 49 франкоязычных пословиц об оружии, полученная путем сплошной выборки из рубрики «La guerre et les armes» словаря французских пословиц и поговорок. Изучение образцов, связанных с оружием, позволило охарактеризовать метафорическую базу для описания различных жизненных ценностнопорождающих ситуаций, а семантический анализ пословиц дал возможность выявить сопредельные ценности: *жизнь, здоровье, храбрость* и тем самым проследить особенности репрезентации диады МИР—ВОЙНА в системе ценностей французов с точки зрения накопленного опыта. С целью верификации результатов, полученных в результате анализа паремнографического материала, и извлечения представления о функционировании данной ценностной диады в языковой картине мира представителей современного французского общества, было проведено анкетирование с участием 97 информантов — коренных французов и турецких мигрантов. Анализ всего массива материала позволил выявить общую сопредельную ценность *жизнь*. Данный факт, как и второе место понятия *мир*, по оценкам информантов, на ценностно-понятийной шкале располагается после *семьи*, позволяет рассматривать *мир* как одну из основных витальных ценностей представителей современного французского общества.

**Ключевые слова:** языковая картина мира, аксиологическая диада, ценности, пословицы, ценности французов, ценности турецких мигрантов

© Гасымова Г.М., Нелюбова Н.Ю., Финская Т.Е., 2022

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

### Финансирование. Благодарности

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН. Вклад авторов в работу равнозначен на всех этапах.

### История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 15.11.2021

### Для цитирования:


Гасымова Г.М., Нелюбова Н.Ю., Финская Т.Е. Роль ценностной диады МИР—ВОЙНА в языковой картине мира представителей французского общества: традиции и современность // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 1. С. 156—173. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-1-156-173>

UDC 811.133.1'373:398.91:172.4

## The Role of the Diad PEACE—WAR Value in the Linguistic Worldview of the French Society Representatives

Gulnara M. Gasymova , Natalia Yu. Nelyubova , Taisiya E. Finskaya  

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),  
6, st. Mikluho-Maklaya, Moscow, Russian Federation, 117198

 taya\_finskaya5554@mail.ru

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of a number of values of native French speakers living in France. The relevance of this work is explained by the fact that at the present stage the composition of the population of France is changing as a result of the migration process, which entails the transformation of the value system and their hierarchy in society compared to traditional perception. It is interesting to trace the representation of this fact on the proverbial material and on the material obtained as a result of the questionnaire. The purpose of this article is to analyze the representation and role of the peace — war value dyad in the linguistic picture of the world of representatives of modern French society from the point of view of traditions and modernity. As a material for the study of traditional values in the framework of the axiological dyad's analysis under study, 49 French-language proverbs about weapons were used, taught by a continuous sample from the heading “La guerre et les armes” of the dictionary of French proverbs and sayings. The study of images associated with weapons allowed us to characterize the metaphorical basis for describing various life value-generating situations, and the semantic analysis of proverbs made it possible to identify adjacent values: life, health, courage and thereby trace the features of the representation of the peace — war dyad in the French value system from the point of view of accumulated experience. In order to verify the results obtained from the analysis of paremiographic material and extract an idea of the functioning of this value dyad in the language picture of the world of representatives of modern French society, a questionnaire was conducted with the participation of 97 informants — native French and Turkish migrants. The analysis of the entire array of material allowed us to identify the common contiguous value of life. This fact, as well as the second place of the concept of peace, according to the informants, is located after the family on the value-conceptual scale, allows us to consider peace as one of the main vital values of representatives of modern French society.

**Keywords:** linguistic worldview, axiological diad, values, proverbs, French values, Turkish migrants values

### Financing. Acknowledgement

This paper has been supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program. All authors have contributed equally.

### Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 15.11.2021

### For citation:

Gasymova, G.M., Nelyubova, N.Yu. & Finskaya, T.E. (2022). The Role of the Diad PEACE—WAR Value in the Linguistic Worldview of the French Society Representatives. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(1), 156—173. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-1-156-173>

## Введение

Современная антропоцентрическая парадигма предполагает изучение связи между мышлением и сознанием человека, действительностью и языком. С одной стороны, язык отражает окружающую реальность. В то же время результаты познания мира человеком отражаются в слове. Язык является способом формирования знаний человека об окружающем мире, промежуточным звеном между действительностью и сознанием. Представители различных этносов видят мир по-разному в зависимости от своего родного языка, что позволяет говорить о лингво- или этноспецифичности языковой картины мира, которая «отражает особый способ мировидения, присущий данному языку, культурно значимый для него и отличающий его от каких-то других языков. Фактически особый способ мировидения проявляет себя в национально специфичном наборе ключевых идей — своего рода семантических лейтмотивов, каждый из которых выражается различными языковыми средствами: морфологическими, словообразовательными, синтаксическими, лексическими и даже просодическими» [1. С. 35]. В связи с изучением языковой картины мира исследование человеческого фактора в языке приобретает новый ракурс. «Понятие картины мира относится к числу фундаментальных, выражающих специфику человека и его бытия, взаимоотношения его с миром, важнейшие условия его существования в мире» [2. С. 11].

Как отмечает О.В. Ломакина, языковая картина мира является инструментом современной лингвистики, требующим систематического описания [3. С. 127]. В лингвистических исследованиях отмечаются различные аспекты описания языковой картины мира: когнитивный, лингвистический, культурологический и семиотический, среди которых важная роль принадлежит культурному компоненту [4. С. 50]. Культура же неразрывно связана с ценностными ориентациями представителей того или иного этноса, она «прививает человеку определенный набор ценностей, в оригинальности которого и заключается оригинальность культуры» [5. С. 25]. Поскольку в аксиологии не существует единого определения понятия «ценность», отметим, что в рамках данной статьи вслед за В.И. Карасиком мы понимаем ценность как «наиболее

фундаментальную характеристику культуры, высший ориентир поведения» [6. С. 1]. Исследователи предлагают различные классификации ценностей. В частности, Б.С. Ерасов выделяет следующие группы: витальные (жизнь, здоровье, благополучие); социальные (семья, дисциплина, богатство, патриотизм); политические (законность, конституция, мир); моральные (добро, любовь, честь, уважение); религиозные (бог, вера); эстетические (красота, стиль, гармония) ценности [7. С. 202].

Цель данной статьи — провести анализ функционирования и определить роль ценностной диады МИР—ВОЙНА в языковой картине мира представителей современного французского общества с точки зрения традиций и современности.

Комплексная методология, примененная в ходе исследования, включала сравнительно-сопоставительный метод, метод лексикографического описания и семного анализа, прием сплошной выборки, количественный подсчет, метод анкетирования. Использованный материал включал 47 французских пословиц о войне, а также результаты проведенного нами анкетирования 97 информантов — французов, из которых 42 — из семей турецких мигрантов, проживающих во Франции.

### **Комплексная методология выявления аксиологических доминант в массовом сознании современного французского социума**

В то время как мнения имеют свойство меняться, ценность отличает постоянство [8. С. 34]. Ценностные понятия являются базовыми для конкретного народа и даже конкретного человека. Каждый индивид упорядочивает ценностные представления по-своему. Однако «социологические исследования показывают, что у людей, живущих в аналогичных условиях, образуется типичная для данной группы система ценностных ориентаций» [7. С. 203], соответственно, деятельность представителей определенного этноса регулируется и «осуществляется с помощью системы ценностных доминант, которая выполняет консолидирующую функцию и определяет пути развития этнического сообщества. Ценностная система этноса складывается в течение больших исторических периодов, на протяжении которых отбираются те ценности, которые способствовали выживанию этноса как единого целого» [9. С. 146].

Отмечая, что системам ценностей свойственна градуированность, подчеркнем, что «каждая культура может быть представлена как набор конкретных разделяемых большинством ее представителей ценностей, находившихся в определенной иерархии» [10. С. 137]. Для каждого народа характерна своя иерархически обусловленная система ценностей, некоторые из которых могут иметь место и в других культурах, но при этом по-другому интерпретироваться или занимать другое место в иерархии. Кроме того, «стереотипы, эталоны, установки со временем в культуре могут меняться, а ценности передвигаться и менять свое положение на шкале приоритетов» [11. С. 96].

Кроме того, ценностям, как и человеческому сознанию, присуща амбивалентность, в результате чего в аксиологических исследованиях речь идет о ценностных диадах, среди которых выделяют, в частности, следующие: *жизнь — смерть, здоровье — болезнь, счастье — несчастье, родина — чужбина, труд — отдых, безделье; богатство — бедность; ум — глупость; правда — ложь, смех — плач; рай — ад* [12. С. 10], где ценности противопоставлены антиценностям. По такому же принципу можно выделить диаду *мир — война*. Поскольку ценности «как ориентиры поведения могут быть охарактеризованы с различных позиций» [6. С. 3], интерес представляет изучение поведения указанных диад в системе ценностей, которое позволяет проследить их диалектическое взаимодействие, сопровождающееся порой переходом ценности в антиценность и наоборот.

Учитывая все вышесказанное, добавим, что ценность представляет собой один из «системообразующих факторов культуры, выражением ее основной (оценочной) функции» [13. С. 126]. Таким образом оценочность и ценностные характеристики осознаются как «фундаментальные характеристики универсума бытия человека и общества, но в то же время остаются среди еще непознанных в своем единстве и одновременно в их вариативной представленности в языке человека» [14. С. 3—4], вследствие чего актуальным представляется изучение ценностей и их отражения в полинациональных языках, претерпевающих изменения в том числе в результате влияния миграционных процессов. В данном случае речь пойдет о современном французском обществе.

Важно подчеркнуть, что французская культура базируется не только на аутентичных ценностях: на нее повлияли традиции народов Северной Африки и практически всего европейского континента. Это смешение и интеграция традиций нашли отражение в системе ценностей современных французов. Характеристика последних подробно представлена в социологических исследованиях [15. С. 31]. В первую очередь отмечается индивидуалистская направленность французской культуры, с которой связана высокая степень стремления человека к свободе, автономности, являющейся приоритетным элементом. Подчеркивается важность самостоятельности в личном выборе, несмотря на моральные устои, религиозные, государственные или даже семейные нормы. Речь идет об индивидуализации ценностей в целом, которая, тем не менее, не подразумевает замкнутости в себе, эгоизма и аномии [15. С. 370].

Результаты социологического опроса французов показали, что наибольшую ценность для них представляют семья и работа, далее они перечисляют такие ценности, как друзья и досуг, религия и политика называются наименее важными ценностями. Хотя в последние сорок лет в Европе произошли серьезные общественные преобразования, отмечается стабильность основных ценностей. Небольшие изменения касаются лишь незначительного снижения важности работы по сравнению с друзьями, знакомыми и досугом [Там же: 15].

Несмотря на первостепенную важность семьи, и в ней наблюдается тенденция к индивидуализации [см. подробнее: 8].

В других исследованиях упоминается 29 ценностей и 8 антиценностей французов [13. С. 129]. Среди ценностей были выявлены: *bonsens* (здравомыслие), *connaissance* (познание), *instruction* (образование, просвещение), *esprit* (рассудок, сознание), *mémoire* (память), *clarté* (ясность ума); *avenir* (будущее), *enfance* (детство); *changement* (перемены), *progrès* (движение вперед), *activité* (деятельность, активные действия); *don* (дар), *genie* (гений), *caractère* (характер), *vertu* (добродетель), *goût* (хороший вкус, чувство стиля); *art* (искусство), *travail* (работа), *charité* (благотворительность); *femme* (женщина), *homme* (мужчина), *mariage* (свадьба), *civilisation* (цивилизация, культура), *vie* (жизнь), *Dieu* (Бог), *miracle* (чудо), *paradis* (рай), *richesse* (богатство), *rêve* (мечта).

Упоминание многих из вышеуказанных позиций подразумевает важность роли такой универсальной сопредельной ценности, как *мир*, которая упоминалась нами выше в контексте классификации ценностей. В данном исследовании считаем целесообразным рассматривать аксиологическую диаду МИР—ВОЙНА, что объясняется спецификой современной политической и социальной ситуации, а также тем фактом, что война изменила и продолжает менять свои формы: современное значение данного понятия вышло далеко за рамки традиционного осмысления, выступая как антиценность современного общества [16. С. 275]. Кроме того, подобный ракурс позволяет расширить проблематику и получить более репрезентативные результаты о месте *мира* в системе ценностей.

Исследование традиционного восприятия мира и войны было проведено на базе французского паремиологического материала, поскольку «языковыми единицами, в которых ценности любого народа находят наиболее яркое отражение, являются паремии в целом и пословицы как вид паремии в частности» [17. С. 67]. Пословицы представляют собой «застывшее осмысление того или иного концепта, сложившееся на протяжении длительного времени и менявшееся в зависимости от места, времени и условий проявлений концептуальных сущностей в жизни народа, отдельной группы людей, отдельного человека» [18. С. 41] и «являются непосредственным отражением ценности» [17. С. 76], следовательно, «тематика пословиц довольна разнообразна, однако репертуар ориентирован на человека как центр мироздания, связанные с миром человека ценности» [19. С. 268]. Наиболее существенными признаками пословиц как народно-поэтических афоризмов являются «обобщенное выражение действительности (сведение множества конкретных ситуаций к одной типичной, или типовой, ситуации), краткость и выразительность языковой формы (позволяющей быстро запоминать и легко воспроизводить его в речи), законченность содержания (обеспечивающая его полисемантичность и полифункциональность в речи), эпистемологическая актуальность (обуславливающая их непреходящий авторитет как отражение коллективного опыта)» [20. С. 391].

Кроме того, для нашего исследования, важно отметить и другой аспект: «исходным моментом для построения модели того или иного фрагмента языковой картины мира является специфический референт, допускающий ценностно маркированное осмысление. Примеры различны: человек, совершающий выдающийся поступок, либо стихийное бедствие, несущее гибель многим, либо нелепое событие, о котором все вспоминают с улыбкой, и т. д. Такие референтные ситуации предлагается обозначить как аксиогенные (ценностнопорождающие) <...> Эти ситуации могут быть представлены динамически, в виде событий, и статически, как стабильные ценностно маркированные положения дел <...> Аксиогенные события вербализуются в специально созданных для этого жанрах речи легендах, притчах, пословицах, анекдотах и описаниях случаев из жизни (фактических и фикциональных) [6. С. 65], а также на уровне речевых высказываний — в рекуррентных фразах, «которые выражают, как правило, те или иные стереотипы поведения, мышления, оценки и т.д. (иногда весьма древнего происхождения)» [21. С. 162], и в афоризмах, план содержания которых (как и пословиц) предназначен для хранения и передачи ценностных мировоззренческих установок, поскольку «имеет не функциональный, а субстанциональный характер (не проявляется в контексте его употребления, а существует независимо от него» [22. С. 673].

С целью верификации результатов, полученных на материале пословиц, представляющих традиционное понимание изучаемой аксиологической диады, и для определения особенностей ее видения представителями современного французского общества было проведено анкетирование среди французов, а также представителей турецких мигрантов как части современного французского общества.

### **Анализ материала французских пословиц о мире и войне**

Методика исследования пословичного материала о мире и войне включала следующие этапы:

- путем сплошной выборки была составлена картотека пословиц исследуемой тематики из аутентичного паремнографического источника [23];
- на основе полученной картотеки были выявлены и проанализированы основные образы, связанные с изучаемой диадой;
- осуществлен семантический анализ пословиц с точки зрения репрезентации аксиологической диады МИР—ВОЙНА, позволяющий выявить в том числе сопредельные ценности и тем самым охарактеризовать место данной диады в системе ценностей.

Проведенный нами ранее анализ тематических рубрик словаря французских пословиц и поговорок [23], предусматривавший количественный подсчет состава каждой тематической группы, позволил определить место данной тематики в ценностной иерархии. Релевантность использования предметно-тематической рубрикации пословиц для анализа их аксиологического потенциала объясняется наличием в сознании носителей языка способности

и потребности дифференцировать содержание афористических единиц (к которым в устной живой речи относятся пословицы) «по их отношению к действительности», что лежит в основе традиционной лексикографической систематизации фразовых текстов [24. С. 89]. Не обладая серьезным количественным перевесом единиц [о подробной иерархии см. 25. С. 7—238], рубрика «La guerre et les armes» / война и оружие, включающая 49 пословиц, является, однако, важным фактором репрезентации исследуемой аксиологической диады во французском провербиальном пространстве.

Рассматриваемая рубрика состоит из двух разделов: «La guerre» / война (29 единиц) (анализ данной подрубрики был представлен нами ранее [26]) и «Les armes» / оружие (20 единиц). В данном исследовании мы подробно остановимся на втором разделе, так как названия различного видов оружия представляют собой образы, неразрывно связанные с войной. Важность рассмотрения пословичных образов обусловлена тем, что «в разных языках мира одно и то же аксиогенное событие обозначается с помощью разных образов» [27. С. 68]. В целом, «образные представления <...>, выраженные в лексических компонентах пословиц, можно дифференцировать <...> по их специфичности в языковой картине мира на этно-национально-культурно маркированные и общие для разных лингвокультур (интернациональные или универсальные) [28. С. 241]. И те, и другие представляют определенный интерес для аксиологического анализа пословиц.

Названия подрубрик данного раздела, их количественный состав, примеры и перевод пословиц представлены в Таблице 1.

Таблица 1 / Table 1

**Анализ подрубрики «Les armes» /  
Analysis of the subheading «Les armes»**

Название подрубрики / Subheading name	Количество единиц / Number of units	Примеры / Examples	Перевод / Translation
Arc (лук)	4	1) <i>Débander l'arc ne guérit pas la plaie</i>	1) Снять <b>лук</b> — не значит залечить рану
Couteau (нож)	4	2) <i>Le couteau n'apaise pas l'hérésie</i>	2) <b>Нож</b> не остановит ересь
Armure (доспехи)	3	3) <i>Maille à maille se fait le haubergeon</i>	3) Петля за петлей — так создается <b>кольчуга</b>
Étendard (знамя)	3	4) <i>A l'étendard tard va le couard</i>	4) Трус поздно идет к <b>знамени</b>
Lance (копье)	2	5) <i>Qui a la lance au poing tout lui vient à point</i>	5) У кого <b>копье</b> в руке — к тому все приходит вовремя
Épée (шпага)	2	6) <i>A vaillant homme courte épée</i> 7) <i>L'épée use le fourreau</i>	6) Доблестному человеку — короткая шпага рус. Храброму длинная <b>шпага</b> не нужна 7) <b>Шпага</b> изнашивает ножны



Проведенный анализ показал, что в названиях подрубрик и в самих пословицах присутствуют наименования различных орудий (*лук, нож, копье, шпага*) и прочие образы (*доспехи, знамя*), связанные или ассоциирующиеся с войной в ее традиционном понимании при возникновении данных единиц. Они служат метафорической базой для описания в период различных жизненных аксиогенных ситуаций, остановимся на анализе некоторых из них. Смысл примера 1 состоит в том, что отказ от оружия или даже сожаление о содеянном не могут исправить причиненное зло и боль. В указанной единице комментария требует глагол *débander*, который означает не только *снять лук, ослабить тетиву*, но и *enlever une bande ou un bandage d'une partie du corps, d'une plaie* / снять повязку или бинт с какой-либо части тела, раны [29]. Таким образом, он семантически соотносится и со второй частью пословицы, подразумевая, что с незалеченной раны нельзя снимать повязку. Данная пословица посредством военных образов подчеркивает ценность и важность *мира* и позволяет выделить в качестве сопредельных ценностей *жизнь* и *здоровье*.

Призыв к миру содержится и в примере 2, в пословице *Le couteau n'apaise pas l'hérésie* / **Нож** не остановит ересь. Нож в данном случае выступает символом войны и агрессии, которая не искоренит ереси, в том числе как противоположных воззрений.

Многочисленные примеры репрезентации ценности в пословицах сопровождаются наличием сопредельных ценностей. В примере 7 в пословице *L'épée use le fourreau* / **Шпага** изнашивает ножны также присутствует сопредельная ценность — *здоровье*: излишняя активность его изнашивает.

Некоторые пословицы порицают трусость (примеры 4, 6): *à vaillant homme courte épée* / доблестному человеку — короткая шпага. Долгие годы люди воевали друг с другом, для защиты нужны были отважные бойцы, готовые на отчаянные поступки, желая почтить память о таких храбрецах запечатлена в подобных пословицах. Таким образом, данные единицы выявляют сопредельную аксиологическую диаду *храбрость* — *трусость*.

В то же самое время в других пословицах репрезентируется важность наличия оружия (образ *копья* в примере 5) или других атрибутов (*кольчуги* — в примере 3) для защиты от опасности. Таким образом, в пословицах данной тематической группы, как и многих других, присутствует указанная нами выше амбивалентность, причиной чего является следующий факт: «паремии в силу своей нравоучительной функции усиливают выражение ценностно значимых смыслов, заостряют их в форме прескрипций, при этом в противоречивости этих прескрипций явлен весь сложившийся спектр точек зрения на то или иное явление, показана вся сложность жизненных ситуаций и их многомерность» [11].

## Анализ материала опроса информантов

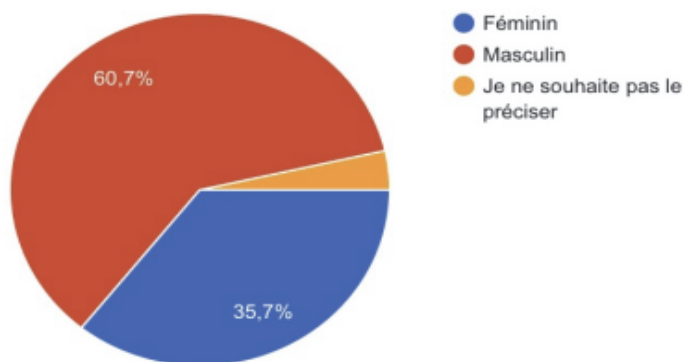
В опросе приняли участие 97 респондентов мужского и женского пола в возрасте от 20 до 59 лет, среди которых были французы и турки, проживающие на территории Франции и являющиеся французскими гражданами.

Анкетирование проводилось методом не включенного опроса (с помощью интернет-технологии Google Forms). Каждому из респондентов обеспечивалась анонимность ответов. В анкете было предложено 20 вопросов, среди которых: вопросы с выбором ответа из приведенного списка и вопросы на самостоятельное заполнение графы ответа, с помощью которых определялся возраст, пол и род деятельности; оценочные вопросы, где необходимо было оценить ряд понятий (*работа, семья, религия, мир, любовь, дружба, деньги, родина*), по пятибалльной шкале. Цель данных вопросов — определить место понятия *мир* в понятийно-ценностной иерархии. Далее респондентам было предложено дать определение вышеуказанным понятиям.

Опрос осуществлялся на французском языке, территориально исследовательские мероприятия проводились в дистанционном формате в анонимном порядке: респонденты не указывали своих имен или контактных данных. Оригинал анкеты находится в открытом доступе [<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfoFqbYAn7H8meSqJG0z1j7X6ek-V9gMBnNESSYYTVGbYTLZQ/viewform>]. Формат опросника, организованного в виде отдельных вопросов по каждому направлению, был выбран в связи с дистанционной формой анкетирования респондентов: каждый вопрос давался отдельно во избежание ситуаций неверного или частичного толкования вопросов и получения максимально статистически верной и однородной информации.

Среди **французских респондентов** было 55 человек: 33 мужчины, 20 женщин, двое не захотели указывать свой пол (рис. 1). Возраст респондентов составил от 20 до 39 лет. Род деятельности информантов был различным, но, в основном, это были служащие и студенты из следующих городов: Париж, Страсбург, Авиньон, Гренобль, Лион.

Votre sexe:



**Рис. 1.** Распределение французских респондентов по половому признаку  
**Fig. 1.** Distribution of French respondents by gender

Результаты обработки ответов на оценочные вопросы представлены на графике (рис. 2) в процентном соотношении.

Понятие/оценка	1	2	3	4	5
la famille (семья)	<b>0,0%</b>	0,0%	<b>3,6%</b>	<b>21,4%</b>	<b>75%</b>
la paix (мир)	<b>3,6%</b>	0,0%	<b>10,7%</b>	<b>17,9%</b>	<b>67,9%</b>
l'amour (любовь)	0,0%	<b>9,1 %</b>	<b>10,7%</b>	<b>21,4%</b>	<b>67,9%</b>
l'amitié (дружба)	0,0%	<b>3,6%</b>	<b>17,9%</b>	<b>21,4%</b>	<b>57,1%</b>
le travail (работа)	0,0%	0,0%	<b>17,9%</b>	<b>60,7%</b>	<b>21,4%</b>
la patrie (родина)	0,0%	<b>25%</b>	<b>32,1%</b>	<b>25%</b>	<b>17,9%</b>
l'argent (деньги)	0,0%	<b>3,6%</b>	<b>42,9%</b>	<b>39,3%</b>	<b>14,3%</b>
La religion (религия)	<b>53,6%</b>	<b>17,9%</b>	<b>17,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>7,1%</b>

**Рис. 2.** Оценка важности основных понятий у французов  
**Fig. 2.** Assessing the importance of basic concepts among the French

Результаты опроса позволили сделать вывод о том, что для французов приоритетными понятиями (ценностями) являются *famille* / семья и *paix* / мир. Важные позиции имеют человеческие отношения (любовь и дружба). Последнюю позицию на шкале занимает религия.

Обращаясь далее к формулировкам, характеризующим указанные понятия, остановимся подробнее на ответах, касающихся понятия *мир* (*la paix pour vous c'est.../мир для вас — это...*). Практически во всех ответах он оценивается как *important* / важный (19 раз), *fondamental* / основной: *fondamental pour vivre en harmonie* / основной фактор для того, чтобы жить в гармонии, *primordial* / первостепенный (3 раза), *nécessité* / необходимость, что демонстрирует безусловную важность и ценность понятия «мир» для французов.

В ряде ответов прослеживается страх упустить, потерять или не достигнуть состояния мира. Приведем несколько примеров подобных комментариев: *une chance de vivre dans des conditions plus correctes qu'il faut conserver* / возможность жить в наиболее правильных условиях, которые нужно сохранять, *nécessaire mais difficile à atteindre. Il ne faut pas une simple paix, mais une paix durable et bien construite* / необходимо, но трудно достижимо. Нужен не просто мир, а лишь мир длительный и правильно выстроенный; *compliqué à définir. Un but à atteindre, pour soi pour les autres* / сложно объяснить, *inatteignable mais nécessaire* / недостижимо, но необходимо. Цель, которую надо достичь для себя и других, *éphémère* / эфемерно. Они воспринимают мир как явление недолговечное, временное.

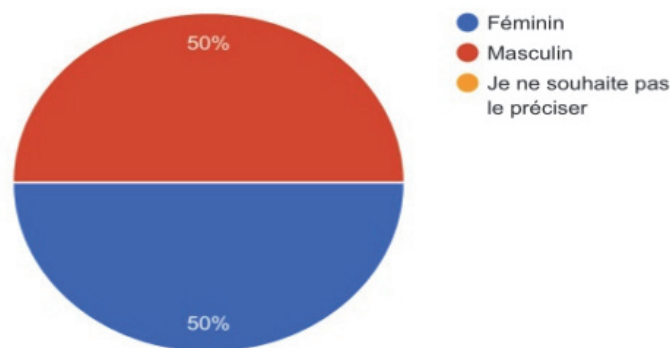
В ряде ответов упоминается лексема *guerre* / война, которая характеризуется как явная антиценность, противопоставляемая миру. Респонденты противопоставляют состояние мира и войны: *Le résultat de la guerre* / результат

войны; *commençons par la guerre, c'est très très moche, tu peux mourir à chaque moment, ne pas revoir les gens que tu aimes et qui t'aiment* / начнем с войны, это очень, очень ужасно, ты можешь умереть в любой момент, не увидев людей, которых ты любишь и которые любят тебя; *tuer des inconnus qui sont comme c'est dégueulasse et dur mentalement* / убивать незнакомых людей, которые такие же, как и мы, это отвратительно и тяжело морально; *la paix permet une grande sérénité d'esprit* / мир предоставляет нам спокойствие духа; *la paix permet aux sociétés d'évoluer et de progresser, la guerre de régresser* / мир позволяет обществам развиваться и достигать прогресса, тогда как война — регрессировать. Данные ответы позволяют также выделить сопредельные ценности *жизнь, любовь, развитие*, и, через антонимические отношения — соответствующие им антиценности, либо подразумевающиеся, либо упоминаемые респондентами, и представленные соответствующими лексемами (*tuer* / убивать, *aimer* / любить, *évoluer* / эволюционировать, *progresser* / развиваться (достигать прогресса), *régresser* / регрессировать. Отрицательная оценка войны выражена с помощью оценочных лексем (*moche* / плохой, ужасный, *dégueulasse* / отвратительный, *dur* / тяжелый), как и положительная оценка мира (*sérénité d'esprit* спокойствие духа, значение в данном случае усиливается прилагательным *grand* / большой), которая прослеживается и в других синонимичных ответах: *tranquillité d'esprit* / спокойствие духа.

Для некоторых французов мир рассматривается сквозь призму индивидуальности — как гармония с самим собой: *être en paix avec soi-même* / быть в мире с самим собой, *la paix avec soi-même et envers les autres c'est essentiel* / мир с самим собой и по отношению к другим — это главное.

Среди **турецких респондентов** было 42 человека: 21 мужчина и 21 женщина (рис. 3).

Votre sexe:



**Рис. 3.** Распределение турецких респондентов по половому признаку  
**Fig. 3.** Distribution of Turkish respondents by gender

Основные возрастные категории: 20—39 лет (83,3%) и 40—59 лет (16,7%).

Данные, полученные в результате опроса, показали, что 66,7% турок родились на территории Французской Республики, а 33,3% родились в Турции (турки в возрасте от 40 до 59 лет), так как старшее поколение турок является в своем большинстве первым поколением, переселившимся в период рабочей миграции.

Основными областями профессиональной деятельности турок являются медицина, экономика, финансы, домашнее хозяйство, менеджмент. Кроме того, в опросе участвовали студенты (большинство участников) и вспомогательный персонал.

Результаты, представленные на графике (рис. 4), показывают, что практически все респонденты в своих ответах использовали оценку от 3 до 5. Самыми важными ценностями являются семья (90,9%) и мир (83,3%), что совпадает с результатами, полученными после анкетирования французов. Также достаточно большой процент турок отмечает важность религии и работы. Деньги занимают последнюю позицию на шкале.

Понятие/шкала	1	2	3	4	5
la famille (семья)	0,0%	0,0%	0,0%	<b>9,1%</b>	<b>90,9%</b>
la paix (мир)	0,0%	0,0%	<b>5,3%</b>	<b>11,3%</b>	<b>83,3%</b>
La religion (религия)	0,0%	<b>9,1%</b>	<b>27,3%</b>	0%	<b>63,6%</b>
Le travail (работа)	0,0%	0,0%	0,0%	<b>36,4%</b>	<b>63,3%</b>
l'amour (любовь)	0,0%	0,0%	<b>25%</b>	<b>16,3%</b>	<b>58,7%</b>
l'amitié (дружба)	0,0%	0,0%	<b>33,4%</b>	<b>16,6%</b>	<b>50%</b>
la patrie (родина)	0,0%	0,0%	<b>16,6%</b>	<b>33,4%</b>	<b>50%</b>
l'argent (деньги)	0,0%	0,0%	<b>25%</b>	<b>33,3%</b>	<b>41,7%</b>

**Рис. 4.** Оценка важности основных понятий у турецких мигрантов  
**Fig. 4.** Assessing the importance of basic concepts among Turkish migrants

В результате анализа вопросов, где респонденты давали краткие определения вышеуказанным жизненным ценностям, было получено всего несколько комментариев, касающихся понятия *paix* / мир. Несколько респондентов ответили, что мир для них — это *tranquillité* / спокойствие, *primordial* / первостепенный (3 раза).

Анализ показал, что все жизненные ценности играют важную роль в жизни турецких респондентов. Однако стоит отметить, что семья и работа являются наиболее значимыми для турецких информантов ввиду особенностей коренной культуры, экономических, политических и исторических особенностей.

## Заключение

Проведенное исследование позволило выявить важную роль аксиологической диады МИР—ВОЙНА в языковой картине мира и в системе ценностных ориентаций представителей современного французского общества, включая турецких мигрантов. Пословичный материал содержит значительное количество образов, связанных с войной, используемых для представления различных ценностнопорождающих ситуаций. Среди сопредельных ценностей были выделены *жизнь, здоровье, храбрость*.

Результаты опроса информантов — представителей обоих полов, занимающихся различными видами деятельности, возрастной категории от 29 до 59 лет, показали, что *мир* занимает важный, приоритетный фактор, он располагается на втором месте в системе ценностей после *семьи*, и связан у всех представителей французского общества с понятиями спокойствия, прогресса, развития. Комментарии респондентов позволили выявить четкое противопоставление *мира*, получившего однозначно положительную оценку, *войне* как столь же бесспорной антиценности. Данная оппозиция присутствует у некоторых информантов в пределах одного ответа. Оценка выражена ярко и эмоционально с помощью ряда лингвистических средств (глаголов, существительных и прилагательных оценочной семантики, в том числе относящихся к разговорной речи. Среди сопредельных ценностей (*жизнь, любовь, прогресс*) общей с традиционным пословичным материалом является *жизнь*, что позволяет относить *мир* к одной из основных витальных ценностей представителей французского общества.

## Библиографический список

1. Языковая картина мира и системная лексикография / В.Ю. Апресян, Ю.Д. Апресян, Е.Э. Бабаева, О.Ю. Богуславская, Б.Л. Иомдин, Т.В. Крылова, И.Б. Левонтина, А.В. Саников, Е.В. Урысон; Отв. ред Ю.Д. Апресян. М.: Языки славянских культур, 2006.
2. *Серебренников Б.А., Кубрякова Е.С., Постовалова В.И.* и др. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. М.: Наука, 1988.
3. *Lomakina O.V.* Concepts of god and faith in Uzbek and Tajik proverbs in terms of culture and language transfer theory // *European Journal of Science and Theology*. 2021. Vol. 17. № 2. P. 125—135.
4. *Чеснокова О.С., Фернандес Санчес Ю.В.* Гастрономический тезаурус испанцев и басков через призму юмористического дискурса // *Вестник Томского государственного университета*. 2017. № 425. С. 50—58.
5. *Маслова В.А.* СТРАННИК в русской лингвокультуре: ценность, концепт, образ? // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Лингвистика*. 2015. № 3. С. 23—31.
6. *Карасик В.И.* Ценности как культурно значимые ориентиры поведения // Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции: гуманитарные технологии в современном мире. Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. 2019. С. 22—25.
7. *Мамонтов А.С., Цэдэндоржийн Э., Богуславская В.В.* Система ценностей в аспекте национально ориентированной лексикографии (на примере русско-монгольских

- сопоставлений) // *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. № 1. С. 200—222. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-1-200-222>
8. *Bréchon P.* Quelles sont les valeurs des Français? // *Les Grands Dossiers des Sciences Humaines*. 2016. № 44 (9). P. 34—34.
  9. *Джимбеева Л.В.* Аксиологическая составляющая языковой картины мира // *International Journal of Professional Science*. 2016. № 1. С. 141—147.
  10. *Гуревич П.С.* Культурология. М.: Проект, 2003. С. 331.
  11. *Ковинова М.Л.* Культурно-национальная специфика фразеологизмов и вопросы экспликации их культурных смыслов // *Вопросы психолингвистики*. 2016. № 30. С. 90—102.
  12. *Байрамова Л.К., Иванова М.В.* Русская культура в «Аксиологическом фразеологическом словаре русского языка» // *Проблемы истории, филологии, культуры*. 2014. № 3. С. 10—12.
  13. *Георгиева О.Н.* Ценности и «антиценности» французской и русской лингвокультур как базовые единицы аксиологической картины мира // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2008. № 2 (8). С. 126—130.
  14. *Серебренникова Е.Ф.* Аспекты аксиологического лингвистического анализа // *Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов: коллективная монография*. М.: Тезаурус, 2011. С. 3—4.
  15. *Bréchon, P., Gonthier F., Astor S.* La France des valeurs. Quarante ans d'évolutions. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 2019.
  16. *Финская Т.Е.* Роль событий-аттракторов в создании концептосферы французского медиадискурса // *Когнитивные исследования языка*. 2021. № 3. С. 274—277.
  17. *Паремиология без границ / Е.Н. Антонова, М.А. Бредис, Т.Е. Владимиров, Л.Н. Гишкаева, Е.Е. Иванов, Е.И. Зиновьева, Д.Д. Комова, О.В. Ломакина, А.С. Макарова, В.М. Мокиенко, Н.Ю. Нелюбова, Е.К. Николаева, Е.И. Селиверстова, Н.Н. Семененко, Ф.Г. Фаткуллина, Р.Х. Хайруллина, Ц. Цао; под ред. М.А. Бредиса.* М.: Российский университет дружбы народов, 2020. С. 244.
  18. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Акад. проект, 1997. С. 40—43.
  19. *Бредис М.А., Димогло М.С., Ломакина О.В.* Паремии в современной лингвистике: подходы к изучению, текстообразующий и лингвокультурологический потенциал // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2020. Т. 11. № 2. С. 265—284. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-265-284>
  20. *Иванов Е.Е.* Аспекты эмпирического понимания афоризма // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2019. Т. 10. № 2. С. 381—401. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-2-381-401>
  21. *Иванов Е.Е.* О рекуррентности афористических единиц в современном русском языке // *Русистика*. 2019. Т. 17. № 2. С. 157—170. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2019-17-2-157-170>
  22. *Иванов Е.Е.* Афоризм как объект лингвистики: основные признаки // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2020. Т. 11. № 4. С. 659—706. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706>
  23. *Montreynaud F., Pierron A., Suzzoni F.* Le Robert Dictionnaire de proverbes et dictons. Paris: Dictionnaires le Robert, 2006.
  24. *Иванов Е.Е.* Критерии систематизации афористического материала как объекта лексикографического описания // *Journal of Historical, Philological and Cultural Studies*. 2009. № 2 (24). С. 88—91.
  25. *Нелюбова Н.Ю., Хильтбруннер В.И., Еришов В.И.* Отражение иерархии ценностей в пословичном фонде русского и французского языков // *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. № 1. С. 223—243. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243>

26. Нелюбова Н.Ю., Финская Т.Е. Война как часть аксиологической диады мир/война и ее представление во французских пословицах // Сборник материалов международной научно-практической конференции «V Фирсовские чтения: Современные языки, коммуникация и миграция в условиях глобализации». М.: РУДН, 2021.
27. Карасик В.И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира // Политическая лингвистика. 2014. № 1. С. 65—75.
28. Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Нелюбова Н.Ю. Семантический анализ тувинских пословиц: модели, образы, понятия (на европейском паремииологическом фоне) // Новые исследования Тувы. 2021. № 3. С. 232—248. <https://doi.org/10.25178/nit.2021.3.17>
29. Словарь французского языка Larousse = Dictionnaire de français Larousse. Режим доступа: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/débander/21747> (дата обращения: 04.07.2021).

## References

1. Language picture of the world and system lexicography (2006). V.Yu. Apresyan, Yu.D. Apresyan, E.E. Babaeva, O.Yu. Boguslavskaya, B.L. Iomdin, T.V. Krylova, I.B. Levontina, A.V. Sannikov, E.V. Uryson; Yu.D. Apresyan (ed.). Moscow: Languages of Slavic cultures. (In Russ.).
2. Serebrennikov, B.A., Kubryakova, E.S. & Postovalova, V.I. et al. (1988). The role of the human factor in language: Language and the picture of the world. Moscow: Nauka. (In Russ.).
3. Lomakina, O.V. (2021). Concepts of god and faith in Uzbek and Tajik proverbs in terms of culture and language transfer theory. *European Journal of Science and Theology*, 17(2), 125—135.
4. Chesnokova, O.S. & Fernandes Sanches, Ju.V. (2017). Gastronomic Thesaurus of Spanish and Basque in the light of humorous discourse. *Vestnik of Tomsk State University*, 425, 50—58. (In Russ.).
5. Maslova, V.A. (2015). THE WANDERER in Russian linguoculture: value, concept, image? *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Linguistics = Russian Journal of Linguistics*, 3, 23—31. (In Russ.).
6. Karasik, V.I. (2019). Values as culturally significant landmarks of behavior. *Collection of materials of the VII International Scientific and Practical Conference: humanitarian technologies in the modern world. Western branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation*. pp. 22—25. (In Russ.).
7. Mamontov, A.S., Tsendendorzhiyn, E. & Boguslavskaya, V.V. (2019). The value system in the aspect of nationally oriented lexicography (on the example of Russian-Mongolian comparisons). *Russian Journal of Linguistics*, 23(1), 200—222. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-1-200-222> (In Russ.).
8. Bréchon, P. (2016) Quelles sont les valeurs des Français? *Sciences Humaines, Grands Dossiers*, 44(9), 34—34.
9. Dzhimbeeva, L.V. (2016). Axiological component of the language picture of the world. *International Journal of Professional Science*, 1, 141—147. (In Russ.).
10. Gurevich, P.S. (2003). Culturology. Textbook for universities. Moscow: Project. p. 331. (In Russ.).
11. Kovshova, M.L. (2016). Cultural and national specificity of phraseological units and questions of explication of their cultural meanings. *Questions of psycholinguistics*, 30, 90—102. (In Russ.).
12. Bajramova, L.K. & Ivanova, M.V. (2014). Russian culture in the “Axiological phraseological dictionary of the Russian language”. *Problems of history, philology, culture*, 3, 10—12. (In Russ.).



13. Georgieva, O.N. (2008). Values and “anti-values” of the French and Russian linguocultures as basic units of the axiological picture of the world. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2: linguistics*, 2(8), 126—130. (In Russ.).
14. Serebrennikova, E.F. (2011). Aspects of axiological linguistic analysis. *Linguistics and axiology: ethnosemiometry of value meanings: a collective monograph*. Moscow: Thesaurus. pp. 3—4. (In Russ.).
15. Bréchon, P., Gonthier, F. & Astor, S. (2019). *La France des valeurs. Quarante ans d'évolutions*. Presses universitaires de Grenoble.
16. Finskaya, T.E. (2021). The role of attractor events in the creation of the conceptual sphere of the French media discourse. *Cognitive studies of language*, 3, 74—277. (In Russ.).
17. Antonova, E.N., Bredis, M.A., Vladimirova, T.E., Gishkaeva, L.N., Ivanov, E.E., Zinovieva, E.I., Komova, D.D., Lomakina, O.V., Makarova, A.S., Mokiенko, V.M., Nelyubova, N.Yu., Nikolaeva, E.K., Seliverstova, E.I., Semenenko, N.N., Fatkullina, F.G., Khairullina, R.Kh. & Cao, Ts. (2020). *Paremiology Without Borders*. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia. (In Russ.).
18. Stepanov, Yu.S. (1997). *Constants. Dictionary of Russian Culture. Research experience*. Moscow: Academ.pro. pp. 40—43. (In Russ.).
19. Bredis, M., Dimoglo, M. & Lomakina, O. (2020). Paremiology in modern linguistics: approaches to study, text-forming and linguocultural potential. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(2), 265—284. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-265-284>
20. Ivanov, E.E. (2019). Aspects of the empirical understanding of the aphorism. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(2), 381—401. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-2-381-401> (In Russ.).
21. Ivanov, E.E. (2020). On the recurrence of aphoristic units in the modern Russian language. *Rusistika*, 17(2), 157—170. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2019-17-2-157-170> (In Russ.).
22. Ivanov, E.E. (2020). Aphorism as an object of linguistics: the main features. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(4), 659—706. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706> (In Russ.).
23. Montreynaud, F., Pierron, A. & Suzzoni, F. (2006). *Le Robert Dictionnaire de proverbes et dictons*. Paris, Dictionnaires le Robert.
24. Ivanov, E.E. (2009). Criteria for systematization of aphoristic material as an object of lexicographic description. *Journal of Historical, Philological and Cultural Studies*, 2(24), 88—91. (In Russ.).
25. Nelyubova, N.Yu., Hiltbrunner, V.I. & Yershov, V.I. (2019). Reflection of the hierarchy of values in the proverbial fund of Russian and French languages. *Russian Journal of Linguistics*, 23(1), 223—243. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243> (In Russ.).
26. Nelyubova, N.Yu. & Finskaya, T.E. (2021). War as part of the axiological dyad peace/war and its representation in French proverbs. *Collection of materials of the international scientific and practical conference “V Firs readings Modern languages, communication and migration in the context of globalization”*. (In Russ.).
27. Karasik, V.I. (2014). Axiogenic situation as a unit of the value picture of the world. *Political linguistics*, 1, 65—75. (In Russ.).
28. Ivanov, E.E., Lomakina, O.V. & Nelyubova, N.Yu. (2021). Semantic analysis of Tuvan proverbs: models, images, concepts (on a European paremiological background). *New studies of Tuva*, 3, 232—248. <https://doi.org/10.25178/nit.2021.3.17> (In Russ.).
29. Dictionary of French Larousse. Dictionnaire de français Larousse. URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/débander/21747> (accessed: 04.07.2021).

### Сведения об авторах:

Гасымова Гульнара Мансуровна, аспирант кафедры иностранных языков по специальности 10.02.05 «Романские языки», Российский университет дружбы народов. *Научные интересы:* билингвизм, мигранты, диглоссия, турецкий и французский языки; e-mail: [gulnara.gasymova@yandex.ru](mailto:gulnara.gasymova@yandex.ru)

*Нелубова Наталья Юрьевна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета, Российский университет дружбы народов. *Научные интересы*: паремиология, фразеология, концепты, аксиология; e-mail: nat.nelubova@mail.ru Scopus Author ID: 57208208446; ResearcherId: A-6030-2017

*Финская Таусия Евгеньевна*, аспирант кафедры иностранных языков по специальности 10.02.05 «Романские языки», Российский университет дружбы народов. *Научные интересы*: аксиология, фразеология, паремиология; e-mail: taya\_finskaya5554@mail.ru

**Information about the authors:**

*Gasymova Gulnara Mansurovna*, postgraduate student of the Department of Foreign Languages, specialty 10.02.05 Romance Languages, Peoples' Friendship University of Russia. Research interests: bilingualism, migrants, diglossia, Turkish and French languages; e-mail: gulnara.gasymova@yandex.ru

*Neliubova Natalia Yurievna*, PhD in Philology, Associate Professor Foreign Languages Department of the Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia. Scientific interests: paremiology, phraseology, concepts, axiology; e-mail: nat.nelubova@mail.ru Scopus Author ID: 57208208446; ResearcherId: A-6030-2017

*Finskaya Taisiya Evgenievna*, postgraduate student of the Department of Foreign Languages, specialty 10.02.05 Romance Languages, Peoples' Friendship University of Russia. Scientific interests: axiology, phraseology, paremiology; e-mail: taya\_finskaya5554@mail.ru