



Аксиологический потенциал афоризмов-культурем в пьесе Оскара Уайльда «Идеальный муж»

Л. Н. Великова

*Российская таможенная академия, Люберцы, Россия
milavel@mail.ru*

Аннотация. Цель исследования состоит в изучении ценностного аспекта афоризмов-культурем в пьесе Оскара Уайльда «Идеальный муж». В работе использована комплексная методика (описание, контент-анализ, количественный анализ, интерпретация). Аксиологический ракурс рассмотрения языкового материала позволил вычлениить не только ценностную информацию, релевантную для английской культуры, но и отметить универсальные тенденции в восприятии и оценке сущностно важных аспектов человеческого бытия. С помощью контент-ранжирования установлено 20 тематических групп афоризмов-культурем. Основной вывод заключается том, что значительная часть созданных Уайльдом афоризмов-культурем не утратила актуальности, характеризуется аксиологической универсальностью и мировоззренческой глубиной.

Ключевые слова: антропоцентризм, афоризм-культурема, культурные ценности, аксио-культурологический подход, Оскар Уайльд

Для цитирования: Великова Л. Н. Аксиологический потенциал афоризмов-культурем в пьесе Оскара Уайльда «Идеальный муж» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 11 (905). С. 25 – 31.

Original article

Axiological Potential of Cultural Aphorisms in Oscar Wilde's Play "The Ideal Husband"

Liudmila N. Velikova

*Russian Customs Academy, Liubertsy, Russia
milavel@mail.ru*

Abstract. The article meticulously explores the axiological potential of cultural aphorisms in Oscar Wilde's play "The Ideal Husband." The research methodology is comprehensive: it combines description, content and quantitative analyses as well as interpretation. The axiological approach and thematic content ranking elaborated in the paper helped to identify 20 thematic groups of cultural aphorisms related to essential aspects of human existence. The main conclusion is that a significant part of Wilde's cultural aphorisms remains universally applicable and is characterized by deep philosophical overtones.

Keywords: anthropocentrism, cultural aphorism, cultural values, axio-cultural approach, Oscar Wilde

For citation: Velikova, L. N. (2025). Axiological potential of cultural aphorisms in Oscar Wilde's play "The Ideal Husband." Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 11(905), 25 – 31. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Устремления лингвистов сегодня всё больше направляются на описание языковой проблематики в русле взаимодействия языка и культуры. Эти две ипостаси человека неразделимы, так как существует «взаимообуславливающая билатеральность между языком и культурой»¹.

Культура в интерпретации исследователя в области культурной антропологии Барбары Миллер – «learned and shared behavior and beliefs» («усвоенное и принятое всеми поведение и убеждения»)² [Miller, 2017, с. 12].

Объектом данного исследования, выполненного в рамках аксио-культурологической парадигмы, являются афоризмы-культуры³, в изобилии присутствующие в знаменитой пьесе «Идеальный муж», принадлежащей перу английского классика Оскара Уайльда. Цель исследования заключалась в изучении аксиологической маркированности афоризмов-культур. Корпус⁴ выделенных методом сплошной выборки афоризмов-культур составил 198 единиц.

В процессе исследования решались следующие практические задачи:

- сегментирование лингвокультурного текста, необходимого для раскрытия аксиологической маркированности культуры;
- тематическое ранжирование афоризмов-культур;
- определение их содержательной идиоэтничности или универсальности.

В пьесе Уайльда представлен срез английского высшего общества конца XIX века. Жанр произведения определен автором как социальная комедия, однако, на наш взгляд, это скорее трагикомедия. Автор пьесы обнажает такие присущие представителям высшего общества пороки, как лицемерие, алчность, коррумпированность, праздность, высокомерие⁵. В произведении также поднимаются важные этические проблемы, связанные с необходимостью морального выбора.

Методы исследования включают:

- описание,
- контент-анализ,
- количественный анализ

- интерпретацию выделенных фрагментов текста, содержащих афоризмы-культуры.

Поиск и сегментирование фрагментов текста для экспликации афоризма-культуры в каждом случае определялся критерием достаточности аксио-культурологического контекста.

Новизна исследования обусловлена сравнительным подходом к изучению аксиологического потенциала пьесы О. Уайльда, позволившего вычленивать как идиоэтнические, так и универсальные ценности, не утратившие значимости для всего цивилизованного мира. Ценностный аспект жизни человека, выступая в качестве цивилизационной доминанты, неизменно привлекает внимание политологов, философов, лингвистов (В. В. Аристархов⁶, К. А. Вихрова⁷, А. Н. Чумаков [Чумаков, 2018], Н. П. Мони́на [Мони́на, 2016]), что обусловило актуальность данного исследования.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования его результатов в научно-образовательной среде, в частности, в дальнейшем применении в рамках таких курсов и дисциплин, как лингвокультурология, аксиологическая лингвистика, этнолингвистика, паремиология, дискурсология (художественный дискурс).

ОЦЕНОЧНОСТЬ. ОЦЕНКА. КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ

Основополагающей категорией антропологической лингвистики признается категория оценочности. Оценка подразумевает ценностный аспект значения языковых выражений [Пашаева, 2011].

Справедливым представляется утверждение о том, что лишь после погружения в иностранную культуру проявляются важные особенности своей собственной культуры, а самыми важными различиями становятся различия в культурных ценностях [Питерс, 2017]. К культурным ценностям относят широко распространенные в рамках языковой культуры и лежащие в основе верований, убеждений, установок и общепринятых привычек ценности, обычно ассоциируемые с данной языковой культурой [Peeters, 2015]. Говоря о необходимости надежного критерия определения и поиска культурных ценностей, Берт Питерс опирается на понятие *salience* («значимость»), подчеркивая при этом, что данный критерий в известной степени является субъективным: *what is salient for some is not necessarily so for others (то, что значимо для одних, не обязательно является таковым*

⁶Мы вводим термин «афоризм-культура» для описания и анализа такого рода высказываний, поскольку они содержат культурную компоненту и афористичны по своей природе.

⁷В данной работе не описывается сюжет пьесы, так как он широко известен.

¹Базарова Л. В. К вопросу о соотношении языка и культуры. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/bazarova-07.htm> (дата обращения: 12.04.2025).

²Зд. и далее перевод наш. – Л. В.

³Мы вводим термин «афоризм-культура» для описания и анализа такого рода высказываний, поскольку они содержат культурную компоненту и афористичны по своей природе.

⁴Источник языкового материала: Oscar Wilde. An Ideal Husband. URL: https://www.globalgreybooks.com/content/book-covers/oscar-wilde_ideal-husband-large.jpg (дата обращения: 27.03.2025).

⁵Зд. и далее перевод наш. – Л. В.

для других) [там же, с. 54–56]. Для решения задачи вычленения культурных ценностей Б. Питерс разработал шестиступенчатую этнолингвистическую модель, в рамках которой выделяются такие области, как этнолексикология, этнориторика, этнофразеология, этносинтаксис, этнопрагматика и этноаксиология. Нас прежде всего интересует последняя – этноаксиология *per se*, так как в нашем исследовании аксио-культурологический подход является доминирующим при рассмотрении фактов языка.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ КАК СИМВОЛ КУЛЬТУРЫ

Информацию о мире мы получаем благодаря языку через дискурс, общение, тексты [Кубрякова, 2004]. Литературные (художественные) тексты, будучи символами культуры, являются манифестантами бытийной разновидности неинституционального дискурса [Карасик, 2002].

Представляя собой уникальный пласт культуры, отражающий многовековой опыт представителей определенной лингвокультуры [Абдулганеева, 2023], тексты художественной литературы содержат наблюдения за использованием языка и коммуникаций, в связи с чем нельзя недооценивать их в качестве источников социальной и прагматической информации.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АФОРИЗМОВ В РЕЧИ

Афоризмы как знаки ситуаций или отношений между вещами семантически эквивалентны предложениям; они, как правило, привязаны к сложившимся обстоятельствам, которые отражают некоторые типичные случаи или типовые ситуации, совокупность обстоятельств, признаков, оценок, положений, в отвлечении от мелких и несущественных характеристик [Верещагин, Костомаров, 2005].

Афористика как речевой жанр принадлежит «ученой мудрости»; составляющие ее единицы характеризуются лаконичностью, совершенством формы, образностью, оригинальностью и парадоксальностью суждений; в афоризмах в той или иной степени затрагивается проблематика смысла жизни как сложного ментального образования [Воркачев, 2011]. Поиск смысла жизни неоднократно привлекал пристальное внимание художников слова, пишущих на разных языках.

Афоризмы используются в речи для достижения двоякого эффекта:

- во-первых, мысль говорящего выражается точнее, более образно и эмоциональнее;

- во-вторых, языковые афоризмы употребляются говорящим для большей убедительности своих слов [Верещагин, Костомаров, 2005].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ

В центре исследования, как подчеркивалось выше, находилось описание ценностного аспекта афоризмов-культурем, степени их «встроенности» в английскую лингвокультуру и анализ наличия признаков аксиологического универсализма в исследуемых объектах.

Выполненный контент-анализ выявленных афоризмов-культурем позволил распределить их в 20 тематических групп (см. табл. 1).

Таблица 1

ТЕМАТИЧЕСКОЕ РАНЖИРОВАНИЕ АФОРИЗМОВ-КУЛЬТУРЕМ

№	Тематические группы	Кол-во афоризмов-культурем (%)
1	Образование	1
2	Внешность	1
3	Образ жизни	3
4	Семья / брак	5
5	Происхождение	1
6	Слава / популярность	1
7	Политика	4
8	Знакомство / дружба	1
9	Гендерные отношения	26
10	Наука	1
11	Филантропия / благотворительность	1
12	Философия / взгляды на жизнь	25
13	Пресса / газеты	1
14	Общество	4
15	Этика / мораль	7
16	Власть / амбиции / успех	3
17	Религия	3
18	Деньги / богатство	4
19	Мода	5
20	Отношения «отцы vs. дети»	3

Как явствует из таблицы, доминантными являются две группы афоризмов-культурем: отражающие гендерные отношения (26 %) и философию / взгляды на жизнь (25 %). Третья по численности группа связана с темой этики / морали (7 %). Доля каждой из остальных тематических групп составила 5 % и менее.

Вербализация афоризмов-культурем

В круг исследования, помимо прочих задач, входило описание разноуровневых средств

вербализации, в которые облачается тот или иной афоризм-культурема:

Mabel Chiltern: Why do you call lord goring good-for-nothing? [...]

Мейбл Чилтерн: Почему вы называете лорда Горинга никчемным? [...]

Lord Caversham: Because he leads such an idle life. Лорд Кавершем: Потому что он живет столь праздно.

Mabel Chiltern: How can you say such a thing? Why, he rides in the Row at ten o'clock in the morning, goes to the Opera three times a week, changes his clothes at least five times a day, and dines out every night of the season. You don't call that leading an idle life, do you?

Мейбл Чилтерн: Да как вы можете так говорить? Он в десять часов утра совершает прогулки верхом, ездит в оперу три раза в неделю, по пять раз в день переодевается и никогда не ужинает дома. Вы же не назовете это праздной жизнью, не так ли?

В приведенном фрагменте диалога между леди Мейбл Чилтерн и лордом Кавершем последний характеризует своего сына лорда Горинга как никчемного человека, ведущего праздный образ жизни. Леди Чилтерн выражает несогласие с такой точкой зрения, подчеркивая, что лорд Горинг в полной мере соблюдает принятые в высшем свете нормы поведения. Очевидно, что автор пьесы устами своих героев иронизирует над тем, что является общепринятой нормой в английском высшем обществе, когда праздность вовсе не порицается, а воспринимается как должное.

Культурно значимая информация находит воплощение как в денотативном, так и в коннотативном аспекте значения [Телия, 1996]. Подтверждение этого мы находим в авторской ремарке Оскара Уайльда, описывающей главного героя пьесы сэра Роберта Чилтерна:

A personality of mark. Not popular – few personalities are. But intensely admired by the few, and deeply respected by the many... It would be inaccurate to call him **picturesque**. **Picturesqueness** cannot survive the House of Commons. But Vandyck would have liked to have painted his head. – Примечательная личность, но непопулярная – немногие личности популярны. Немногие восхищаются такими, но многие глубоко уважают... Было бы неточно называть его привлекательным. Привлекательность несвойственна Палате общин. Но ван Дейк с удовольствием нарисовал бы его голову.

В соответствии с сюжетом пьесы сэр Роберт занимает высокое положение в обществе, являясь

членом британского парламента. Автор иронизирует, выражая негативное мнение о деятельности этого государственного органа с помощью характеристики одного из его представителей, актуализируя коннотации слова *picturesque* 'привлекательный', 'примечательный' и его деривата *picturesqueness*.

Во фрагменте, приводимом ниже, автор, говоря от имени миссис Чивли, вовсе не безупречной с точки зрения нравственности женщины, порицает грехи современного ему общества как образчика лицемерия и бездуховности, лишенного подлинных ценностей:

In old days nobody pretended to be a bit better than his neighbours. In fact, to be a bit better than one's neighbour was considered **excessively vulgar and middle-class**. Nowadays, with our modern mania for morality, everyone has **to pose as a paragon of purity, incorruptibility**, and all the other **seven deadly virtues** – and what is the result? You all go over like ninepins – one after the other. – В прежние времена никто не претендовал на то, чтобы быть немного лучше своих соседей. На самом деле, быть немного лучше своего соседа считалось чересчур вульгарным и свойственным среднему классу. В наши дни, с нашей современной манией нравственности, каждый должен изображать из себя образец чистоты, неподкупности и всех остальных семи смертельных добродетелей – и что в результате? Вы все падаете как кегли – одна за другой.

Автор использует целую палитру разноуровневых экспрессивных средств: *excessively vulgar and middle-class*; *to pose as a paragon of purity, incorruptibility*; *go over like ninepins* и др. Ироничный (если не саркастический) перифраз *seven deadly virtues* 'семь смертных добродетелей' (ср.: *seven deadly sins* 'семь смертных грехов') определенно отражает отношение автора к существенным проблемам человечества, которые оно не готово решать достойным образом, т. е. следуя библейским заповедям.

Этическая норма: общенациональный генезис

В процессе жизни человек неоднократно совершает этический выбор, который бывает только между добром и злом и строго бинарен [Верещагин, Костомаров, 2005].

Как отмечает Н. Д. Арутюнова, истина и этика составляют отдельные и даже далекие друг от друга понятийные сферы: истина относится к познанию мира, а этика – к человеческому поведению, однако языковые факты свидетельствуют о взаимодействии этих сфер [Арутюнова, 1999].

Ни одно общество не является совершенным [Lévi-Strauss, 1968]. Многие вещи, которые кажутся «естественными» и «нормальными», сконструированы культурой и не являются неизбежными; именно соотношение сил в обществе характеризует то, что определяется как «нормальное» [Wardhaugh, Fuller, 2015].

Человек в своем поведении руководствуется нормами, которые он использует, оценивая поведение других людей; «...часть подобных вытесняемых из светлого поля сознания норм имеет не личностный, а общенациональный генезис» [Верещагин, Костомаров, 2005, с. 790]:

...Englishmen always get romantic after a meal.
– После приема пищи у англичан, как правило, появляется романтическое настроение.

Несомненно, любой автор, будучи членом какого-то общества, является одновременно и выразителем присущей ему культуры. Некоторые реплики, вкладываемые автором в уста героев пьесы, можно воспринимать как руководство к действию или, по крайней мере, укоренившуюся в британском обществе модель поведения:

I don't know that women are always rewarded for being charming. I think they are usually punished for it! – Я не уверен, что женщин всегда вознаграждают за обаяние. Я думаю, что обычно их за это наказывают!

Афористичность и парадоксальность текста пьесы Уайльда является, выражаясь современным языком, его авторским брендом:

- (1) What an absurd reason! ... All reasons are absurd.
– Какая абсурдная причина! ...Все причины абсурдны.
- (2) Optimism begins in a broad grin, and Pessimism ends with *blue spectacles*. Besides, they are both of them merely poses. – Оптимизм начинается с широкой улыбки, а пессимизм заканчивается унынием. Однако и то, и другое – всего лишь поза.

Употребленное в последнем высказывании выражение *blue spectacles* является частью фразеологизма *to see through blue spectacles* 'мрачно смотреть на вещи'. Как справедливо отмечает В. Н. Телия, «фразеологизмы сами приобретают роль культурных стереотипов» [Телия, 1996]. Из этого следует, что, употребляя фразеологизмы, люди выражают стереотипные взгляды и мнения, зафиксированные в той или иной культуре и языке, давая оценку общественно значимым явлениям и событиям.

Соотношение универсального / идиоэтнического в семантике афоризмов-культурем

В связи с вышесказанным уместно сослаться на концепцию «психологии культуры» как «нарождающейся науки», сформулированную А. Вежбицкой. В соответствии с этой концепцией для непредвзятого изучения культур следует опираться на универсальные понятия, служащие более прочным фундаментом, чем замкнутые в одной культурно-языковой системе или культурном ареале [Вежбицкая, 1996].

Что касается идиоэтничности или универсальности афоризмов-культурем, в пьесе присутствуют и те, и другие:

- (1) The English think that a cheque-book can solve every problem in life. – Англичане считают, что чековая книжка может решить все проблемы в жизни.
- (2) Too much experience is a dangerous thing. – Слишком много опыта – опасная вещь.

Афоризм-культурема (1) имеет идиоэтническую окраску, а высказывание (2) отмечено аксиологическим универсализмом.

Невзирая на любое разнообразие или изменчивость, даже в так называемых «мультикультурных» обществах всегда есть общее ядро [Peeters, 2015]. Многие афоризмы-культуремы, которые мы обнаруживаем в пьесе О. Уайльда, не потеряли своей актуальности и глубины; они носят универсальный характер и могут быть вполне применимы к жизни любого современного общества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги исследования, важно подчеркнуть, что язык тесно переплетен с культурой. Более того, он является воплощением культуры, которая сохраняется и передается ее носителями. Культура – это историческая память народа. Культура перманентно развивается, изменяясь в зависимости от жизненных обстоятельств ее представителей.

Каждая культура имеет как материальное, так и духовное воплощение. Художественные тексты можно отнести и к той, и к другой ипостасям культуры. Восприятие текста на языковом и культурологическом уровне – это творческая задача. Нужно обладать необходимыми лингвокультурными компетенциями, чтобы всякий раз правильно расшифровывать и интерпретировать заложенные автором художественного произведения смыслы и ценности, в которых отражается не только личностное, индивидуально-авторское, но и присущее

определенному этносу и человечеству в целом мировидение.

Объективированные нами тематические группы афоризмов-культурем, с одной стороны, представляют ценностный срез ментальности британского общества эпохи Оскара Уайльда; с другой, они отражают авторскую точку зрения на некоторые социально важные проблемы; с третьей, они воплощают универсально значимые ценности, не утратившие своей актуальности.

Изучение лингвокультур в аксиологическом измерении далеко не исчерпано и могло

бы принести новые плоды заинтересованному и внимательному исследователю. Пристальное внимание к изучению и описанию культурных (и иных) ценностей является отличительной чертой многих исследований, выполняемых лингвистами, культурологами, философами, историками, политиками. Результаты данного исследования могли бы стать основой для дальнейшего изучения аксиологической проблематики в кросс-дисциплинарных и мультидисциплинарных областях, в частности, при описании гибридных дискурсов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Miller B. D. Cultural Anthropology. Boston et al.: Pearson, 2017.
2. Чумаков А. Н. Культурно-цивилизационные исследования: их роль и ценность в глобальном мире // Вестник Московского университета. Серия 27. Глобалистика и геополитика. 2018. № 1. С. 30–43.
3. Мони́на Н. П. Компаративистский анализ аксиосфер западной и евразийской цивилизаций // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 6 (48). Ч. 4. С. 97–99.
4. Пашаева И. В. Этическая оценка в парадигме антропологической лингвистики // Вестник ИрГТУ. 2011. № 7 (54) С. 250–257.
5. Питерс Б. Прикладная этнолингвистика – это лингвокультурология, но лингвокультурология ли? // Жанры речи. 2017. № 1 (15). С. 37–50.
6. Peeters B. Language, culture and values: towards an ethnolinguistics based on abduction and salience // Etnolingwistyka–27. 2015. P. 47–62.
7. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. академия наук. Ин-т языкознания. М.: Языки славянской культуры, 2004.
8. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
9. Абдулганеева И. И. К вопросу о роли текстов художественного дискурса в формировании лингвострановедческой компетенции // Германистика–2022: nove et nova: материалы V Международной науч. конф., Москва. 7–9 декабря 2022 г. / редкол.: канд. филол. наук А. А. Клиновская и др. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2023. С. 6–9.
10. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы / под ред. и с послеслов. академика Ю. С. Степанова. М.: Индрик, 2005.
11. Воркачев С. Г. Что есть человек и что польза его: идея смысла жизни в лингвокультуре: монография. Волгоград: Парадигма, 2011.
12. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996.
13. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Школа «Языки русской культуры», 1999.
14. Lévi-Strauss C. Tristes Tropiques: An Anthropological Study of Primitive Societies in Brazil. New York. Atheneum, 1968.
15. Wardhaugh R., Fuller J. M. An introduction to sociolinguistics (Seventh edition). Blackwell Publishing Ltd, 2015.
16. Вежи́цкая А. Язык. Культура. Познание : пер. с англ. / отв. ред. М. А. Кронгауз. М.: Русские словари, 1996.

REFERENCES

1. Miller, B. D. (2017). Cultural Anthropology. Boston et al.: Pearson.
2. Chumakov, A. N. (2018). Cultural and civilizational research: their role and value in the global world. Vestnik of Moscow State University, 27. Global Studies and Geopolitics, 1, 30–43. (In Russ.)
3. Monina, N. P. (2016). Comparative analysis of the axiospheres of Western and Eurasian civilizations. International Research Journal. Yekaterinburg, 6(48), 4, 97–99. (In Russ.)

4. Pashaeva, I. V. (2011). Ethical assessment in the paradigm of anthropological linguistics. Vestnik of Irkutsk State Technical University, 7(54), 250–257. (In Russ.)
5. Peeters, B. (2017). Applied ethnolinguistics is linguaculturology, but is it linguaculturology? Speech genres, 1(15), 37–50. (In Russ.)
6. Peeters, B. (2015). Language, culture and values: towards an ethnolinguistics based on abduction and salience Ethnolinguistics 27. (pp. 47–62).
7. Kubrjakova, E. S. (2004). Jazyk i znanie: Na puti poluchenija znaniy o jazyke: Chasti rechi s kognitivnoj točki zrenija. Rol' jazyka v poznanii mira = Language and knowledge: On the way to gaining knowledge about language: Parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in understanding the world. Moscow: Jazyki slavjanskoj kul'tury. (In Russ.)
8. Karasik, V. I. (2002). Jazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs. Jazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs = Language circle: personality, concepts, and discourse. Volgograd: Peremena. (In Russ.)
9. Abdulganeeva, I. I. (2023). The role of artistic discourse texts in the formation of linguistic competence = K voprosu o roli tekstov hudozhestvennogo diskursa v formirovanii lingvostranovedcheskoj kompetencii. Germanistika–2022: nove et nova (pp. 6–9): proceedings of an international scientific conference. (In Russ.)
10. Vereshhagin, E. M., Kostomarov, V. G. (2005). Jazyk i kul'tura. Tri lingvostranovedcheskie koncepcii: leksicheskogo fona, reche-povedencheskih taktik i sapientemy = Language and culture. Three linguistic and cultural concepts: lexical background, speech and behavioral tactics and sapientemes. Moscow: Indrik. (In Russ.)
11. Vorkachev, S. G. (2011). Chto est' chelovek i chto pol'za ego: ideja smysla zhizni v lingvokul'ture = What is a human and what his benefit is: the idea of life sense in linguaculture. Volgograd: Paradigma. (In Russ.)
12. Telija, V. N. (1996). Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty = Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguacultural aspects. Moscow: Shkola "Jazyki russkoj kul'tury." (In Russ.)
13. Arutjunova, N. D. (1999). Jazyk i mir cheloveka = Language and the human world. Moscow: Shkola "Jazyki russkoj kul'tury." (In Russ.)
14. Lévi-Strauss, C. (1968). Tristes Tropiques: An Anthropological Study of Primitive Societies in Brazil. New York, Atheneum.
15. Wardhaugh, R., Fuller, J. M. (2015). An introduction to sociolinguistics (7th edition). Blackwell Publishing Ltd.
16. Vezhbickaja, A. (1996). Jazyk. Kul'tura. Poznanie = Language. Culture. Cognition. Moscow: Russkije slovari. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Великова Людмила Николаевна

кандидат филологических наук, доцент
доцент кафедры иностранных языков
Российской таможенной академии

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Velikova Liudmila Nikolaevna

PhD in Philology, Associate Professor
Associate Professor at the Department of Foreign Languages
Russian Customs Academy

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

30.07.2025
25.08.2025
09.09.2025

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication