

RU

Ценностные доминанты южнокорейской лингвокультуры
и их языковая репрезентация

Тимко Н. В.

Аннотация. Данная работа посвящена проблеме рассмотрения ценностей как неотъемлемого условия существования языка, культурного контекста, в котором язык оперирует и проявляется. Язык, неразрывно связанный с культурой и, соответственно, с ценностями, которые разделяют её носители, является важнейшим культуuroобразующим элементом и фиксатором значимости духовных и материальных объектов мира для отдельного носителя языка и для социума в целом. Цель настоящего исследования – выявление языковых средств вербализации ценностей южнокорейской лингвокультуры в системе корейского языка (на лексико-грамматическом уровне). Научная новизна данной статьи заключается в том, что впервые в русле аксиологического подхода выполнено лингвистическое исследование, посвящённое лексическим и грамматическим средствам активации ценностей лингвокультуры, более того, впервые подобное исследование выполнено на материале корейского языка. До сих пор в языкознании остаётся ряд нерешённых вопросов, связанных с природой и сущностью ценностей, что указывает на отсутствие единой методологической основы при исследовании феномена ценностей. Настоящая статья важна с точки зрения попытки заполнить этот пробел и выделить маркеры, которые позволяют изучающим корейский язык «увидеть» его через призму ценностей, лежащих в основе коммуникации на корейском языке. В результате были выявлены основные ценностные доминанты южнокорейской культуры, нашедшие отражение в языковой системе на лексическом и грамматическом уровнях (слова-реалии, специфичные личные обращения и местоимения; неяркое выражение активного деятеля, пассивные конструкции, уникальная специфичность стилистического оформления высказывания в зависимости от условий коммуникации).

EN

Value dominants of South Korean linguoculture
and their linguistic representation

Timko N. V.

Abstract. The paper addresses the problem of considering values as an integral condition for the existence of language, the cultural context in which language operates and manifests itself. Language, which is inextricably linked with culture and, accordingly, with the values shared by its speakers, is the most important culture-forming element recording the significance of spiritual and material objects of the world for an individual native speaker and for society as a whole. The research aims to identify the linguistic means of verbalisation of the values of South Korean linguoculture in the Korean language system (at the lexico-grammatical level). The paper is novel in that it is the first to carry out a linguistic study that addresses the lexical and grammatical means of activating the values of linguoculture in line with the axiological approach; moreover, it is the first time that such a study has been carried out using the material of the Korean language. There are still a number of unresolved issues in linguistics related to the nature and essence of values, which indicates the lack of a unified methodological basis for the study of the phenomenon of values. The paper is important in terms of trying to fill in this gap and identify markers that allow Korean language learners to “see” the language through the lens of the values underlying communication in Korean. As a result, the main value dominants of South Korean culture, which are reflected in the language system at the lexical and grammatical levels (realia, specific personal addresses and pronouns; softened expression of an actor, passive constructions, unique specificity of the stylistic execution of an utterance depending on communication conditions), have been identified.

Введение

С конца XX века в связи с экономическим кризисом в Южной Корее и с целью привлечения новых инвестиций в страну правительство решило сделать упор на развитие межкультурного диалога, продвигая корейскую массовую культуру за рубеж. Таким образом, мир столкнулся с феноменом «корейской волны» (한류 – Халлю – K-wave). Актуальность данного исследования обусловлена растущей популярностью культуры Республики Южная Корея и необходимостью исследования путей вербальной репрезентации ценностных ориентаций культуры. Данная проблематика представляет исключительную важность не только для языкознания в целом, но и для межкультурной коммуникации, так как, только познав мир и содержание языка в плане конструирования аксиологической картины мира, можно проникнуть в образ мышления нации и понять особенности менталитета носителей данной культуры. В лингвистике на данный момент чётко прослеживается тенденция ухода от трактовки значения отдельно взятого слова, описываемого с позиции логической семантики, и прихода к пониманию того, что слово функционирует не само по себе, а как средство выхода на личностно переживаемую индивидуальную картину мира во всём многообразии её качеств, связей и эмоционально-оценочных нюансов. Особенно важно подчеркнуть, что состояние мира современной эпохи глобализации делает актуальным вопрос о соотношении слова и реальности, о взаимодействии этнокоммуникативных пространств и смыслов.

Для достижения указанной цели исследования были поставлены следующие задачи: выделить основные ценностные доминанты южнокорейской лингвокультуры, лежащие в основе коммуникации (составить список этнокультурных ценностей); исследовать пути проявления ценностных доминант южнокорейской лингвокультуры в корейском языке на уровне реалий, обращений, местоимений.

Методы исследования включают в себя метод сплошной выборки лексем из словарей и справочников (Похолкова Е. А., Ким И. Корейский язык. Тематический словарь. М., 2015; Толстых И. Н. Культура Кореи. Традиции и современность. Владивосток, 2017; Всё о Корее: справочно-информационный портал. URL: <https://vseokoree.com/>), методы концептуального и контекстуального анализа.

Теоретической базой статьи, наряду с трудами отечественных исследователей ценностей (Алефиренко, 2013; Верещагин, Костомаров, 2019; Воробьёв, 2000; Клиноква, 2009; Хрипунова, 2012), послужили публикации зарубежных авторов, работающих в русле аксиологии (Hall, 1990; Lee, 2002). Решение одного из двух ключевых вопросов данного исследования о выделении/составлении списка южнокорейских ценностей стало возможным благодаря исследованиям Ю. Г. Смертина (2015) и Е. В. Лачиной (2016). Ответ на второй ключевой вопрос статьи об определении механизмов вербализации сведений о культуре был найден благодаря трудам Л. И. Гришаевой (2006; 2010) и А. А. Клинковой (2009), которые перечислили способы и средства языковой репрезентации ценностей.

С практической точки зрения важность статьи видится в том, что полученные результаты могут найти применение в преподавании курсов лингвокультурологического анализа текста и корейского языка на лингвистических факультетах вузов. Результаты статьи могут также послужить основой для сравнительно-сопоставительных и переводческих исследований: на этапе предпереводческого анализа текста и на этапе культурно-прагматической адаптации оригинала с учетом культурных особенностей адресата перевода.

Обсуждение и результаты

Комплексность и многоаспектность понятия «ценность» порождает многообразие подходов к проблеме происхождения ценностей в структуре бытия, обусловленное различиями в решении проблемы соотношения онтологии и гносеологии, объективного и субъективного, должного и сущего, материального и идеального.

В определении понятия «ценность» условно можно выделить несколько направлений.

Во-первых, ценность отождествляется с некими фактами реальности, призванными удовлетворять потребности человека (Дробницкий, 1967; Анисимов, 1988; Василенко, 1966). Во-вторых, ценность рассматривают как некий постоянный неизменный абсолютный принцип, имеющий универсальный характер, исходящий из императива долженствования, т. е. как объективный феномен, принадлежащий идеальному бытию, трансцендентному миру (Гартман, 2002). В-третьих, ценности трактуют как духовную интенцию человека, т. е. внутренний, эмоционально-освоенный ориентир его деятельности (Дарио, 2014; Федосеева, 2017).

Среди учёных нет единого мнения и в отношении классификации ценностей. Ценности делят на ценности нравственности, красоты, религии, удовольствия, целесообразности (Гартман, 2002, с. 287); духовные и материальные (Рубинштейн, 2008, с. 263); на ценности культуры (социальные, жизненные, познавательные и др.) и ценности нравственности или морали (Невмержицкая, 2015, с. 40); на хорошие и плохие, т. е. «добро» – «зло» (Лосский, 1991, с. 67).

Однако при всём разнообразии трактовок и классификаций учёные едины в одном: ценность – это некая характеристика окружающего мира и всех его явлений, обозначающая их значимость или пользу для человека или группы людей. Для нашего исследования наиболее предпочтительным нам кажется определение «ценности», данное в культурологическом словаре: «...положительная значимость объектов окружающего мира (явлений, образов, идей, чувств и т. д.) для человека или общества, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлечённостью в целостную социокультурную жизнедеятельность с её интересами и целями» (Культурология, 2014, с. 251). Этому определению созвучно и другое: «Ценность – это понятие, отражающее важность чего-то

для индивида или социума, то, что оценивается как полезное, важное или желательное в жизни людей и в их культуре» (Верещагин, Костомаров, 2019, с. 16). Поэтому в данной работе под понятием «ценность» мы будем понимать важность, значимость и пользу какого-либо явления культуры для её носителей.

В каждом обществе имеется достаточно устойчивый на протяжении длительного промежутка времени комплекс ценностей, в котором соотношение универсальных и культурно-специфических ценностей имеет сложный и уникальный для данной культуры характер. Очевидно, что в картине мира соответствующие сведения о ценностях представлены так же, как и сведения о том, каким образом эти знания могут быть вербализованы.

Информация о ценностях, как отмечает Л. И. Гришаева, активизируется в коммуникации различными эксплицитными и имплицитными средствами: «В первом случае адресант, воспринимая действительность сквозь когнитивную рамку “свой – чужой” или “свой – другой”, профилирует тем или иным образом комплекс активированных сведений о мире. Во втором случае аксиологический контекст постоянно уточняется при активизации разнообразных сведений о мире при восприятии текста адресатом» (2010, с. 84). При этом каждый носитель языка владеет разнообразными механизмами вербализации внеязыковой действительности, присущими языку и проявляющимися при его функционировании. Механизмы вербализации можно сгруппировать в лексико-семантические, грамматические, формально-структурные, морфо-синтаксические, семантико-функциональные, текстограмматические и др. (Гришаева, 2006, с. 16).

В нашем исследовании мы не будем рассматривать имплицитные средства, предполагающие работу с ценностями, описанными языком в конкретных текстах, мы остановимся на эксплицитных средствах, закреплённых языковой системой и находящихся своё выражение в лексике и грамматике, то есть на механизмах, с помощью которых в коммуникации активизируются сведения о ценностных ориентациях, в частности на словах-реалиях, на специфических способах представления активного деятеля, на специфических способах обращения в южнокорейской лингвокультуре.

При написании статьи необходимо было оттолкнуться от списка ценностей южнокорейской культуры. Однако мы обнаружили объективные трудности, связанные с тем, что не существует отдельного всеобъемлющего культурологического исследования на тему ценностей южнокорейской лингвокультуры, которое выделяло бы базовые и производные ценности корейского общества. Для решения указанной нами задачи – составить список ценностей южнокорейской культуры – мы прибегли к сбору сведений из различных источников:

1. Исследование Министерства культуры, спорта и туризма Республики Корея. В 2016 году с целью разработки нового брэнда “Creative Korea”, под которым страна должна была продвигаться на международной арене, было проведено исследование, в ходе которого были выявлены три ключевые национальные ценности: *креативность, страсть и гармония* (Breen M. In Search of Korean Values. 2016. URL: <http://www.theasian.asia/archives/95657>) (перевод с английского наш. – Н. Т.).

2. Преамбула к Конституции Южной Кореи. В Преамбуле к Конституции перечисляются следующие положения: гордость за свою историю и традиции; независимость и суверенитет государства; поддержание демократических идеалов; укрепление национального единства; установление справедливости, филантропизма и братской любви; искоренение социальных пороков и несправедливых порядков; обеспечение равных возможностей для всех людей; развитие индивидуальных способностей индивидов в политической, экономической и социальной сферах; проявление личной инициативы и социальной гармонии; улучшение качества жизни всех граждан; внесение вклада в сохранение мира на планете и во всеобщее процветание человечества; обеспечение безопасности, свободы и счастья для корейского государства и его вечного процветания (Конституция Республики Корея. URL: <https://vseokoree.com/vse-o-koree/zakony-i-normativnye-pravovye-akty/konstituciya-respubliki-koreya>).

Также необходимо отметить, что культура Республики Корея относится к высококонтекстуальным культурам, которые отличаются очень плотной информационной сетью, богатым опытом, а межличностные отношения складываются с учётом вековых традиций и правил (Hall, 1990, p. 83) (перевод наш. – Н. Т.).

Также мы опирались на исследование Е. В. Лачиной (2016) «Традиционные ценности в современной Кореи», статьи “A Complex Feeling Tugs at Koreans” (Glionna J. M. A Complex Feeling Tugs at Koreans. 2011. URL: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2011-jan-05-la-fg-south-korea-han-20110105-story.html>), “In Search of Korean Values” (Breen, 2016). В результате мы получили следующие результаты:

- 1) *гармония* (и производные от неё природа, равенство, справедливость, взаимовыручка и др.);
- 2) *страсть* (и производные от неё патриотизм, этническая принадлежность, трудолюбие, дух соперничества, образование и др.);
- 3) *креативность* (и производные от неё личная инициатива, вклад в модернизацию общества, развитие индивидуальных способностей и др.);
- 4) *семья* (и производные от неё любовь и уважение к родителям, преданность и др.);
- 5) *традиции* (взаимопомощь, понимание других людей, единство, человечность, важность межличностных отношений, важность религий конфуцианства и буддизма).

Далее перейдём к средствам вербализации ценностей. К лексическим средствам активизации ценностных ориентаций, согласно А. А. Клинковой, «можно отнести: слова – номинации ценностей; слова ценностной ингерентной оценки (мелиоративы, пейоративы); слова адгерентной оценки (оценочность достигается в контексте); лексические единицы, вербализующие аксиологические концепты “Свой – Чужой”, “Свой – Другой”, “Мы – Они”; лексические единицы, вербализующие некоторые концептуальные метафоры; тропы; символы; синонимы; слова-культуремы и т. д.» (2009, с. 15).

Примерами лексических средств вербализации южнокорейских ценностей могут послужить следующие слова-реалии:

1) 구경 (кугён) – поиск эстетических впечатлений и вдохновения для творчества в процессе любования природой и её красотами (активация ценности «гармония»);

2) 열쌍 (ольджан) – человек с выдающейся внешностью (выражение ценности «креативность», то есть внимание к индивидуальным особенностям и способностям личности);

3) 효 (хё) – сильное чувство долга и ответственности перед родителями (активация ценности «семья» и производной от неё «уважение к родителям»);

4) 효자 (хёджа) – преданный сын (то же);

5) 효녀 (хёнё) – преданная дочь (то же);

6) 효도 (хёдо) – процесс выражения любви и заботы к родителям (то же);

7) 눈치 (нунчи) – искусство соприкосновения с чувствами и эмоциями других людей (выражение ценности «традиции» – человечность, высококонтекстуальный уровень коммуникации);

8) 정 (чжонг) – психологические и эмоциональные узы, связывающие всё корейское общество (выражение приверженности ценности «традиции» – чувство взаимопомощи, взаимопонимания, национальное единение, ценности «страсть» – чувство глубокой этнической принадлежности);

9) 한 (хан) – взаимное чувство печали (выражение ценностей «традиции» и «страсть» – важность установления глубоких межличностных контактов и проявления человечности);

10) 도솔천하늘 (Тосольчхон ханыль) – букв. «небеса Тушита». В буддийской космологии небеса Тушита – четвертое из шести небесных царств Камадхату. Это царство называют царством жизнерадостных богов-дэвов. Небеса Тушита являются отражением определённого состояния сознания, характеризующегося беззаботностью и жизнерадостностью (отражение ценности «традиции» – связь с религиозными корнями);

11) 해우소 (хэусо) – “The Temple’s Place of Catharsis” – букв. «место, где вы отпускаете свои заботы». Это корейский буддийский термин, обозначающий туалет. Согласно буддийской доктрине, ванная комната – это не только место, где можно расслабиться, но и где вы должны отпустить свои мирские заботы (проявление ценности «традиции»);

12) 목어木魚 (Могое) – букв. «резная деревянная рыба или дракон с полой сердцевинной»; 목탁, 木鐸 (Моктак) – букв. «портативный вариант меньшего размера рыбы». В Буддийской практике является символом всего живого. В корейском буддизме деревянная рыба нашла более широкое применение. В большинстве дзэн- / чань-буддийских традиций в Корее деревянная рыба служит для поддержания ритма во время пения сутры (проявление ценности «традиции»);

13) 지난오월단옷날 (Чинан о-уольтано’наль) – букв. «прошлый пятый день пятого месяца». Под этим выражением подразумевается один из основных традиционных праздников Южной Кореи – Тано или Сури Нал (кор. 단오, 수릿날), который издревле проводится пятого числа пятого лунного месяца. Во время этого праздника в Южной Корее организуется множество фестивалей. Праздник Тано включён ЮНЕСКО в список шедевров устного и нематериального наследия человечества. После окончания периода сева древние корейцы собирались вместе для песнопений и танцев. В этот день девушки устраивали соревнования на качелях, которые подвешивали к большой иве. В праздник Тано корейцы одевают традиционную одежду голубого и красного цветов, украшают волосы и одежду цветами ирисов, что помогает отогнать злых духов (активация ценности «традиции»);

14) 추석, 秋夕 (Чхусок) – букв. «осенний вечер». Это традиционный корейский праздник, который празднуется пятнадцатого числа восьмого лунного месяца (в середине осени, в октябре). Чхусок, а также день до и после него являются в Южной Корее нерабочими. Смена сезонов в понимании корейского народа представляет собой проявление жизни и смерти. Весной появляется жизнь, а осенью она увядает и умирает. Это один из самых важных корейских семейных праздников, когда люди собираются вместе за вкусным столом, чтобы отдохнуть в кругу близких людей и по традиции почтить предков. Ранним утром в Чхусок в каждом доме в кругу семьи проводится церемония жертвоприношения духам предков. Во время праздников или важных событий было принято надевать новую одежду 명절빔 (менджоль пим – праздничная одежда). Упоминание осени и чувства утраты в одном слове даёт нам право сделать вывод о сакральном для корейской ментальности смысле, заложенном в названии данного праздника (ценности «традиции» и «семья»);

15) Одна из ярких особенностей корейской речи – ономотопея, или звукоподражательные слова. Слово 따끈따끈 (ттаккын ттаккын), которое смело можно отнести к словам-реалиям, является подражанием звуку горячего блюда: исходящий от блюда пар, чувство тепла, ещё скворчащее масло на блюде. Из этого можно сделать вывод, что таким образом языковыми средствами передаются такие ценностные ориентации южнокорейской лингвокультуры, как природа и окружающий мир, наблюдение и звукоподражание объектам и процессам (ценность «гармония»); культ еды и традиций (ценность «традиции»).

Безусловно, список реалий, в которых выражены национальное своеобразие южнокорейской культуры, особенности духовной и материальной жизни общества с точки зрения уникальных культурных ценностей, можно продолжать бесконечно: это слова и понятия, связанные с традиционным корейским жилищем, народные приметы и религиозные воззрения корейцев, их отношение к духам умерших родственников и многое другое.

Перейдём к некоторым грамматическим средствам активации ценностных ориентаций корейской лингвокультуры. Выше мы упоминали, что корейская лингвокультура относится к типам культур высокого контекста, которые отличаются не «индивидуалистским», а «коллективистским» подходом (все перечисленные выше ценности и производные от них подтверждают это положение). Сюда можно, например, отнести неявное выражение активного деятеля, что показывает культурное стремление к воссозданию коллективистской, общинной культуры.

В корейском языке вместо притяжательных местоимений «мой, моя, моё» чаще всего используется местоимение 우리 (ури) – «наш». Супруги называют друг друга не «муж» или «жена», а «человек нашего дома» – 우리집사람 (ури чип сарам). При рассказе матери о своем сыне возникает та же ситуация: 우리아들 (уриадыль) – «наш сын».

Перенасыщение в корейском языке пассивными конструкциями является важным средством сохранения лица, что связано с идеей невмешательства в личную жизнь других людей. Примером может послужить высказывание 여기서는 담배를 피우지 못한다 (ёгисонын тамбэрыль пхиучи мотханда) (букв. «тут табак курить нельзя») и ему подобные. Выражения обезличиваются, перестают нести субъективный и уничижающий характер, не имеют определённого объекта и служат информационной и предупредительной целям коммуникации.

В корейском языке также отмечается значимая тенденция к языковой компрессии. Словосочетания и целые предложения превращаются в собирательные слова. Так, например, слово 엄친아 (омчина) состоит из трёх слов 엄마 친구의 아들 (омма чингуэ адыль) – что дословно можно перевести как «сын маминой подруги». Или же слово 답정너 (табчённо) является сокращением предложения 담은 정해져있고 너는 대답만 하면돼 (табын джонхэчэ-итго нонын тэдамман хамёндуэ) – что переводится как «ответ уже и так ясен; всё, что вам нужно сделать, это дать мне этот ответ».

Обращения в корейском языке как средства активизации ценностных ориентаций «традиции», «семья» – это отдельная, всеобъемлющая тема, включающая как элементы лексических, так и грамматических механизмов вербализации.

Исходя из иерархичности корейского общества и многоуровневого характера коммуникации, при обращении к человеку после определения его возраста, статуса, положения в обществе следует определить стиль общения.

К старшим по званию, положению, возрасту не обращаются по имени, а только с использованием слов, обозначающих должность человека. Например, 사장님 (сачжанним) – «директор компании», 교수님 (кёсуним) – «господин профессор» и т. д. Окончание 님 (ним) в этом случае является показателем уважительной речи, который добавляется к званию или профессии человека. К младшим чаще всего обращаются по имени. При обращении к ровесникам иногда прибавляется вежливый суффикс – 씨 (сси). Супруги называют друг друга 여보 (ёбо) – «дорогой/дорогая» или 당신 (тансин) – вежливое местоимение, обозначающее «Вы».

Большой интерес представляют следующие «семейные» обращения в корейском языке, которые подчёркивают огромную ценность семьи и традиционного уважительного отношения к старшим:

- 1) отец – 아버지 (абоджи), вежливое 아버님 (абоним);
- 2) мать – 어머니 (омони), вежливое 어머님 (омоним);
- 3) родители – 부모 (пумо), вежливое 부모님 (пумоним);
- 4) муж – 남편 (нампхён);
- 5) жена – 아내 (анэ);
- 6) старший брат (для мужчин) – 형 (хён);
- 7) старший брат (для женщин) – 오빠 (оппа);
- 8) старшая сестра (для мужчин) – 누나 (нуна);
- 9) старшая сестра (для женщин) – 언니 (онни).

Местоимения 그 (кы) – «он», 그녀 (кынё) – «она», 그들 (кыдыль) – «они» употребляются в речи очень редко. Но их часто можно встретить в корейской художественной литературе. Вместо них в разговорной речи чаще используются слова, обозначающие должность человека, имя с добавлением вежливого суффикса, или же используется конструкция 이/저/그 (и/чо/кы – «этот, тот» – в зависимости от удаления объекта в пространстве от обоих собеседников) + 분/사람 (бун/сарам – формальное и неформальное слова для обозначения другого человека).

В зависимости от контекста местоимение 당신 (тансин) может быть переведено как уважительное «ты» (в литературе), как ласковое обращение между супругами или же даже как агрессивное обращение к собеседнику (во время спора или конфликта, как средство показательного дистанцирования себя от собеседника).

В корейском языке в тексте даже такое простое местоимение, как «я», может быть написано разными способами и в зависимости от написания нести в себе информацию о межличностных отношениях собеседников. В случае если собеседники равны по статусу, должности или являются близкими друзьями, то употребляется местоимение 나 (на) – «я». Однако если говорящий желает выказать особое уважение к своему собеседнику, то он должен использовать 저 (чо) при разговоре о себе, тем самым показывая своё намерение поставить себя ниже собеседника. Употребление же неформального местоимения 너 (но) – «ты» в отношении незнакомого человека, человека старше по возрасту, должности или званию будет грубым оскорблением.

Заключение

В данном исследовании были выявлены основные и производные от них ценностные ориентации корейского общества: гармония (природа, равенство, справедливость, взаимовыручка и др.); страсть (патриотизм, этическая принадлежность, трудолюбие, дух соперничества, образование и др.); креативность (личная инициатива, вклад в модернизацию общества, развитие индивидуальных способностей и др.); семья (любовь и уважение к родителям, преданность и др.); традиции (верования, устои, обычаи, культурное и историческое наследие и др.). Информация о перечисленных ценностных доминантах южнокорейской лингвокультуры представлена в языке рядом средств вербализации: к лексическим средствам вербализации можно отнести слова-реалии, в которых фиксируются отсылки ко всем вышеперечисленным ценностям; к грамматическим средствам активации ценностей – неярко выраженное активное деятеля, пассивные конструкции и тенденцию

к языковой компрессии. Традиционность и иерархичность культуры Южной Кореи выражаются в многоуровневой системе личных местоимений, обращений и стилей коммуникации.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в сравнительно-сопоставительных и переводческих исследованиях, а именно в изучении культурно-прагматических стратегий передачи/адаптации «ценностного» потенциала текста на другом языке. Решение данной проблемы весьма сложно и в теоретическом, и в практическом исполнении. Так как методы отражения значимости одного и того же параметра ценностных ориентаций могут отличаться в разных культурах, довольно сложно выделить главенствующий фактор при решении проблемы того, как и чем обуславливается семантическая организация текста с аксиологической точки зрения. В этой связи интересным продолжением нашего исследования мог бы явиться анализ переводов южнокорейских произведений художественной литературы на русский язык.

Источники | References

1. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта, 2013.
2. Анисимов С. Ф. Духовные ценности: производство и потребление. М.: Политиздат, 1988.
3. Василенко В. А. Ценность и ценностные отношения. М.: Наука, 1966.
4. Верещагин А. Г., Костомаров В. Г. Лингвистическая аксиология: предмет, методы, направления исследований. М.: Флинта, 2019.
5. Воробьев В. В. Социология. М.: ЛитРес, 2000.
6. Гартман Н. Ценностная этика. М.: Владимир Даль, 2002.
7. Гришаева Л. И. Индивидуальное использование языка и когнитивно-дискурсивный инвариант «языковая личность» // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 1.
8. Гришаева Л. И. Средства и способы создания аксиологического контекста в медиатексте // Медиатекст: стратегии – функции – стиль: коллективная монография / отв. ред. Л. И. Гришаева, А. Г. Пастухов, Т. В. Чернышова. Орел: Горизонт, 2010.
9. Дарио С. С. В чем ценность человека? М.: КОДЕКС, 2014.
10. Дробницкий О. Г. Мир оживших предметов: проблема ценности и марксистская философия. М.: Наука, 1967.
11. Клинова А. А. Вербализация американских ценностей в дискурсе масс-медиа о Японии (на примере периодической печати США): дисс. ... к. филол. н. Иркутск, 2009.
12. Культурология: словарь терминов, понятий, имён / под ред. А. П. Садохина. М.: Директ-Медиа, 2014.
13. Лачина Е. В. Традиционные ценности в современной Корее. 2016. URL: <https://koryo-saram.ru/traditsionnyetsennosti-v-sovremennoj-koree/>
14. Лосский Н. О. Избранное. М.: Правда, 1991.
15. Невмержицкая Е. Н. Эстетическая аксиология польского философа Романа Ингардена // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015. № 47.
16. Рубинштейн М. М. О смысле жизни. Труды по философии ценности, теории образования и университетскому вопросу. М.: Территория будущего, 2008.
17. Смертин Ю. Г. Хянга: живые голоса корейской древности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 8-2 (50).
18. Федосеева Л. Н. Ценности и оценки в системе аксиологии русской лингвокультуры (на примере пространственного фрагмента картины мира) // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7. № 3А.
19. Хрипунова И. И. Маркеры аксиологического фона и проблема его воссоздания при переводе художественного текста // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2012. № 2.
20. Hall E. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans. Yarmouth: Intercultural Press, 1990.
21. Lee P. H. The Columbia Anthology of Traditional Korean Poetry. N. Y.: Columbia University Press, 2002.

Информация об авторах | Author information



Тимко Наталья Валерьевна¹, к. филол. н., доц.

¹ МГИМО МИД России, Одинцовский филиал;

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва



Timko Natal'ya Valer'evna¹, PhD

¹ MGIMO MID of Russia, Odintsovsky branch;

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

¹ nvtimko@fa.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 11.03.2023; опубликовано (published): 17.05.2023.

Ключевые слова (keywords): ценностные доминанты лингвокультуры; лингвистические средства активации ценностей; аксиологический подход; value dominants of linguoculture; linguistic means of value activation; axiological approach.