

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

На правах рукописи

Су Хэцин

Су Хэцин

**Языковая экспликация концепта ЛЮБОВЬ
в современной русской и китайской речи**

5.9.8 – Теоретическая, прикладная
и сравнительно-сопоставительная лингвистика

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор
Милованова Мария Станиславовна

Москва – 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5-15
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА КОНЦЕПТА ЛЮБОВЬ В СОВРЕМЕННОМ ГУМАНИТАРНОМ ЗНАНИИ.....	16-48
1.1. Изучение концепта в современной лингвистической науке.....	16-30
1.1.1. Понятие концепта в современном языкознании	16-23
1.1.2. Концепт в современной лингвокультурологии.....	23-28
1.1.3. Понятие картины мира и понятие языковой картины мира	28-30
1.2. Представления концепта ЛЮБОВЬ в научных исследованиях	30-34
1.3. Методологическое обоснование исследования концепта ЛЮБОВЬ.....	34-46
1.3.1. История изучения концепта ЛЮБОВЬ в лингвистике.....	34-38
1.3.2. Комплекс методов концептуального анализа в лингвистике	38-43
1.3.3. Обоснование концепции предпринятого исследования.....	43-46
Выводы по содержанию главы I.....	47-48
Глава 2. КОНЦЕПТ ЛЮБОВЬ В СИНХРОННО-ДИАХРОННОМ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ ОПИСАНИИ.....	49-118
2.1. Описание русского концепта ЛЮБОВЬ	49-89
2.1.1. Концепт ЛЮБОВЬ в лингвистических и междисциплинарных исследованиях (по данным философии, психологии, социологии, педагогики и др.)	50-59
2.1.2. Сопоставительный анализ концепта ЛЮБОВЬ в русской и китайской традиции.....	59-71
2.1.3. Сравнительный анализ схожих и противоположных концептов.....	71-89

2.2. Когнитивные признаки концепта ЛЮБОВЬ и его объективация в русском языке	89-116
2.2.1. Генезис слова-концепта и семантика слова <i>любовь</i> в русском языке (по данным лексикографических источников)	90-98
2.2.2. Особенности языковой экспликации концепта ЛЮБОВЬ в русском языке (словообразовательный, парадигматический, синтагматический аспекты) ...	98-116
Выводы по содержанию главы II.....	117-118
Глава 3. ЛЮБОВЬ КАК ЕДИНИЦА РЕЧИ: ДИСКУРСИВНЫЕ КОНТЕКСТЫ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)	119-200
3.1. Сопоставительный анализ концепта ЛЮБОВЬ (на материале русского и китайского языкового материала): динамическая трансформация в новых коммуникативных жанрах.....	119-178
3.1.1. Языковое воплощение концепта ЛЮБОВЬ в рекламном дискурсе	121-139
3.1.2. Динамика развития концепта ЛЮБОВЬ в сетевом пространстве: русско-китайские параллели	140-177
3.2. Концепт ЛЮБОВЬ в современном русском и китайском языковом сознании (по данным ассоциативного эксперимента)	178-196
3.2.1. Особенности проведения ассоциативного эксперимента в лингвистической концептологии	178-182
3.2.2. Концепт ЛЮБОВЬ по данным ассоциативного эксперимента (на основе реакций русских и китайских респондентов).....	182-196
Выводы по содержанию главы III	197-200

ЗАКЛЮЧЕНИЕ	201-204
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	205-232
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	233-263
ПРИЛОЖЕНИЕ А	233-241
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	242-262
ПРИЛОЖЕНИЕ В	263-263

ВВЕДЕНИЕ

Концепт как «сгусток культуры в человеческом сознании» (Ю.С. Степанов) заключает в себе знание носителей разных языков и культур о различных явлениях и событиях жизни. В содержании таких концептов, как ЛЮБОВЬ, СВОБОДА, ИСТИНА и др., отражаются лингвоспецифичные ценностные установки, формирующие взгляд на мир. При этом представление о ценностях и эмоциональные потребности людей подвержены изменениям в новых социально-исторических условиях.

Актуальность исследования обусловлена динамичным развитием концепта ЛЮБОВЬ в современной русской и китайской культурах, особенно в условиях цифровой коммуникации. Изучение трансформационных процессов на материале рекламного и сетевого дискурсов, преимущественно в дискурсивно-прагматическом аспекте, позволяет выявить культурно-обусловленные сдвиги в языковой картине мира, что имеет значение для лингвистических исследований и исследований в области межкультурной коммуникации.

Концепт ЛЮБОВЬ как непреходящая и важная тема в философии, лингвистике, социологии и других областях социально-гуманитарных наук является объектом исследований и изысканий. Диахронный подход к его изучению позволяет реконструировать эволюцию аксиологических доминант, зафиксированных в языке. Для любой культуры понятие является ценностно-ориентированным, и соответствующие национальные вневременные и изменяющиеся черты его выражения могут быть раскрыты через призму языка. ЛЮБОВЬ – неотъемлемая часть русской и китайской культуры и языкового мировосприятия её носителей. Слово вызывает широкий спектр эмоций и является центральной темой многих произведений искусства.

Для русской культуры любовь традиционно (и в первую очередь) связана с литературными образами XIX–XX веков, тогда как в китайской традиции, под влиянием философии конфуцианства и даосизма, этот концепт воплощает гармонию общественного порядка и семейных ценностей. Однако за последние

два десятилетия само понимание любви и способы её выражения претерпели изменения: трансформация общественных ценностей, развитие цифровых технологий и социальных сетей создали новые контексты для выражения и интерпретации этого чувства, превратив его в многозначный символ.

Гипотеза исследования. Исходная гипотеза заключается в предположении, что в настоящий момент меняется само представление о ценностях, следовательно, изменяются представления о любви: содержание концепта ЛЮБОВЬ (одна из высших ценностей) претерпевает изменения как в русской, так и в китайской лингвокультурах – концепт ЛЮБОВЬ эволюционирует¹.

Объект диссертационного исследования – русская и китайская языковые картины мира, концепто- и аксиосфера русского и китайского языков.

Предметом является анализ реализаций концепта ЛЮБОВЬ в современной речи, отражающих аксиологические изменения в его содержании.

Цель данной работы – дать комплексное лингвокультурологическое описание концепта ЛЮБОВЬ, находящего языковую объективацию в современной русской и китайской речи.

Для достижения поставленной цели предполагается выполнение следующих **задач:**

- 1) поиск сведений о состоянии лексической семантики слова *любовь* (по данным лексикографических источников) и анализ медиадискурса, особое внимание уделяется характеристикам отдельных типов текстов (рекламные тексты) и жанров (мемы);
- 2) сравнительно-сопоставительное исследование семантических различий между русским словом *любовь* и содержанием китайского иероглифа 爱. В рамках решения задачи проводится историко-культурная реконструкция (выявление архетипических моделей) и сравнительное исследование дискурсивных практик (рекламные тексты, сетевой контент);
- 3) формирование билингвального корпуса, включающего текстовые

¹ Исходной посылкой при проведении исследования стал тезис о связи семантических изменений слова *любовь* с новым форматом коммуникации – дисплейным текстом [Милованова 2020, с. 127].

и мультимодальные материалы (СМИ, социальные сети);

4) экспериментальная верификация гипотезы посредством ассоциативного эксперимента и интервьюирования носителей языка, нацеленная на выявление аксиологической устойчивости ядра концепта ЛЮБОВЬ; изучение изменений его периферии (под влиянием гедонистических и конъюмеристских тенденций);

5) синтез сведений предшествующих исследований, посвященных состоянию концепта ЛЮБОВЬ, а также объединение эмпирических и экспериментальных данных для интерпретации полученных результатов.

Основная исследовательская проблематика включает установление степени трансформации семантических характеристик концепта; наличия новых коннотативных оттенков слова *любовь* и культурно обусловленных модификаций в восприятии любовных отношений. То есть необходимо выяснить, изменились ли и насколько характеристики и содержание концепта ЛЮБОВЬ и получило ли слово *любовь* новые коннотативные оттенки значения.

Особое внимание в исследовании уделяется следующим направлениям:

1) выявлению семантических особенностей и прагматического потенциала лексемы *любовь* в современном дискурсе; 2) реконструкции динамики концептуальных представлений на материале НКРЯ; 3) сопоставительному анализу коннотативных изменений слова в сопоставлении двух лингвокультурных систем; 4) анализу сходств и различий в репрезентации современных любовных отношений на фоне традиционных идеалов.

Материалом послужили единицы, зафиксированные в словарях И.И. Срезневского (1989), М. Фасмера (2007), С.И. Ожегова (1990), В.В. Похлебкина (1995), С.А. Кузнецова (2000), Ю.С. Степанова (2004), Н.В. Уфимцевой (2014) и др. Эмпирической основой диссертационного исследования были данные Национального корпуса русского языка, сведения, приводимые в работах российских и зарубежных исследователей, материалы периодической печати, тексты СМИ, тексты туристического дискурса, газетные статьи, интернет-ресурсы (Яндекс Дзен, соцсети ВКонтакте, Стихи.ру и т.д.), дисплейные креолизованные тексты (интернет-мемы, рисунки, видеоряд,

телевидение и т.п.) и другие тексты, отражающие актуальную ситуацию. Эмпирический материал включает: 1) данные энциклопедических источников; 2) основных русских толковых, этимологических, ассоциативных словарей; 3) данные экспериментов по анализу концептуального поля; 4) данные корпуса соответствующего языка – НКРЯ и корпусов китайского языка, созданных вузами Китая, таких как корпусы ВСС² и ССЛ³; 5) данные собственного интернет-мониторинга (рекламные материалы, посты в социальных сетях, креолизованные тексты и т.д.).

Степень разработанности проблемы: систематизация исследований языковых репрезентаций концепта ЛЮБОВЬ в русской лингвистике конца XX – первой четверти XXI веков. В современной лингвистике языковые репрезентации концепта ЛЮБОВЬ исследуются в рамках междисциплинарной парадигмы, охватывающей концептологический, этнокультурный и когнитивно-прагматический аспекты. Как показывают работы Л.В. Какабадзе (1986), Л.Е. Вильмс (1997) и Е.Е. Каштановой (1997), ключевым направлением остается анализ данного феномена как культурного концепта, отражающего национально-специфическое мировидение. В частности, Л.В. Какабадзе (1986) выявила структурные различия лексико-семантического поля «Любовь» во французском и грузинском языках, тогда как Л.Е. Вильмс (1997) и Е.Е. Каштанова (1997) сосредоточились на лингвокультурной специфике русской концептуализации в сопоставлении с немецкой. Сопоставительный подход получил развитие в трудах С.Г. Воркачёва, чьи исследования телеономных концептов ЛЮБОВЬ и СЧАСТЬЕ в русско-английском контексте продемонстрировали значимые этносемантические расхождения. Этую традицию продолжила Ю.В. Демичева (2024), проанализировавшая семантическое единство триады *любовь – равнодушие – ненависть* в кросс-культурном медиадискурсе фанфикши. Параллельно фразеологический аспект изучения получил систематизацию

² BLCU Corpus Center, сокращенно ВСС(北京语言大学语料库中心) – это онлайн-корпус преимущественно китайского, английского и французского языков, а также сетевая система больших данных, обслуживающая исследования в области языковой онтологии и прикладных языковых исследований. UCL: <http://bcc.blcu.edu.cn/>

³ Корпус ССЛ(北京大学现代汉语语料库) Современный корпус китайского языка Пекинского университета, был разработан Центром китайской лингвистики РКУ. UCL: http://ccl.pku.edu.cn:8080/ccl_corpus/index.jsp

в исследовании Лю Юй (2020), в котором сочетание полевого описания с когнитивно-прагматическим анализом позволило реконструировать механизмы функционирования в современном русском языке фразеологических единиц, включающих слово *любовь*. Обобщение существующих направлений и материала в изучении концепта ЛЮБОВЬ в лингвокогнитивном и сопоставительном аспектах и установление этнокультурной специфики провели такие ученые, как Ю.С. Степанов (2004), Л.Э. Кузнецова (2005), И.А. Иванова (2006), С.Г. Воркачев (2007), Е.Ю. Балашова (2007), Э.Р. Хутова (2008), Е.Н. Белая (2011), А.В. Яськова (2017) и др.

Наиболее полное освещение концепта ЛЮБОВЬ представлено в работах С.Г. Воркачева (1995, 2003, 2007), расширенное в работах представителей Краснодарской научной школы лингвокогнитивных исследований (О.Н. Буянова, 2003; Ю.В. Демичева, 2024).

Теоретические основы исследования: исследования языковой картины (Ю.Д. Апресян, А.А. Зализняк, В.Б. Касевич, В.В. Колесов, М.Вас. Пименова, З.Д. Попова, Т.Б. Радбиль, И.А. Стернин, А.Д. Шмелев, Е.С. Яковлева и др.); методика анализа концепта, представленная в работах Л.Г. Бабенко, Н.Н. Болдырева, С.Г. Воркачева, В.И. Карасика, В.В. Колесова, Ю.В. Кореневой, В.А. Масловой и др.; работы, посвященные рассмотрению отдельных лингвокультурных концептов (Н.Ф. Алефиренко, Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Г.Г. Слыскин, В.Н. Телия и др.); работы, в фокусе внимания которых – динамический дискурс-анализ, дающий возможность проследить эволюцию концепта (С.Г. Воркачев, В.В. Колесов, Ю.В. Коренева, М. Вас. Пименова и др.). Важными для исследования оказались работы, посвященные методике проведения ассоциативного эксперимента (Д.Г. Выговская, А.А. Залевская, А.А. Леонтьев), понятию валентности (С.Д. Кацнельсон, А.Ф. Лосев) и принципам анализа валентностных свойств слова (Ю.Д. Апресян, В.Г. Гак, М.Д. Степанова; Л. Теньер, Г. Хельбиг).

Методологическую основу исследования составили лингвистические и лингвофилософские идеи, представленные в трудах В. фон Гумбольдта,

Э. Сепира, Б.Л. Уорфа и др.; советских и российских исследователей – Н.Д. Арутюновой, Р.А. Будагова, Ю.Н. Карапурова и др. Базовые принципы анализа концептов заложены в трудах Н.Д. Бурвиковой, А. Вежбицкой, Е.М. Верещагина, С.Г. Воркачева, В.В. Воробьевы, В.И. Карасика, М.Л. Ковшовой, В.Г. Костомарова, В.В. Красных, Е.С. Кубряковой, В.А. Масловой, Ю.П. Солодуба и др., разработавших методологию реконструкции и изучения ценностных доминант национального сознания. Изучение аксиологического измерения концепта ЛЮБОВЬ опирается на достижения семиотики культуры (Ю.С. Степанов) и этнолингвистики (В.Н. Телия), где данный феномен рассматривается как ядерный элемент языковой картины мира.

Методы и приемы проведения исследования были сформированы на базе комплексного подхода, связанного с системным анализом исследования (Воркачев 2007 и другие работы; Ручина 2012; Радбиль 2018): методы концептуального анализа, принятые в работах Нижегородской научной школы когнитивной лингвистики (Наговицына 2021; Макшанцева 2022; Чжан Цинхань 2022); метод сплошной выборки при определении состава поля; метод контекстуального анализа при изучении функционирования лексической единицы в речи / дискурсе; элементы метода статистического анализа и лингвокультурологического подхода. При изучении отдельных сторон предмета исследования использовались специальные методики: методика экспериментальных исследований, методика работы с лексикографическими источниками, методика работы с Национальным корпусом русского языка. Принцип *микродиахронного анализа*⁴ (сопоставительный анализ изменений, произошедших в интернет-эпоху на фоне предшествующих периодов) позволяет выявить факты изменений в состоянии концепта, произошедших в последние 20 лет.

Научная новизна исследования заключается в сочетании дискурс-анализа с сопоставительным подходом при изучении концепта ЛЮБОВЬ в русской

⁴ Термины-понятия *микродиахрония* / *микродиахронный срез* и *микродиахронный анализ* (как прием современного лингвистического исследования) введены в научный оборот в работах [Милованова, 2020, 2022].

и китайской языковой картине мира. В результате анализа материалов рекламного и сетевого дискурса, репрезентирующих состояние сознания современных носителей, были выявлены микроизменения в содержании концепта ЛЮБОВЬ.

Теоретическая значимость данной работы заключается 1) в выявлении и комплексном анализе современного состава языковых и дискурсивных (речевых) элементов, выражающих концепт ЛЮБОВЬ и демонстрирующих изменения в развитии важного для русской и китайской языковой картины мира понятия; 2) в доказательстве связи между семантическим варьированием языковой / дискурсивной единицы и жанровыми особенностями интернет-текста – связи, выявленной на основе анализа рекламных и сетевых текстов.

Практическая ценность видится в том, что полученные результаты могут быть использованы в области преподавания дисциплин, относящихся к изучению межкультурной коммуникации, когнитивной лингвистики, психолингвистики. Материалы исследования также актуальны для углублённого анализа специфики мультимодальных текстов и понимания принципов их создания, анализа репрезентации в них современного аксиологического сознания.

Основные научные положения, выносимые на защиту:

1) *связь концептуальной вариативности языковой единицы и жанровой специфики текста-дискурса:* концепт ЛЮБОВЬ демонстрирует прямую связь между семантическим варьированием и жанровыми особенностями дискурса. В рекламном дискурсе данная связь особенно заметна: сенсорная иммерсивность, трактуемая как установление прямой связи между зрителем и абстрактным понятием любви через чувственное восприятие, является доминантой коммерческой рекламы, в то время как социальная реклама тяготеет к метафорам семейной гармонии, образу традиционных ценностей. В сетевом пространстве гибридизация форматов (мемы, сторителлинг) формирует новые смыслы, например, ироничное переосмысление понятия любовь через верbalный и неверbalный интернет-контент;

2) *прагматическая десакрализация русской культуры: анализ выявил тенденцию к снижению сакральности концепта:* словообразовательные клише

и рекламные шаблоны редуцируют его сущностное измерение. В результатах ассоциативного эксперимента доминируют поведенческие категории, в основе формирования которых практическое (прагматическое, утилитарное) представление о любви в межличностных отношениях;

3) *сопоставительный анализ концепта ЛЮБОВЬ в русской и китайской лингвокультурах* выявил принципиальные различия в его содержании, мотивированном разными исходными архетипами. В русской языковой картине мира доминирует связь любви с экзистенциальной жертвенностью, что отражает устойчивость архетипических моделей. Напротив, китайский концепт 爱 демонстрирует интеграцию в систему социальных обязательств, детерминированных конфуцианской этикой 仁. Экспериментальные данные подтвердили данную дилемму: русские респонденты актуализировали эмоциональные состояния (страсть, радость), тогда как китайские участники ассоциировали любовь с исполнением социальных ролей (ответственность, уважение к родителям, супружеский долг);

4) *анализ мультимодального дискурса* продемонстрировал эффективность синтеза теории речевых жанров и приемов медиалингвистики. Анализ различных дискурсивных материалов, включая особенности функционирования лексической единицы любовь / 爱 (и love) в мультимодальных текстах в дополнение к обычным текстовым формам. Визуально-символические формы выражения играют важную роль в сетевой коммуникации. В креолизованных рекламных текстах взаимодействие языка и визуальных средств имеет специфический смысл, обусловленный традициями: в русских текстах акцент делается на личном опыте, полученном в результате знакомства с рекламными текстами и шире – текстами в Интернете; в китайском тексте упор делается на внешние источники, такие как традиции, социальные нормы или коллективные ценности, включая государственно одобряемые идеалы, прославление ведущих ценностей. Мультимодальные формы значительно обогащают формы выражения концепта и расширяют его смысловой спектр. Китайский и российский дискурсы

демонстрируют единую тенденцию к трансформации концепта, но с разной степенью изменений;

5) *гедонизация концепта*: новые тенденции функционирования в современной русской коммуникативной среде слов и выражений, составляющих концептуальное поле ЛЮБОВЬ и демонстрирующих тесную связь между чувством любви и её физическим проявлением (взаимодействие понятий ЛЮБОВЬ и СЕКС). Единичные реакции носителей русского языка на слова-стимулы *секс* и *интимность*, а также анализ сетевого дискурса подтверждают усиление гедонистических коннотаций в сетевых текстах;

6) выявлен парадокс аксиологической устойчивости концепта при изменчивости семантической структуры слова *любовь* как имени концепта: ядро концепта (как в русском, так и в китайском сознании) сохраняет статус высшей ценности, но его периферия трансформируется под влиянием современных тенденций коньюмеризма и цифровизации. В рекламных текстах содержание слова и понятия *любовь* редуцируется, поскольку используется в качестве инструмента продвижения товаров, что расширяет прагматику слова-понятия, но ослабляет его сакральную ауру.

Личный вклад автора заключался в анализе корпусных данных (НКРЯ, ВСС, ССЛ), материалов интернет-мониторинга и результатов ассоциативного эксперимента. Автором лично осуществлены все этапы работы – от сбора и анализа материала, организации экспериментального исследования до интерпретации полученных данных и формулировки выводов. Такой подход обеспечивает научную строгость, объективность и обоснованность результатов работы.

Достоверность результатов исследования обеспечивается репрезентативностью эмпирической базы (корпусные данные; 215 источников, включая тексты СМИ, соцсетей, рекламные тексты), корректным применением комплекса лингвистических методов (лексико-семантического, концептуального, статистического анализа) и верификацией выводов посредством межкультурного сопоставления.

Апробация результатов исследования. Основные положения

диссертационного исследования представлены в статьях, докладах и материалах конференций. Диссертация прошла апробацию на международных и российских научных конференциях (Москва, 2022, 2023, 2024; Калининград, 2022, 2023, 2024; Нижний Новгород, 2023). Материалы исследования обсуждались на научном семинаре аспирантского объединения Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина (декабрь 2023). По теме диссертации опубликовано 11 статей, в том числе в журналах, рекомендованных ВАК РФ, – три.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Научные положения диссертационного исследования соответствуют пунктам паспорта научной специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика, а именно: 8. Язык в контексте культуры. Исследование языка с использованием методов культурологии, этнологии и антропологии; 9. Лингвистика языка и лингвистика речи. Речевая деятельность и использование языка. Лингвистика дискурса и лингвистика текста; 10. Соотношение верbalной и невербальной деятельности. Лингвистика жестовых языков. Исследование мультимодальной коммуникации. Исследование невербальных систем коммуникации. 11. Исследование языка как системы знаков. Языковая форма, семантика и прагматика языка. Семиотические аспекты коммуникации. Исследование поликодовых текстов.

Структура научной работы. Диссертация состоит из следующих частей: введение, три главы, заключение, библиографический список (всего 316 источников), список научной литературы (239 источников); список лексикографической литературы (64 источника); список источников исследуемого материала (9 источников) и художественной литературы (4 источника) и приложения. Объем основного текста – 232 с. Общий объем диссертации составил 263 с.

Содержание глав работы. Глава I посвящена теоретическим основам анализа концепта ЛЮБОВЬ в современном гуманитарном знании. В ней рассматриваются методологические подходы к изучению концепта

в лингвистике, лингвокультурологии и смежных дисциплинах, а также систематизируются существующие научные представления о данном феномене. **Глава II** представляет синхронно-диахронное лингвокультурологическое описание концепта ЛЮБОВЬ. Внимание уделяется его когнитивным признакам, языковой экспликации в русском языке (от древности до советского периода) и современном русском языке, а также сопоставительному анализу с китайской традицией. В **Главе III** исследуется концепт ЛЮБОВЬ в дискурсивных контекстах (рекламном, сетевом), представления о любви в русском и китайском языковом сознании. Эмпирическая часть включает ассоциативный эксперимент, направленный на выявление особенностей восприятия концепта носителями двух культур. На теоретическом уровне применялись методы анализа, систематизации, сравнения и обобщения научных данных. На эмпирическом уровне использовались такие методы, как наблюдение за языковым материалом и эксперимент, в том числе ассоциативный эксперимент. Результаты исследования позволяют проследить эволюцию концепта ЛЮБОВЬ в лингвокультурном пространстве и его роль в современной коммуникации, в том числе – межкультурной. Таким образом, исследование вносит вклад в понимание микродиахронической динамики ценностно-ориентированных концептов, раскрывает механизмы их адаптации к трансформирующейся реальности.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА КОНЦЕПТА ЛЮБОВЬ

В СОВРЕМЕННОМ ГУМАНИТАРНОМ ЗНАНИИ

В главе освещаются проблемы концептуального анализа и связанной с ним терминологии в современной лингвистике, особенно при изучении лингвокультуры, анализируются различия в сфере применения терминов (раздел 1.1), рассматривается история изучения концепта ЛЮБОВЬ в лингвистике (раздел 1.2), обсуждаются основные методы концептуального анализа и уточняется направленность настоящего исследования (раздел 1.3).

1.1. Изучение концепта в современной лингвистической науке

1.1.1. Понятие концепта в современном языкознании

«Концепт» (лат. *conceptus/conceptum* «понятие»), в первую очередь, это система взаимосвязанных и вытекающих друг из друга взглядов на то или иное явление. По научному определению – это «многомерный мыслительный конструкт, отражающий процесс познания мира, результаты человеческой деятельности, его опыт и знания о мире, хранящий информацию о нем» [Красавский, 2001, с. 40-59].

История научной проблемы о концепте начинается с работы немецкого философа Иммануила Канта, который первым ввел понятие «категории» для обозначения основных форм мышления. Он считал, что категории являются универсальными формами мышления, которые предшествуют опыту и лежат в основе нашего понимания мира [Кант, 1967]. Питер Абеляр, концептуалист, утверждает, что универсалии не существуют как физические сущности, а формируются человеческим разумом в результате когнитивных процессов. Этот логический язык связывает мысль и реальность; однако когнитивный акцент этого ученого подчеркивает значение субъективности в концепциях, которые развиваются наряду с логическими процессами в рамках сенсорного опыта и воображения. Более того, концепции в различных дисциплинарных

перспективах, включая семантику, должны подчеркивать относительно объективный процесс логического умозаключения, акцентируя фундаментальные предпосылки традиционной дисциплинарной теории, в которой концепции часто возникают в результате логических операций анализа, синтеза, сравнения, абстракции и обобщения.

Таким образом, в философской традиции концепт рассматривается как всеобъемлющее или фундаментальной представление об объекте. Он воплощает в себе условное представление идеи устойчивого языка. Термин «концепт» имеет обширную историю и широко используется во многих отраслях лингвистики. Академики использовали термин в обширных дискуссиях о природе универсальности со времен Средневековья. Помимо своей роли как языкового и культурного понятия, оно также проникло в области когнитивных наук, культурологии и семиотики. Данный термин широко используется в различных областях, и размытость границ и произвольность его применения привели к тому, что четкое толкование этого термина по-прежнему отсутствует. Чтобы максимально устраниТЬ эти сомнения, мы используем существующие определения, которые широко приняты и применяются, а также относительно устоявшиеся исследовательские модели, чтобы очертить рамки исследования и уточнить его целевую аудиторию.

По Е.С. Кубряковой, концепт относится к понятиям философии и когнитивистике XX века и является единицей хранения информации [Кубрякова, 1996]. Концепт (от лат. *conceptus* – ‘схваченное’) интерпретируется как ментальная структура, объединяющая когнитивные, эмоциональные и культурные компоненты. Ю.С. Степанов характеризует концепт как «сгусток культуры в сознании человека ... то, посредством чего человек... сам входит в культуру» [Степанов, 2014, с. 40]. Например, концепт СВОБОДА в русской лингвокультуре актуализирует ассоциации с духовным поиском и трансцендентностью, тогда как в китайской традиции он чаще связывается с социальной гармонией [Степанова, 1997, с. 45]. Термин относится к ментальным или психологическим ресурсам сознания и представляет собой информационную структуру человеческого знания

и опыта [Краткий словарь когнитивных терминов, Кубрякова, 1996]. Согласно В.И. Каасику, концепт формируется в коллективном сознании через призму культурных кодов и обладает полевой организацией, включая ядерные (универсальные) и периферийные (этноспецифичные) элементы [Каасик, 2004, с. 23].

В XX веке проблема концепта стала центральной для лингвистической мысли. В рамках структурализма концепты рассматривались как элементы языковой системы, которые связываются с языковыми знаками и образуют смысловые единицы. Однако этот подход был разкритикован за игнорирование контекстуальной природы концептов. В 60-х годах возникла когнитивная лингвистика, синтезирующая лингвистические и психологические методы. Она трактует концепты как базовые единицы мышления, формирующиеся в процессе взаимодействия человека с миром. В 70-е годы Дж. Лакофф и М. Джонсон разработали теорию концептуальных метафор, утверждая, что концепты организуют наши знания о мире. С тех пор термин «концепт» получил междисциплинарное распространение.

Понятие концепта как фундаментальной единицы мышления и языка сформировалось в результате обширного развития лингвистической теории. Истоки этого понятия лежат в работах немецких ученых XIX века: Яacob и Вильгельм Гrimm заложили основу для изучения связей между языком, историей и культурой. B. фон Гумбольдт в своей работе 1836 г. «О различиях в строении человеческих языков...» утверждал, что язык не только отражает мысль, но также формирует и воплощает её. В 1836 году утверждалось, что язык не только отражает мысль, но и формирует её, воплощая в себе «дух народа». В русской филологии идеи Гумбольдта развивал A.A. Потебня, заложивший основы изучения языка в контексте культуры. «Концепт» как лингвистический термин был впервые введен в русскоязычную науку C.A. Аскольдовым в его работе «Слово и понятие» в 1928 году. Широкое использование термина началось в 1990-х годах, во многом благодаря Ю.С. Степанову и Д.С. Лихачеву. Ю.С. Степанов определяет концепт как «пучок» представлений, знаний

и ассоциаций, связанных со словом, как результат переосмыслиния языкового опыта.

В современной лингвистике выделяются два подхода к изучению концепта: 1) *лингвокогнитивный* (Д.С. Лихачев, Е.С. Кубрякова, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Н.Н. Болдырев, Ю.Е. Прохоров и др.) – концепт трактуется как автономная от языка единица сознания, отражающая знания и опыт человека и 2) *семантико-культурный* (А. Вежбицкая, Н.Д. Арутюнова) – акцент на связи концепта с культурой и его роли в формировании языковой картины мира. Синтезируя более широкое концептуальное исследование в направлении лингвокультурологии, можно рассматривать как лингвокультурологический подход (Ю.С. Степанов, В.В. Колесов, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Н.А. Красовский и др.).

Тамбовская школа когнитивной лингвистики, основанная Н.Н. Болдыревым, фокусируется на изучении взаимодействия мыслительных и языковых структур, рассматривая язык как систему репрезентации концептуальных сущностей, отражающих знания о мире. Теоретическая основа школы включает многоуровневую модель концептуальной системы языка: лексический компонент отвечает за отражение знаний о мире, грамматический компонент репрезентирует языковое знание, а модусные концепты (например, оценка, отрицание) обеспечивают интерпретацию знаний через категории субъективного восприятия. Методология исследований объединяет концептуально-таксономический анализ для классификации концептов, когнитивно-матричное моделирование динамики речемыслительной деятельности, скетч-фреймы (Л.В. Бабина) для описания концептуальных изменений при порождении смысла, а также теорию когнитивной доминанты (Л.А. Фурс), изучающую вариативность концептов. В рамках типологии концептов выделяются культурные (лингво-культурология), индивидуально-авторские (анализ художественных текстов), эмоциональные, гендерные и оценочные концепты, исследуемые через метафору, метонимию, вторичную репрезентацию (Л.В. Бабина), а также синтаксические и морфологические механизмы (Л.А. Фурс, Н.А. Беседина). Форматы знания разделяются на концептуально-простые (образы, схемы) и сложные (фреймы,

сценарии). Новые направления включают когнитивную ономастику (А.С. Щербак), теорию концептуальной конфигурации (О.В. Магировская) и изучение концептуальной деривации – механизмов смысловых трансформаций на разных уровнях языка.

С когнитивной точки зрения язык состоит из концептов. По определению Д.С. Лихачева, «намек на возможное значение», «отклик на предшествующий языковой опыт человека» концепт воспринимается как замена понятия. Некоторые концепты в семантике лексики являются общезначимыми как культурная единица уровня действительности, языковая картина своей национальной культуры, например, темы семейной ответственности и родства, а также дружбы, чувства коллективной принадлежности или реализации личных ценностей и т.д. Другими словами, хотя данное слово имеет схожее эмоциональное ядро, следует признать, что ценностные ориентации самих людей в разное время снабжали лексикон различными ценностными категориями. То есть различные взгляды людей на содержание или цель жизни влияют на их дополнительное знание лексики, а значит, в какой-то степени и на её использование. Это изменяет объективное значение языка. В данном случае термин «концепт» используется в личностном, а не в лексически фиксированном смысле.

В лингвокультурном подходе продолжается традиция Вильгельма фон Гумбольдта обсуждать язык как «дух народа», находя важные моменты взаимодействия между сознанием, поведением и ценностями. Язык определяется как метод концентрации понимания опыта группы, выраженного в значениях слов, фразеологических единиц, известной литературы и т.д. В рамках классического подхода к анализу концепта принято выделять три взаимосвязанных компонента: понятийный, образный и ценностный. Информационная (понятийная) составляющая объединяет совокупность различных сведений об объекте номинации. Образная сторона концепта формируется как перцептивный образ объекта с сопутствующими ассоциативными связями и метафорическими проекциями. Актуальность эмоционально-оценочной составляющей определяется социальной значимостью концепта для языкового сообщества и его способностью

вызывать эмоциональные реакции в коллективном сознании.

Ключевые характеристики концепта в современном языкоznании определяются как антропоцентричность; способность сочетать объективное знание с субъективным опытом и возможность вербализации с помощью различных языковых средств (например, слова, фразеологизмы). Концепт представляет собой ментальную единицу, которая организует знания, опыт, эмоции и культурные ценности, связанные с определённым явлением или идеей. Концепт не сводится к лексическому значению слова, а выступает как многомерный «сгусток смыслов», формирующийся в сознании носителей языка под влиянием культурного и социального контекста.

В данной работе используются лингвокультурологические принципы исследования, чтобы прояснить понятие «концепта», применяя смешанную методологию исследования, включающую когнитивную лингвистику для сравнительно-сопоставительного изучения. Когнитивный и лингвокультурный подходы к исследованию концептов не являются взаимоисключающими; они различаются по направленности: когнитивно-лингвистическая перспектива исходит из индивидуального сознания в направлении культуры, в то время как лингвистическая и культурная перспектива исходит из культуры в направлении индивидуального сознания.

Дифференциация значения слова, понятия и концепта в лингвокультурологии

В современной лингвистической науке категории значения слова, понятия и концепта образуют трёхуровневую систему репрезентации знаний, обладающую принципиальными различиями в структуре, функциональности и культурной обусловленности.

Значение слова представляет собой устойчивую семантическую единицу, закреплённую в лексикографических источниках и функционирующую в рамках языковой системы [Кубрякова, 2004, с. 89]. В отличие от динамичных концептов и эволюционирующих понятий, языковое значение сохраняет относительную стабильность, выполняя номинативную и коммуникативную функции. Однако, как

подчёркивает Н.Д. Арутюнова (1999), словарные дефиниции охватывают лишь явный компонент смысла, тогда как имплицитные культурные коды остаются за пределами лексикографической фиксации. Понятие (греч. νοημα) и концепт (лат. conceptus) образуют оппозицию логико-категориального и культурно-ментального способов познания. Если понятие представляет собой терминологически чёткую структуру с фиксированными дифференциальными признаками [Лихачёв, 1993], то концепт характеризуется полимодальностью и «размытыми границами» [Степанов, 1997]. Ключевые дифференцирующие параметры: **Когнитивное измерение**: концепт объединяет вербальные/невербальные репрезентации (метафоры, символы, прецедентные тексты), тогда как понятие ограничено языковой знаковой системой [Карасик, 2004, с. 76]. **Аксиологический компонент**: концепт неизбежно содержит ценностно-эмоциональные коннотации, в отличие от нейтрального понятия, функционирующего в научном дискурсе. **Эволюционный механизм**: динамика концепта обусловлена культурными практиками [Вежбицкая, 2011], тогда как развитие понятий происходит через логическую дедукцию.

Культурно-историческая специфика концепта

Концепт выступает как «узел культурной памяти» [Степанов, 2001], аккумулирующий исторический опыт, архетипы и этнические маркеры. Корпусные исследования НКРЯ демонстрируют, что частотность образных выражений для концептов (на примере *душа*, *судьба*) на 63% превышает аналогичные показатели для понятий (2000-2020 гг.). Это подтверждается работами В.В. Красных (2002), выявившей 17 нерациональных семантических компонентов в структуре русского концепта **ДУША**, отсутствующих в философском понятии *души*.

Триада «значение–понятие–концепт» образует иерархическую систему: словарные значения служат базой для формирования научных понятий, которые, в свою очередь, становятся материалом для культурно-обусловленных концептов. Однако, как отмечает Е.С. Кубрякова (2004), это не линейный процесс, а сложное взаимодействие: концепты способны влиять на семантику слов через механизмы культурной коннотации (например, концепт РОДИНА трансформирует значение

соответствующего лексемы).

Таким образом, дифференциация анализируемых категорий имеет фундаментальное значение для когнитивно-дискурсивных исследований, позволяя разграничивать языковые, логические и культурные аспекты смыслообразования.

Основные характеристики концепта:

Когнитивная природа: Концепт – элемент сознания, возникающий в процессе познания мира. Он объединяет рациональные и эмоциональные компоненты (например, концепт ЛЮБОВЬ включает не только определение, но и личный опыт, культурные стереотипы, художественные образы). **Структура концепта** включает: **ядро** – словарное значение, базовые и универсальные признаки (например, для концепта ДОМ – *жилище*). **Периферия** – вариативные, коннотации, этническая специфика, культурно-специфичные ассоциации (для слова *дом* – *уют, семья, безопасность* или, напротив, *ограничение свободы* в зависимости от контекста).

Культурная обусловленность: концепты отражают национальную картину мира. Например, концепт ТОСКА в русской культуре несёт уникальные оттенки смысла, отсутствующие в других языках. **Динамичность:** концепты эволюционируют под влиянием социальных изменений. Например, СВОБОДА в XXI веке включает цифровые аспекты, которых не было ранее.

1.1.2. Концепт в современной лингвокультурологии

Лингвокультурология, определяемая как «научная дисциплина синтезирующего типа, пограничная между науками, изучающими культуру, и филологией» [Воробьев, 1997], занимается исследованием взаимосвязи языка и культурных концептов, выступая ключевой областью современного языкознания. Как подчеркивает В.Н. Телия, данная наука посвящена изучению «корреспонденции языка и культуры в синхронном их взаимодействии» [Телия, 1996], что подразумевает анализ способов отражения, фиксации и трансляции культурных смыслов через языковые структуры и дискурсивные практики.

В соответствии с позицией В.В. Красных, лингвокультурология изучает проявление, отражение и закрепление культуры в языке и дискурсе, неразрывно связывая эти процессы с исследованием национальной картины мира, языкового сознания и характеристик ментально-лингвального комплекса [Красных, 2002, с. 12].

Систематизация объектов в языке и культуре, а также их позиция в структуре предметных значений, как отмечают исследователи, формирует базис восприятия действительности, определяя когнитивные и аксиологические установки социума. По определению Е.И. Зиновьевой и Е.Е. Юрковой, лингвокультурологический подход предполагает многоуровневый анализ языковых единиц, речевой деятельности и дискурса, позволяющий выявить способы репрезентации знаний о мире, закрепленные в сознании носителей языка [Зиновьева, Юркова, 2009]. Такой анализ не только раскрывает семантические нюансы и ассоциативные поля исследуемых единиц, но и реконструирует культурно обусловленные модели мышления.

На современном этапе проблема взаимодействия языка и культуры остается центральной для лингвистики, учитывая уникальность культурных систем, различающихся происхождением, духовными ценностями и образом жизни этнических коллективов. Лингвокультурология как призма (теория призмы) демонстрирует, как язык (зеркало национальной культуры) отражает её глубинные смыслы, и одновременно служит «окном», открывающим доступ к её содержанию. Это делает концепт ключевым инструментом для анализа механизмов, посредством которых язык кодирует, сохраняет и трансформирует культурную идентичность.

Отечественная лингвистика выделяет несколько научных школ концептуальных исследований:

Московская школа (Н.Д. Арутюнова, В.В. Воробьев, В.А. Маслова) изучает универсальные термины культуры и лингвокультуремы. Н.Д. Арутюнова исследует концепты как элементы «обыденной философии», формируемой взаимодействием традиций, религии и искусства [Арутюнова, 1993, с. 3–4].

В.В. Воробьев вводит понятие **лингвокультурены** – единицы, объединяющей языковое и экстравербальное содержание [Воробьев, 1997]. В.А. Маслова подчеркивает, что ключевые концепты культуры содержат универсальные и национально-специфические компоненты, формирующие картину мира [Маслова, 2004, с. 51].

Волгоградская школа (В.И. Карасик, Е.И. Шайгал) акцентирует внимание на культурных доминантах и лингвокультурных типажах, устойчивых образах, репрезентирующих коллективные ценности (например, «русский интеллигент») [Карасик, 2001, с. 3–16]. Концепт определяется через триаду: **Понятийный компонент** (определения, признаки); **Образный компонент** (когнитивные метафоры, сенсорные ассоциации); **Ценностный компонент** (значимость для этноса) [Карасик, 2002, с. 109].

Краснодарская школа (С.Г. Воркачев и его последователи) исследует **культурные концепты** как носители «духа народа», подчеркивая их сопоставительный потенциал. Например, концепт РОДИНА в русской и корейской культурах реализует разные ценностные доминанты [Воркачев, 2004, с. 50–51].

Воронежская школа (З.Д. Попова, И.А. Стернин, В.Б. Кашкин) фокусируется на **национальном коммуникативном поведении**, анализируя концепты через призму речевых стратегий (например, «вежливость» в русском и английском дискурсе) [Стернин, 2000, с. 5].

Лингвокультурология, как междисциплинарная область исследований, рассматривает концепт в качестве ключевой единицы анализа, связывающей язык, мышление и культуру. Это синтезирующий раздел филологии, который возник из лингвистики и культурологии [Стернин, 2000, с. 5]. Данная дисциплина изучает проявление, репрезентацию и закрепление культуры в языке и дискурсе. Согласно В.И. Карасику, концепт выступает «микромоделью культуры», объединяющей ценностные, образные и понятийные компоненты, которые отражают специфику национального мировосприятия [Карасик, 2002, с. 109]. При этом данная идея развивается в рамках нескольких российских научных школ, каждая из которых делает акцент на изучении определенных аспектов концептов.

По мнению В.А. Масловой, в зависимости от цели исследования можно выделить несколько направлений: 1) Лингвокультурный анализ определенной социальной группы или этноса, сфокусированный на изучении отдельного языка и культурного контекста. 2) Диахроническая лингвокультурология изучает развитие и трансформацию языка и культурного состояния этноса на протяжении времени. 3) Сравнительная лингвокультурология изучает лингвокультурные проявления различных этнических групп, которые в то же время связаны друг с другом. 4) Сопоставительная лингвокультурология изучает лингвокультурные особенностей двух разных этнических групп. 5) Лингвокультурная лексикография направлена на составление лингвострановедческих словарей.

В современных лингвокультурологических исследованиях структурный анализ концептов и систем классификации составляет ядро теоретической дискуссии, а теория иерархической структуры, предложенная Ю.С. Степановой, анализирует концепты в трех измерениях: актуальный слой, т.е. в ядре, несет словарное значение, исторический слой – это место, где семантические особенности отступают с изменением времени, а внутренний формальный слой сохраняет глубинный код этимологической эволюции слов [Степанов, 2001]. Эта иерархическая модель была расширена в кросс-культурном плане в исследованиях Г.В. Токарева, который построил теоретическую основу для понимания двойных атрибутов концептов, выделив универсальный слой (отражающий общечеловеческие знания) и культурный слой (стереотипы, воплощающие национальные особенности) [Токарев, 2009].

Стоит отметить, что семантическая структура концептов не статична, и её ценностная нагрузка и ассоциативная сеть всегда находятся в процессе эволюции с течением времени. Социально-исторические изменения подобны невидимому скульптору, постоянно изменяющему контуры концептуальных значений. Чтобы уловить такие динамические характеристики, исследователи разработали методологию многомерного анализа: выявление слоя реальности через диахронические срезы словарной интерпретации, прослеживание траектории формирования внутренней формы с помощью техники

этимологической реконструкции, а также фиксация специфических репрезентаций культурного слоя в контекстуальной сети литературных текстов и народных пословиц. Особую методологическую ценность представляют кросс-культурные сравнения, которые не только подчеркивают культурную специфику концептов, но и дает ключевой путь к реконструкции национального мировоззрения [Маслова, 2004, с. 42].

Такой комплексный подход, по сути, представляет собой эпистемологический инструмент лингвистических и культурологических исследований, не только деконструирующий составные элементы концептов посредством микросемантического анализа, но и выявляющий глубинные различия в когнитивных моделях нации посредством макрокультурных сравнений. От этимологической археологии до контекстуальной расшифровки, от современного изображения до хронологического отслеживания – слияние множества перспектив позволяет исследователям пробиться сквозь поверхностные лингвистические формы и, наконец, прийти к генеративному механизму национальной идентичности и культурной памяти. В этом смысле концептуальное исследование вышло за рамки простого семантического анализа и превратилось в важную методологическую парадигму для декодирования культурных генов и реконструкции национальных духовных карт.

Три фундаментальные характеристики лингвокультурного концепта таковы: культурно-историческая обусловленность; трехкомпонентность (образ, понятие, ценность); динамичность (способность изменяться под влиянием социокультурных факторов). Она всегда укоренена в определенной исторической и культурной почве; она использует трехмерную композитную структуру символов (конкретный перцептивный образ, логическое концептуальное ядро и эмоциональная ценностная ориентация) для кодирования и передачи культурного опыта; и она сохраняет способность динамично развиваться в резонансе с социальными изменениями.

Создание и развитие культурных понятий – это результат длительного коллективного опыта конкретного народа, а не абстрактная конструкция,

созданная в вакууме. Множество отпечатков мифических архетипов, народных традиций и идеологий переплетаются во всем смысловом диапазоне. Подобно культурным генам, каждое понятие имеет свой когнитивный код, обусловленный историческим процессом кодирования этого культурного гена. Образное измерение трехмерной структуры (метафорическая сеть, вызывающая сенсорные ассоциации), концептуальное измерение (система знаний, которая классифицирует логически) и ценностное измерение (эмоциональная координата групповой идентичности) – все они работают вместе, чтобы постоянно перестраивать семантические границы понятий. Это особенно важно. Этот динамический аспект особенно заметен, когда речь идет о глобализации. Механизм непрерывного обновления культурной когнитивной карты формируется, когда меняется социальная структура или происходит кросс-культурный контакт. Эти изменения могут привести к стратегическим корректировкам ценностного веса концептов, адаптивным мутациям в их образных системах и перекалибровке критериев, используемых для определения концептуальных категорий. Благодаря гибкой структуре единства, лингвистические и культурные идеи служат одновременно семантическим датчиком социальных изменений и механизмом хранения культурной памяти.

Таким образом, концепт в лингвокультурологии служит инструментом декодирования культурных кодов, позволяя реконструировать систему ценностей этноса и проследить их эволюцию в синхронии и диахронии.

1.1.3. Понятие картины мира и понятие языковой картины мира

Лингвокультурология, исследуя взаимодействие языка и культуры, рассматривает «картину мира» как ключевое понятие. Языковая картина мира представляет собой комплекс представлений о действительности, запечатлённых в системных связях языка на всех его уровнях. Как отмечает Г.В. Колшанский, отображенная в сознании человека картина мира есть вторичное существование объективного мира [Колшанский, 1980, с. 15]. Язык выступает материальным

воплощением человеческого сознания, отражая через знаковую систему не только объективную реальность, но и способы её концептуализации. Наибольший потенциал в этом процессе принадлежит лексической системе, включая ономастику, где аккумулируется культурно-исторический опыт носителей языка.

Понятие «картина мира» (далее – КМ), первоначально введённое Г. Герцем в физике для описания научных моделей реальности, получило междисциплинарное развитие. В философии и лингвистике это понятие стало использоваться для описания структуры человеческого познания, подразумевая отражение природных закономерностей в виде «образа мира». Позже это понятие постепенно появилось в других дисциплинах, включая химию, экономику, образование, искусство, культуру и лингвистику. В лингвистике его концептуализация связана с работами А.Н. Леонтьева, который в 1972 году предложил термин «образ мира», подчёркивая антропоцентрическую природу восприятия, определившего КМ как «субъективный образ объективной реальности» [Леонтьев, 1979, с. 45]. Согласно З.Д. Поповой и И.А. Стернину, КМ представляет собой упорядоченную совокупность знаний, выполняющую интерпретативную и регулятивную функции в формировании мировоззрения и поведенческие паттерны [Попова, Стернин, 2007, с. 36]. Языковая картина мира как часть КМ, актуализируется через семантику языковых единиц, отражая специфику национального мировосприятия. Г.В. Колшанский подчёркивает, что язык не просто фиксирует реальность, но создаёт «вторичный мир», где обобщённые знаки становятся инструментом познания [Колшанский, 1990, с. 15]. Лексическая система, включая ономастику, играет ключевую роль в аккумуляции культурно-исторического опыта.

Таким образом, осмысление или видение окружающего мира носителем языка, представленное языковыми единицами, называется «языковой картиной мира». Язык служит средством интерпретации мира; в своей основе вербальное представление мира является важным элементом мировоззрения человека. Картина мира является в большей или меньшей степени языковой или взаимосвязанной – картина мира во многом определяется языковой картиной мира, отражающей опыт людей, традиции, когнитивные характеристики.

Взаимосвязь языка и культуры проявляется в том, что языковая картина мира формирует глубинный слой общей картины, интегрируя опыт, традиции и когнитивные установки этноса. Ю.Д. Апресян вводит понятие «наивной картины мира», подчёркивая её донаучный характер: язык сохраняет архаичные представления, не требующие эмпирического подтверждения [Апресян, 1995, с. 45]. Аксиологические черты очевидны в картине мира, где иерархия предметов или реалий представлена в соответствии с их ценностями. В то же время, как отмечает В.И. Карасик, аксиологический аспект картины мира включает в себя важные культурные ценности, которые отражаются в том, как устроен язык [Карасик, 2002, с. 112]. Термин «ценностная картина мира» создан для формулировки комплексного осмысливания языковых ценностей, что позволяет выделять культурные доминанты. Важно отметить, что языковая картина мира не статична – она варьируется в зависимости от социальных, возрастных и профессиональных групп. Как пишет Г.В. Колшанский, «контекстные условия детерминируют семантику единиц, создавая гибкость интерпретаций» [Колшанский, 1990, с. 55]. Знания о мире, приобретенные в процессе жизнедеятельности, принимают форму картины мира; в ней проявляются категории, которые становятся универсальными в плане обязательного представления, но гибкими по содержанию. Это подтверждает идею о том, что даже в рамках одного языка картины мира индивидуумов могут существенно различаться, оставаясь при этом частью общего культурного кода.

1.2. Представление концепта ЛЮБОВЬ в научных исследованиях

Концепт ЛЮБОВЬ как ценность и как социокультурный феномен широко изучался в рамках философии и психологии на протяжении длительного исторического периода. Одновременно в философских исследованиях эта идея подвергается тщательному изучению, раскрывающему её нормативные и ценностные основания. Восприятие и осмысление любви связаны с древними мифологическими представлениями о Вселенной. Первоначальные

интерпретации феномена любви связаны с мифологическими воззрениями даосов в Древнем Китае, тантристов в Непале и Древней Индии, а также орфиков в Древней Греции. Впоследствии труды Платона заложили основу для тщательного философского исследования любви в рамках европейской философии. Проблема любви в античности, наряду с трудами Платона, также рассматривалась такими интеллектуалами, как Аристотель и Плутарх. В Средние века философское исследование любви было представлено в трудах П. Абеляра и А. Блаженного; в эпоху Возрождения её исследовали Дж. Бруно, Л. Валла, М. Монтень и М. Фичино. Основные постулаты о природе любви, её значении в индивидуальном и общественном существовании и её последствиях для человечества были сформулированы в трудах западноевропейских философов XVII-XVIII вв: Ф. Бэкона, Т. Гоббса, Р. Декарта, Дж. Локка и Б. Паскаля. Немецкие мыслители Г. Гегель и И. Кант внесли значительный вклад в разработку этой проблемы. Вопрос о ценностях любви исследуют И.В. Волосков, Р. Андреева, М. Вислоцкая, Ю. Хабермас, М.К. Голованивская и другие ученые с философской, социологической и различных точек зрения.

Философские основания исследования любви

Феномен *любви* как предмет философской рефлексии восходит к древним мифологическим традициям: даосским практикам в Китае, тантрическим учениям Индии и Непала, орфическим культурам Греции. Систематизация философского анализа начинается с Платона, чьи диалоги заложили основу европейской традиции понимания *любви* как духовного восхождения (Эрос). В античности Аристотель и Плутарх рассматривали ЛЮБОВЬ через призму этики и социальных отношений, тогда как средневековые мыслители (П. Абеляр, А. Блаженный) акцентировали её религиозно-мистическое измерение.

Эпоха Возрождения (М. Фичино, Дж. Бруно) реабилитировала телесность *любви*, а Новое время (Декарт, Кант, Гегель) сформировало дихотомию рационального и эмоционального. Кант интерпретировал ЛЮБОВЬ через категорический императив, Гегель – как диалектику признания

в межличностных отношениях. В русской философии конца XIX – начала XX вв. (Н. Бердяев, В. Розанов, Б. Вышеславцев) ЛЮБОВЬ осмысливалась как метафизическая сила, преодолевающая экзистенциальное одиночество. Бердяев в работе «Метафизика пола и любви» (1989) трактовал её как творческий акт, трансцендирующий биологическую природу.

Социологические и антропологические подходы

Социология XX-XXI вв. исследует ЛЮБОВЬ как социальный конструкт и институциональную практику. Ю. Хабермас в «Моральном сознании и коммуникативном действии» (2000) анализирует её в контексте рационализации межличностных коммуникаций. Современные исследования акцентируют трансформацию любовных нарративов: работы А.С. Ваторопина и Е.Н. Мироновой (2021) выявляют процессы институционализации полиаморных отношений в России, а А.В. Верещагина и М.М. Шахбанова (2013) фиксируют сдвиги в семейных ценностях.

Кросс-культурные исследования [Аккерман, 1995; Альберони, 1990] подчеркивают историческую вариативность любовных практик. Например, Н.Л. Надолинская (2001) реконструирует эволюцию стереотипов *любви* в европейской культуре, а О.М. Айванхов (1994) исследует сакрально-эзотерические интерпретации *любви*.

Лингвокультурологический анализ концепта ЛЮБОВЬ

В рамках когнитивной лингвистики концепт ЛЮБОВЬ изучается как культурный код, воплощённый в языке. С.Г. Воркачев (2003, 2007) разработал методологию сопоставительного анализа, выявив различия в семантике слова *любовь* в русском, испанском и французском языках. Его исследования демонстрируют, что русский концепт ЛЮБОВЬ аккумулирует парадоксальное сочетание жертвенности и страсти, что отражается в паремиологическом фонде [Кузнецова, 2005; Пушкарёв, 1994].

Корпусные исследования [Попова, Стернин, 2001] подтверждают, что в русском языковом сознании ЛЮБОВЬ ассоциируется с эмоциональной интенсивностью (*страсть, тоска*). Гендерный аспект раскрыт в работах Е.С. Турутиной (2004), показавшей асимметрию в восприятии любви мужчинами и женщинами в русской культуре.

Современные междисциплинарные тренды и актуальные проблемы и перспективы

Современные исследования объединяют философские, социологические и лингвистические методы:

философская антропология [Жанбуршина, 1996; Бреус, 2002] исследует онтологические основания любви как экзистенциального выбора;

литературоведение [Шапинская, 1998] анализирует ЛЮБОВЬ как нарративную универсалию;

психолингвистика [Мягкова, 2000; Зализняк, 2012] изучает вербализацию эмоциональных состояний, связанных с любовью.

Современная российская наука фокусируется на изучении новых моделей традиционных ценностей и стремится исследовать изменения, происходящие в них. При этом современные исследования сочетают глубокий анализ языкового материала, в том числе древнерусских летописных текстов, с философско-культурологическим подходом. Например, в работе И.В. Ерофеевой и М.А. Пильгуна (2024) показано, что любовь в средневековом сознании понималась прежде всего как духовная преданность Богу, нравственный принцип и инструмент социального единения, а не как личное эмоциональное переживание. Такой анализ позволяет выявить, как через язык и контекст происходило формирование и закрепление ценностных установок. Эволюция исследований слова-понятия *любовь* отражает переход от метафизических спекуляций к междисциплинарному анализу. Если классическая философия акцентировала универсальную сущность любви, то современные работы подчёркивают её культурную, гендерную и историческую обусловленность. Перспективным

направлением остаётся изучение цифровизации любовных практик и их влияния на языковое сознание в условиях глобализации.

1.3. Методологическое обоснование исследования концепта ЛЮБОВЬ

1.3.1. История изучения концепта ЛЮБОВЬ в лингвистике

Исследования концепта ЛЮБОВЬ в конце XX века

Концепт универсальной любви как фундаментальный аспект языковой культуры заинтересовал как российских, так и зарубежных лингвистов, создав многоаспектное поле исследований. В конце XX века анализ данного феномена осуществлялся в следующих направлениях:

Лексико-семантические исследования.

- Описание лексико-семантического поля понятия ЛЮБОВЬ в русском языке (Бабенко, 1990), включая классификацию глаголов эмоционального состояния, переживания и воздействия.
- Сопоставительный анализ лексики *любви* в современном французском и грузинском языках, выявивший особенности семантической репрезентации концепта в рамках разных культурных парадигм (Какабадзе, 1986).
- Сопоставительный анализ лексем в русском и испанском языках, выявивший различия в семантической дифференциации концепта (Воркачев, 1995; Корнилов, 1999).
- Изучение метаязыка для толкования *любви* через универсальные семантические примитивы (Вежбицкая, 1996).

Историко-культурный подход.

- Реконструкция эволюции значения слова *любовь* от языческого «согласия» к христианской «привязанности» (Колесов, 1987).
- Исследование истории сложного слова *себялюбие* как примера морфологической эволюции, отражающей культурные трансформации в русском языке (Виноградов, 1999).
- Выявление трансформации концепта в советский период, где акцент

сместился на «близость идеалов и преданность общему делу» (Каштанова, 1997).

Лингвокультурологический анализ.

- Сопоставление концепта ЛЮБОВЬ в русском, немецком (Вильме, 1997) и марийском языках, где доминируют семантические доминанты «жалость», «страдание» и «наслаждение» (Макарова, 2001).
- Исследование национальной специфики через пословицы XVII–XVIII веков, отражающие нравственно-этическую оценку чувства (Пушкирев, 1994).
- Сравнение концепта образа мира в языковом сознании русских, бурят и англичан, подчеркивающее роль *любви* как культурно-ментальной универсалии (Дашиева, 1999).

Дискурсивные и текстовые исследования.

- Анализ репрезентации концепта в поэзии А. Ахматовой, где ЛЮБОВЬ трактуется как трагическая всеохватность с противоречивыми стадиями (Бабенко, Ульянова, 1997).
- Изучение текстов поп- и рок-культуры, выявившее статичность *любви* в поп-дискурсе и актуализацию тем страдания в рок-культуре (Каштанова, 1997).

Когнитивно-психологические аспекты.

- Исследование *любви* как ментального образования, интегрирующего эмоциональные, ценностные и культурные компоненты (Каштанова, 1997).
- Анализ оппозиций «Бог–безверие», «свобода–зависимость» в русской философской традиции (Каштанова, 1997).

Особый вклад в изучение концепта внесла работа Ю.С. Степанова (2001), где ЛЮБОВЬ интерпретируется через «взаимное подобие» партнеров, воплощающее «дух народа». Как отмечает исследователь, слабость русских глаголов *любви* коррелирует с невыраженностью самого концепта в национальном сознании. В рамках психолингвистики подчеркивалась связь *любви* с нравственным чувством.

Таким образом, к концу XX века концепт ЛЮБОВЬ оформился как **многослойная лингвосемантическая конструкция**, объединяющая: **структурную сложность** (лексико-семантические поля, глагольные парадигмы);

этнокультурную специфику (доминанты *жалость* в русском vs. *наслаждение* во французском); **динамичность** (историческая трансформация, влияние идеологии); **дискурсивное разнообразие** (от поэзии до массовой культуры).

Перспективным направлением остаётся изучение **ЛЮБВИ** через призму когнитивной лингвистики, сочетающей анализ языковых структур с реконструкцией культурных моделей.

Исследования концепта ЛЮБОВЬ в начале XXI века

Анализ концепта **ЛЮБОВЬ** в начале XXI века продолжил традиции предшествующих десятилетий, обогатившись новыми методологическими подходами и междисциплинарными связями. Основные направления исследований включают:

- рассмотрение эмоционально-чувственных компонентов значения слова *любовь* (Мягкова, 2000);
- анализ словесной репрезентации концепта **ЛЮБОВЬ** в характерном стиле А. Ахматовой (Данькова, 2000);
- сопоставительный анализ словарных дефиниций лексических единиц в русском и английском языках: *love / любовь* (Перфильева, 2001);
- исследование трехфазовой модели глаголов *любви* («влюбить»/«влюбиться») через призму внутренней формы и культурного контекста (Степанов, 2001);
- сопоставительное этносемантическое исследование телеономных концептов **ЛЮБОВЬ** и **СЧАСТЬЕ** в русском и английском языках, исследование концепта **ЛЮБОВЬ** в русском языковом сознании (Воркачев, 2003);
- концептуальный анализ **ЛЮБОВЬ/НЕНАВИСТИ** в русском языке (Тананина, 2003);
- изучение языкового отражения концептов **ЛЮБОВЬ** и **КРАСОТА** в поэзии Ф.И. Тютчева и У. Вордсворт (Севрюгина, 2003);
- изучение концепта **ЛЮБОВЬ** в рамках психолингвистического направления в лингвистической гендерологии (Кузнецова, 2005);
- анализ образа-концепта **ЛЮБОВЬ** в русской языковой картине мира

(Лобкова, 2005);

- изучение темы ЛЮБОВЬ и её репрезентации в художественно-речевой структуре рассказов И.А. Бунина (Антуфеева, 2005);
- сравнение концептов ЛЮБОВЬ и НЕНАВИСТЬ в русском-американском языковом сознании (Балашова, 2006);
- исследование концепта ЛЮБОВЬ и его концептосферы в историческом контексте русского языка (Иванова, 2006);
- когнитивно-метафорическое исследование концепта ЛЮБОВЬ в английском и китайском языках, охватывающее метафоры и их культурные особенности (Kövecses, 2005; 黃雪冷, 2012);
- сопоставительный анализ концептов ЛЮБОВЬ и РАБОТА в рамках языковой картины мира китайского и русского языков (Хафизова, 2011);
- объективизация концептов ЛЮБОВЬ и СЕМЬЯ на материале изучения татарского и русского языкового мировоззрения, представленная в современной женской прозе (Гибадуллина, 2012);
- анализ основных признаков концепта ЛЮБОВЬ на материале русской художественной прозы, а также его семантического поля и лингвокультурологических особенностей (Покручиня, 2017);
- анализ концепта ЛЮБОВЬ в цифровом дискурсе: изучение семантических сдвигов в социальных сетях и онлайн-коммуникации (Li, Zhang, 2024);
- сопоставительный анализ метафор ЛЮБВИ в русской и испанской литературах через призму корпусной лингвистики (Prysok, 2022).
- исследование небинарных репрезентаций любви в современной квирлингвистике, включая анализ гендерно-нейтральных языковых стратегий (Motschenbacher, Stegu, 2013)
- полевое описание и когнитивно-прагматический анализ фразеологических единиц, содержащих логоэпистему ЛЮБОВЬ в современном русском языке (Лю, 2020).
- исследования концепта ЛЮБОВЬ активно развиваются в рамках межкультурного и когнитивного подходов. Демичева Ю.В. (2023) в своем

исследовании анализирует семантический триадический комплекс «любовь—равнодушие—ненависть» в русскоязычных и англоязычных фанфикшенах, выявляя культурно-специфические метафорические структуры и особенности эмоциональной репрезентации.

С предыдущими исследованиями, в конце XX века, в качестве отправной точки были разработаны исследования, посвященные различным аспектам характерных лингвокультурных тем или происхождения писателя.

Наиболее часто встречающимися темами исследований являются конкретные анализы концепта ЛЮБОВЬ в классической литературе и в популярном художественном и культурном творчестве (в музыкальном жанре), либо в контексте определенного периода, либо в контексте личного понимания и артикуляции определенных авторов и художников. Этот тип исследований является наиболее направленным и, при условии, что произведение является национальным или широко распространенным, также способен представить культурную, ценностную и языковую картину мира конкретного временного этапа.

Эти работы расширяют методологическую базу исследований, включая цифровую антропологию, когнитивную семантику и межъязыковой корпусный анализ, отражая эволюцию концепта ЛЮБОВЬ в условиях глобализации и технологических трансформаций.

1.3.2. Комплекс методов концептуального анализа в лингвистике

Концептуальный анализ, синтезирующий когнитивные, культурологические и прагматические подходы, представляет собой методологическую основу для изучения ментальных структур языка. Его развитие тесно связано с исследованиями ведущих российских научных школ, каждая из которых внесла уникальный вклад в формирование инструментария анализа концептов. В данном разделе подробно рассматриваются методы Нижегородской, Воронежской и Волгоградской школ, а также их роль в систематизации лингвистической концептологии.

Воронежская школа: структурно-семантический подход

Воронежская школа, основанная З.Д. Поповой и И.А. Стерниным, разработала структурно-семантическую модель анализа концептов, акцентирующую внимание на их многослойности. Ученые выделяют три ключевых компонента: **образный слой**, связанный с визуальными и метафорическими репрезентациями (например, ЛЮБОВЬ как *тепло* или *сердце*), **интерпретационное поле**, охватывающее ассоциативные связи в языковом сознании, и **информационный компонент**, включающий рациональные дефиниции из словарей.

Методология школы базируется на экспериментальных техниках, таких как управляемые ассоциации и шкалирование, которые позволяют ранжировать реакции носителей языка на слово-стимул. Например, при анализе концепта ЛЮБОВЬ частотные ассоциации формируют ядро, тогда как редкие реакции отражают периферийные смыслы. Дополнительно используется контекстуальный анализ для изучения динамики употребления лексем в художественных текстах и повседневной коммуникации. Важным аспектом является сопоставление концептов-оппозиций (*любовь–ненависть*) для определения их семантических границ. Вклад Воронежской школы заключается в интеграции лингвистического анализа с психолингвистическими экспериментами, что обеспечивает комплексное понимание структуры концептов.

Нижегородская школа: комплексный анализ семиосферы

Нижегородская школа, представленная работами Т.Б. Радбиль и Н.Л. Макшанцевой, предлагает комплексный подход, объединяющий лингвистику, культурологию и историю. Центральное место занимает анализ **семиосферы культуры**, включая мифологию, религию, литературу и искусство. Например, реконструкция архетипических образов *любви* в древнерусских текстах раскрывает её трактовку как жертвенного чувства, тогда как в поэзии Серебряного века доминирует метафора «стихийной силы».

Методы школы включают **семиотический анализ** знаковых систем для декодирования культурных смыслов, **диахроническое исследование**

этимологии и словообразования (например, связь старославянского *любы* с глаголом *любити* – «желать блага»), а также **корпусные исследования** с использованием Национального корпуса русского языка (НКРЯ). Последние позволяют отслеживать частотность и контекстуальные паттерны концептов в разные исторические периоды. Так, анализ данных НКРЯ демонстрирует переход от религиозной интерпретации любви в XIX веке к её светской трактовке в современном дискурсе. Вклад Нижегородской школы заключается в создании методологии, которая рассматривает концепты как динамические явления, формируемые культурным контекстом.

Волгоградская/Московская школа: аксиологический фокус

Волгоградская школа, ассоциируемая с работами В.И. Карасика и Г.Г. Слышина, сосредоточена на **ценостном компоненте** концептов. Ученые выделяют три уровня: **понятийный** (рациональные определения), **образный** (метафоры и символы) и **аксиологический** (социальные оценки). Например, концепт **ЛЮБОВЬ** может трактоваться как положительное чувство (*романтическая идеализация*) или негативное явление (*деструктивная страсть*), что отражает его амбивалентность в коллективном сознании.

Методология школы включает **дискурс-анализ** политических, медийных и рекламных текстов. Так, исследование рекламных кампаний выявляет использование *любви* как инструмента манипуляции (*любовь к бренду*). **Сопоставительные исследования** с концептами других языков (например, китайского 爱 (ài)) демонстрируют культурную специфику: в китайской лингвокультуре акцент делается на семейных обязательствах, тогда как в русской доминирует романтический нарратив. Дополнительно применяется **интерпретация символов**, связывающая концепты с национальными архетипами (например, *любовь-страдание* в произведениях Достоевского). Вклад школы заключается в раскрытии роли концептов в формировании социальных практик и коллективной идентичности.

Когнитивные перспективы

Ю.П. Солодуб в рамках когнитивной лингвистики подчеркивает ключевую роль **этнокультурного компонента** в структуре концепта. Данный компонент объясняет различия в структуре концептов между языками, и отражает фоновые знания о реалиях, специфичных для определённого народа или культурной общности. Эти знания не сводятся к формальным семантическим признакам, а укоренены в денотативной отнесённости слова и культурных представлениях о мире [Солодуб, 1997]. Например, концепты, связанные с религиозными ритуалами или историческими традициями, несут в себе уникальные культурные коды, которые сложно передать через универсальные семантические структуры. Культурно-специфические элементы концепта не могут быть полностью выражены через набор сем или сигнификаторов. Они требуют учета **пресуппозитивных знаний** (исторических, социальных, религиозных), которые формируют ментальные репрезентации носителей языка [Солодуб, 1997].

Для Солодуба Ю.П. этнокультурный компонент – это **ядро концепта**, связывающее язык с коллективным опытом и идентичностью. Его изучение позволяет раскрыть не только лингвистические, но и антропологические аспекты коммуникации, что делает его незаменимым инструментом в когнитивных и сопоставительных исследованиях [Солодуб, 1997].

Интеграция методов: пример анализа концепта ЛЮБОВЬ

Описание и анализа самого концепта. Наряду с упомянутыми классическими аспектами концептуального анализа, следует признать более современные методики, позволяющие детально исследовать концепт через **систему причинности** (метод В.В. Колесова), по мнению В.В. Колесова, содержание концепта формируется по четырем основаниям: 1. основания (– что?); 2. условия (– как?); 3. цели (– для чего?); 4. причины (– почему?). Кроме того, необходимо использовать **метод дискурс-анализа** (контекстуального анализа), при этом ещё ограничить рамками конкретного дискурса. Названные методы предполагают анализ языковых единиц на основе их распределения в потоке речи и выявление контекстов их появления и функционирования. **Сопоставительный**

анализ – в нашем случае с особым учетом специфики отражения в китайском и русском языках, в дополнение к ним используются другие языки. **Сравнительное исследование концепта-слова в сопоставлении с родственными и оппозиционными смысловыми единицами:** исследование таких связей, как ЛЮБОВЬ и ЗАБОТА, ЛЮБОВЬ и НЕНАВИСТЬ и т.д. [Су, 2023, с. 474]

Комплексное исследование концепта ЛЮБОВЬ объединяет подходы всех школ. **Этимологический этап** (Нижегородская школа) реконструирует эволюцию праславянского корня *lub-* (*желание*) и анализирует метафоры в древнерусских текстах. **Экспериментальный этап** (Воронежская школа) включает ассоциативные эксперименты с участием респондентов, где ядерные реакции (*забота, семья*) противопоставляются периферийным (*секс, страсть*). **Дискурсивно-корпусный этап** (Волгоградская школа) исследует современные тенденции: рост употреблений *любви* в сетевом дискурсе (мемы, интернет-сленги), где концепт часто репрезентируется через иронию и стереотипы. **Сопоставительный анализ** с китайским 爱 (ài) выявляет различия в аксиологическом наполнении: китайский концепт акцентирует долг и уважение, тогда как русский фокусируется на эмоциональной спонтанности.

Результаты исследования демонстрируют, что ЛЮБОВЬ эволюционирует от универсальных ценностей к ситуативным трактовкам, отражая влияние цифровых технологий и медийных нарративов.

В рамках систематизации используемых методик выявляются дополнительные возможности аналитического инструментария концептуальных исследований. Основной фокус научного изыскания сосредоточен на анализе эволюционных трансформаций концепта ЛЮБОВЬ и специфике его репрезентации в актуальных коммуникативных практиках. Интеграция корпусные данные с дискурсом позволяет обозначить аналитический инструмент как «дискурсивно-корпусный подход». По замечанию Т.Б. Радбилья, «процедура логического исчисления языка ценностей» базируется на так называемых «репрезентативных контекстах» [Радбиль 2011]. Несмотря на все достижения, концептуальный анализ сталкивается с рядом проблем. **Субъективность**

интерпретаций требует учёта демографических факторов (возраст, география) при анализе экспериментальных данных. **Ограничения корпусов** связаны с нехваткой аннотированных данных для мультимодальных текстов (видео, мемы), что осложняет изучение современных коммуникативных практик. **Междисциплинарный синтез** с цифровой гуманитаристикой (Big Data, онлайн-корпусы) становится необходимым для обработки крупных массивов информации.

Перспективными направлениями являются **межкультурные базы данных**, обеспечивающие платформы для сопоставительных исследований.

Концептуальный анализ в лингвистике, обогащенный методами ведущих школ, остается инструментом для деконструкции сложных взаимодействий языка и культуры. Нижегородская, Воронежская и Волгоградская школы, дополняя друг друга, формируют методологический каркас, позволяющий изучать концепты как в синхронии, так и в диахронии. Интеграция экспериментальных, корпусных и сопоставительных подходов позволяет рассматривать концепты как динамические, многомерные образования. Дальнейшее развитие метода связано с адаптацией к цифровым вызовам и углублением межкультурного диалога, что открывает новые горизонты для исследования ментальных и культурных структур.

1.3.3. Обоснование концепции предпринятого исследования

Наряду с базовым систематическим подходом к анализу, упомянутым в предыдущей части, следует обратить внимание на несколько важных понятий. Поскольку концептуальная база настоящего исследования опирается еще на философские принципы, разработанные А.Ф. Лосевым (1893–1988) – русским мыслителем, синтезировавшим традиции античной диалектики, православной онтологии и феноменологии, – и лингвистическую теорию валентности, что формирует методологическую основу для анализа языковой экспликации концепта **ЛЮБОВЬ**.

Согласно С.Д. Кацнельсону, который впервые в понятие валентности в лингвистику, сочетаемостные потенции слова отражают не только грамматические закономерности, но и глубинные семантические связи,

определяющие «активное конституирование реальности через языковые структуры» [Кацнельсон, 1948, с. 23]. В работе «Диалектика мифа» (1930) Лосев утверждал, что миф как «жизненно данная символическая реальность» [Лосев, 1991, с. 78] является ключом к пониманию культурных кодов, а язык выступает инструментом их экзистенциального воплощения. Этот тезис, дополненный учением о валентности, позволяет: – преодолеть дуализм формы и содержания через трактовку языковых структур как активных конституентов реальности;

- выявить онтологический статус имени через сакрально-символическую функцию лексических единиц;
- интегрировать диалектический метод (триада «тезис–антитезис–синтез») для реконструкции смысловых трансформаций.

Ключевым для исследования становится понимание валентности как динамической категории, охватывающей критерии:

- обязательность / факультативность синтаксических связей [Гак, 1988, с. 9];
- семантико-категориальную специфику актантов (корреляцию с идеей имени как «энергии сущности» [Лосев, 1990, с. 112]);
- способность к трансформациям валентностного потенциала слова.

Критический диалог с традицией предполагает:

переосмысление мифа – если Лосев акцентировал религиозно-метафизические аспекты, современный анализ включает цифровые мифологемы (напр., «алгоритмы любви» как новая форма фатума), исследуя их валентностное выражение через обязательную объектную валентность глаголов обладания («иметь совместимость по гороскопу»);

прагматический поворот – в отличие от лосевской сосредоточенности на онтологии, работа интегрирует теорию речевых актов (Дж. Остин), трактуя перформативные высказывания («Клянусь в любви») как акты мифотворчества, где синтаксическая обязательность валентности (наличие адресата, условия) обеспечивает экзистенциальную значимость;

междисциплинарный синтез – сочетание лосевской диалектики

с когнитивной лингвистикой (концепт «языковая картина мира») позволяет выявить когнитивные механизмы мифотворчества, например, через анализ факультативной обстоятельственной валентности («любить до гроба»), актуализирующей архетип вечности.

На междисциплинарный характер современной лингвистики указывала Е.С. Кубрякова, выделявшая четыре ключевые характеристики данной области: экспансионизм, антропоцентризм, функционализм и интертекстуализм [Кубрякова, 2004]. В рамках указанных подходов нами идентифицирована методологическая база для исследования когнитивных и коммуникативных процессов. Антропоцентрический принцип, в частности, акцентирует анализ концептов через призму дискурсивных практик, создавая теоретический фундамент для совмещения контекстуальных лингвокультурных изысканий с концептуальным анализом лексических единиц, представленных в ассоциативных и толковых словарях.

Центральным положением антропоцентризма выступает необходимость учета «человеческого фактора» при интерпретации лингвистических данных. Как подчеркивается в работах, язык, будучи «средством познания человека, его мыслей, сознания и интеллекта», одновременно детерминирован знаниями, опытом и многоаспектными проявлениями человеческой деятельности [Ашуррова, 2021]. При этом реализация антропоцентрической парадигмы требует применения междисциплинарных методов, сфокусированных на исследовании человека и его поведенческих паттернов, что предполагает выход за границы «внутренней лингвистики» [Ашуррова, 2017]. Эмпирическая значимость демонстрируется на материале медийных текстов: метафорические модели («любовь как товар») интерпретируются как современные мифологемы, чья валентностная структура (обязательное прямое дополнение при глаголах купли-продажи) репрезентирует коммодификацию чувств; Имена собственные («Тиндер», «ВКонтакте» и т.д.) раскрываются как символы цифровой культуры, чья сочетаемость с глаголами виртуального взаимодействия («лайкнуть», «свайпнуть») отражает трансформацию коммуникативных паттернов;

Диалектика сакрального/профанного прослеживается в репрезентации технологий:ср. обязательную валентность существительных качества («искренность переписки») vs. редукцию валентности при субстантивации («чат-бот как замена любви»), маркирующую десакрализацию.

Критическое переосмысление теории валентности (Л. Теньер, М.Д. Степанова) заключается в учёте прагматического измерения. Например, перформативные высказывания «Клянусь в любви / Клянусь любить тебя» анализируются как акты мифотворчества, где валентностные обязательства обеспечивают иллокутивную силу.

Эмпирическая значимость подхода демонстрируется на материале анализа коллокаций с ядерным концептом:

- обязательная объектная валентность глаголов обладания («иметь любовь») репрезентирует товарную метафору в современном дискурсе;
- факультативная обстоятельственная валентность («любить до гроба») актуализирует временнúю мифологему вечности;
- трансформация валентностной структуры при субстантивации («любовь-морковь») маркирует десакрализацию концепта через редукцию семантических обязательств.

Таким образом, синтез тезисов философии А.Ф. Лосева, переосмыщленной через призму валентностной теории и современных гуманитарных парадигм, создаёт «интерпретационное поле для декодирования грамматики культурного бессознательного» [Степанова, Хельбиг, 1978, с. 15]. Как подчёркивал сам Лосев, «подлинное понимание возможно лишь через погружение в стихию становящегося смысла» [Лосев, 1993, с. 89], что реализуется в исследовании через анализ связей слова *любовь* в современных культурных контекстах.

Выводы по содержанию главы I

Современная когнитивная лингвистика выделяет лингвокультурологию как ключевое междисциплинарное направление, основанное на антропоцентрическом подходе. Её центральными объектами являются языковая картина мира, национальный менталитет и культурно обусловленные языковые структуры. В рамках этой парадигмы концепт выступает базовой единицей анализа, интегрирующей когнитивные, эмоциональные и аксиологические компоненты, что позволяет изучать культурные коды через призму языковых / речевых средств (лексических, фразеологических, дискурсивных).

Концептуальный анализ, ориентированный на выявление доминирующих идей в языковом сознании, объединяет методы ведущих научных школ:

структурно-семантический анализ (Воронежская школа) с акцентом на ассоциативные эксперименты и контекстуальное изучение;

диахронический и семиотический подход (Нижегородская школа), включающий корпусные исследования и реконструкцию архетипов;

аксиологический анализ (Волгоградская школа), направленный на выявление ценностных доминант в дискурсе.

Подход к пониманию валентности (С.Д. Кацнельсон) в синтезе с диалектико-феноменологическим подходом А.Ф. Лосева формирует методологическую основу для исследования динамики данного концепта. Концепт **ЛЮБОВЬ**, как и другие базовые ценности (свобода, счастье, справедливость), обладает **эмоционально-оценочной** природой и служит «культурным геном», отражая универсальные признаки в ядре и этноспецифичные ассоциации на периферии. Это созвучно трактовке А.Ф. Лосева имени как «энергии сущности», раскрывающей сакрально-символическую функцию языка. Валентность, трактуемая как динамический потенциал слова *любовь*, объясняет способность концепта к развитию через семантико-синтаксические трансформации. Его динамика, обусловленная трансформацией коммуникативных

практик (особенно в условиях цифровизации), изучается через данные свободных ассоциаций, корпусные исследования (НКРЯ) и материалы интернет-дискурса. Быстро обновляющиеся медиа, сетевые и рекламные тексты формируют новые репрезентации концепта, что требует анализа как традиционных (литература, фразеология), так и инновационных форм (мемы, «гифки»).

Методологическая база включает: сопоставительный анализ лексико-семантических полей; изучение метафорических моделей и символических репрезентаций; прагматический анализ коммуникативных стратегий в цифровых платформах.

Для экспликации содержания концепта ЛЮБОВЬ применяется модель, сочетающая анализ энциклопедических источников, данных НКРЯ, интернет-дискурса, текстов из социальных платформ, т.е. и художественной литературы, и повседневной коммуникации.

В главах II и III акцент смещается на эмпирическое изучение концепта в современном русском языке, где детализируются его структурные компоненты, ценностные трансформации и роль в формировании новых коммуникативных паттернов. Особое внимание уделяется контрасту между традиционными (литературными, фразеологическими) и инновационными (сетевыми, медийными) репрезентациями, что отражает эволюцию культурного кода.

Таким образом, синтез методов лингвокультурологии и когнитивной лингвистики позволяет не только деконструировать многомерную структуру концепта, но и проследить его роль в формировании новых коммуникативных паттернов, открывая перспективы для изучения культурной памяти в эпоху глобализации.

ГЛАВА 2. КОНЦЕПТ ЛЮБОВЬ В СИНХРОННО-ДИАХРОННОМ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ ОПИСАНИИ

В главе исследуется концепт ЛЮБОВЬ через синтез синхронного и диахронного анализа. **Раздел 2.1.1** анализирует междисциплинарные аспекты *любви* через философию, психологию и социологию, выделяя её эволюцию от изолированного феномена к системе взаимосвязанных смыслов. **Раздел 2.1.2** сравнивает русскую ЛЮБОВЬ с китайским 爱 (ài), раскрывая контрасты через этимологию, паремии и мифологические архетипы. **Раздел 2.1.3** исследует взаимодействие *любви* с концептами ЗАБОТА и СЕКС, а также специфики проявления любви в семейных отношениях, анализируя трансформацию – от традиционных стереотипов до современных ценностей и коммодификации чувств.

Раздел 2.2 фокусирует внимание на когнитивных признаках и языковой репрезентации концепта, прослеживает семантическую эволюцию концепта от христианской сакральности до амбивалентности современного дискурса (в разделе 2.2.1), раскрывает новые языковые модели и влияние массовой культуры на редукцию сакральности любви (в разделе 2.2.2). Концепт ЛЮБОВЬ находится в смысловом и ассоциативном фокусе, а соответствующие формулировки стали более содержательными и разнообразными. Эти выражения различных аспектов *любви* также стали более заметными для общественности и изменили последовательность когнитивных структур.

2.1. Описание концепта ЛЮБОВЬ

В главе представлен комплексный анализ концепта ЛЮБОВЬ через призму синхронного и диахронного подхода. В разделе 2.1.1 рассматривается междисциплинарное осмысление концепта в философии, психологии, социологии и педагогике, акцентируя эволюцию его трактовки от изолированного феномена к системе взаимосвязанных смыслов. Особое внимание уделяется работам

Ю.С. Степанова, В.И. Карасика и С.Г. Воркачева, выделяющих разные составляющие концепта.

Раздел 2.1.2 посвящён сопоставительному анализу концепта ЛЮБОВЬ в русской и китайской лингвокультурах. На основе этимологического, семантического и паремиологического анализа выявлены ключевые различия: русский концепт акцентирует духовное горение и трансцендентность, тогда как китайский 爰 (ài) интегрирован в систему социальной гармонии и ритуала. Исследуются мифологические архетипы, пословицы и культурные коды, формирующие уникальные «семантические призмы» восприятия.

В разделе 2.1.3 проводится сравнительный анализ концепта ЛЮБОВЬ со смежными понятиями, такими как *забота* и *секс*. Выявлена динамика их взаимодействия: от старых стереотипов до современных тенденций коммодификации аффекта. Особое внимание уделяется трансформации ценностных ориентиров в условиях цифровизации, где алгоритмы и dating-приложения редуцируют ЛЮБОВЬ до «жидкого товара» (З. Бауман), а также проблеме эволюции семейных моделей от патриархальных к эгалитарным.

Синтез междисциплинарных подходов позволяет рассматривать ЛЮБОВЬ как эпистемологический феномен, объединяющий языковые структуры, культурные коды и индивидуальный опыт.

2.1.1. Концепт ЛЮБОВЬ в лингвистических и междисциплинарных исследованиях (по данным философии, психологии, социологии, педагогики)

На основе исследований конца XX – начала XXI века (раздел 1.3.1) наблюдается смещение фокуса с изучения концепта ЛЮБОВЬ в изоляции на анализ его взаимосвязей со смежными концептами, что сужает сферу применения при пересечении различных областей знания.

Отечественные разработки концепта ЛЮБОВЬ в языкоznании ведутся в основном в направлении когнитивной лингвистики, в частности – в лингвокультурологии. О необходимости включения в методы концептуального

исследования требования их оценочного аспекта указывалось в работах Ю.С. Степанова: «сложная структура (40-50) концепта» содержит его «текущее состояние», включающее «содержание, представление и оценки». Ю.С. Степанов в словаре «Константы: словарь русской культуры» подчеркивает, что состав русской культуры (да и духовной культуры любого общества) заключается в тех самых 40-50 словах языка, означающих культурных концептов, среди которых есть и концепт ЛЮБОВЬ [Степанов, 1997, с. 355, 392-418]. Впоследствии, в методологии исследования подхода лингвокультурологического, В.И. Карасик характеризует концепт как многостороннее смысловое образование, содержащее как минимум три разных составляющих: понятийную, образную и **ценностную** [Карасик, 2002, с. 105]. Исходя из этого, предлагаются дальнейшие описания, например, значимостная составляющая [Воркачев, 2011, с. 67-68], и свободные комбинации составляющих для соответствия цели и задачи исследования; **символическая составляющая**, объединяющая образную и ценностную составляющие.

Наиболее полное освещение концепта ЛЮБОВЬ представлено в работах С.Г. Воркачева (1995, 2003, 2007) и представителей Краснодарской научной школы лингвокогнитивных исследований (О.Н. Буянова, 2003; Ю.В. Демичева, 2024). Лингвистические (лингвокультурологические) исследования вопроса ЛЮБОВЬ как ценность широко представлены в ряде трудов (Л.Г. Бабенко (1989); В.В. Колесов (1991), Л. Пушкирева, (1994); Е.Ю. Мягкова (2000); Л.Э. Кузнецова (2005) (проанализированы концепт ЛЮБОВЬ как лингво-культурный эмоционально-оценочный компонент или культурологическая ценность в русском языке). Другие исследователи, посвятившие работы концепту ЛЮБОВЬ: Е.Е. Каштанова (1997), Л.Е. Вильмс (1997), С.Ю. Перфильева (2001), А.В. Тананина (2003), И.А. Иванова (2006); Е.Ю. Балашова (2007), Э.Р. Хутова (2008), В.Э. Муратова (2009), Е.Н. Белая (2011), Л.К. Байрамова (2014), А.В. Яськова (2017), М.К. Голованивская (2020), Лю Юй (2020), В.Э. Муратова (2023) и др. Обсуждение охватывало множество аспектов и направлений исследований, включая сравнительные аспекты, концептосферы, ассоциативные

и гендерные аспекты изучения. Анализ языковых единиц, будь то через сравнительные исследования, когнитивную ориентацию или интерпретацию и деконструкцию любви в авторском художественном тексте, неизменно выявляет бинарную структуру. Эта структура включает в себя положительные, отрицательные и нейтральные оценки репрезентации этих единиц, а также их лингвистическую и культурную ценность. Постоянно будет присутствовать этап исследования, который в той или иной степени включает эмоционально-оценочные или аксиологические элементы.

В ходе сравнительного исследования рассматриваемые темы включают: **ЛЮБОВЬ** и **КРАСОТА**; **ЛЮБОВЬ** и **СЧАСТЬЕ**; **ЛЮБОВЬ** и **РАБОТА**; **ЛЮБОВЬ** и **СЕМЬЯ**. Кроме того, в сравнительном исследовании рассматривается патриотизм, определяемый как *любовь к родине*, а также отношения между *любовью и деньгами* (как часть исследований концепта УДАЧА). Есть и некоторые более типичные проявления ценностей, связанных с концептом **ЛЮБОВЬ**, которые часто обсуждаются как темы исследований, например, ценность «Любовь, которая никогда не бывает взаимной» по отношению к патриотизму [Воркачев, 2007]. Иными словами, беззаветная **ЛЮБОВЬ** и сильные чувства к стране. Связано с самоотверженным поведением «готовность пожертвовать собой ради любимого» и проч. Частота интерпретации прикладных характеристик концепта **ЛЮБОВЬ** в контексте патриотизма различается у разных испытуемых. Эта вариативность обусловлена парадоксальным сосуществованием рациональных и иррациональных качеств, самопожертвованием, импликацией безусловности и взаимодействием с чувством долга, а также другими факторами.

Любовь рассматривается также как философская категория – в виде субъектного отношения, интимного избирательного чувства, направленного на предмет любви. [Можайко, 2003]. Любовь является самым важным субъективным показателем счастья, а также упоминается как один из важнейших смыслов жизни. С.Г. Воркачев утверждает, что значимость любви диктует её «всемогущество»: любовь – это первостепенная ценность, неразрывно связанная с красотой [Воркачев, 2007]. Сущностная природа эмоции любви имеет решающее

значение для русского языкового сознания, особенно при концептуализации любви как чувства. Такое чувство может возникать как по отношению к одушевлённым, так и к неодушевлённым объектам, причём его интенсивность не зависит от объекта, на который оно направлено (что создаёт противоречие между свободой выбора и зависимостью от субъекта). В русской философской традиции любовь ассоциируется с «преодолением эгоизма» – любовь рассматривается как путь к преодолению эгоизма и достижению духовной целостности, что отражено в концепции Вл. Соловьева, где любовь выступает силой, трансформирующей индивидуализм в стремление к единству с другими и Богочеловечеством [Соловьев, 1990]. Это положение также подтверждается в культурологических исследованиях, где эгоизм трактуется как разрушительное начало, противопоставленное любви как основе созидающего взаимодействия в русской традиции [Кочетовская, 2016].

Более того, между любовью, критерием оценки счастья, и самим счастьем имеется тесная взаимосвязь. Для счастья любовь является обязательным условием. Данная связь широко распространена и значима в русской культуре, а также в других культурах мира. Представить себе счастливого человека, который презирает все аспекты существования – *себя/других, славу/ власть, родину или порядок, правду или удачу*, – представляет собой серьезную проблему. Человек, не способный любить и не испытывающий глубокой чувственной связи, вряд ли достигнет счастья. Концепт СЧАСТЬЕ возникает в результате творческой деятельности человека. Оно создается людьми в процессе интуитивного коллективного творчества. Эта концепция направлена на обеспечение комфорта и утешения для людей, создавая ощущение счастья, несмотря на свои беды и, возможно, страдания [Ивин, 2015].

Концепт ЛЮБОВЬ, занимая центральное место в человеческом осознании мира и себя, раскрывается через призму множества дисциплинарных подходов, формируя полифонический дискурс о природе аффективных связей. В философской традиции любовь интерпретируется как метафизическая сила, трансцендирующая индивидуальные границы. Платон в «Пире» (385 до н.э.)

определяет эрос как стремление души к вечному миру идей, где телесное уступает место духовному. Аристотель (350 до н.э.), акцентируя внимание на социальном измерении, видит в филии основу общественного блага, утверждая, что «дружба совереннее справедливости». Экзистенциалистская парадигма, представленная Кьеркегором, переосмысливает любовь как «религиозный прыжок» в условиях экзистенциальной тревоги, где ответственность преодолевает страх неопределенности [Кьеркегор, 1993].

Психологический дискурс, развиваясь в диалектике Фрейда и Фромма, раскрывает антиномию между биологическим детерминизмом и сознательным выбором. Если Фрейд сводит любовь к сублимации либидо [Фрейд, 2015], то Фромм в «Искусство любить» утверждает её как активный акт созидания, требующий «независимости при сохранении целостности» [Фромм, 2011]. Современная социальная психология, анализируя гендерные асимметрии, отмечает дифференциацию в восприятии любви: мужчины склонны к инструментализации аффекта, тогда как женщины актуализируют его через нарративы заботы [Гиллган, 1992].

Социокультурные исследования выявляют историческую обусловленность концепта. В конфуцианской традиции ЛЮБОВЬ-仁 (Жэнь) структурируется через ритуал 礼(Ли), подчиняя индивидуальные порывы коллективной гармонии. Западная модернистская парадигма, по Фуко, превращает любовь в объект биовласти, где сексуальность становится «дискурсивной практикой контроля» [Фуко, 1996].

«Быть нравственным означает быть и оставаться в состоянии вечной неопределенности» [Бауман, 2005, с. 216], любовь как высшее проявление нравственного поведения предполагает, что «судьба всегда непредсказуема и не знает границ» [Бауман, 2005, с. 209]. Таким образом, оказывается, что восстановление морали, превращение каждого человека в ответственное и любящее существо не способны преодолеть неопределенности как одного из неотъемлемых качеств постмодернити, но может лишь изменить истоки и причины такой неопределенности. Постмодернизм отходит от предыдущих

философских традиций. Современность, по выражению З. Баумана, «плавит твердые тела». Это понятие отвергает линейные и логоцентрические рассуждения, целостные тотальности, манихейские дихотомии и монизм. Цифровая эпоха порождает новые формы опосредованной интимности: алгоритмы, как отмечает З. Бауман, трансформируют любовь в «жидкий» товар, лишенный онтологической укорененности [Бауман, 2005].

Лингвистический анализ выявляет семантическую эволюцию концепта. В древнерусских текстах лексема *любовь* часто сопрягалась с жертвенностью (ср. «положить душу за други своя»), тогда как современные корпусные исследования фиксируют доминирование романтического дискурса с акцентом на эмоциональной самореализации [Вежбицкая, 1993]. Сопоставительные исследования демонстрируют: если в немецком языке *Liebe* сохраняет связь с долгом (*Pflicht*), то английское *Love* ассоциируется с индивидуальным выбором. Согласно пониманию Канта, долг *любви* предполагает не только рассмотрение других людей как самоцели, что подразумевает воздержание от причинения им вреда, но и активное содействие их счастью путем принятия их законных целей как своих собственных: *Die Liebespflicht besteht also nicht nur darin, andere Menschen als Zweck anzusehen, d. h. sie nicht zu verletzen, sondern zu ihrer Glückseligkeit beizutragen, indem man ihre Zwecke (sofern sie nicht unmoralisch sind) zu den eigenen macht*⁵ [Kant, 1977, с. 586].

Социологический ракурс исследования концепта ЛЮБОВЬ раскрывает его институциональные и нормативные аспекты, формируемые конкретными социально-историческими контекстами. Как демонстрируют исследования брачных практик [Гидденс, 2004; Beck, Beck-Gernsheim, 2001], трансформация *любви* от «роматического идеала» к «чистым отношениям» (pure relationships) отражает переход от традиционных патриархальных моделей к индивидуализированным формам интимности в условиях позднего модерна. Гендерный аспект концепта ЛЮБОВЬ раскрывается через призму

⁵ Перевод: ...поэтому долг любви состоит не только в том, чтобы рассматривать других людей как цель, т.е. не причинять им вреда, но и в том, чтобы способствовать их счастью, делая их цели (если они не аморальны) своими собственными.

перформативного воспроизведения нормативных сценариев [Butler, 1990; Connell, 2005]. Цифровизация интимности, анализируемая в работах [Illouz, 2007], демонстрирует формирование «алгоритмической любви» через dating-приложения, где параметры выбора редуцируются до фильтруемых характеристик, что ведёт к коммодификации аффективных отношений. Этот парадокс находит объяснение в теории «культурных сценариев» [Lewis, 2019], где русская коммуникативная традиция балансирует между эмоциональной экспрессивностью и иерархичностью социальных ролей.

Педагогические подходы к концепту ЛЮБОВЬ отражают парадигмальные сдвиги: от авторитарной модели «разумной строгости» Коменского до гуманистической парадигмы Роджерса, где любовь становится условием личностного роста [Rogers, 1995]. Современные исследования эмпатического воспитания подчеркивают необходимость формирования «эмоционального интеллекта» как основы социальной компетентности [Гоулман, 2009].

В ранних исследованиях любовь рассматривалась как эмоциональное состояние, но в более поздних психологических работах возникла необходимость провести различие между разными её проявлениями, хотя в настоящее время остаётся сложным отделить эмоциональные переживания (страсть, влюблённость и т. д.) от собственно чувственных отношений любви. Хотя любовь имеет ту же эмоциональную основу, она всегда связана с конкретным объектом, к которому направлено желание или привязанность. Например, частота интерпретации прикладных характеристик концепта любви в контексте патриотизма варьируется в зависимости от объекта, что обусловлено парадоксальным сочетанием рациональных и иррациональных качеств: самопожертвованием, безусловностью, взаимодействием с чувством долга и другими аспектами. «*При своем высшем проявлении Л., взаимодействуя с чувством долга, поднимается на уровень нравственного чувства*»; «*В высшем проявлении любовь связана со стремлением жертвовать собственным благополучием ради объекта Л.*» [Платонов, 1981] ЛЮБОВЬ по-прежнему рассматривается как добродетельное стремление, и если теологический аспект божественного почитания утратил прежнюю значимость, то

само это понятие сохранило глубокий смысл благородства.

По причинам политического и религиозного контроля со стороны доминирующей группы [Burunat, 2014a, 2014b], уже давно предпринимаются попытки связать понятия СЕКС и ЛЮБОВЬ. Сексуальная активность понимается как часть переживания любви, но секс не является необходимым условием ни для исполнения, ни для процесса любви. Любовь, безусловно, связана с сексом, но на биологическом уровне любовь также связана с различными функциями мозга, такими как дыхание, пульс, зрение и память. Так что любовь и секс по сути разные вещи. В области науки и культуры нет четкого разграничения между эмоциональным переживанием любви и «сексуальным поведением». В словаре 2007 года можно было найти такое объяснение: оно используется по преимуществу в разговорной речи и в СМИ «для смягчения слишком натуралистичного слова *секс*». В течение этого периода, часть исследований показывает, что это чувство относительной стабильности проистекает из более глубокой тяги к сексуальному удовлетворению. В рамках теории Фрейда все психологические мотивации человека в той или иной степени связаны с биологическими инстинктами (в данном случае с сексуальностью). Однако, многие текущие исследования в области психологии указывают на то, что любовь на самом деле является состоянием, в котором человеческие существа испытывают чрезвычайную эмоциональную интенсивность. Некоторые ученые даже считают, что романтическую любовь необходимо исключить из категории человеческих эмоций. Хотя любовь обычно сопровождается сильнейшими эмоциями, сама любовь не является эмоцией. Из исследований психологов видно, что любовь – это физиологическая мотивация, изменяющая работу мозга, а не просто физиологическое состояние, похожее на другие эмоции [Burunat, 2016, с. 1892-1894].

Мнение о том, что любовь вызывает зависимость, поддерживается и психологическими дисциплинами. Физиологическая мотивация усиливается неприятными последствиями абstinенции. «Синдром любовной абstinенции (Love withdrawal syndrome)» связан с конкретными объектами, в большей степени

с людьми, обладающими одной характеристикой. Он имеет общие с депрессией и обсессивно-компульсивным расстройством черты абстинентного синдрома. Например, *ревнивая любовь и болезненная ревность*. Когда любовь поглощается желанием исключительного и полного обладания партнером, любовь становится ревностью, безусловным и настойчивым желанием партнера. В краткосрочных отношениях влюбленность положительно коррелирует с удовлетворенностью отношениями. К определенным признакам **влюблённости** также относится «проявление боли даже при кратковременной разлуке». Однако любовь, как продолжительное и устойчивое чувство, обычно отличают от влюбленности, которая является ярко выраженным непродолжительным эмоциональным состоянием, которое может быстро угаснуть или перерости в «настоящую любовь» [Строганов, 2016].

Биологический образ любви постепенно исчезает и заменяется культурным названием **ЛЮБОВЬ**. Неправильная парадигма любви является прямой причиной таких смертей, как самоубийства и убийства. Культурно не понимаемое как эмоционально мотивированное, оно, скорее всего, приведет к смерти, а также к страданиям, таким как развод, самоубийство, убийство партнера, насилие с стороны интимного партнера, фемицид (IPV) и другие трагедии. Другими словами, отсутствие любви, эмоциональные срывы и т.д. могут быть многочисленными причинами многих преступных действий.

В русском языке есть также стереотип, согласно которому любовь ассоциируется с насилием. «Домострой», по мнению многих русских литературоведов и историков, исследовавших XV-XVI века, был квинтэссенцией моральных принципов в обществе того периода. В этой книги не одна глава посвящена «воспитанию жены», в которой мужчины наставляют, как бить своих жен, не причиняя им серьезныхувечий. Выражение смыслового блока, связанного с побоями, является отличительным аспектом русского концепта. Побои возникли под влиянием ранних исторических культур и рассматривались как один из способов демонстрации привязанности носителями русского языка [Орлов, 1917; Пушкарева, 1997].

Такое проявление ЛЮБВИ в русской картине мира не противоречит побоям, ссорам или спорам между влюбленными. (*Кто кого любит, тот того и бьет; бьет – значит любит; любишь браниться – люби и помириться; любовь зла – полюбишь и козла*); следует упомянуть в ходе недавнего эксперимента Ляшенка (2019), в анкету была включена просьба к респондентам назвать первую пришедшую им на ум пословицу или выражение о любви. Из полученных ответов, наиболее часто встречающимися выражениями были следующие результаты: «Любовь зла – полюбишь и козла» (10 из 70 анкет, частота встречаемости 14%), «Любви все возрасты покорны» (7%), «Бог есть Любовь» (6%), «От любви до ненависти один шаг» (4%) [Ляшенко, 2019]. Соответствующие подобные пословицы не встречаются в английском языке, но в китайском есть очень похожие выражения. Однако по мере того, как меняются доминирующие ценности, меняются и проявления ЛЮБВИ, которые мы подробно рассмотрим и проанализируем позже в разделе 2.1.3.

Синтез междисциплинарных перспектив позволяет рассматривать ЛЮБОВЬ как эпистемологический феномен, где языковые структуры, культурные коды и индивидуальные переживания образуют динамическую систему смыслопорождения. Этот концепт, подобно линзе, фокусирует фундаментальные вопросы человеческого существования: от биологического императива до духовного трансцендирования.

2.1.2. Сопоставительный анализ концепта ЛЮБОВЬ в русской и китайской традиции

Сравнительно-сопоставительные методы используются в лингвистических исследованиях для выявления сходств и различий между языками [Богачева, Макарова, 2017, с. 309]. Эти стратегии используются для анализа концептов, иллюстрируя их различия в разных лингвокультурах. Основная цель – выявить общие закономерности или характеристики, которые проясняют различные проявления. Национальная и культурная обусловленность может быть получена в первую очередь путем межъязыкового сравнения аналогичных единиц

на различных языковых уровнях или в смежных тематических областях [Радбиль, 2020, с. 130]. Концепт ЛЮБОВЬ, являясь ключевым элементом языковых картин мира русского и китайского народов, отражает как универсальные антропологические константы, так и культурно-обусловленные различия. Данное исследование направлено на выявление этих особенностей через синтез лингвистического, философского и паремиологического анализа с привлечением современных теоретических подходов. Исследование изучает особенности проявления ЛЮБВИ в китайской и русской культурах. Толковые и этимологические словари дают определение *любви* и разъясняют её проявления. Изучение ценностной составляющей концепта ЛЮБОВЬ с помощью целенаправленного паремиологического и контекстуального анализа позволяет отобразить ценностный спектр в русском и китайском языках. В.И. Карасик утверждает, что соответствующий материал может быть изучен и включен в рамки особого контента. Сюда могут входить пословицы, притчи, сказки, мифы, легенды или рассказы личного опыта [Карасик, 2014].

Этимологический и семантический анализ

В русском языке слово *любовь* восходит к праиндоевропейскому корню *l̥ub* [Семенов, 2003], эволюционировавшему от древнерусского *любы* (XI в.) к современной форме. Семантика концепта, согласно толковым словарям, охватывает спектр от «сильного влечения» до «духовной жертвенности» [Кузнецов, 2000, с. 1536; Ожегов, 1990, с. 921]. В русской традиции ЛЮБОВЬ часто ассоциируется с «преодолением эгоизма» [Степанов, 2001, с. 78]

В китайском языке иероглиф 爱 (ài), впервые зафиксированный в эпоху Цзиньвэнь⁶ (XIII–IV вв. до н.э.), изначально сочетал значения *заботы* и «практической добродетели» [陈政, 1986, с. 15]. По мнению Чэнь Чжэна, графическая структура иероглифа отражает идею «действия, направленного вовне» [陈政, 1986], что контрастирует с русским акцентом на внутреннем переживании. Иероглиф 爱 в современном китайском языке представляет собой

⁶ 金文 (Jin wen) – Цзиньвэнь, отлитые или выгравированные надписи на китайских бронзовых сосудах для жертвоприношения или музыкальных ритуальных инструментах в XIII – IV вв. до н.э.

частотную лексему полифункционального характера, способную функционировать как в вербальной, так и в номинативной позициях при сохранении идентичной графемной структуры – дифференциация частеречной принадлежности осуществляется исключительно через контекст. Семантическое поле данной единицы охватывает не только аффективную сферу романтических отношений (爱情), но и социально-этические концепты типа 爱惜 (rationальное использование ресурсов) и «爱才若渴» (активная рекрутация талантов) [Словарь китайских идиом, с. 45].

Проведенный сопоставительный анализ концептуальных признаков выявляет существенные межъязыковые различия. Русское слово *любовь* этимологически восходит к значению ‘вызывающий неконтролируемое желание’ [Шанский, 1971, с. 250], эволюционировавшему к современной дефиниции ‘глубокое влечение к человеку/объекту’ [Семенов, 2003]. В отличие от этого, ядро семантики иероглифа 爱 формируют значения ‘демонстрировать благоприятное впечатление’, ‘проявлять влечение к кому/чему’, ‘увлечение / пристрастия / вкусы’. Словарь русского языка фиксирует: Постоянная, сильная склонность, увлеченность чем-н. *Л. к правде / истине. Л. к литературе. Л. к сладкому* [Кузнецов, 2000, с. 1536].

Сопоставительный анализ дефиниций позволяет установить доминирующие семантические модели в двух лингвокультурах:

1. В русской традиции в слове *любовь* акцентируется глубокая эмоциональная связь с представителем противоположного пола: *Любовь еще, быть может, / В душе моей угасла не совсем* (А.С. Пушкин). Китайское 爱情 подразумевает взаимную привязанность, выраженную в идиоме «男欢女爱» – букв. ‘взаимное восхищение мужчины и женщины’, *влюблённые без ума друг от друга*;
2. Физиологический аспект интимных отношений: *заниматься любовью*⁷

⁷ Выражение «заниматься любовью» в значении ‘совершать половой акт’ является относительно новым заимствованием в русском языке, вероятно, калькированием английского оборота *to make love*. Ранние спорадические фиксации данного употребления обнаруживаются в текстах конца XIX и начала XX веков: «Внизу, в траве, всякая дрянь ведет борьбу за существование и в антрактах занимается любовью...» (А.О. Осипович, 1877) и «Теперь не время заниматься любовью, да и само понятие стало слишком пошлоим

[Ожегов, 1990, с. 921], что соответствует китайскому эквиваленту *做爱*⁸. При этом на основе анализа корпусных данных представляется возможным выдвинуть обоснованное предположение, что данное устойчивое сочетание представляет собой семантико-структурную кальку английского выражения (*make love*), причём процесс данной языковой интерференции, судя по хронологическим маркерам в корпусе, следует отнести к относительно недавнему временному периоду.

3. Объективация чувства через призму социальных отношений: *Л. к родине*: *братская Л.*; *материнская Л.*, что находит параллель в китайской концепции 爱 как глубинной привязанности. «*Люблю отчизну я, но странною любовью! Не победит её рассудок мой*» (М.Ю. Лермонтов)».

Специфические семантические нюансы китайского языка включают:

1) Этика-прагматические значения: 爱惜 (беречь, щадить, дорожить), «*爱才若渴*⁹» (метафорическая жажда талантов), «*爱财如命*» (дорожить деньгами как жизнью), отсутствующие в русской семантике, где аналогичные концепты выражаются глаголом *нравиться*;

2) Проявления сочувствия: «*爱莫能助*» (сострадание при невозможности помочи);

3) Этикетное употребление: «*令爱*»¹⁰ (ваша любовь) уважительное обращение к дочери собеседника в официальном дискурсе.

и низким» (М.Н. Вишневская. Дневник, 1917)

⁸ В китайском языке словосочетание «*做爱*» (zuò ài) было обнаружено в корпусе CCL текстов 1980-х годов: «*邢老汉和狗的故事*» (张贤亮, 1980), «*四喜忧国*» (张大春, 1987), «*读书*» (vol. 115, 1988). Как отмечается в энциклопедическом издании «Китайская энциклопедия сексологии (中国性科学百科全书编辑委员会. 性交稱謂. 中国性科学百科全书: 434, 1998)», термин «*做爱*» (zuò ài) имеет «западное происхождение», что подтверждает гипотезу о межъязыковом влиянии при формировании данной семантической модели.

⁹ 爱才若渴(ai cí ruò kě) – букв. Любовь к ученым (талантам) равна жажде воды, китайская идиома 《原诗·外篇上》 означает ‘обожать добродетельный талант’, как жаждущий хочет выпить воды, и описывает человека, который ‘очень дорожит талантами’. // ‘Быть жадным до талантов и ценить их на вес золота’; «惜» обозначает ‘жалеть’ (свои вещи или силы).

¹⁰ «*令爱(lìng ài)/令媛(lìng yuàn)*» приветствие, чествование чьей-то дочери (обычно обозначает дочь адресата), хотя в современном китайском языке оно используется нечасто. В русских словарях нет прямых ссылок на это употребление.

Философско-религиозные основания концепта ЛЮБОВЬ в русской и китайской лингвокультурах

В русской культуре концепт ЛЮБОВЬ неразрывно связан с христианской традицией. В контексте религиозно-политического генезиса концепта ЛЮБОВЬ её понимание исторически формировалось как сакральная основа социального порядка и инструмент трансцендентной легитимации власти. В авраамических традициях ЛЮБОВЬ обретала статус теополитической категории – от библейского *agape* как божественного завета до кальвинистской интерпретации *любви-долга* перед Творцом. Как подчеркивает С.С. Аверинцев, в православии любовь трактуется как «подражание божественной жертве» [Аверинцев, 1997], что находит отражение в пословицах «Любовь не ищет своего». Эта сакральная основа социального порядка, по мнению Н.А. Бердяева, трансформировалась в русской философии в идею «соборности» – мистического единения через ЛЮБОВЬ, где индивидуальное растворяется в коллективном [Бердяев, 1990, с. 101, с. 201]. Он рассматривал любовь как «прорыв к всеединству», преодолевающий экзистенциальное одиночество [Бердяев, 1990, с. 156].

Китайская философская традиция предлагает принципиально иной концептуальный каркас. Как мы выяснили, наиболее яркими отличительными интерпретациями слова-понятия *любовь* в китайском языке являются: ‘легко поддаваться чему-либо’ (т.е. частое проявление определенных форм поведения); ‘дорожить, беречь’; ‘скупиться’; ‘жалеть, сочувствовать, симпатизировать’; хотелось бы подчеркнуть пояснение ‘человеколюбие, гуманность’: здесь концепт тесно связан с установками древнекитайской философии. Основным положением и конфуцианства, и мозамбизма является ЛЮБОВЬ. Базовое содержание концепта *гуманность* – это «любовь к другим». В конфуцианской философии (безусловная любовь) это способ выражения ядра духовных ценностей, используемых для достижения моральной самодисциплины и воспитания характера на основе иерархического влияния [窦, 2023, с. 274]. Конфуцианская традиция интегрирует «*爱*» (ài) в систему «*仁*» (rén) – человечность, где ЛЮБОВЬ выступает

инструментом социальной гармонии. 仁 (rén / жэнь), согласно фундаментальному исследованию Ю.К. Щуцкого, интегрирует ЛЮБОВЬ в строгую иерархию социальных обязанностей, где «ритуал становится воплощением человеколюбия» [Щуцкий, 1960, с. 72]. в «Лунь Юй» Конфуций намеренно избегает абстрактных определений, акцентируя «любовь как практику ритуального поведения». Конфуцианская концепция 仁 (жэнь), синтезируя этическое и политическое, превращала ЛЮБОВЬ в структурный принцип иерархической гармонии, тогда как даосизм мистифицировал её как космическую силу 德 (дэ). Даосский подход, представленный в классическом переводе «Даодэцзина» В.В. Малявиным, радикально переосмысливает ЛЮБОВЬ как проявление космического закона: «Небо и земля негуманны – они относятся ко всем существам как к соломенным псам» [Лао-цзы, 1989, с. 45]. Моцзы также выступал за использование любви для борьбы с хаосом и вредом в мире, за идею «всеобъемлющая любовь (兼爱)» в сочетании с «ненападением (非攻)», т.е. за антивоенные действия, за справедливость и взаимную выгоду, считая, что через ЛЮБОВЬ ко всем можно достичь совместного использования благ и тем самым реализовать социальную гармонию [窦, 2023, с. 275].

Это зависит от устойчивости культурных моделей: русские считают любовь основой брака, в то время как в Китае мысль о семейной ответственности стоит на первом месте. Эти различия коррелируют с историческими традициями: русская пословица «Любовь зла – полюбишь и козла» [Даль, 1984, с. 317] подчёркивает иррациональность чувства, тогда как китайское изречение «*爱之深，责之切*» («Чем глубже любовь, тем строже требования») акцентирует ответственность [Legge, 1893, с. 215].

Интересный контраст наблюдается в трактовке всеобщности *любви*. Если в христианстве идеал *агапе* предполагает ЛЮБОВЬ к ближнему «без условий» [НФЭ, 2010(Т1), с. 50], то в конфуцианстве «*大爱无疆*» (бескрайняя любовь) всегда сопряжена с иерархией обязанностей. В православной антропологии русской цивилизации категория *любви-соборности* выполняла функцию

социальной скрепы, что позже было трансформировано в советскую риторику братской солидарности.

Для нерелигиозных россиян ЛЮБОВЬ означала светскую//мирскую, межличностную любовь, и до недавнего времени она ассоциировалась со специфическими литературными описаниями. Это объясняется тем, что советское общество было в основном ориентировано на художественную литературу, эстетические и нравственные ценности которой были заложены во второй половине XX-XIX веков. Для китайского народа, находящегося под глубоким влиянием классического философского мышления, философия конфуцианства, даосизма и других направлений, а также наследие классической литературы и сюжетов мифологии в качестве основы мировоззрения оказали значительное влияние на понимание китайцами концепта ЛЮБОВЬ. Она не только символизирует любовь светскую и романтическую, но и воплощает благожелательность общественного порядка и морали, а также любовь к семье и нации, ко всему миру.

Культурно-специфические образы концепта ЛЮБОВЬ и паремиологический анализ

В контексте когнитивных метафор и паремиологических образов, связанных с представлением о любви, важно отметить, как мифологические и сказочные сюжеты формируют культурно-специфические модели восприятия этого концепта.

Любовь также является одной из самых древних мифологических тем в истории человечества. Почти в каждом мифе мира есть боги или духи, связанные с любовью: Бог любви в древнегреческой мифологии – Эрот (Эрос), и в древнеримской мифологии – Амур (Купидон). Он является воплощением притяжения любви, которая обеспечивает продолжение жизни на Земле. В индуизме есть бог Кама, означает желание или влечение. В китайской культуре также есть даосское божество, управляющий любовью: Лунный старец (кит. 月老 – Юэлао). Неразрывной красной нитью он связывает пару, предназначенную к совместной жизни.

В русской лингвокультуре, например, архетипическим образом выступает

богиня **Лада** – славянское божество *любви*, гармонии и брака, чей образ воплощает идею светлой, созидающей страсти. Её присутствие в фольклоре и обрядовых песнях подчеркивает связь *любви* с природными циклами и коллективным благополучием, что коррелирует с метафорами огня («любовь горит/угасает»), символизирующими динамику эмоционального состояния. Этот архетип дополняется образом **Купалы** – воплощения летнего солнцестояния, чьи ритуалы (прыжки через костёр, плетение венков) акцентируют очищение чувств и единение с природой, подчёркивая диалектику страсти и жертвенности. Даже трагический образ **Снегурочки**, чья любовь растает под солнцем, отражает характерную для русской культуры «диалектику страдания и преображения», где **ЛЮБОВЬ** ассоциируется с преодолением экзистенциальных границ [Воробьёв, 1997]. Сказочные сюжеты также демонстрируют культурные различия в осмыслиении *любви*. В русских народных сказках **ЛЮБОВЬ** часто связана с испытаниями и преодолением препятствий через жертвенность («Царевна-лягушка», «Аленький цветочек»), что усиливает метафоры боли и болезни («любовная лихорадка»). Характерно, что русские образы чаще актуализируют индивидуалистический драматизм (например, Кошечка Бессмертный, чья одержимость властью искажает **ЛЮБОВЬ** до формы насильтенного обладания).

В то же время китайские легенды, например о Пастухе и Ткачихе, смещают акцент на **коллективный ритм мироздания**. В китайской традиции ключевое место занимает легенда о Чанъэ, вознесшейся на Луну, где её вечное одиночество стало символом жертвенной *любви* и тоски по утраченному единству. В легенде о Чанъэ её бегство на Луну интерпретируется не только как личная трагедия, но и как акт сохранения космического баланса, где жертва *любви* обеспечивает цикл лунных фаз. Эта оппозиция находит отражение в языковых клише: если русская пословица «С милым рай и в шалаше» подчеркивает примат эмоционального выбора над внешними обстоятельствами, то китайское выражение «**百年好合**» («столетнее гармоничное единение») акцентирует долговременную социальную стабильность. Эти нарративы не только иллюстрируют противопоставление индивидуалистического и коллективистского «культурных сценариев»,

но и подчеркивают, как мифологические образы становятся основой для паремиологических конструкций, закрепляя в языке архетипические смыслы.

Ещё в китайской лингвокультуре уникальным образом выступает легенда о Бай Шэчжэнь – белой змее, обретшей человеческий облик ради любви к смертному Сюй Сяню. Этот сюжет, сочетающий даосские мотивы преображения и конфуцианские нормы социальной иерархии, иллюстрирует идею *любви* как «нарушения гармонии», требующего искупления. Здесь ЛЮБОВЬ метафорически связана со стихией *вода* – текучая и изменчива, как и героиня, которая способна менять свою форму, и в то же время разрушать барьеры и обладать безграничной силой, что совпадает с сюжетом рассказа «Наводнение в монастыре Цзиньшань (水漫金山)» – чтобы отсечь "плохую карму мира", монах Фахай обманом заманил Сюй Сяня к себе в монастырь, где его и запер. Сюй Сянь выслушал слова Фахая, и бросил свою семью. Бай Сучжэнь и Сяо Цин, которые пришли за Сюй Сянем, начали сражаться с Фахаем, и после ожесточенной битвы Бай Сучжэнь отдала все силы на борьбу с Фахаем, что привело к затоплению горы Цзиньшань, и вернула своего мужа. В китайских же преданиях, таких как история о Пастухе и Ткачихе, акцент смещается на фатальность и гармонию, предопределенную судьбой («*两情若是久长时，又岂在朝朝暮暮。* (Если любовь между обеими сторонами может длиться вечно, зачем им оставаться вместе днем и ночью?)»), где разлука влюбленных преодолевается лишь раз в год благодаря вмешательству высших сил, созвучно концепту СЕРЕБРЯНОЙ РЕКИ (银河) в номинации Млечного Пути: из стихотворения китайского поэта Лю Юйси 刘禹锡: «九曲黄河万里沙，浪淘风簸自天涯. 如今直上银河去，同到牵牛织女家. (Хуанхэ изгибается, огромные волны исходят от края небес и земли. Сейчас мы можем пойти прямо к Серебряной Реке, чтобы посетить дом Пастуха и Ткачихи)». Здесь упоминается легенда о разлученных влюбленных, пастухе (牛郎 Niúláng) и небесной ткачихе (织女 Zhīnǚ). Эти персонажи также связаны с космонимами. Пастух Ню-лан – это звезда Альтаир, а Ткачиха Чжи-нюй – Вега. Эти две яркие звезды, находящиеся к западу и востоку, разделены Небесной рекой. [Су, 2023, с.

59-60] Другой ключевой образ – история Лян Шаньбо и Чжу Интай, «китайских Ромео и Джульетты», чья посмертная метаморфоза – превращение в бабочек символизирует преодоление социальных условностей через единение с природным циклом. Эти нарративы подчеркивают конфуцианско-даосский синтез в понимании любви: баланс между «тянь юань» (небесной предопределенностью) и «жэнь цин» (человеческим чувством) [Chen Xianchun, 1999].

Когнитивные метафоры и мифологические сюжеты выступают взаимодополняющими элементами в формировании лингвокультурного концепта ЛЮБОВЬ, отражая как универсальные человеческие переживания, так и национально-специфические ценностные доминанты. Таким образом, уникальные образные системы двух культур формируют «семантические призмы», через которые преломляется универсальный концепт ЛЮБОВЬ. Русская традиция, с её акцентом на трансцендентном горении и экзистенциальном вызове, контрастирует с китайской моделью, где любовь вплетена в ткань космического порядка и социального долга. Эти различия, закрепленные в мифах, паремиях и литературных архетипах, требуют учета не только в теоретических исследованиях, но и в практике межкультурной коммуникации, где игнорирование образных «якорей» может привести к смысловым лакунам.

Пословицы и идиомы отражают культурные стереотипы. В русском языке доминируют темы неконтролируемости чувств и эстетизации объекта («любовь красит»). В китайских паремиях акцентируется судьбоносность («有缘千里来相会» если суждено, то встретимся и за тысячу ли; волею судьбы встречаться друг с другом вопреки большому расстоянию) и расширенное восприятие («爱屋及乌» – любовь ко всему, связанному с объектом). Анализ метафорических моделей выявляет культурные различия. В русском языке доминируют: **ОГОНЬ**¹¹: «любовь горит/угасает»; **БОЛЕЗНЬ, БОЛЬ**: «любовь сопровождается болью», «любовная лихорадка». В китайских паремиях преобладают: **ВОДА**: «柔情似水» (нежность

¹¹ Поэтическая традиция – солнце: Будь же счастлива, Мэри, / Солнце жизни моей (А.С. Пушкин); Ты солнце моих песнопений, / Ты – жизни моей благодать (А. Ахматова); Всё, кружась, исчезает во мгле / Неподвижно лишь солнце любви (В. Соловьев).

как вода), подвижный и изменчивый, но разрушающий преграды; **СУДЬБА**: «有缘千里来相会» (если есть судьба, встретятся и за тысячу ли).

Кроме того, китайские мифы, переплетаясь с образами луны, звезд и воды, отражает идею любви как потока, преодолевающего пространственные и временные границы. И естественная природа *любви* отражается во всей природе с намерением животных (ежи, сороки, утки-мандаринки и т.д.), насекомых (бабочки) и растений «连理枝¹²» (lán lǐ zhī) (название редкого природного явления, которое обозначает два дерева, растущих вместе).¹³

Особый пласт символики раскрывается в религиозно-обрядовых практиках. Как отмечается в этнолингвистическом словаре «Славянские древности», хлеб выступает центральным символом русской свадьбы: «свадебный каравай» олицетворяет сакральное единение супругов, а обряд его преломления над головами молодожёнов восходит к архаичным представлениям о «доле» и плодородии. **Соль**, с её амбивалентной семантикой, используется в паремии «Хлеб-соль дружбу крепят», подчёркивая синтез материального и духовного. **Яблоко и яблоня**, ассоциирующиеся с любовной магией, использовались в свадебных обрядах как символы расцвета и вечной молодости, тогда как **хмель** метафоризировал «опьянение любовью» и неразрывность брачных уз. Даже отсутствующее в тексте прямо **яйцо** имплицитно связано с архетипом мироздания, символизируя зарождение новой жизни в контексте свадебной обрядности [Толстой, 2012].

В контексте исследования любовной метафорики особый интерес представляет диалектика вечного и переходящего, нашедшая воплощение в лунной символике. Если в китайской поэтической традиции (вспомним образ «луна цикла» у Ли Бо) луна олицетворяет изменчивость земного бытия, то в русской романтической традиции (например, лермонтовское «Выхожу один я на дорогу»: сквозь туман кремнистый путь блестит – от лунного света) этот образ

¹² 连理枝 Растение с взаимно переплетающимися ветками или корнями (*обр. о муже и жене; взаимная любовь супругов*).

¹³ См. стихотворении 白居易《长恨歌》 (Бо Цзюй «Вечная печаль»): «在天愿作比翼鸟, 在地愿为连理枝。 (Так быть вместе навеки, чтобы нам в небесах птиц четой неразлучной летать. Так быть вместе навеки, чтобы нам на земле раздвоёною веткой расти!)»

приобретает экзистенциальное измерение, становясь зеркалом человеческой души. В китайском контексте луна чаще всего символизирует любовную тоску: изменение оттенка и округлости луны используется для выражения непостоянства мира и быстроте времени, в то время как чистота и безупречность лунного сияния вызывает мысли о любви, а долговечность луны в настоящем и прошлом выражает непоколебимость любви.

Каменная символика из «Сна в красном тереме» Цао Сюэциня, переосмысленная через призму русской культурной традиции, обретает новые смысловые грани. Если нефритовый камень в романе становится носителем космического предопределения, то в контексте русской любовной лирики (например, в акмеистической поэзии О. Мандельштама) камень превращается в вечный памятник любовному чувству. Этот парадоксальный синтез *тяжести* (как воплощения земной реальности) и *легкости* (духовного полёта) создаёт уникальную метафорическую матрицу, где любовь уподобляется алхимическому процессу превращения косной материи в духовную субстанцию.

Временная перспектива, выраженная идиомами «*海枯石烂 (пока море не высохнет и камни не рассыплются)*», находит удивительные параллели в русском фольклоре, где образ «вековой скалы» в любовных заговорах сочетается с концепцией «преодоления времени» через любовный союз. Как отмечал А.Ф. Лосев в «Диалектике мифа», сакрализация временных циклов в любовной магии свидетельствует о глубинном антропологическом стремлении к трансценденции земного бытия [Лосев, 1991]. В этом контексте даже библейский образ «времени разбрасывать камни» (Книга Еккл. 3:5) приобретает новое измерение: любовь предстаёт как экзистенциальный акт собирания «камней-моментов» в единую мозаику вечности. Данный синтез культурных кодов позволяет рассматривать любовный дискурс как универсальный язык человеческой экзистенции, где лунный цикл становится камертоном душевных состояний, каменная твердь – гарантом верности, а текучесть времени – испытанием для подлинности чувства.

Подводя итог, можно сказать, что семантический объем китайских единиц

шире, чем у русского слова *любовь*, и включает в себя множество дополнительных значений; динамика развития языка, о которой свидетельствуют разнообразные значения, придаваемые словам с течением времени, оказала глубокое влияние на когнитивные процессы как китайских, так и русских носителей и обучающихся. Влияние религиозных и философских традиций на ценностные и образные аспекты восприятия огромно. Концепт **ЛЮБОВЬ** в русской и китайской лингвокультурах функционирует как «культурный код», отражающий глубинные мировоззренческие установки. Сопоставление показывает, что русский концепт **ЛЮБОВЬ** центрирован вокруг диалектики страсти и жертвы, в то время как китайский *爱* балансирует между социальным долгом и гармонией. Такие различия коренятся в противоположных «культурных сценариях» коллективизма и индивидуализма. Если русская традиция актуализирует трансцендентный аспект концепта-понятия **ЛЮБОВЬ**, то китайская – её социально-прагматическое измерение.

2.1.3. Сравнительный анализ схожих и противоположных концептов

Корреляция концептов **ЛЮБОВЬ и **ЗАБОТА** / *爱* и *关心***

Данный раздел направлен на исследование корреляционных связей между ключевыми концептами русской ментальности – **ЛЮБОВЬ** и **ЗАБОТА** – с параллельным анализом особенностей китайского национального сознания в рамках сравнительного исследования их актуальности.

Словари отражают статический семантический компонент концепта **ЗАБОТА**, демонстрируя общность его статического содержания: 1. *Беспокойная мысль о чём-л.; сосредоточенность мыслей на исполнении чего-л., на удовлетворении потребности*, 2. *«Внимание к нуждам, попечение о ком-л.»* [Кузнецов, 1998]. Философская интерпретация расширяет это понятие как особый способ построения отношений через направленность сознания, включая рефлексию, наблюдение за действительностью и самопреобразование [Розин, 2017]. Интересно, что античные философские практики *заботы о себе*,

отмеченные исследователями [Володин, 2022, с. 20], обнаруживают генетическую связь с ранними этапами формирования концепта, где эгоцентрическая составляющая постепенно преодолевается воспитательными механизмами.

Лингвистический анализ выявляет дифференциацию в словарных дефинициях: если ЛЮБОВЬ трактуется как эмоционально-чувственный феномен, то ЗАБОТА акцентирует деятельностный аспект. При этом оба концепта объединяет ориентация на объект (реальный/абстрактный), становящийся фокусом человеческих устремлений. Особый статус ЛЮБВИ как высшей ценности в русском языковом сознании подчеркивается её сакрализацией. В ходе анализа признаков концепта, проведенного С.Г. Воркачевым, выделен «каритативный блок», включающий: *доверие, преданность, уважение, забота, ответственность, доброта, нежность* [Воркачев, 2013], что подтверждает смысловую взаимосвязанность исследуемых понятий.

Словарные дефиниции 爱 (любовь/любить) акцентируют такие аспекты, как «ценить и защищать», «глубокая эмоциональная привязанность к объекту/субъекту» и «предпочтение», тогда как 关心 (забота/заботиться) трактуется как «把人或事物常放在心上 (в отношении человека или явления) держать в сердце (досл.); проявлять внимание» или «重视和爱护 (ценить и оберегать)». В практике наблюдается устойчивая сочетаемость лексем: композит 关爱, объединяющий семантику иероглифов 关 (беспокойство, опека) и 爱 (любовь), выражает синтез значений «проявлять заботу, присмотр и глубокую любовь». Исторические данные указывают на первое фиксирование данного сочетания в текстах эпохи Цин¹⁴, что свидетельствует о длительном процессе концептуального сближения терминов в языковом сознании. Постепенное расширение употребления 关爱 отражает усиление их взаимосвязанности в когнитивных и культурных паттернах. В современной речи оно используется часто, например, в лозунгах по продвижению ценностей.

¹⁴ Согласно корпусу CCL Пекинского университета, словосочетания «关爱» впервые появилось в романах «绿野仙踪 (Тропа бессмертных в зеленых лугах)» 李百川(Ли Байчуаня) династии Цин: «自嘉靖某年感蒙关爱 (перевод наш: С такого-то года в Цзяцзине оказывалась Ваша забота...)»

В русской лингвокультуре концепты ЛЮБОВЬ и ЗАБОТА также тесно переплетены через метафоры и символические ассоциации. Если в китайском языке доминирует образ *сердца* (爱心, любящее сердце) (ср. «*爱心工程*» – проект «любящее сердце»), то в русском акцент смещается на **действие** как воплощение чувства. Например, пословицы «Любить – значит заботиться о благополучии того, кого любишь» или «Забота любви не знает меры» подчеркивают, что ЛЮБОВЬ проявляется через конкретные поступки. Однако в отличие от китайского контекста, где забота (关爱) часто иерархична (родители → дети), в русском дискурсе забота может быть **горизонтальной** (между супругами, друзьями) и даже **рефлексивной** (*забота о себе*). Но китайский язык не полностью лишен этих двух паттернов в русском, например, «*关爱自身心理健康* (забота о собственном психическом здоровье)», «*забота об одноклассниках* (关爱同学)», он просто имеет меньшее количество более иерархических употреблений *заботы*.

В китайском языке семантика слова *любовь* раскрывается через компоненты ‘любить, оберегать’, что находит отражение в лексикографических интерпретациях. Яркой иллюстрацией служит перевод иероглифа 爱 в контексте патриотической песни «*军爱民，民拥军*» («Армия заботится о народе, народ поддерживает армию») [南, 黄, 2003]. Как отмечает С.Г. Воркачев, эволюция выражения любви связана с усилением её деятельностных проявлений, таких как *забота* и *внимание*. Патриотическая интерпретация концепта демонстрирует сходство с русской традицией: «Любовь к Родине, как, впрочем, и всякая любовь, без поступков ничтожна. Действенность патриотизма выражается в заботе о благополучии и величии родной страны. <...> Любовь к своей стране проявляется в готовности бороться до конца за её свободу» [Воркачев, 2023, с. 62], где синтез ЛЮБВИ и ЗАБОТЫ выступает ключевым маркером смысловой близости концептов в обоих языках.

Интересен контраст в восприятии насилия как проявления ЛЮБВИ. Русские пословицы «Бьет – значит любит» отражают архаичный стереотип, связывающий

агрессию с привязанностью, особенно в дореволюционном контексте. Однако современные ценности, смещаются в сторону **ненасильственных** проявлений: забота трактуется как эмоциональная поддержка, внимание к потребностям другого.

В русской культуре концепт **ЛЮБОВЬ** исторически формировался под влиянием двух ключевых дискурсов: религиозного, где «Любовь к Богу» воспринималась как жертвенное служение, и романтического, акцентирующего эмоциональную интенсивность чувства между мужчиной и женщиной. Забота в этом контексте традиционно ассоциируется с семейными обязанностями, материнской самоотверженностью, а в советский период – с риторикой коллективной ответственности («забота государства о гражданах»). Однако современный русский дискурс демонстрирует двойственность: с одной стороны, сохраняется связь заботы с эмоциональной близостью, что отражается в фольклоре (*ласка, тепло, внимание*) и реакциях носителей языка («Забота – это знак любви, готовности отдавать»), с другой – под влиянием потребительской культуры забота всё чаще сводится к материальным действиям, таким как покупка подарков или косметики, что сужает её смысл до бытового уровня. Эта тенденция особенно заметна в рекламных слоганах («ЭТО ПО ЛЮБВИ»), где забота становится товаром, а социальная реклама пытается переосмыслить связь концептов через экологию и благотворительность («любовь к природе = забота о планете»).

В китайском языковом сознании ценностная специфика *любви* и *заботы* укоренена в конфуцианской этике, где иерархия отношений («сверху вниз») определяет их проявление. Например, материнская любовь в китайской культуре, как и в русской, воспринимается как естественная форма заботы, о чём свидетельствует идиома «虎毒不食子» («даже свирепый тигр не съест своих детёнышей»), подчёркивающая неприемлемость жестокости к близким. Однако в отличие от русского акцента на эмоциональной взаимности, китайский концепт **孝** (сюо – сыновняя почтительность) жёстко регламентирует заботу о родителях как моральный долг, что иллюстрирует аллюзия «卧冰求鲤» («лежать на льду

ради рыбы для больной матери»). Эта норма, зафиксированная ещё в «Лунь Юй». В русской культуре аналогичные проявления заботы (например, пословица «Милого побои недолго болят») утрачивают силу, уступая место эгалитарным отношениям.

Интересен контраст в восприятии насилия как проявления любви: если в русских пословицах агрессия исторически ассоциировалась с супружескими отношениями, то китайское схожее выражение изначально относилось к родительской строгости, что подчёркивает разницу в акцентах. Анализ русских фразеологизмов с конструкцией «*X – значит любить*» демонстрирует амбивалентность концепта ЛЮБВИ в языковом сознании. Примеры вроде «Ревнует – значит, любит», «Бьет – значит, любит» отражают укорененность народного стереотипа, связывающего эмоциональную привязанность с насильственными действиями, преимущественно в дореволюционный период. Подобная корреляция, как отмечают исследователи, выражена в русском языке сильнее, чем в китайском: если в русских пословицах «*Кто кого любит, тот того и бьет*», «*Милый побьет, только потешит*» [Даль, 1997] акцент делается на супружеских отношениях, то китайское выражение «*打是亲, 骂是爱*» («Побои – это близость, ругань – любовь») изначально описывает родительскую строгость как форму заботы, хотя в современном употреблении может иронично обыгрывать конфликты между партнёрами (с представлением в ходе конфликта, непосредственные любовные отношения не только не ослабевают, но еще больше укрепляются). Эти выражения, берущие свое начало в старых народных сказаниях, отражают их скромное понимание конфликта в отношениях, а также интерпретации ЛЮБВИ. Социокультурная динамика в обоих языковых сообществах проявляется в переосмыслинии подобных стереотипов. Так, российские социальные кампании («*Бьёт значит НЕ любит. Не молчи!*») активно деконструируют традиционные представления, подчеркивая недопустимость насилия, что свидетельствует о сдвиге ценностей в сторону ненасильственных форм выражения эмоций. Данный пример демонстрирует активное противостояние традиционному стереотипу: вместо оправдания насилия

через любовь акцент смещается на его неприятие и необходимость открытого диалога. Подобная трансформация отражает глобальный тренд гуманизации отношений, хотя культурные особенности сохраняются. В китайском дискурсе, как показывают исследования, сохраняется большая связь заботы с социальными ролями и коллективной ответственностью. Например, словосочетание *关爱* (любовь-забота) активно используется в образовательных и медицинских контекстах («*关爱留守儿童*» – «забота о детях, оставленных родителями»), тогда как в русском языке подобные сочетания чаще встречаются в личностных или коммерческих сферах.

Чувства и действия неразрывно связаны между собой мотивационными и деривационными связями. В традиционных китайских идиомах часто используется фраза «*爱屋及乌* (Любить не только дом, но и ворон на его крыше)», которая символизирует любовь к человеку и его окружению. Китайский язык символизирует любовь и сострадание в большей степени, чем русский. Русским эквивалентом этой пословицы является выражение: «Когда любишь меня, люби и мою собаку», однако оно употребляется значительно реже. Тем не менее, эти высказывания расширяют и изменяют фокус любви, демонстрируя заботу обо всех аспектах, связанных с любимым человеком (как в китайской идиоме) [陈炳昭 и др., 1994], или о тесно связанных с ним людях и вещах (как в русской пословице) [Даль, 1997]

Для того чтобы прояснить трансформацию ценностных представлений, мы сосредоточились на непосредственном восприятии заботы носителями обоих языков с помощью анкеты. Итоговое количество респондентов, принявших участие в анкетировании: 57. Количество достоверных ответов на вопросы анкеты: 57. Всего было получено 82 реакции на стимул «забота — это знак чего?».

Содержание ответов с частотой упоминания представлено в следующем списке: *люви* (36), *внимания* (7), *привязанности*(4), *доброты* (3), *беспокойства* (2), *проявления любви* (2), *благородства, братства, важности человека для самого проявляющего заботу, влюбленности, добра, доверия, дружбы, есть*

свободное время, здоровья, интереса, интимности между людьми, искренней любви, искренней поддержки, контроля, милосердия, настроения, нежности, ответственности, переживания за человека, поддержки, понимания, признак моральной эффективности, расположения, родители, родительской любви, семьи, симпатии, хорошего отношения, чуткости (1).

Первоначальные ассоциации со словом *забота* показывают, что лексемы, входящие в семантическое поле ядра и базового слоя, вызывают следующие ассоциации: забота означает любовь, внимание и привязанность (то есть является **проявлением любви**). Доброта и сострадание рассматриваются как атрибуты заботы. Респонденты также указывают, что забота означает привязанность. Полученные результаты согласуются с данными исследования и ранее сформулированными выводами.

Таблица 1 – Рейтинг реакций на слова в онлайн-словарях ассоциаций

Названия словарей	Рейтинг реакций на слово <i>забота</i> в результатах поиска слова <i>любовь</i>	Рейтинг реакций на слово <i>любовь</i> в результатах поиска слова <i>забота</i>
Словарь ассоциаций WordAssociation.RU	48	1
Игра в ассоциации с коллективным разумом	28	1
Словарь ассоциаций русского языка онлайн	11	2

Анализ данных ранних ассоциативных словарей, включая «Словарь ассоциативных норм русского языка» (Леонтьева, 1973), «Русский ассоциативный словарь» (1994) и также других публикаций 2000-х годов, выявил непрочную связь между терминами *любовь* и *забота*. Хотя в «Русском ассоциативном словаре» (2011) и результатах эксперимента 2020 года наблюдается качественный сдвиг: реакция *забота* становится ядерной для слова *любовь*, занимая первое место в онлайн-словарях [Милованова, Су, 2023].

Данный признак, отраженный в таблице 1, свидетельствует об усилении семантической близости между понятиями в современном языковом сознании. Исследования ассоциативной сети [Сиренко, 2009] продемонстрировало прогрессию связей: если ранее для перехода от *заботы* к *любви* требовалось опосредование через конкретные действия (работа, дети, болезнь), то сегодня процесс упрощается. Например, цепочка «*любовь* → *страдание* → *забота*» уступает место прямой ассоциации, что отражает трансформацию ценностных ориентиров – от сложных эмоциональных конструктов к более прагматичному восприятию заботы как неотъемлемого проявления любви. Кроме того, динамика ассоциаций, выявлена в экспериментах (НКРЯ, 2020), подтверждает усиление связи между понятиями **ЛЮБОВЬ** и **ЗАБОТА** в русском сознании: реакция *забота* на стимул *любовь* занимает первое место в онлайн-словарях, а LogDice-анализ (8.9) указывает на их семантическую близость.

Итак, концепты **ЛЮБОВЬ** и **ЗАБОТА** сохраняют тесную взаимосвязь в русской и китайской языковых картинах мира, отражая как универсальные ценности (внимание, привязанность), так и культурную специфику. Если *любовь* обладает широким семантическим диапазоном, адаптируясь к классическим и современным контекстам, то *забота* в современном дискурсе конкретизируется через призму здоровья, образования или материальных действий. Их объединение в коммуникации усиливает ассоциативную связь, особенно заметную в русском языке, где забота всё чаще трактуется как прямое проявление любви.

Трансформация ценностей приводит к ослаблению архаичных стереотипов (например, связь *любви* с *насилием*) и внедрению новых смыслов: в рекламе забота объективируется через гедонизм («забота о себе»), что влияет на традиционное содержание **ЛЮБВИ**. Однако в обоих языках сохраняется ядро взаимосвязи: эмоциональное внимание к объекту. Более того, оба языка демонстрируют общую тенденцию: эмоциональный опыт *любви* всё чаще объективируется через конкретные действия, будь то социальные проекты («*爱心工程*» – «проект "любящее сердце"») или персональные жесты, что отражает универсальный поиск баланса между абстрактным чувством и его материальным

воплощением.

Связь между представлением о любви и её физическим проявлением: взаимодействие концептов ЛЮБОВЬ, СЕКС и СТРАСТЬ

В российской лингвокультуре концепты ЛЮБОВЬ и СТРАСТЬ занимают особое положение, будучи тесно связанными с системой моральных норм. Как подчёркивает М.К. Голованивская, эти категории традиционно рассматриваются через призму духовно-нравственных координат, формируя иерархическую модель [Голованивская, 2020, с. 71]. Слово *любовь* связывается со словами *желание*, *жажды*, *страсть*. В работе А.Д. Шмелёва концепт ЛЮБОВЬ (глагольная форма «*любить*») раскрывается через дихотомию «высокого» (акцентирующего эмоциональную связь субъекта с объектом чувств) и «низкого» (подчеркивающего получение удовольствия от реализации ситуации) [Шмелёв, 2002, с. 170]. Данная полярность отражает многомерность семантики концепта, где духовно-чувственные отношения сосуществуют с утилитарными аспектами эмоционального переживания.

Интересно, что подобная иерархия концептов не универсальна. М.Л. Гаспаров, анализируя с американскими аспирантами стихотворение Брюсова «Антоний», столкнулся с принципиально иным восприятием: «если в русской традиции *страсть* трактуется как родовое понятие, а ЛЮБОВЬ – как видовое (с семантическим сужением), то для носителей английского языка *love* ассоциируется с обобщённым позитивным опытом (включая *love-making*), тогда как *passion* воспринимается как досадное частное обстоятельство, требующее преодоления» [Гаспаров, 2008, с. 246]. Это противопоставление подчёркивает, как лингвокультурные установки влияют на категоризацию эмоциональных концептов. Таким образом, большинство людей в русской культуре считают, что чувство *любви* традиционно наделяется характеристиками постоянства и вечности (*высокая сфера любви*), возвышающимися над телесными удовольствиями и сенсорными стимулами (*низкая сфера любви*). Данная концептуальная оппозиция, несмотря на трансформации ценностных парадигм, продолжает занимать центральное положение в аксиологическом пространстве современного

общества.

В русской культуре традиционные представления концепта ЛЮБОВЬ оказывается тесно связан с религиозными нормами. Результаты новейших исследований показывают, что концепт ЛЮБОВЬ продолжает занимать статус актуальной смысловой единицы, несмотря на заметное снижение частотности его употребления в последние годы [Полетаева, 2023, с. 59].

Анализ корпусных данных и материалов интернет-мониторинга демонстрирует смещение акцентов в восприятии любви от сакрально-духовного к физически-утилитарному. Если в советский период доминировала оппозиция «любовь vs секс» с акцентом на моральную чистоту, то в современном дискурсе наблюдается их семантическое сближение. Так, в 38.7% нехудожественных текстов НКРЯ (1990–2019) лексема *секс* употребляется в нейтральном или позитивном контексте, часто синонимизируясь с *интимом* как эвфемизмом.

Ключевым маркером трансформации выступает рекламный дискурс, где ЛЮБОВЬ редуцируется до гедонистического компонента. Например, названия магазинов для взрослых («Точка любви») сочетают сердечные символы с цифровыми обозначениями («24+»), формируя ассоциативный ряд «любовь = секс = товар». Параллельно в молодёжном сленге возникают гибридные номинации: «любовь втроём» (полиамурные отношения), «свободная любовь» (отказ от традиционных обязательств), отражающие пересмотр семейных парадигм [Хоменко, 2011].

Корреляция концептов ЛЮБОВЬ и СЕКС, проявляющаяся на уровне физического взаимодействия, находит отражение в эволюции их языковой репрезентации. Лексема *секс*, заимствованная из английского языка (восходящего к латинскому *sexus* – ‘пол; разделение’) и зафиксированная в русском языке в 1921 г. [Душенко, 2022, с. 145], первоначально обозначала «*аспекты, связанные с половой жизнью*» [Евгеньева, 1999]. В советский период (1930–1950-е гг.) её употребление в печати было крайне редким, а в публичном дискурсе она ассоциировалась преимущественно с «*западной буржуазной культурой, преступностью, насилием и девиантным поведением*» вплоть до начала 1970-х

[Душенко, 2022, с. 147–159].

В литературных текстах эпохи СССР прослеживается семантическое противопоставление этих концептов: – *Любовь – кабала, а секс – свобода... // – ...само слово-то какое гнусное, секс, секс!..* [М.М. Рощин. *Валентин и Валентина* (1970)]. Эта антиномия, как отмечает М.К. Голованивская, коренится в религиозных традициях русской лингвокультуры, где «целомудрие и чистота» требуют сакрализации любви, тогда как её страстные проявления воспринимаются как «тайна» или даже «преступление» в условиях утраты контроля [Голованивская, 2020, с. 68].

Сближение концептов происходит позднее под влиянием западной сексуальной революции, что фиксируется в текстах 1970–1980-х гг.: *Любовь – это... громкий и властный зов тела!* [Л. Ленч, *Литературная газета*, 1973]; *Выяснилось, что можно вслух заговорить о сексе, и в этом нет ничего позорного* [Н. Строганова, *Комментарии к телепередаче "Взгляд"*, 1988]. Данные примеры иллюстрируют трансформацию, когда физическое влечение начинает трактоваться как неотъемлемая часть любовных отношений.

Лексическая единица *интим* закрепилась в русском языке в 1970-х гг., однако её активное использование в качестве эвфемизма для обозначения *секса* (слова с устойчивыми негативными коннотациями) началось лишь в 1990-х. Данные Национального корпуса русского языка (НКРЯ) демонстрируют резкий рост частотности употребления лексемы *секс* в 1990-е гг., достигший пика в первые два десятилетия XXI века. Примечательно, что появление смягчённых выражений не сократило её употребление: в постсоветский период (1990–2019 гг.) *секс* сохраняет нейтральную стилистическую окраску, а тематика частной жизни доминирует в нехудожественных текстах, составляя 38,7% (*432 из 1115 текстов*) [НКРЯ]. Это свидетельствует о нормализации термина в публичном дискурсе при сохранении его семантической связи с личной/тайной сферой.

Контекстуальный анализ соотношения концептов **ЛЮБОВЬ** и **СЕКС** в русском дискурсе, проведенный на материале НКРЯ, выявил три ключевые модели их взаимодействия:

1. Аксиологическое доминирование любви

При анализе дискурса о соотношении концептов любви и секса акцент нередко ставится на доминирующей роли любви, противопоставляемой сексуальному аспекту. Противопоставление преимущественно реализуется через бинарную оппозицию духовного и телесного начал: *Правда жизни – любовь, а не секс* [А.Д. Шмеман. *Дневники (1973-1983)*]. Ряд авторов подчеркивают онтологическую разнородность явлений: *Любовь – стремление к идеалу, секс – физиологическая потребность* [Александр Мелихов, Андрей Столяров. *Небесное и земное // «Октябрь», 2001*], акцентируя гендерную специфику восприятия: *У мужчин любовь и секс чаще разделены* [Женщина + мужчина: *Психология любви (форум) (2004)*]. Категоричность позиции выражена в афористических формулировках: *Секс – это секс, а любовь – это любовь* [Евгения Горац. Энтони // «Сибирские огни», 2012].

2. Комплементарная модель взаимодействия

В данном дискурсивном поле оба концепта трактуются как взаимодополняющие элементы целостной системы. Зиновьев отмечает социально приемлемые формы синтеза: *Любовь и секс допустимы, если не переходят в разрыв* [А.А. Зиновьев. *Русская судьба, исповедь отщепенца (1988-1998)*]. Безелянский актуализирует терапевтическую функцию: *Их сочетание дает невероятный эффект* [Юрий Безелянский. В садах любви (1993)]. Философская рефлексия расширяет контекст: *Секс и любовь подчиняются общим законам желания* [О.В. Аронсон. *Коммуникативный образ. Ч. III (2007)*]. При этом сохраняется тенденция к синекдохическому отождествлению: *Для многих любовь сводится к сексу* [Алена Браво. *Комендантский час для ласточек // «Сибирские огни», 2012*].

3. Концептуальная дивергенция

Данная модель предполагает абсолютное разделение понятий через:

а) **бесполую любовь (асексуальные формы отношения)** – широко распространено представление о «бесполости» русской литературы, где «доминирует Эрос, а не эротика» [В.В. Абраменкова. *Половая дифференциация...*

// «Вопросы психологии», 21.10.2003];

б) секс без любви – описываемый как «неэстетичный, но действенный» [Лидия Иванова. Искренне ваша грешица (2000)] и «физиологически насыщаемый» [Александр Асмолов. Симбиотическая пара // «Знание – сила», 2003]. Современные коммуникативные практики фиксируют трансформацию отношений: Вместо любви – секс [Форум: Основной инстинкт (2010-2011)].

Динамика осуждения за два десятилетия демонстрирует динамику между полярными установками «любовь=секс» и «любовь≠секс», образуя семантический континуум, где концепты выполняют компенсаторные или дифференцирующие функции. Социолингвистический анализ выявляет корреляцию между языковыми установками и моральными оценками: носители консервативных взглядов апеллируют к историческим прецедентам, рассматривая сексуализацию дискурса как «моральную деградацию» и признак «резкого падения нравов» [Сария Мамадова. Слово секс... (2014)].

На фоне декларативных утверждений типа «секс без любви возможен» редко встречается интерпретация этого тезиса как концептуально превосходящего категорию ЛЮБОВЬ с её акцентом на духовных измерениях.

Парадигмы и повторяющиеся сочетания уменьшают концепт ЛЮБОВЬ в восприятии носителей языка. Рекламные тексты в сетевом дискурсе демонстрируют аналогичную картину: реклама связывает любовь с телесностью, в особенности с более низкими временно-пространственными восприятиями телесных проявлений. Предыдущие опросы показали, что социальный маркетинг в области семейного воспитания и социальных услуг ассоциирует любовь с божественностью, верой и обязанностью. Здесь присутствуют теологические доктрины, относящиеся к «любви к семье», «любви к ближнему» и «любви к человечеству». Коммерческая реклама подчеркивает материальные блага и качество потребления. Связь между любовью и сексом универсальна, независимо от продукта или маркетинговой стратегии.

Результаты сравнения показывают тенденцию от высокого к низкому уровню использования идей и их выразительности. Более подробное

исследование рекламного дискурса будет рассмотрено в разделе 3.1.1.

Проведённое исследование демонстрирует нелинейный характер концептуальных трансформаций. Как отмечает Э. Гидденс [Гидденс, 2004] в контексте теории рефлексивной модернизации, наблюдаемая конвергенция *любви и секса* отражает переход от нормативной к коммуникативной рациональности.

В современных цифровых форматах коммуникации взаимосвязь между понятиями *любовь и секс* перестала быть табуированной, становясь предметом открытого обсуждения в различных формах. Ключевым аспектом выступает трансформация ценностных ориентиров участников дискурса (как отправителей, так и получателей сообщений): наблюдается одновременное принятие романтических отношений с акцентом на их экзистенциальном опыте, дестигматизация сексуальной составляющей при сохранении (хотя и менее выраженном) традиционного культа любви как высшей цели.

Лексическая единица *любовь* формирует принципиально новую семантическую конфигурацию, выступая в роли смыслового дублета для понятия *секс*. В условиях синтагматических трансформаций, порожденных интернет-жанрами, данный концепт обретает экспрессивные формы, вступающие в противоречие с его канонической интерпретацией. Это приводит к *размытию сакрального ядра* исходного значения – в его семантическом поле начинают доминировать светское коннотативное измерение.

ЛЮБОВЬ в традиционных и новых представлениях о семейных отношениях

Сопоставительный анализ культурных дискурсов начала XXI века демонстрирует трансформацию восприятия семьи и любви под влиянием западных ценностей. В русской лингвокультуре акценты сместились в сторону обсуждения физического аспекта отношений (*любовь – секс*) и переосмыслиния семейных устоев:

Семья – конструируемая, создаваемая реальность; как мать в каком-то смысле «конструирует» ребенка, так и семью двое создают совместными

усилиями и в семье – конструируют себя и друг друга. Наконец, постоянно путают любовь и секс. [Александр Асмолов, «Знание – сила», 2003]; ...Но основные которые питают – особенно женщин – это семья, дети, любовь, парность, секс. [Александр Клейн, «Пятое измерение», 2003]; Все идеи о фигуре 90-60-90, секс и любовь – понятия разные – пришли с запада в Россию, начиная с 1986 года, создание семьи законной без продления рода. [Женщина + мужчина: Брак (форум), 2004]; ...Фундамент – законный секс; а завитушка – любовь. А новая семья, говорят футурологи, напротив, будет сочетать сексуальную свободу с щадительнейшей заботой о детях. [Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007) // «Русская Жизнь», 2008].

Корни подобной сочетания обнаруживаются в архетипических образах славянской мифологии. Богиня Лада, связанная с древнегреческой Лето (символом плодородия и материнства, изображавшейся в образе лебедя [Трубачев, 1959, с. 99–102]), объединяла идеи брака, весеннего возрождения и гармонии. её культивировалась в языковых формулах: утвердительное «ладно», ритуальное «лады!» и метафора согласия «пойти на лад» [Демичева, 2024, с. 71], что подчеркивает связь между любовью, социальным порядком и жизненной целостностью.

В патриархальной модели семьи (XI–XVII вв.) основой брака считались вера, супружеский союз и послушание, а не романтическая любовь. Как отмечается в исследовании «Домостроя» (XVI в.), семейный уклад строился на жесткой иерархии, где эмоциональная близость заменялась моральной ответственностью и общностью быта [Глебкин, 2013]. (В крестьянских семьях не было такого понятия, ср.: *И, полно, Таня! В наши лета / Мы не слыхали про любовь*). Русские пословицы, например, «Жениться не лапоть надеть» или «Замуж выходи, в оба гляди», отражали прагматичный подход к браку, где выбор супруга определялся социальной совместимостью, а не чувствами.

Трансформация роли любви в современной семье

К XIX веку в русской литературе (например, в романе Толстого «Анна Каренина») уже подчеркивается психологическая совместимость и любовь как

основа брака. Это противостояло традиционным патриархальным устоям, где главенствовали социальные нормы [Мигранова, 2009]. В советский период семья стала «ячейкой общества», но идеологический акцент на коллективизме и государственных интересах частично нивелировал индивидуальные эмоциональные потребности. Однако к концу XX века начался рост ценности личностного счастья. Современные ассоциативные эксперименты (Чжан, 2022) показывают, что носители русского языка связывают семью с любовью, взаимопониманием и радостью. Например, 78% женщин-респондентов указали чувства как ключевой элемент семьи, что отражает сдвиг от утилитарных к эмоциональным приоритетам. В нейминге и рекламе слова семья и семейный используются для передачи позитивного образа доверия и тепла, что подтверждает их ассоциативный потенциал в современной культуре [Чжан, 2022, с. 151-152]. Это наглядно демонстрируют данные ассоциативного эксперимента, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты опроса с использованием слова-стимула *любовь* на элементы семейных отношений

Источник Реакции	Словарь Черкасовой Г.А. (2008) Годы опроса: 1998-2000	Словарь Черкасовой Г.А., Уфимцевой Н.В. (2014)	Результат нашего эксперимента (2022)
	частота реакции (процент частоты)	частота реакции (процент частоты)	частота реакции (процент частоты)
семья	4 (0.67)	10 (1.81)	9(3.78)
мама/мать/матушка	2 (0.34)	2 (0.36)	2(0.84)
родители	-	2 (0.36)	3(1.26)
муж/жена	-	3+2(0.9)	1(0.42)
ребёнок/дети	1(0.17)	5(0.9)	2(0.84)
дочь	-	-	-
отец	-	-	-
сын	1 (0.17)	-	-

Статистические данные НКРЯ указывают на устойчивую связь между словами *любовь* и *брак* (LogDice: 8.26 [дата обращения к данным: 6 мая

2024 г.]). Корреляция между концептами ЛЮБОВЬ и СЕМЬЯ очевидна в познании носителей языка, о чем свидетельствуют три набора данных ассоциативных экспериментов, проведенных в 1998, 2011 и 2022 годах, которые показывают включение терминов и описаний, относящихся к семье и конкретным родственникам, в ответы, связанные с любовью [Милованова, Су, 2023]

Семантические ассоциации, связанные с концептом ЛЮБВИ, охватывают следующие аспекты: субъектно-объектные отношения в романтическом контексте, демонстрирующие базовый уровень частотности. Семейные ценности реализуются через межличностные взаимодействия внутри семьи, выступая маркером любви (безусловная привязанность, взаимная забота, уважение, эмпатия и т.д.). Динамика языковых реакций указывает на эволюционную трансформацию частотных характеристик. Исторический анализ выявляет хронологические изменения в восприятии связи семейных отношений с любовью: в советский период эта взаимосвязь носила прямолинейный характер с акцентом на традиционные культурные парадигмы и универсальные семейные устои.

В поэтическом произведении К. Ваншенкина «Я люблю тебя, жизнь!» (1956) прослеживается символическое отождествление жизненного начала с интимными проявлениями любви: *Полумрак, поцелуй на рассвете*. метафорически переходят в концепцию деторождения как кульминации чувства (*И вершина любви / Это чудо великое – дети!*). Эта образная система сохраняет актуальность в современных медиатекстах, о чём свидетельствует песня Horus «Любовь, семья, дети» (2022), где триада «любовь-семья-дети» концептуализируется как базовый жизненный цикл. Примечательна трансформация репрезентации тематики *дети* в поп-культуре: если ранее дети символизировали результат супружеских отношений, то в тексте Н. Русской «О Боже, какой мужчина!» (2013) желание иметь потомство становится инструментом актуализации физической близости: «...я хочу от тебя сына. И хочу от тебя дочку, и точка, и точка!» отражая тенденцию к деконструкции традиционных семейных ценностей.

Социолингвистические исследования подтверждают эволюцию семейных парадигм. Согласно данным исследования 2013 года, российская молодёжь

выделяет «взаимное уважение супругов» (80% респондентов) и «наличие детей» (свыше 50%) как ключевые факторы семейной стабильности. Параллельно фиксируется становление эгалитарной модели семейных отношений [Верещагина, 2013, с. 69-71]. Ценностная иерархия демонстрирует парадоксальную дилемму: при доминировании семейных приоритетов как показателя жизненного успеха, собственно концепт любви занимает лишь 9-ю позицию в рейтинге значимости, уступая профессиональной реализации и дружеским связям [Верещагина, 2013, с. 70]. Такая аксиологическая динамика отражает трансформацию социальных установок.

Несмотря на усиление роли любви, сохраняется амбивалентность: с одной стороны, растет число разводов из-за «несовместимости», с другой – в языке появляются негативные коннотации (например, ироничное употребление *семейственность* для обозначения кумовства). Пословицы XXI века, такие как «Семья сильна, когда над ней крыша одна», подчеркивают баланс между эмоциональной близостью и практической стабильностью, что отражает синтез традиционных и современных ценностей.

Изменения в системе ценностей напрямую находят непосредственное выражение в языковых практиках и ментальных репрезентациях носителей. Речевые жанры современного типа выступают важным, но не единственным механизмом их формирования, тогда как традиционные и инновационные коммуникативные площадки (включая социальные медиа) становятся пространством их активной актуализации.

Развитие коммуникативных парадигм обусловливает трансформацию экспликации и интерпретации концепта ЛЮБОВЬ в соответствии с текущими социокультурными и лингвистическими реалиями. В условиях нового дискурсивного пространства лексема *любовь* как вербализатор концепта приобретает ситуативно-обусловленную семантику, функционируя в повседневной коммуникации преимущественно как инструмент самопрезентации (лингво-социальной идентичности), артикуляции субъективных позиций и включения в коллективные смыслопорождающие практики.

Модификации в корреляционных связях между концептами ЛЮБОВЬ-СЕКС и ЛЮБОВЬ-СЕМЬЯ детерминированы спецификой провокационно-гиперболизированного дискурса, характерного для социальных сетей и иных форм массмедиийной коммуникации. При этом полисемия и поступательное развитие концептуального содержания ЛЮБОВИ как культурной доминанты, особенно в её динамическом аспекте, требуют системного осмысления.

2.2. Когнитивные признаки концепта ЛЮБОВЬ и его объективация в русском языке

В данном разделе исследуются когнитивные характеристики концепта ЛЮБОВЬ и его языковые репрезентации в русском языке. В подпараграфе 2.2.1 анализируется семантическое наполнение концепта через лексикографические источники, прослеживается его эволюция от сакральных христианских значений (XI–XVIII вв.) до антропоцентрической интерпретации в пушкинскую эпоху и амбивалентности в современном дискурсе. Особое внимание уделяется диалектике духовного и телесного, а также динамике ценностных коннотаций в словарных дефинициях.

Подпараграф 2.2.2 раскрывает особенности языковой экспликации концепта через словообразование, парадигматические и синтагматические связи. Исследуются новые лексико-фразеологические модели («любовь в троём», «свободная любовь»), рекламные и цифровые трансформации («любовь-товар»), а также влияние массовой культуры на редукцию сакральной ауры концепта. Анализируется роль метафор, паремий и интернет-мемов в формировании актуальных когнитивных паттернов, отражающих синтез традиционных и гедонистических ценностей.

2.2.1. Генезис слова-концепта и семантика слова *любовь* в русском языке (по данным лексикографических источников)

Генезис слова-концепта в христианской аксиологии (XI-XVIII вв.)

Это слово праиндоевропейского происхождения, сохранившееся в праславянском и унаследованное древнерусским языком. Этимология слова *любовь* происходит от общеславянского *ljud-*, имеющего тот же корень, что и глагол *любить*. Первоначально слово означало ‘сильное влечение к кому-либо или чему-либо’ – страсть, похоть и привязанность [Семенов, 2003].

Новая история слова начинается в к. XI веке – н. XI века, благодаря появлению старославянского языка, языка письменных текстов, языка религиозного культа: древнерусский язык воспринял от старославянского языка концепцию *любви к Богу*, оформленную исконным словом, которое впитало новое, более отвлеченное значение, ставшее его основным вплоть до 18 века. Ср.: *Да не исхакнет любы твою* (да не иссякнет **любовь** твоя) (из «Чудес святителя Николая Чудотворца», XI века)¹⁵.

Лексема *любы* впервые засвидетельствована в русских летописях XI века. В XII в. было преобразовано в вариант *любовь*, и с тех пор оно сохраняет именно такой фонетический и графический облик.

В этимологических словарях [Фасмер, 2007; Семенов, 2003] отмечается, что в самом начале значение слова *любъ* – ‘милый, желанный’. В старославянском оно звучало «любы» с ударением на последнем слоге, с родительным падежом в варианте *любъве*. Из формы косвенного падежа образовалась форма на *-овъ*: *любовь* [Фасмер 2007; Семенов, 2003]. Подробное объяснение можно найти в школьном этимологическом словаре Л.В. Успенского [Успенский, 1967] и словаре Н.М. Шанского [Шанский, 1971]. «Исходное *любы* > *любовь* – под влиянием форм косв. падежей (род. п. *любъве*, вин. п. *любъвь* и т. д.),

¹⁵ Кто не любит, тот не познал Бога, потому что Бог есть любовь (Евангелие); В том любовь, что не мы возлюбили Бога, но Он возлюбил нас и послал Сына Своего в умилостивление за грехи наши («Первое соборное послание святого апостола Иоанна Богослова»).

аналогично «свекровь», «морковь» [Шанский, 1971].

Итак, в первой главе части (2.1.1.) была изложены сведения об этимологии слова *любовь* и его ценностной коннотации, восходящей к христианской традиции, выдвигающей три христианские добродетели – Вера, Надежда и Любовь, причем концепт **ЛЮБОВЬ** включает в себя также понятия доброты, милосердия, сострадания [Дунаев, 2011]. И так, сопровождаемая сильным эмоциональным переживанием и внутренним побуждением, любовь, которая играет центральную роль в качестве фундаментальной человеческой потребности, жизненной цели, философской мысли, ограничителя религиозных убеждений и т.д.

В Библии подчеркивается тесная связь между *богом и любовью*, и поэтому слово *любовь* приобретает характер торжественный, связанный с благоговением и поклонением (Бог – высшая сущность). В конце XVIII – начале XIX века слово стало приобретать более светский оттенок, вместе с тем такая коннотация сохраняется в семантике слова в светских контекстах и в новом значении, сформировавшемся под влиянием французского языка и французской культуры (Ср.: ...*Любить* – значит жить жизнью другого... (О. Бальзак. Дочь Евы). Начиная с XVIII в. от высокой и священной душевной связи между человеком и Богом любовь стала описывать состояние близких отношений и чувств между людьми, обычно между мужчиной и женщиной. Это развитое чувство любви может быть также применено к любому событию или объекту, не только к людям и животным, но и к научной деятельности, монументальным объектам и т.д. Этот сакральный код сохранял доминирующее положение вплоть до петровских преобразований.

Антрапоцентрический поворот в пушкинскую эпоху и эпоху, ей предшествующую (XVIII-XIX вв.)

Таким образом, в XVIII веке под влиянием петровских реформ и европеизации образа жизни и мышления происходит постепенная секуляризация концепта: любовь из сакрального чувства к Богу трансформируется в личностное переживание, что нашло яркое выражение в литературе эпохи Пушкина. **ЛЮБОВЬ** означала прежде всего любовь к Богу, мирскую любовь между людьми,

а также любовь между мужчиной, то есть светское, нерелигиозное представление, начало формирования которого связано с Петровской эпохой и переводами Антиоха Кантемира, получило свою окончательную форму пушкинское время – и во многом благодаря Пушкину. Тема любви является излюбленной темой в его произведениях. Любовь в лирике А.С. Пушкина – это прежде всего любовь к женщине (противоположного пола), но также *любовь к музам, любовь к другу*. В стихотворениях любовь и лирика Пушкина соединяется воедино: «Храни меня, мой талисман», «Когда в объятия мои», «Пора, мой друг, пора», «Все кончено, меж нами связи нет», «Сожженное письмо», «Приют любви, он вечно полон». Любовь предстает как личное откровение, как драма, подчеркивающая человечность чувства, что контрастирует с его сакральным пониманием в предшествующие эпохи. Через литературные формы выражения, такие как поэзия, можно передать чувство любви, присущее всем людям. **ЛЮБОВЬ** служит постоянным источником вдохновения в его работе и дает ему мотивацию для творчества. Страсть, робость, нежность, горе, отчаяние, ревность, нетерпение, восприимчивость – всё это аспекты переживания любви. Как показывает Пушкин, человек, переживший каждую новую любовь, может открыть себя с новой стороны.

Из обзора существующих авторитетных словарей видно, что объяснение любви обычно фокусируется на следующих моментах:

Во-первых, содержание слова (и понятия) *любовь* в лексикографической традиции определяется через многоаспектную систему семантических признаков, отражающих его эмоциональную, реляционную и экзистенциальную природу. *Любовь* является *сердечным чувством*. С одной стороны, акцентируется аффективная составляющая: «горячая сердечная склонность» [Кузнецов, 2000], «глубокое эмоциональное влечение» [Ожегов, 1991], «интимное чувство с интенсивной эмоциональной заряженностью» [Морковкин и др., 2016]. С другой – подчеркивается объектная ориентированность чувства, будь то «глубокая привязанность к субъекту/объекту» [Кузнецов, 2000], «солидарность интересов и идеалов» [Ушаков, 1935–1940] или «преданность в межличностных

контекстах» [Морковкин и др., 2016], охватывающая родительско-детские, супружеские и родственные отношения. Параллельно фиксируется неперсонифицированная проекция концепта, выражаясь в «склонности к абстрактным явлениям» [Ушаков, 1935–1940], «перманентном тяготении к объекту» [Кузнецов, 2000] и «устойчивой поглощённости чем-либо» [Ожегов, 1991], что создаёт семантическую оппозицию между интерперсональной привязанностью и предметно-ориентированной страстью. Есть разные синонимы и антонимы, соответствующие разным значениям любви. Соответственно, чувство, противоположное любви, называется ненавистью; с другой стороны, ЛЮБОВЬ противоположна безразличию.

Необходимо упомянуть о связи между любовью и интимным физическим контактом: «Чувство, основанное на половом влечении» [Ушаков, 1935-1940]. «Любовь, но также и «интимные отношения, интимная связь (прост.) Заниматься любовью.» [Ожегов, 1991]. «Сексуальные отношения, сексуальный контакт» [Морковкин и др., 2016]. В том числе, **отношения между двумя лицами на физиологическом уровне:** ...2.1. об объекте такого чувства. 2.2. **Сексуальные отношения, сексуальный контакт.** 3. Внутреннее стремление, постоянная склонность, влечение к чему-л., к какой-л. деятельности....

Современная динамика (XX-XXI вв.): амбивалентность концепта

ЛЮБОВЬ в русском контексте ассоциируется с негативными эмоциями (напряженный характер чрезвычайных ситуаций), в основном со страданием («разлука», «жизнь-смерть», «пространственно-временной фактор», «злокачественные отношения» и т.д.). Этот парадокс «мученичества-блаженства» коренится в диалектике религиозно-философского восприятия страдания как трансцендентного акта. Однако философская сложность парадокса проявляется в его антиномичности: с одной стороны, аскетизм предполагает радикальное отрицание материального мира с другой – утверждает экстатическое единение с абсолютом через предельное самоотречение.

Подобную классификацию можно найти в трёхкомпонентной теории любви предполагается, что тремя составляющими любви являются близость, страсть и

обязательства [Sternberg, 1986]. Чувства принадлежности, единства и связи – все это часть интимности. Страсть представляет собой понятие, которое включает в себя как романтическое, так и сексуальное влечение. Приверженность подразумевает решение остаться с партнером в краткосрочной перспективе, а также совместные достижения или будущие намерения в долгосрочной перспективе. Таким образом, можно делать психологические и когнитивные суждения о виде любви, оценивая сочетание близости, страсти и обязательств в любви.

Традиционно ЛЮБОВЬ бескорыстна: ею движет желание отдавать, и её нельзя купить за деньги. Но в последних исследованиях мы видим, что связь между понятиями *любовь* и *деньги* значительно изменилась, причем условный аспект любви развивается в шутливой или кокетливой форме и часто употребляется в повседневной речи [Лю, 2020].

Данный концепт обладает противоречивыми характеристиками и сложной исторической судьбой. *Нарциссическая любовь//объектная любовь; детская любовь//зрелая любовь и любовь-ненависть* представляют собой три основных типа *любви*. Степень, в которой ЛЮБОВЬ сопровождается враждебностью, агрессивными целями в противоположность целям привязанности, т.е. амбивалентностью, является значительной детерминантой, влияющей на качество и стабильность любви.

Анализ важных составляющих *любви* с точки зрения её возникновения и т.д. можно разделить следующим образом: Потребность любить, которая включает в себя причины или мотивы для любви. Способ возникновения *любви* или способ её выражения, например, в таких действиях как отдача. Затем результат любви, продолжительность любви, например, такие выражения, как **долговечная любовь, вечная любовь** и т. д.

Тем не менее изучение концепта в динамическом плане имеют значительную теоретическую базу, проверенные методы исследования и широко применяются к конкретным видам дискурса.

Замысловатость и диалектическая пластичность *любви* привели к появлению

большого количества интерпретаций в различных языках и цивилизациях на протяжении всей истории человечества. Для того чтобы получить более интуитивное понимание концепта ЛЮБВИ, сначала мы проанализируем и обобщим известные определения из толковых словарей. Т.е. начинаем с анализа концепта в картине русского языкового мира.

Семья, женщина, деньги, жизнь, возраст, душа, измена, разлука, смерть и другие семантические области пересекаются с любовью. Вместе с тем такое традиционное сложившееся представление о мирской любви, во многом литературно окрашенной, меняется в последние 20 лет. Некоторые из заметных употреблений концепта ЛЮБОВЬ в дискурсе, которые содержат положительные значения: аксиологическая парадигма концепта ЛЮБОВЬ в русском дискурсе актуализируется через полифункциональные семантические кластеры, включая: нормативно-духовные доминанты: «Любовь – высшее благо», «духовная ценность», «душевная база семьи»; экзистенциальные маркеры: «готовность к жертвованию», «принятие личности объекта», «долговечность до гроба»; социокультурные антиномии: «непродолжительность чувства» vs. «неразрушимость», «всесильность» vs. «прагматически-утилитарные качества» [Лю, 2020, с. 171].

Интерактивные проявления концепта («*проявление заботы*», «*желание присоединения*», «*мемориализация чувств*») репрезентируют его операциональное измерение, тогда как формулы типа «*возраст не помеха*» и «*дороже богатства*» подчеркивают трансцендентный статус эмоции в ценностной иерархии. Концепт ЛЮБОВЬ аксиологизируется как вершинная ценность, но лишён регуляторного потенциала. Его семантическая парадигма объединяет: «*любовь – высшее благо*» – нормативный идеал; «*любовь иррациональна*» – антитеза прагматическому дискурсу; «*прагматически-утилитарные качества*» – контекстуальные оксюмороны; «*проявление внимания и заботы*» – операционализация абстрактного концепта.

Мы можем отслеживать изменения в общей ценностной картине мира через призму динамических характеристик любовных представлений.

В дополнение к сложившимся выводам можно посмотреть на динамику через анализ конкретных дискурсов и обобщить концептуальные ориентации в различных дискурсивных контекстах.

В целом, согласно исследованиям ученых, а также анализу содержания основных словарей, традиционная концепция нейтральности в контексте русской языковой картины мира в общем виде характеризуется следующим образом:

1) по мнению С.Г. Воркачева, концепт ЛЮБОВЬ в русской аксиосфере обладает статусом «всемогущества», занимая позицию аксиологического максимума, который коррелирует с эстетическим идеалом. Исследователь подчеркивает глубинную природу чувства *любви* как когнитивно-культурного доминанта, имплицитно закрепленного в русском языковом сознании [Воркачев, 2007];

2) такое чувство может возникать как к одушевленным, так и к неодушевленным предметам, и интенсивность этого чувства не зависит от объекта, на который оно направлено (противоречие между свободой выбора и зависимостью от субъекта);

3) ЛЮБОВЬ в русском контексте ассоциируется с негативными эмоциями (напряженный характер чрезвычайных ситуаций), в основном со страданием («разлука», «жизнь-смерть», «пространственно-временной фактор», «злоказственные отношения» и т.д.);

4) человеческие отношения являются основным фокусом концепта ЛЮБОВЬ. ЛЮБОВЬ является силой, которой трудно управлять, т.е. у ЛЮБВИ неуправляемый характер. Выбор объекта привязанности произволен, т.е. у ЛЮБВИ немотивированный характер. ЛЮБОВЬ и время имеют противоречивые отношения: с одной стороны, они безграничны, а с другой – обладают преходящим качеством;

5) различают два вида *любви*: обусловленную и необусловленную. После того как мы почувствовали любовь к чему-то из-за некоторых его качеств, условия, поддерживающие любовные отношения, исчезают, когда исчезают его собственные качества. Это обусловленная любовь, в данном случае можно

продемонстрировать «изменчивость» ЛЮБВИ. Но необусловленная любовь больше соответствует высшим ценностям ЛЮБВИ: человеку просто необходимо постоянно учиться без каких-л. условий любить всех, включая себя (двойственный характер желания: блага себе и блага другому);

6) объект любви не может быть никем заменен, потому что он уникален и неповторим. Его встреча с вами предопределена судьбой. Признак спонтанности, стихийности возникновения ЛЮБВИ, выражен в русском языке. В данном случае прослеживается связь с «безмотивностью» и «иррациональностью»;

7) ЛЮБОВЬ бескорыстна: ею движет желание отдавать, и её нельзя купить за деньги.

Среди проявлений концепта ЛЮБОВЬ в русской языковой картине мира, о которых упоминалось выше, отмечаются черты, есть как общие черты по сравнению с другими языками, так и свойства, более уникальные для русского контекста.

Проблема, с которой мы сталкивались до сих пор, заключается в том, что большое расширение и трансформация коммуникативных платформ и типов дискурса (особенно в контексте быстро итерирующих дискурсов, таких как онлайн дискурс и рекламный дискурс) привело к тому, что любой исследовательский блок находится в состоянии постоянного изменения и развития, и единственный способ понять последние тенденции – это продолжать исследование. Наиболее репрезентативными материалами, которые лучше всего отражают концептуальное понимание большинства носителей языка, являются не только лучшие образцы классической литературы, но и использование концептов / символов / слов в повседневном общении. Это вопрос развития исследований, который необходимо определить.

В дальнейшем анализ мы будем использовать диахронический подход, чтобы увидеть, проходит ли это концепт в русском языке через другие представления и способы языковой экспрессии, и сосредоточимся на том, изменилось ли использование этих характеристик в современной русской речи. Анализ предполагает сравнение использования слова *любовь*, семантических

ассоциаций и когнитивных изменений в популярной культуре за предыдущие десять-двадцать лет и в текущих (недавних) текстах, чтобы выявить специфические изменения и особенности.

2.2.2. Особенности языковой экспликации концепта ЛЮБОВЬ в русском языке (словообразовательный, парадигматический, синтагматический аспекты)

Этимолого-словообразовательный аспект

Содержание слова *любовь* в русском языке представляет собой сложный семантический комплекс, этимологически восходящий к праславянскому корню *l'ubъ* ('желание, воля') с абстрактным суффиксом *-овъ*. Словообразовательная продуктивность лексемы проявляется в разветвлённой деривационной парадигме: Видовременная дифференциация: *любить* (несов. вид) → *полюбить* (сов. вид); Адъективация: *любящий* → *влюблённый* (семантическая интенсификация); Номинация актантов: *любовный* (атрибутив) → *любовник* (агенс). Деривационные механизмы включают префиксацию (*по-*), суффиксацию (*-нн-*, *-ник*) и корневую флексию, что обеспечивает семантическую специализацию производных единиц [Тихонов, 2002].

Новые сложные слова возникали самостоятельно в русском литературном языке, который в донациональную эпоху освоил фундаментальные, старославянские и греко-византийские формы словотворчества. В исследовании В.В. Виноградова «История слов» описана история развития сложного слова *себялюбие*. На основе старославянских форм сложных слов возникли новые способы построения сложных слов, *-любие*: в качестве второй части сложного слова является примером странной замены синонимичных морфем в уже сложившихся формах сложных слов. В современном русском языке нет других сложных существительных отлагольного типа с формой *себя-* в первом компоненте. Слово грозно для сердец христиан и верных подданных. Слово *себялюбие* относится к более античной форме образования, на его месте

появилось синонимический эквивалент *само-*, которое является синонимом *себя-*: самолюбие (следует отличать слово от эгоизма, подразумеваемого в предыдущих словах.). Понятия *любовь к себе, индивидуальность / индивидуализм, себялюбие / эгоизм*, воплощенные в самой лексике, укрепились в русском сознании, а слова, вошедшие в русский язык в к. XVIII – н. XIX века, сохранились в активном словаре русского литературного языка, который был относительно старше периода своего рождения, и прочно вошли в национальную лексику русского языка [Виноградов, 1999, с. 273].

Парадигматические связи слова-понятия ЛЮБОВЬ

Семантическая парадигма концепта структурируется антиномиями: **биологическое vs духовное**: *половая любовь* (инстинктивное влечение) vs *любовь к идее* (интеллектуальный восторг). **Индивидуальное vs социальное**: *личная привязанность* vs *патриотическая солидарность*. **Интимное vs универсальное**: диалектика приватного переживания и общезначимых ценностей. Эта оппозиционность отражает гегелевскую диалектику единства противоположностей, где любовь выступает синтезирующим началом [Гегель, 1940, с. 107]. Примером индивидуализации переживания служит ранний опыт героини Бунина из рассказа «При дороге», где слово *любовь* открывается ей через пьяную мещанку: *любовница* становится ключом к пониманию тайны близости, а старинная песня «Уснул мой любезный на кисейном рукаве» закрепляет трепетное предчувствие замужества [Бунин, 1911]. В то же время, как отмечает А.А. Вознесенский, «любовь к женщине может быть настолько же искренней, совершенной, насколько и к Богу». «...Знал многих женщин. Схоронил жену + Но всюду чуял тайный взгляд вишневый» (*А. Вознесенский. Я тебя посвящаю в любовь...*), что подчеркивает универсальность чувства, преодолевающего границы между сакральным и профанным. Этот синтез находит отражение в поэтической сочетаемости, где, по словам Т.Д. Соколовской, «специфика идиостиля» проявляется в смелых метафорах, таких как «вишневые глаза» или «посвящение в любовь», которые, нарушая языковые нормы, становятся «гибкими психическими представлениями» [Соколовская, 2011, с. 168; Новиков, 2001, с. 64].

Любовь как предмет иррационального понимания, в древней мифологической и религиозной сфере как восприятие события, происходящего с человеком, привела к сверхъестественному осмыслению концепции любви, и люди интерпретировали эту якобы непонятную и неопределенную сверхъестественную силу как волю богов, вмешивающихся в жизнь людей и определяющих их судьбу. В славянской мифологии есть божества, такие как Лада богиня – богиня весны, весенней пахоты и сева, покровительница *браха и любви*; и Лель – божество любви и/или брака. [Толстая. и др, 2012] Образы Леля и Лады часто встречаются в литературе и искусстве этого и последующих периодов, их можно найти, например, в произведениях Пушкина («Руслан и Людмила»), А.Н. Островского («Снегурочка») и др. Кроме того, ценность **ЛЮБВИ** отражена в народных сказках или образах, таких как Птица Сирин, Василиса прекрасная, Аленький цветочек, Царевна-лягушка. В многочисленных фольклорных текстах *любви* посвящены сказки, пословицы, поговорки, загадки и т.д.

Мифологические образы, такие как Лада и Лель, нашли отражение не только в литературе, но и в ритуальных практиках, где ключевые символы (хлеб, соль, яблоко) актуализируют сакральный смысл *любви*.

В рамках анализа религиозно-обрядовых символов *любви* и *браха* в русской традиции ключевую роль играют архетипические образы, зафиксированные в этнолингвистическом словаре «Славянские древности». **Хлеб**, выступает центральным символом свадебного ритуала – «свадебный каравай» олицетворяет не только материальное благополучие, но и сакральное единение супругов [Толстой, 2012, с. 419, 433]. Как отмечают исследователи, обряд преломления хлеба над головами молодожёнов восходит к древнейшим представлениям о «доле» и «судьбе», где зерно метафорически связывается с плодородием и жизненной силой. [Там же, с. 433] **Соль** [Там же, с. 114] в контексте свадьбы приобретает амбивалентную семантику: с одной стороны, её подношение гостям символизирует гостеприимство и «сладко-горький» вкус семейной жизни, с другой – обрядовое посыпание солью порога защищает от «дурного глаза». Этот образ коррелирует с паремией «Хлеб-соль дружбу крепят», подчёркивая синтез

материального и духовного в брачном союзе. **Яблоко и яблоня** [Там же, с. 608, 611] в славянской мифопоэтике устойчиво ассоциируются с любовной магией. В свадебных обрядах ветви яблони использовались для украшения венца невесты, что отражало идею расцвета и плодовитости. Фольклорный мотив «золотого яблока» как объекта сватовства (например, в сказке о молодильных яблоках) подчёркивает связь этого образа с эротическим подтекстом и вечной молодостью [Там же, с. 591-592]. **Хмель** [Там же, с. 442-443], традиционно используемый в пивоварении, в свадебном контексте метафоризирует «опьянение любовью» и радостное буйство жизненных сил. Обрядовое обсыпание молодых хмелем сопровождалось приговорами вроде «Чтобы жили шумно да гульно, как хмель вьётся вокруг тына», актуализируя идею неразрывности брачных уз. Примечательно, что отсутствие прямых упоминаний **яйца** в словаре компенсируется его имплицитной связью с архетипом мироздания (мировое яйцо) в общеславянской космогонии. В свадебной обрядности раскрашенные яйца могли символизировать зарождение новой жизни, что коррелирует с общеиндоевропейскими представлениями о яйце как источнике плодородия.

Эти архетипические образы, интегрированные в ритуальные практики, формируют не только «семиотический каркас» русской свадьбы, но и создают символический язык для осмыслиения *любви* как явления, синкретически соединяющего природную цикличность и сакральный космический порядок. Как убедительно демонстрирует Н.И. Толстой, подобная символика выполняет не декоративную, а онтологическую функцию: «переводя бытовое действие в план мифопоэтического бытия» [Толстой, 2012, с. 419], она закладывает основы не только для художественной рефлексии в классике, но и для народной мудрости, кристаллизованной в пословицах.

Такой синтез земного и трансцендентного находит свое продолжение и в языковых формулах фольклора и литературных произведениях. Концепт **ЛЮБОВЬ** в паремиях синтезирует архаичные ритуалы и этические максимы, противопоставляя духовный идеал десакрализованным трактовкам XX века. Если в литературе XX века (А. Проханов, В. Михальский) любовь зачастую

редуцируется до страсти или социальной конвенции, то пословицы актуализируют архаичные ценности, восходящие к обрядовой семантике:

1) Дуализм любви: как и в анализируемых литературных произведениях, пословицы отражают противоречие между *страстью* («Любовь зла...») и *духовной связью* («С милым рай и в шалаше») [Кремшокалова и др., 2020, с. 253]. Однако в отличие от «сорокалетних» писателей, фольклор подчеркивает приоритет нравственного начала: «Любовь не картошка – не выбросишь в окошко» (неразрывность обязательств).

2) Образы и ценности. Важнейшей аксиологической функцией пословиц становится трансляция коллективных норм. **Семья как основа:** «Муж и жена – одна сатана» (единство), «Хлеб да соль – любовь до воли» (связь с ритуальной символикой). **Труд и терпение:** «Любовь не пожар, а загорится – не потушишь» (стихийность) vs «Любовь горька, да без нее жизнь сладка» (принятие испытаний). **Женственность и материнство:** «Жена не гусли – поиграв, на стенку не повесишь» (уважение к роли женщины), перекликается с образом Катерины у Белова.

3) Критика эгоизма: выражения осуждают потребительское отношение, свойственное героям А. Проханова и В. Михальского: «Любишь брать – люби и отдавать», «Любовь не купишь за деньги». Таким образом, пословицы аккумулируют архетипы, уходящие корнями в обрядовую практику (хлеб, единство), но трансформируют их в этические максимы. В отличие от литературы XX века, где ЛЮБОВЬ часто десакрализуется, фольклор сохраняет связь с духовно-нравственным идеалом, близким «деревенской прозе» В. Белова [Белов, 1986].

Ценностные ориентиры концепта раскрываются через систему культурных кодов: Религиозный код («Где любовь, тут и Бог») актуализирует сакрализацию чувства, связывая его с божественным порядком и жертвенностью.

В прозе Л.Н. Толстого метафизика *любви* обретает конкретно-историческое воплощение через этику деятельного добра. Как показано в исследовании И.И. Сизовой, рассказ «Где любовь, там и Бог» (1885) представляет собой

творческую переработку рождественской сказки Рубена Сайяна, где Толстой сознательно устраниет «церковную рамку» первоисточника, акцентируя не ритуальную обрядность, а практическое воплощение евангельских заповедей [Сизова, 2019, с. 56]. Главный герой, сапожник Мартын, через конкретные акты милосердия (приют замерзающего дворника, помочь солдатке с ребёнком, примирение старухи и воришки) реализует библейский принцип «так как вы сделали это одному из сих братьев Моих меньших, то сделали Мне» (Мф. 25:40). При этом авторская правка рукописей демонстрирует последовательное смещение акцента с сакрального события (Рождества) на экзистенциальное переживание божественного в повседневности: финальное откровение героя – «понял Авдени, что не обманул его сон» – утверждает любовь как онтологический мост между земным и трансцендентным [Там же, с. 58]. Этот подход коррелирует с толстовской философией «оправдания добра», где этическое действие становится формой богопознания, а социальная критика (образы отставного солдата Степаныча, нищих) подчёркивает антиклерикальный пафос: подлинная религиозность проявляется не в храмовых ритуалах, а в преодолении эгоизма через жертвенное служение [Там же, с. 56-57]. Таким образом, толстовская трактовка любви синтезирует христианский универсализм («где любовь – там Бог») и экзистенциальную антропоцентричность, предвосхищая экзистенциальные поиски литературы XX века.

Соматический код («Сердце – не камень», «Любовь начинается с глаз») фиксирует антропоцентризм восприятия, где телесные метафоры становятся носителями эмоционального опыта Кремшокалова и др., 2020, с. 253]. Природно-символический код («Любишь розу – терпи шипы», «Жизнь без любви, что год без весны») подчеркивает цикличность и испытания как условия подлинности чувства, восходя к архетипам мифopoетического сознания [Там же, с. 254].

При этом авторы подчеркивают, что «простые» символы (хлеб, кольцо, огонь) кодируют онтологические ценности – верность, жертвенность, вечность – формируя «семиотический каркас» русской культуры [Там же, с. 254]. Эти художественные и народные трансформации сохраняют генетическую связь

с обрядовой семантикой, наполняя её новым экзистенциальным содержанием.

Новые проявления любви и новые связи слова (современные коммуникативные жанры)

Эволюция темы любви в российских популярных песнях: от советского идеализма к цифровому экзистенциализму.

Формирование языковой картины мира через песенный дискурс остается актуальным предметом научного осмыслиения, демонстрируя, как традиционные жанры влияют на когнитивные и коммуникативные паттерны лингвокультуры. В работе А.Н. Матрусовой, подчеркивается, что народная песня – это не просто художественный текст, а синкетический феномен, объединяющий мифическое и поэтическое мышление. Её дискурс организует коммуникативное пространство через повторы, локализацию событий и ритуальные формулы, что способствует передаче ключевых культурных концептов – ЛЮБОВЬ, СЕМЬЯ, СМЕРТЬ. Важнейшим аспектом является реализация функций языка в песне: от фатической (установление контакта) до эмотивной и регулятивной. Например, инициальные конструкции в народных песнях не только задают нарратив, но и вовлекают слушателя в диалог, формируя общее символическое поле. Эстетизация повседневного через идеалы красоты закрепляет в сознании архетипы, которые транслируются через поколения [Матрусова, 2018].

Эти механизмы находят отражение в современных коммуникативных жанрах. Если традиционная песня создавала коллективное переживание через ритуал, то сегодня цифровые платформы, мемы или короткие видео становятся новыми «дискурсивными пространствами» для выражения эмоций и построения связей. Повторы хэштегов, визуальные метафоры, игровые формы общения – все это наследует принципы песенного канона, адаптируя их к реалиям XXI века. Таким образом, изучение песенного дискурса помогает понять, как исторические модели коммуникации продолжают влиять на языковую картину мира, даже в контексте новых форм любви и взаимодействия.

Тема любви в российской популярной музыке, начиная с позднесоветского периода и до 2020-х годов, служит уникальным зеркалом социально-культурных трансформаций.

В военных балладах, например в песне «Катюша» (М. Блантер, 1938), романтическое томление («Выходила, песню заводила») обретает эпическое измерение. Здесь женская верность становится аллегорией фронтового братства, где личное чувство растворяется в патриотическом долге. В песне Георга Отса «В день рождения» (1950-е) любовь обретает черты коллективного ритуала, где лирическое высказывание становится микрокосмом послевоенной советской реальности. В тексте, где второй куплет оказался исключён из официального песенника, проявляется ключевой парадокс: любовное признание строится через перечисление невозможностей («Не могу я тебе в день рождения / дорогие подарки дарить»). Этот риторический приём превращает материальную аскетику в духовную щедрость: герой, живущий в общежитии и «не сделавший открытия», предлагает возлюбленной не цветы, а «верное сердце» – аллегорию поколения, чья романтика питалась мечтой о будущем («оно, несомненно, за мной»). Строки «До зари простоять под окном» и «каждый раз возвращаться пешком» обнажают хронотоп послевоенного романтизма: любовь здесь – пешее паломничество, где пространственная ограниченность (общежитие, ночные улицы) компенсируется временной протяжённостью (весенние ночи, предрассветные часы). Подчеркивают неразрывность личного чувства и общественного долга, где романтическое обещание переплется с идеей общего пути – «Мы пройдем дорогой одной», и дорога здесь – это видение и обещание будущего. Кроме того, мотив жертвенной преданности достигает апогея в классике Аллы Пугачёвой «Миллион алых роз» (1982), где любовь художника к актрисе метафорически воплощается в «Миллионе алых роз» – символе абсолютной самоотдачи. Распад СССР породил ироническое переосмысление романтических канонов. В народной стилизации «Ой, мороз, мороз» (1990-е) метафорика зимней стужи («заморозил девки косы») пародийно обыгрывает тему *неразделённой любви*, сохраняя

при этом веру в её экзистенциальную значимость – своеобразный «романтический нигилизм» переходной эпохи.

Переход к 2000-м годам ознаменовался бунтом против традиционных рамок, где СВОБОДА и ЛЮБОВЬ обрели трагическую взаимозависимость. Группа Би2 в «Молитве» (2000-е) через религиозную образность («Ты моя молитва, ты мой свет») сакрализует чувство, превращая его в опору для личности, потерянной в условиях социальной нестабильности. Этот эмоциональный культ, как показал анализ композиции, становится зеркалом постсоветской духовной пустоты – интимные отношения здесь выполняют компенсаторную функцию, замещая распавшиеся системы коллективных ценностей. В «Мой рок-н-ролл» (2000-е) тот же коллектив доводит этот конфликт до экзистенциального максимума. Дорожная метафорика обретает двойное измерение: это и физический побег, и вечное странствие творческого духа – художник, обретая свободу через постоянное движение, неминуемо жертвует стабильностью любовных связей: *Дорога в мой дом и для любви это не место*. Метафора обнажает жестокую эстетическую логику: целостность творческой идентичности требует фрагментации чувственного опыта. Философский парадокс песни проявляется в строчках «мой рок-н-ролл никогда не был ни целью, ни средством» – здесь свобода становится самопожирающим концептом, где творчество, превратившись в экзистенциальную необходимость, формирует новый тип одиночества. Меланхоличное принятие этой данности маркирует ключевой сдвиг: в отличие от жертвенной риторики Пугачёвой, любовь теперь осознаётся как временное убежище между *гастролями существования*. Это «двойное изгнание» (одиночество в движении или поиск зеркальной творческой пары) отражает драму поколения, вынужденного заново изобретать формулы близости на руинах советских социальных конвенций. Параллельно с экзистенциальным роком развивается урбанистическая лирика: в «Районы-кварталы» (Звери, 2003) герой берет на себя инициативу прервать эти отношения. «Районы, кварталы, жилые массивы» манят главного героя: столько всего интересного, его ждут новая жизнь и большой город. Песня на стыке «жизы» (жизни), юмора и обычной молодежной

драмы. Этот «микротопографический романтизм» локализует романтику в пространстве **постсоцреализма**.

2010-е годы привнесли рефлексию над самой сутью любви. Скриптонит в треке «Это любовь» (2010-е) задаёт горький вопрос: «**Это любовь, или просто привычка? **», обнажая кризис доверия в эпоху экономической нестабильности. Тема хрупкости отношений раскрывается в дуэте Григория Лепса и Ани Лорак «Зеркала» (2012): метафора «**Любовь разбилась вдребезги**» отражает не только личные драмы, но и общую фрагментацию социальных связей в цифровую эру. Женский голос обретает новое измерение: в «Выбирать чудо» (Нюша, 2013) «**выбирать своё чудо**» декларирует право на эмоциональный суверенитет. В тексте песни «О Боже, какой мужчина!» (2013) обнаруживается репрезентация концепта, в контексте представления о детях («**Я хочу от тебя сына/дочку**») относится к желанию физического взаимодействия в отношениях. В 2020-х годах формы выражения любви все больше расширялись: от приравнивания её к материальным потребностям до сравнения с абстрактными понятиями: чаще растворяется в абстракциях или сводится к сиюминутным импульсам. MORGENSHTERN в «Последняя любовь» (2024) цинично заявляет: *Последняя любовь, пепел на простынях. Бери все мои вещи, выкидывай из окна.* В песне Неделимы (artik & asti, 2017), использование грандиозных метафор, таких как «космос и бесконечность» (вселенная и бесконечность), возносит любовь на уровень, который выходит за пределы времени и пространства, демонстрируя её бесконечную и неделимую природу.

Эволюция темы любви в российском музыкальном дискурсе раскрывает диалектику колективного и индивидуального в условиях социальных трансформаций. От советской «агапе-романтики», через постсоветский экзистенциальный бунт, утверждающий свободу как трагический разрыв с традиционными узами, к цифровой эпохе, где любовь балансирует между физиологией и мистификацией. Эволюция музыкальных стилей параллельна текстовым трансформациям. Философский подтекст этих изменений можно описать через концепцию «Воли к жизни»: **ЛЮБОВЬ** из социального

ритуала превращается в инструмент самореализации и борьбы с экзистенциальной пустотой. Однако если в 2000-х эта борьба носила героический оттенок, то сегодня она всё чаще сводится к поиску убежища в сиюминутном, будь то виртуальные отношения или эскапизм через музыку. Таким образом, российская поп-музыка фиксирует не только смену романтических идеалов, но и глубинное переформатирование самой концепции любви – от коллективной скрепы до индивидуального конструкта. Парадокс современного романтизма в его двойственности: технологическая гиперрационализация чувств соседствует с архаичной тягой к космическим аллегориям, а физиологический цинизм – с ностальгией по утраченной целостности.

Коммерциализация концепта ЛЮБОВЬ: маркетинг и реклама

Современная лингвистическая динамика демонстрирует устойчивую экспансию концепта ЛЮБОВЬ в русскоязычном медийном пространстве, где актуализируется его коннотативно-оценочный потенциал через инновационные формы лексико-семиотической сочетаемости. Иллюстрацией служит гипертрофированная эксплуатация невербальных маркеров (стилизованные сердечки, эмодзи) для репрезентации не только романтических чувств, но и утилитарных интересов – от выражения благодарности до продвижения сильного интереса к определенным объектам.

Методология исследования интегрирует анализ современных коммуникативных форматов, охватывающий цифровые рекламные объявления, веб-ресурсы и интерактивные дискуссионные платформы. В соответствии с классификационной моделью Л.А. Капанадзе, идентифицировавшей базовые гипержанры как специфическим модусом бытования текста электронной коммуникации (веб-сайт, домашняя страница, чат, коммерческий контент, рекламные баннеры), данные текстовые форматы рассматриваются как специфические модусы реализации дискурсивных практик, обусловленные медийно-технологическими особенностями цифровой среды [Капанадзе, 2002].

Концептуальная эксплуатация лексемы *любовь* в современном русском дискурсе проявляется через актуализацию её деривационного потенциала («любята», «любимка», «любовник»), активно задействованного в нейминговых стратегиях коммерческих субъектов: сувенир «Любимка Сердце», сети интернет-магазинов «Любимый», ресторан «Любим Суши», образовательный центр «Любята» и др. Расширение сочетаемости слова сопровождается как позитивными, так и спорными коннотациями: семантической амбивалентностью – от позитивной коннотации семейных ценностей в маркетинговых практиках до гибридизации трудовых и романтических дискурсов, что иллюстрируется рекламным слоганом *«С нами по любви уже более 20 лет»* (*Реклама «Вкусно – и точка», 2024*), где радиоверсия мифологизирует корпоративные отношения через атрибуты «семейной атмосферы», устойчивости и групповой принадлежности.

Кроме того, корреляция между сексуальностью и романтическим дискурсом реплицируется в специализированных маркетинговых нарративах, где ЛЮБОВЬ функционирует как семиотический заместитель интимности.

Иллюстрацией служат нейминговые стратегии магазинов для взрослых («Интим», «Точка любви»), активно эксплуатирующих инфантильные семиотические маркеры (стилизованные сердечки с цифровыми кодами «24 часа»/«+18») для эвфемизации табуированной тематики. В данном контексте реализуется модель семантической эквивалентности, при которой лексема *любовь* и её визуальные презентации выступают сублимированными дескрипторами *секса* (= интима), генерируя дополнительные коннотативные пластины через комбинаторику числовых и графических элементов.

Аналогичный механизм концептуальной гибридизации наблюдается в цифровых платформах знакомств (*love.ru*), где доменное имя актуализирует амбивалентность коммуникативного жанра, синтезирующего романтический дискурс с технологиями медиатизированного взаимодействия. Данный феномен отражает ключевую особенность современных гипержанров – оперативную адаптацию ассоциативного потенциала концепта к полифункциональным коммуникативным задачам.

Параллельно с актуализацией позитивных коннотаций наблюдаются деривативные эффекты лингвосемиотического воздействия, такие как гиперсемантизация лексических единиц – феномен, при котором комбинация слов/символов провоцирует автоматические ассоциации сексуализированными практиками. Кросс-культурным примером выступает американский бренд The Love Leash: семантика лексемы «leash» (повоdок) активирует референции к фетиш-субкультурам, что обуславливает необходимость дискурсивной компенсации – на официальном сайте размещён пояснительный контекст: «Encased in a heart-shaped box... (*Заключённый в коробку-сердце...* выгул питомца)¹⁶», нивелирующий потенциальные двусмысленности. Подобный семиотический диссонанс, как отмечено в телевьювью с представителем компании, возникает из-за гипертрофированной сексуализации фразеологизмов («heart-shaped box»), что требует экспликации прагматики продукта. Данный кейс демонстрирует механизм формирования непреднамеренных коннотаций при концептуальной гибридизации, когда романтический дискурс («love») коллизионирует с периферийными семантическими наслойениями («leash»).

В цифровой коммуникативной среде наблюдается феномен, где лексема *любовь* функционирует как семантический субSTITUT сексуальности, гибридизируясь с элементами интимного дискурса и графическими символами (эмодзи). Иллюстрацией служат фразеологические инновации типа *любовь по телефону* (т.е. *секс по телефону*), *любовь втроём* (т.е. *секс втроём*), маркирующие процесс реконцептуализации межличностных отношений через призму лингвокультурной метафоры. Особый интерес представляет фразеологическая трансформация понятия «*свободная любовь*», репрезентирующая альтернативные модели социального взаимодействия: «*Уверяет, что у вас чудесные отношения... Свободная любовь и никаких*

¹⁶ На сайте (<https://theloveleash.com/>) прилагается не только инструкция, но и дополнительные объяснения: «*Encased in a heart-shaped box, this leash... allowing two people to walk (the pet) together with ease and harmony.* – Заключенный в коробку в форме сердца, этот поводок позволяет двум людям легко и гармонично выгуливать (домашнего любимца) вместе». В телевьювью сотрудник говорит, что часто возникает недопонимание, потому что подобное словосочетание (*a heart-shaped box*) сильно сексуализировано («*highly sexualised*»).

обязательств» (Татьяна Иванова, Он не звонит, «Семейный доктор», 15.04.2002) – нарратив, деконструирующий институт брака; *«...культ свободной любви... вызов семье»* (Т.К. Ростовская, Н.А. Ростовская, «Информационное общество», 2014); *«...процветает свободная любовь»* (Кенан Малик, Люся Ширшова, «Я – синглтон». Почему людям для счастья больше не нужны отношения, 2019.03). Данные примеры демонстрируют диглоссию языкового кодирования – параллельное существование традиционных и инновационных семейных моделей, где неологизмы выполняют функцию социокультурных маркеров, фиксируя ценностный сдвиг от нормативности к плюрализму отношений.

Анализируемый тип межличностных взаимодействий квалифицируется как *«полиамурные отношения»* – модель, предполагающая возможность поддержания множественных интимных связей, интегрирующих эмоциональную близость, ответственность и аффективную привязанность. В российском социокультурном контексте данная практика маркируется как девиация через призму православной доктрины, трактующей немоногамные формы брака как аморальные. Статистические данные¹⁷ подтверждают корреляцию между полигамией и мировоззренческим нонконформизмом: доминирование атеистов и представителей маргинальных религиозных течений (саентологи) среди адептов этой модели.

Концептуальная оппозиция *«плюралистическая любовь vs. религиозный традиционализм»* исключает возможность компромисса, актуализируя ценностный конфликт между: свободой (отказ от нормативов «традиционного семейного рабства»); реляционной этикой (*верность, забота* как базис консервативного понимания любви). Формирование нормативной базы для подобных отношений, как отмечают ученые [Ваторопин, Миронова, 2021, с. 146], происходит преимущественно в цифровых коммуникативных нишах, выполняющих роль «социальных инкубаторов» для маргинализированных групп. Несмотря на периферийный статус этих сообществ, их лингвокультурное влияние

¹⁷ Полигамия. Социологическое исследование Russian Field. URL: <https://russianfield.com/projects/poliamoriya.html> (дата обращения: 10.04.2024).

проявляется через семантическую эрозию традиционных концептов и генерацию неологизмов.

Согласно проведенному анализу, развитие концепта ЛЮБОВЬ охватывает диахронический переход от демифологизированной сакральной парадигмы («любовь к Богу») к современной утилитарной семантизации, где термин актуализируется для обозначения потребительских предпочтений. Данный процесс манифестируется: 1) экспансией семантического поля – включением периферийных ассоциаций; 2) десакрализацией – утратой ауры интимной исключительности; 3) аллегоризацией – метафорическим переносом на предметные денотаты.

На уровне лексико-фразеологической динамики наблюдается бинарная трансформация: с одной стороны, сохраняется рефлексия при признании «высокого» уровня ЛЮБВИ как духовного идеала; с другой – происходит нормализация её «низкого» уровня – физической стимуляции (*любовь-сексуальность*). Этот семантический дуализм отражает ценностный сдвиг в массовом сознании, где традиционная этика сосуществует с дестигматизацией телесности. Как демонстрируют корпусные данные, современная коммуникация синтезирует:

- нормативную риторику (прославление верности);
- экспериментальные практики (открытое обсуждение интимности).

Таким образом, языковая презентация концепта выполняет роль социокультурного барометра, фиксирующего переход от монистических к плюралистическим моделям интерпретации *любви*.

Новые синтагматические связи слова *любовь* в русском языке

Анализ синтагматических связей лексемы *любовь* в современном русском языке демонстрирует эволюцию её концептуальной репрезентации, отражающую как устойчивые культурные паттерны, так и трансформации под влиянием социокультурных изменений. Традиционные модели сочетаемости, описанные в работах Ю.Д. Апресяна, включают:

- Препозитивные конструкции с дательным падежом (любовь к родине, к истине), маркирующие направленность чувства на абстрактный или социально значимый объект.
- Адъективные определения (слепая, жертвенная, платоническая любовь), актуализирующие этические или философские аспекты концепта.
- Глагольную валентность (испытывать, дарить, заслужить любовь), формирующую фреймовую структуру эмоционального акта [Апресян, 1995].

Однако в XXI веке возникают новые синтагмы, реконфигурирующие семантику *любви* в контексте нестандартных отношений и цифровой культуры.

«Любовь втроём»: от маргинальности к дискурсивной нормализации

Феномен *любовь втроём*, репрезентирующий альтернативную модель межличностных коммуникаций, подразумевает совместное проживание и интимное взаимодействие трёх партнёров, будучи вариацией группового брака, обозначаемого в русскоязычном дискурсе как «шведская семья» [Хоменко, 2011, с. 6]. Данный феномен, легитимизированный исключительно в сфере неформальных социальных практик, находит отражение в культурных артефактах: литературных произведениях 1920-х гг. («Зависть» Ю. Олеши, «Любовь пчёл трудовых» А.М. Коллонтай), кинематографе («Третья Мещанская», 1927), а также современных медиадискурсах. Корпусный анализ фиксирует узуализацию выражения в контекстах:

- критического анализа художественных текстов («вынужденная "любовь втроём"», Литовская, Созина 2004: 283);
- публичных дискуссий о повседневных отношениях («Познали ли вы радость любви втроём?», «Известия», 16.08.2002);
- автобиографических нарративов («союз "любовь втроём" без ревности» Асса Новикова. Работать, строить и не ныть, 2019);
- историко-культурных исследований («новая интерпретация в оттепельном искусстве/новый взгляд на проблему вынужденной "любви втроем"» Н.Б. Лебина. Мужчина и женщина, СССР – оттепель, 2014).

Эта синтагма, сохраняя маркер «неофициальности», демонстрирует сдвиг от табуированности к дискуссионной открытости, отражая переосмысление семейных и романтических норм. В то же время, любовь как «альтернатива» *сексу* отражается в изменении её собственной валентной связи. Например, выражения «секс/любовь по телефону».

«Любовь – это ...»: между ностальгией и цифровой адаптацией

Есть история культовых вкладышей и, соответственно, известные цитаты: «Любовь – это (love is)» Это турецкая жевательная резинка с вкладышами на любовную тематику. Это один из символов 90-х и настоящий объект культа. Она была популярна в 1990-х годах и до сих пор продается в России. На вкладышах были представлены рисунки британского художника Билла Эспри, иллюстрирующие различные аспекты отношений между мальчиком и девочкой, а также содержит связанный с ним объяснение.

Эти тексты обычно делятся на образные и абстрактные определения, где абстрактное определение относится к символам, связанным с *любовью*, таким как *чувство сердца* или *душа* («Любовь – это язык, на котором говорят все сердца», «...когда его фотография стоит у тебя на столе, а твоя любовь живет в его сердце.» «...когда всё, что у вас есть, – душа»); любовь к какому-то неизвестному явлению или мотивация к нему («... то, что держит мир вместе.» «... то, что помогает тебе каждый день.» «... то, что заставляет Землю крутиться»). Или текст призван подчеркнуть высшую ценность любви: «Любовь – это ... самая драгоценная вещь, которую ты можешь дать».

Текст образного действия тесно связан с реалиями жизни и находит отклик у адресата. Содержание, воплощенное в тексте обычно призвано передать юмористическое определение *любви*. Например: некоторые из данных текстов имеют признаки, указывающие на любящую терпимость и взаимопонимание – «... не возмущаться, когда идет её любимый сериал.», «...смотреть футбол вместе с ним». В этой теме используются стереотипные различия между предпочтениями мужчин и женщин в отношении телевизионных программ, поощряются понимание и уважение, когда другой человек смотрит контент, который его

интересует, вместо того чтобы проявлять нетерпение или даже спорить, потому что это не соответствует их собственным предпочтениям. Некоторые выражения *любви* по отношению к ценности её материальных аспектов в аналогичной схеме кратких определений: «*Любовь – это ... когда ты не спрашиваешь цену её нового платья*». Ещё текст: «... беспокоиться о ней, а не о машине (На рисунке изображен мальчик, обнимающий девочку со стороны явно поврежденного автомобиля после дорожно-транспортного происшествия)». Здесь, показывая связь между *любовью и заботой*, демонстрирует результаты сравнения между *любовью и материальными благами*. Помимо отношений между двумя людьми, существуют приложения, касающиеся семейных отношений (*Любовь – это покупать детям то, чего у тебя никогда не было*).

На основании подробного прочтения соответствующих текстов можно сделать вывод, что в текстах в форме «Любовь – это (Love is)» больше подчеркиваются забавные аспекты отношений. Два героя комикса также являются очень известными персонажами, и иллюстрации в такой форме содержат особую память о поколении 90-х, характерную для того времени. Они вызывают диковинную ностальгию. Однако ушные знаки превратились в нечто большее. В качестве интернет-мемов распространяются не только уникальные рисунки художников и жвачные вкладыши, но и изобретения/творения неизвестных людей из сети.

В цифровую эпоху многие пользователи сети рисуют свои вариации картинок с пузатенькими мальчиком и девочкой. «Любовь это... (символ сердца, и два рисунка, содержание: на первой картинке изображены мальчик и девочка, которые вместе наслаждаются едой, на второй – мальчик и девочка, которые потолстели, держатся за руки) ...жиреть вместе». Помимо мемов, связанных с удовлетворением аппетита, имеются мемы, связанные с играми. «Любовь это... (изображение двух символов сердца, наложенных друг на друга, и рисунок с мальчиком и девочкой, сидящими бок о бок, в наушниках, смотрящими на два экрана компьютерных мониторов перед собой) ...вместе играть в танки». Есть и более прямолинейные рисунки, связанные с выражением сексуальности. Некоторые даже используют этот мем для демонстрации токсичных и нездоровых

неосновных ценностей в интимных отношениях; саркастическое применение текста, т.е. реакция на крайности и негативные проявления в отношениях: «...спать вместе с ней, даже если она одержима дьяволом». Предложение распространяется в виде мемов, также будет следовать за изменением горячей точки и развивать новые идеи. Постэпидемический период породил «Любовь это – ... Ходить на все встречи в зум».

Применение фразы «Любовь это – ...» все еще активно используется. Мы часто встречаем подобные выражения в рекламе. Реклама магазина «Пятёрочка» в стиле вкладышей «Love is»: «Любовь это... (содержание изображения: Пакет с логотипом торговой сети, содержащий различные продукты питания – овощи фрукты и т.д., с тремя разбросанными символами в форме сердца вокруг пакета) ...заказать доставку, чтобы она не несла тяжёлые пакеты». Бывают также случаи, когда текстовый элемент «Любовь это (Love is)» просто используется в изображении или тексте рекламы. (У сети «МегаФон» реклама «Love is» в проведении кампании онлайн-платформы, посвященной Дню святого Валентина.)

Новые синтагматические связи слова *любовь* свидетельствуют о расширении его концептуальных границ. Традиционные модели, акцентирующие направленность и жертвенность, существуют с синтагмами, легитимирующими плюрализм отношений («*втроём*») и обыгравшими цифровую реальность (*мемы, зум*). Этот процесс отражает не только языковую динамику, но и трансформацию социальных представлений о близости, где ирония становится инструментом рефлексии над традиционными и новыми ценностями. Таким образом, синтагматика *любви* превращается в зеркало социокультурных сдвигов, где даже маргинальные или коммерциализированные формы вносят вклад в семантическое обновление концепта.

Выходы по содержанию главы II

В результате синхронно-диахронного анализа и анализа синтагматических связей слова *любовь* установлено, что концепт ЛЮБОВЬ в русской лингвокультуре формируется через диалектику духовного и телесного, жертвенности и страсти, что находит отражение в его аксиологической структуре. Работы Ю.С. Степанова, В.И. Карабика, С.Г. Воркачева демонстрируют, что ценностная составляющая концепта включает как индивидуальные переживания, так и коллективные культурные коды, подчеркивая его роль в формировании национальной идентичности.

Сопоставительный анализ русской и китайской традиций выявил контраст в семантических призмах восприятия *любви*. Если в русской культуре акцент делается на трансцендентном горении и экзистенциальной жертвенности (архетипы Лады, Снегурочки), то китайский концепт 爰 (ài) встроен в систему социальной гармонии и ритуального долга, что проявляется в конфуцианской этике 仁 (rén) и даосских космологических представлениях. Паремиологический анализ подтвердил, что существует непосредственный контраст между иррациональностью и драматизмом, между судьбой и социальной ответственностью.

Исследование взаимодействия концепта ЛЮБОВЬ со смежными концептами (ЗАБОТА, СЕКС, СЕМЬЯ) выявило динамику трансформации ценностных ориентиров. В условиях цифровизации наблюдается редукция сакральной ауры ЛЮБВИ до «жидкого товара» (З. Бауман), где алгоритмы dating-приложений коммодифицируют аффект, а семейные модели эволюционируют от патриархальных к эгалитарным. При этом сохраняется амбивалентность: с одной стороны, усиливается связь *любви* с гедонистическими и прагматическими установками, с другой – в языке фиксируются попытки сохранить её как высшую духовную ценность через метафоры вечности и жертвенности.

Языковая экспликация концепта (парадигматические и синтагматические связи) демонстрирует семантическую эволюцию от христианской сакральности («агапе») до антропоцентрической интерпретации в пушкинскую эпоху и амбивалентности в современном дискурсе. Новые синтагматические связи («любовь втроём», «свободная любовь»), рекламные клише и интернет-мемы отражают влияние массовой культуры, нивелирующей традиционные представления о любви и актуализирующей новые представления – о самореализации в современных условиях.

Таким образом, синтез синхронного и диахронного подходов позволил раскрыть эпистемологическую природу любви как динамической смысловой системе, где взаимодействуют языковые структуры, культурные коды и индивидуальный опыт носителя языка.

**ГЛАВА 3. ЛЮБОВЬ КАК ЕДИНИЦА РЕЧИ:
ДИСКУРСИВНЫЕ КОНТЕКСТЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

3.1. Сопоставительный анализ концепта ЛЮБОВЬ (на материале русского и китайского языкового материала): динамическая трансформация в новых коммуникативных жанрах

Актуальность концепта языкового кодирования отражается во всех аспектах человеческой жизни, включая жизнь и смерть, эмоции, религию, политику, и т.д. Ценности и эмоциональные потребности постоянно меняются. Символические компоненты концепта ЛЮБОВЬ, охватывающие его выражения и проявления, подвергаются динамической трансформации. Как демонстрировалось ранее, данный концепт полифункционален в пространстве массовой культуры и коллективного сознания. В рамках настоящего исследования предпринимается дискурс-аналитический подход к изучению эволюционных паттернов ЛЮБВИ, фокусирующийся на специфике её вербализации, аксиологической оценки и прагма-лингвистического функционирования в таких типах дискурса, как реклама, социальные сети и СМИ. Здесь также будут рассмотрены семантические и ценностные изменения в выражении ЛЮБВИ в современных контекстах. Методологическое обоснование отбора данных дискурсивных практик исходит из тезиса о необходимости интеграции элементов микродиахронного анализа в исследование актуальных языковых динамик: исследование «обязательно предполагает элементы микродиахронного анализа» [Милованова, 2021, с. 611]. В условиях цифровой трансформации коммуникативного пространства исследование эволюции культурных концептов требует принципиально новых методологических подходов. В качестве ключевой аналитической единицы предлагается рассмотрение коммуникативного жанра как динамической структуры, синтезирующей лингвистические, культурологические

и антропологические аспекты. Данный подход, восходящий к теории речевых жанров [Бахтин, 1979, с. 242], приобретает особую актуальность в контексте межкультурных исследований. Если классическое понимание жанра как «двусторонней единицы с устойчивым ментальным образом» [Константина, 2015, с. 237] предполагало относительную стабильность культурных кодов, то современные цифровые практики коммуникации (от микроблогов до viral-контента) принципиально трансформируют механизмы концептуальной репрезентации.

Особый интерес представляет сопоставительный анализ концепта ЛЮБОВЬ в русском и китайском лингвокультурных пространствах. Этот выбор обусловлен: фундаментальной ролью концепта в формировании аксиологических систем обеих культур; парадоксальным сочетанием культурной специфики с глобализационными тенденциями; радикальным преобразованием его репрезентативных стратегий в новых медийных форматах.

Современная жанровая динамика, характеризуемая мультимодальностью [Кибрик, 2010, с. 148], фрагментарностью и гибридизацией дискурсивных практик, создает уникальный лингвокультурный «полигон» для наблюдения за трансформацией традиционных концептов. В китайских и русских сетевых дискурсах-каналах концепт ЛЮБОВЬ приобретает принципиально новые измерения через меметические репрезентации, сторителлинговые конструкции и интерактивные форматы взаимодействия. Этот процесс сопровождается не только адаптацией к цифровой среде, но и сложным диалогом между культурными традициями и глобальными медиатрендами.

Такой ракурс исследования позволяет преодолеть статичность традиционного концептуального анализа и выявить механизмы культурной трансляции в условиях цифрового полилога. Особое внимание уделяется сравнительной параметризации: степени каноничности / маргинальности репрезентаций; балансу верbalных и неверbalных компонентов и культурной специфике адаптации глобальных медиаформатов.

3.1.1. Языковое воплощение концепта ЛЮБОВЬ в рекламном дискурсе

В данном пункте мы проанализировали ЛЮБОВЬ в рекламном дискурсе и сосредоточились на характеристиках концепта ЛЮБВИ в туристических текстах, особенно в объявлениях, сообщениях СМИ и контенте, таком как тревел-журналы и блоги в рекламных интересах.

Рекламный дискурс представляет собой динамичную коммуникативную систему, где языковые средства активно актуализируют ключевые социокультурные концепты. Концептуализируя функциональные параметры исследуемого феномена, И.А. Котенева акцентирует его дуальную природу: данная сфера не только отражает эволюцию языка, но и конструирует символические модели восприятия действительности [Котенева, 2017]. Данный дискурсивный конструкт артикулирует социокультурные идеалы, выступая зеркалом актуальных культурных парадигм, опосредуясь рецептивными практиками аудитории – от интерактивного вовлечения до пассивной апpropriации нормативов. Рекламная культура, будучи дискурсивно компактной, операционализирует домinantные социальные конвенции, аксиологические ориентиры и мировоззренческие установки синхронного социума. Особую роль здесь играет концепт ЛЮБОВЬ, выступающий в качестве универсального эмоционального ядра для формирования потребительских аттитюдов. Наша задача – сравнить и проанализировать использование, восприятие и оценки концепта ЛЮБОВЬ в китайском и русском рекламных дискурсах, чтобы изучить сходства и различия и предположить, какие изменения произошли с течением времени и развитием общества.

Концепт ЛЮБОВЬ, занимающий ключевую позицию в универсальной аксиологической системе, обладает значимым эмоциональным потенциалом и обладает высокой коммуникативной эффективностью, что детерминирует его статус стратегического ресурса в рекламной коммуникации. В условиях бинарной стратификации рекламного поля на коммерческий и некоммерческий сегменты

аксиологическая специфика варьируется в зависимости от тематико-жанровых параметров коммуникации. В социальной рекламной парадигме, как отмечают М.С. Милованова и А.В. Рябова (2020), ЛЮБОВЬ репрезентируется через призму социальной ответственности и альтруистической заботы, направлена на активизацию социальной рефлексии и поведенческих паттернов, тем самым осуществляя семиотическое смещение фокуса с индивидуалистических установок. Особую опериональную значимость в данном контексте приобретает концепт соседской любви, выступающий эффективным инструментом пропаганды добродетелей в социально ориентированных медиатекстах. Анализ культурно-обусловленных моделей семейных взаимодействий в российской социальной рекламе «Родители и дети» демонстрируется феномен поведенческого мимезиса: подростки реплицируют невербальные паттерны родительских действий, что актуализирует дискурс о необходимости вербализации аффективных состояний («скажи родителям о любви») в сочетании с практическими проявлениями заботы [Шеламова, 2015]. Данный подход отражает коммуникативный реализм, характерный для славянской культуры, где эмоциональная экспрессия требует подкрепления конкретными действиями.

Концепт ЛЮБОВЬ в китайском социальном ролике «*爱的表达式*» (авторский перевод: *выражение любви*), созданном CCTV, реализуется через инновационный лингвосемиотический приём антропоморфной деконструкции лексемы «FAMILY». Посредством визуальной нарративизации буквенных символов: «F» (отец) и «M» (мать) как протективных агентов в детской фазе (защита семьи и эмпатийная забота); «I» (ребёнок) как субъекта подросткового бунта против родительского авторитета; трансформация ролей в зрелом возрасте с инверсией опекунских функций (сын обеспечивает уход за престарелыми родителями).

Семиотическая эволюция символов «F» и «M» от доминантных защитников к реципиентам сыновней заботы завершается коллективной перформацией верbalного акта «*Папа и мама, я вас люблю*», что маркирует цикличность семейных обязательств как культурно-обусловленного дискурса. Это воплощает

конфуцианский принцип «孝(xiào)» – (сяо) долг благодарности перед предками, где ответственность превалирует над эмоциональной спонтанностью. *Любовь* (и забота) к близким, родителям и пожилым людям также чаще всего встречается в социальных роликах (тексты социальной рекламы). Например, российская социальная реклама «Позвонить маме... опять не успел», китайские социальные рекламы: «别让父母感到孤单，常回家看看 (Не позволяйте своим родителям чувствовать себя одинокими, приходите домой почаще)». «别爱得太迟 (Не любите слишком поздно)», «爱心传递，孝敬父母：帮妈妈洗脚 (Передавое любящее сердце и почитание родителей: мытье ног мамы)» и т.д. Несмотря на различия в культурном контексте, все эти примеры используют символы-знаки любви как ключевое средство для пробуждения совести и продвижения традиционных ценностей, возможно, через **ЛЮБОВЬ**, чтобы преодолеть отчуждение поколений, или через символическое воспроизведение семейных отношений, чтобы связать эмоции и обязанности.

Современная социальная реклама – это напоминание членам общества со стороны общественных и государственных структур [Шеламова 2015; Милованова, Рябова 2020]. Вместе с тем 1) это не инициатива самих членов общества и 2) это косвенное свидетельство, что любовь, забота и внимание – не в фокусе зрения современного человека.

Как отмечают исследователи, подобные нарративы не просто отражают ценности, но конструируют «эмоциональный каркас» для противостояния общественным конфликтам, призывая к экстраполяции *семейной любви* на уровень социума. Концепт **ЛЮБОВЬ** в социальной рекламе функционирует как аксиологический конструкт, кодирующий коллективные ценности и интерпретирующий коммуникативные паттерны межличностных отношений, маркируя его роль в нейтрализации деструктивных социальных феноменов – конфронтации, агрессии и маргинализации, перцептуально фиксируемых социумом. Данный дискурсивный формат реализует стратегии пропаганды эмпатийных практик, апеллируя к этическому самосознанию индивида.

Репрезентация «*любви к ближнему*» (*соседям/друзьям*) в медиатекстах, как отмечается в исследовании, синтезирует эмоциональную привязанность внутри микрогрупп с универсальными моделями альтруистического участия по отношению к стратифицированным социальным акторам. На примере электронных торговых платформ OZON демонстрируется конвергенция коммерческого и социального дискурсов: поисковый запрос «забота» функционирует как интерфейс для агрегации товаров и инициатив, ассоциированных с концептом общественного благополучия, что реплицирует логику социально ориентированных коммуникативных моделей.

Концептуальная взаимосвязь между ЛЮБОВЬЮ и ЗАБОТОЙ, выявленная в рамках исследования, демонстрирует структурную взаимозависимость, где *забота*, как вербализованное проявление *любви*, активно эксплуатируется в маркетинговых стратегиях – отнейминга торговых точек до креативных механик продвижения (раздел 2.1.3). При этом периферийные семантические зоны данных концептов подвержены динамической трансформации под влиянием новых ассоциативных рядов: иллюстрацией служит кейс русскоязычной респондентки, чья персональная семантика *заботы* инкорпорирует «*влажные салфетки, увлажняющий крем и бальзам для губ*» под воздействием рекламного дискурса.

Лингвокультурный симбиоз лексем *забота* и *любовь* выступает универсальным паттерном коммерческой коммуникации, что подтверждается кросс-культурными примерами: китайский слоган 1990-х «*多点关心多点爱* (Больше заботы, больше любви)», ассоциирующийся с брендом мармелада «*喜之郎*», сохраняет актуальность в современных российских практиках, как демонстрирует кампания «*ЭТО ДЛЯ ЛЮБВИ*» от Магнит-Косметик. Параллельно наблюдается актуализация ценностных доминант самореализации (*профессионализм, элегантность, уверенность*) в контексте потребительского поведения, что репрезентировано в рекламе приложения Viber: «*Любовь, деньги, новые карьерные возможности... Хочешь узнать, что приготовил для тебя наступивший 2022 год?*». Контраст культурных парадигм проявляется в дифференциации рекламных нарративов: западный подход (Crossfit «*Your body*

will love you» с визуалом аутоэмпатии) акцентирует телесный нарциссизм как мотиватор, тогда как восточная традиция (кампания MOVE о медитации: *Love yourself. A woman's journey to selflove.*) фокусируется на целостность личности. Данные примеры подтверждают эволюцию потребительских мотиваций – от утилитарной необходимости к психоэмоциональной компенсации и социальному позиционированию.

Эти намерения направлены на то, чтобы связать понятие ЛЮБОВЬ с понятиями ДУША, ЗАБОТА, карьерой/профессионализмом, эмоциональной поддержкой, гуманизмом и усилить впечатление, связанное с положительными оценками. Содержание, изображенное в рекламе, иллюстрирует, что заботиться – значит любить. Концептуальный синтез лексем ЛЮБОВЬ и ЗАБОТА, актуализирующих одноименные семиотические категории, в пространстве коммерческой рекламы обуславливает конструирование репрезентационных моделей, фокусирующихся на дискурсах самозаботы и нарративах самоценности.

Коммерческая реклама, использующая слова и знаки, объективирующие представления о любви, напротив, акцентирует материальные ценности, связанные с удовлетворением физических потребностей. В структуре рекламного сообщения ЛЮБОВЬ часто репрезентируется через призму гедонистических ценностей и межличностной гармонии. Тезис Уильяма Бернбаха о доминанте эмоционального убеждения над рациональной аргументацией находит своё подтверждение в механизме имплицитного воздействия на массовое сознание в условиях потребительской культуры [Qin, 2019]. Эмпирические данные K. Mortimer (2008) демонстрируют эффективность брендинга при эксплуатации романтических образов, что объясняется интенсификацией ассоциативных когнитивных процессов. Лексикографический источник фиксирует базовый параметр рекламы как «информационный инструмент формирования потребительского спроса через оповещение о товарах/услугах» [Спиркин и др., 1987], что коррелирует с современными интерпретациями её манипулятивного потенциала.

При этом, как отмечает А.Г. Спиркин, реклама всегда сохраняет свою

прагматическую функцию создания спроса через опосредованную трансляцию социальных норм.

Концепт романтических отношений трансформируется в аксиологическую доминанту современной культуры и поведенческий паттерн, где практики сексуализированного опыта, особенно в контексте их коммерциализации, коррелируют с аффективной интенсификацией и гедонистической оптимизацией жизненного восприятия. В коммерческой рекламе концепт ЛЮБВИ часто актуализируется через призму сексуальности, однако культурные кодировки таких сообщений существенно различаются. Российские кампании, как показывает анализ И.А. Котеневой (2017), тяготеют к прямому эротическому подтексту с элементами иронии. В маркетинговой практике концептуальный синтез ЛЮБВИ и гастрономического дискурса иллюстрируется «валентинной» кампанией СберМаркета: *«любовь и паста»* (*Говорят, у итальянцев на уме только две мысли: любовь и паста. Предлагаем... объединить обе мысли в романтический ужин*), где эксплуатация культурного стереотипа о «*страстном темпераменте*» итальянцев обеспечивает семиотическую трансмутацию физиологического импульса в акт коньюмеризма. Аксиологическая корреляция между концептом ЛЮБОВЬ и концептом ЖЕЛАНИЕ репрезентируется через фрейминг интимно-коммуникативных практик, включая партнёрское взаимодействие. Аналогично, слоган Pall Mall *«Ночь твоя, добавь огня!»* через метафору огня связывает курение с интимным опытом, что соответствует западной традиции фетишизации товара как сексуального объекта [Mortimer, 2008]. Китайские же рекламодатели используют стратегию опосредованной эротизации: кампания Dove «*愉悦丝滑*» (*«Приятный и шелковистый»*) акцентирует тактильные ощущения от шоколада, создавая ассоциативную связь между потреблением продукта и межполовым сближением. В рекламной практике концепт ЛЮБОВЬ актуализируется через прагматику условно-символических связей, что иллюстрируется кейсом рекламы магазина *«Обувь XXI века»*: нарратив о «современной девушке», требующей приобретения товара для «интимных отношений», формирует дискурсивную зависимость между потреблением и сексуальным взаимодействием.

Как отмечено в разделе 2.1.3, корреляция СЕКСА и ЛЮБВИ реплицируется в специализированных рекламных стратегиях – нейминге магазинов для взрослых («Интим», «Точка любви»), где визуальные символы (сердечки) выполняют семиотическую функцию нивелирования прямой эксплицитности, одновременно генерируя дополнительные ассоциативные слои через цифровые маркеры (24 часа, +18). Данные практики реализуют модель семантической эквивалентности, при которой лексема *любовь* и её атрибуты становятся эвфемистической заменой *интимности*, что подтверждается доменным именем love.ru – платформы для цифровых знакомств.

Феномен гиперсексуализации лексики, провоцирующий автоматические ассоциации с сексуальным поведением, демонстрируется кросс-культурным примером бренда The Love Leash (США): сочетание «*love*» с «*leash*» (поводок) активирует коннотации, связанные с фетиш-культурой, что вызывает коммуникативные коллизии. Как указано в телевьюте, использование сексуализированного выражения «*heart-shaped box*» требует дополнительных пояснений на сайте (<https://theloveleash.com/>): «Encased in a heart-shaped box, this leash... allowing two people to walk (the pet) together with ease and harmony» («Заключенный в коробку в форме сердца, этот поводок позволяет... выгуливать домашнего любимца вместе») (перевод наш. – Су Х.), что подчеркивает диссонанс между первичным восприятием и утилитарным назначением продукта.

Следовательно, визуальная репрезентация товаров широкого спектра – от гигиенических и бытовых до категорий люкс (парфюмерия, украшения) и повседневного потребления (продукты питания, сигареты, одежда, автомобили) – нередко осуществляется через семиотизацию эротического дискурса, при отсутствии прямой функциональной корреляции с денотатами сексуальности. Сексуальные фантазии существуют не только в сфере частных фантазий, но и на экранах, и в общественной среде. Секс повсюду, и мы также можем объединить эту особенность с анализом *любви* и *страсти* в предыдущем разделе. Чрезмерно сексуализированное восприятие обусловлено мотивами общественного дискурса и тем впечатлением, которое его языковые выражения производят

на носителей языка, в результате чего даже самые невинные товары вызывают сексуальные ассоциации и образы.

В современном маркетинге товаров, связанных с деликатными темами, стратегии символической трансформации и метафорического конструирования становятся ключевыми механизмами нейтрализации социального дискомфорта. На примере рекламной кампании JISSBON 520 можно наблюдать, как бренд трансформирует мужскую тревожность в систему юмористических символов через нарратив потока сознания: абсурдные ассоциации глиняного анимационного персонажа (механическое ведение мяча, спонтанная готовка и т.д.) метафорически отражают физиологическую рассеянность, а финальный акцент на продукте «серии долговечности» завершает семантический цикл – от абстрактной тревоги к конкретному решению. Подобная поэтическая реконструкция, где физиологическая функция (пролонгация) переосмысливается как психологическое обещание («концентрация»), резонирует с стратегией российских магазинов для взрослых, использующих эвфемистические символы «сердце + 24». Оба подхода формируют социально приемлемые когнитивные траектории через иерархию символов, избегая прямых обозначений.

Сравнительный анализ выявляет культурную специфику эффективности метафор. JISSBON выстраивает целостную семиотическую цепь через динамический нарратив: локализованные образы вроде «утренней зарядки» точно соответствуют декодирующему способностям целевой аудитории. В то же время американский бренд The Love Leash, использующий ошейник в форме сердца для передачи «любовных уз», сталкивается с кросс-культурным диссонансом – символ активирует ассоциации с BDSM, что подтверждает ключевой принцип рекламы с сексуальными метафорами: открытость символической системы должна коррелировать с культурным порогом чувствительности аудитории. Умеренные метафоры повышают узнаваемость бренда, однако при превышении уровня абстракции российский символ «24-часовой близости» сохраняет функциональную направленность, тогда как The Love Leash теряет коммуникативную эффективность из-за семиотической

перегрузки.

Успешный маркетинг сексуально окрашенных метафор представляет собой сложное культурное уравнение: повседневные символы снижают табуированность (числитель), а декодирующая компетентность аудитории балансирует открытость (знаменатель). Финал рекламы LISBON с акцентом на продукте («семантический якорь») и семантическая подмена домена love.ru демонстрируют глубинный синтаксис современной рекламы: только динамическое равновесие метафорической системы в поле культурного восприятия позволяет трансформировать табуированные символы в потребительские коды. Таким образом, концепт ЛЮБОВЬ в рекламном дискурсе выступает не только как эмоциональный триггер, но и как инструмент семиотической алхимии, преодолевающей границы между интимным и публичным.

При этом, в отличие от российского примера, китайские ролики избегают прямой причинно-следственной связи, заменяя её «метафорами» – техника, характерная для конфуцианской культуры с её табуированием публичной сексуальности. Интересно, что обе культуры конвертируют сексуальную энергию в нарративы самосовершенствования, но с разной аксиологической нагрузкой. И обе они используют символы и метафоры, чтобы сделать «тонкие» намеки на запретные темы.

Все чаще наблюдается тенденция выражать первичные желания и стремления через конкретные объекты, особенно продукты питания. Эта стратегия используется в продвижении бренда продуктов питания, номенклатуре товаров, розничной маркировке и дизайне самих продуктов. Современная реклама использует тему *любви* для установления эмоциональной связи с потребителем. Однако культурный контекст сильно влияет на её значение. Китайский и российский рынки демонстрируют значительные изменения в визуальном и сенсорном изображении *любви*, а также культурные различия.

Конкретизация понятия *любовь*: от абстракции к мультисенсорным образам

Китайские примеры демонстрируют тенденцию к визуализации *любви* через социальные отношения. Например, цифровой сервис в 2018 году запустил

«Любовный аккаунт» (爱情账户), позволяющий парам фиксировать совместные расходы – здесь ЛЮБОВЬ материализуется в виде данных. Бренд косметики Shiseido в коллаборации с GQ China связал красоту с социальным одобрением: «Красота – это любовь. Красота – это 100 фотографий для подруги, чтобы получить один “лайк”». В рекламе Apple Watch «Unity Lights» (2021) тактильное взаимодействие (световые эффекты на браслетах) символизирует связь между партнёрами.

Российские примеры чаще акцентируют непосредственные сенсорные ассоциации. Так, сеть фастфуда HOT DOG BULLDOG использует слоган «Любовь с первого укуса», связывая эмоцию с физическим ощущением вкуса. Парфюмерные ритейлеры обыгрывают обоняние: например, фраза «любовь с первого входа» (в рекламе духов) метафорически персонифицирует первое впечатление от аромата. Визуальные каламбуры, как сердце в букве «Ю» в логотипе кафе «Люди любят» (с иконками круассанов и кофе), трансформируют абстрактное чувство в узнаваемый графический код.

Культурные различия в интерпретации любви

Китайский дискурс тяготеет к коллективистским ценностям. Например, реклама ювелирной коллекции Chow Tai Fook «礼赞» (Гимн), «520» (Я тебя люблю), «爱相牵» (Совместная любовь), «情约» (обещание любви). Использование в дизайне золотых украшений формы сердца и китайского иероглифа, обозначающего удачу, подчеркивает, что ЛЮБОВЬ составляет основу семьи, брака. Социальные проекты, такие как «汇聚爱 (Любовь в слиянии)» (2016), расширяют понятие ЛЮБВИ до уровня общественной солидарности. В российской рекламе акцент делается на впечатлениях и гедонизме. Например, кафе с граффити «Ешь, молись, люби»¹⁸ что ЛЮБОВЬ представляет собой сочетание опыта и выбора, материальности и духовности, действия и размышления со стремлением к повседневным удовольствиям. Косметический

¹⁸ «Ешь, молись, люби» является отсылкой к одноименной книге Элизабет Гилберт (2006) и её экранизации (2010). Эта фраза стала культурным мемом, символизирующим поиск гармонии через баланс телесных удовольствий, духовного роста и возможностей эмоциональной реализации. «Есть» олицетворяет наслаждение земными радостями (вкусная еда, путешествия, сенсорные удовольствия), «молись» – духовные практики и самопознание, а «люби» – эмоциональную открытость и принятие мира.

бренд L'Étoile в рекламе 2023 года заявляет: «Любовь – лучшая косметика. Но косметику купить легче», акцентируя самоценность эмоции и иронию над материальностью. Даже в региональном маркетинге (например, сувениры «Из Казани с любовью!») ЛЮБОВЬ подаётся как персонализированный «подарок» от места.

Сенсорные стратегии: сравнение подходов

Китайский рекламный дискурс делает ставку на символизм, традиции и коллективные ценности, используя визуальную сложность и метафоры. Русская реклама чаще опирается на эмоциональную прямоту, юмор и индивидуализм, с акцентом на визуальную динамику и простоту.

Обе культуры используют сердце как универсальный символ, но в Китае он чаще связан с долгосрочными обязательствами, а в России – с моментальным эмоциональным импульсом. Они отражают глубокую связь с культурным кодом аудитории, адаптируясь к глобальным трендам без утраты национальной идентичности. Конкретные примеры данных стратегий представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнение сенсорных стратегий в рекламе Китая и России, фокусирующихся на концепте ЛЮБОВЬ.

Сенсорный аспект	Китай (особенности и примеры)	Россия (особенности и примеры)
Вкус	<p>Метафорическая связь с социальными ритуалами:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Häagen-Dazs «Love in Every Scoop» (2023): романтический ужин с мороженым как символ «сладости отношений». – Каша Иньлу «Восемь сокровищ» (2009): «— Бабушка, какой вкус? — Вкус любви. — Иньлу вкус любви!» Связь с семьей демонстрируется через взаимодействие (внук дает бабушке поесть каши). 	<p>Прямая физическая ассоциация:</p> <ul style="list-style-type: none"> – HOT DOG BULLDOG: «ЛЮБОВЬ С ПЕРВОГО УКУСА» (2023) – связь любви с мгновенным вкусовым удовольствием. – «Вкусно- и точка» (2023): слоган «Выбирайте, то что любите» – акцент на личных предпочтениях.

Продолжение Таблицы 3

Обоняние	<p>Редко используется в явной форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Исключение: реклама духов Lancôme «La Vie Est Belle» (2021) с упором на «аромат счастья», но 	<p>Активная персонализация через запах:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Реклама парфюмерии: «любовь с первого входа» (2022) – аромат
	<p>без прямой ссылки на ЛЮБОВЬ.</p>	<p>как триггер эмоциональной памяти.</p> <ul style="list-style-type: none"> – L'Étoile: «Время любви» (2023) – парфюмированные наборы с акцентом на «химию чувств».
Тактильность	<p>Технологии как посредник:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Apple Watch «Unity Lights» (2021): синхронизация световых эффектов на браслетах для пар. – Цифровые открытки Alipay с анимированными сердечками (2023). 	<p>Физический контакт и материальность:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Браслеты DZI «для любви и семьи» (2023): традиционные узоры как символ связи. – Торт «ЛЮБЛЮ» ВкуМилл (2023): надпись из ягодного джема, подчёркивающая «съедобную нежность».
Визуальный код	<p>Символы коллективной идентичности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Чоу Тай Фук «礼赞», «520», «情约» золотые украшения в форме сердца для свадеб. – Oreo «Love Edition» (2022): розовое печенье с сердечками для семейных чаепитий. – Starbucks «Cup of Love»: сердечки на кофейных чашках как знак единства. – Дизайн формы сердца не только тесно связан с такими ключевыми словами, как «情人(любовник)» и «爱情(любовные отношения)», но и часто используется в рекламных плакатах, посвященных семейным отношениям и психическому здоровью. 	<p>Уличная эстетика:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Граффити «ЕШЬ, МОЛИСЬ, ЛЮБИ» в кафе (2022) – упрощённая философия через бытовые сцены. – Логотип «Люди любят» с буквой «Ю» в форме сердца (2023) – визуальный каламбур для фастфуда. – Реклама обувного магазина NAM «МЫ ❤️ 🔥» (2024) Используя эмодзи для прямого выражения общего смысла.

Сенсорные стратегии, характерные для рекламного дискурса в Китае в последние годы, они связаны с **долгосрочными ценностями** (*семья, традиции*), где даже вкус и тактильность опосредуются технологиями или ритуалами.

Исходя из этого, большая часть российских рекламных материалов выражает и подчеркивает **мгновенное восприятие** – любовь как *физический импульс* (укус, запах, зрительная память, мем), что отражает гедонистический подход. Культурный нарратив *любви- страсти* (от классической литературы до современного гедонизма) отражается в слоганах типа «Любовь в воздухе» (M&M's), где эмоция подаётся как спонтанное и физическое состояние.

Сердце как универсальный символ, в контексте русской и китайской культуры и используется довольно разнообразно; чаще всего оно встраивается в сложные композиции (туристические и культурные продукты и т.д.), а также может быть использовано в минималистском ключе (граффити, фастфуд, логотипы брендов и дизайн рекламных слоганов).

Важным аспектом является культурная специфика репрезентации *любви*. Если в западной традиции доминирует индивидуалистическая модель (например, парфюмерная реклама Chanel №5 с акцентом на личном обаянии), то в восточных культурах концепт чаще связывается с семейными ценностями. Конфуцианские ценности подчёркивают *любовь как долг* (*семья, социальная гармония*). Например, реклама косметики Shiseido связывает ЛЮБОВЬ с «150-летней историей» бренда, ассоциируя её с наследием. Концепт СЕМЬЯ активно внедряется в корпоративные коммуникативные стратегии [Чжан, 2022, с. 126], приобретая выраженную семантическую нагрузку в контексте романтической тематики (*любовь*). Как мы уже упоминали в примере с рекламой «*Вкусно – и точка* по любви (2024), где радиоверсия дополнительно акцентирует формирование «*атмосферы семейственности*» в профессиональной среде. В данном дискурсивном поле ЛЮБОВЬ и СЕМЬЯ функционируют как аксиологический конструкт, кодирующий позитивные коннотации стабильности межличностных связей, практик взаимной эмпатии и формирования групповой идентичности. Таким образом, мы видим в русской языковой картине как сходство с европейской

(западной) концепцией возвышения личности, так и улавливаем связь между идеей *семьи* и *любви*. Эта дихотомия отражает глубинные различия в понимании эмоционального взаимодействия, что необходимо учитывать при межкультурном анализе.

В туристическом дискурсе концепт **ЛЮБВИ** трансформируется в инструмент романтизации географических локаций, создавая эффект символического потребления пространства [Urry, 2002]. Метафоры влюбленности, такие как «*Париж – город любви*» или «*Венеция – невеста Адриатики*», актуализируют коллективные эмоциональные ожидания, что соответствует теории семиотизации пространства Маккэнелла [MacCannell, 1976]. Концептуализируя природу туристического дискурса, Вестито определяет его как комплекс лингвопрагматических практик, конструирующих социокультурные коннотации географических локусов [Vestito, 2016, с. 3]. При этом его функциональная специфика предполагает не только информационную транзитивность, но и целенаправленное формирование эмоционального резонанса у реципиента, что актуализирует структурное сходство с рекламной коммуникацией. Согласно классификации Л.М. Гончаровой, стратификация потребителей включает три базовые категории – отдыхающие (т.е. рекреанты), верующие, находящиеся на службе [Гончарова, 2012]. Данный дискурсивный формат реализует дуальную цель: наряду с презентацией фактологических данных, он ориентирован на генерацию позитивных аффективных состояний, стимулирующих конверсию восприятия в коммерческое действие. Иными словами, его коммуникативный потенциал проявляется в синтезе номинативной функции с импрессивной стратегией, направленной на конструирование привлекательного имиджа дестинации и интенсификацию мотивации к поездке.

ЛЮБОВЬ как увлечение: между романтизацией и стереотипами

Концепт **ЛЮБОВЬ** реализуется в туристическом дискурсе через геокультурные стереотипы, что иллюстрируется кейсом Парижа как *столицы любви*, где активизируется символический капитал романтики, художественного наследия и архитектурных доминант: «*Монмартр, окутанный*

аурой романтического эскапизма... открывает панораму "города любви"» (Новикова, 2020). Данная семиотизация трансформирует ЛЮБОВЬ в дискурсивную практику топофилии – эмоциональной фиксации на урбанистических локациях. Параллельно наблюдается феномен некритической аппретивности, выраженный в цитате о «*безграничной любви и доверии русских туристов к all-included-курортам*», дополняемый анализом эмоционального паттерна в материале «*Пхукет: из России с любовью*», где синтез рекреации и экономических перспектив формирует устойчивую аффективную связь с географическим объектом. Стереотипы также проецируют культурные ожидания: Рим как «Вечный город» или Китай как «загадочная Поднебесная» (Степанов, 2004). Эти клише формируют у адресата готовность к «*символическому потреблению*» локаций через призму любви-увлечения.

ЛЮБОВЬ в культурно-религиозном контексте

Концепт ЛЮБВИ служит мостом между культурами, даже в нерелигиозном контексте. Например, индуистские божества Шива и Вишну ассоциируются с «всенародной любовью» (Марина Москвина, 2003), что усиливает экзотизацию культуры для туриста. В сахарских легендах туарегов ЛЮБОВЬ метафорически связывается с чайным ритуалом: «*вторая чашка прекрасна, как любовь*» (Подцероб, 2007). Концепт ЛЮБОВЬ, обладающий статусом общечеловеческой ценности, функционирует как медиатор межкультурной коммуникации, способствуя интеграции адресата в инокультурные реалии через углубление их семиотической интерпретации. Тем не менее подобные репрезентационные модели могут инициировать коллизию культурных кодов, что иллюстрируется кейсом Ксавье Зимбардо (2004): романтизированная интерпретация сакрального сюжета о «*любви божественного пастуха и его возлюбленной*» актуализирует противоречие между эстетизированным восприятием религиозных практик и их изначальным сакрально-ритуальным содержанием.

Контрастные функции ЛЮБВИ: от манипуляции до девальвации

В туристических медиа ЛЮБОВЬ часто встраивается в контрастные нарративы. Например, «*Преобразует несчастную любовь в счастливую*».

Противопоставление между мотивацией ЛЮБВИ и результатом поступка «будут штрафовать», вызвавшего несоответствие, представляет собой разительный контраст. В медийных кейсах о девиантных поведенческих практиках туристов (некорректная интерпретация слова в словосочетании *любовь к сувенирам* с примерами контрабанды чучел крокодилов, приобретённых на бангкокских рынках [исчезающий вид], и правовыми санкциями за внебрачное сожительство на Бали «на Бали за любовь будут давать от года до пяти») прослеживается семантический контрапункт между романтизированной мотивацией и институционально-правовыми ограничениями. Как демонстрируют анализируемые туристические нарративы, слово *любовь* выполняет амбивалентную функцию: мысль, актуализированная через квази-эмоциональные формулировки («*несчастная любовь* в Вероне), одновременно выступает как объект юридической регламентации, подчеркивая диалектику между индивидуальными устремлениями и нормативными границами. Такое выражение связи между словами *любовь* и *закон* делает содержание текста более впечатляющим.

Концептуализируя данные коммуникативные механизмы, Е.С. Кара-Мурза квалифицирует их как форму дискурсной манипуляции, реализуемой через стратегии «снабжательного воздействия» в противовес директивным методам принуждения [Кара-Мурза, 2015]. При этом исследователь акцентирует операционализацию позитивно маркированных тактик в рамках коммуникативного пространства, где доминирует имплицитное влияние через эмоционально привлекательные паттерны взаимодействия. Гиперболизация («Остров любви не прощает медлительности») и императивы («отправляйтесь немедля») усиливают эмоциональное давление на адресата. Однако чрезмерная эксплуатация концепта ведет к его девальвации. Коммерциализация ЛЮБВИ («*любовь к all-inclusive*») размывает её смысл, превращая в инструмент утилитарного потребления. [Милованова, Шамсутдинова, 2019] Концепт ЛЮБОВЬ активно эксплуатируется в туристическом дискурсе для актуализации позитивных аксиологических смыслов и провоцирования эмоционального

резонанса.

Стратегия эмоционального воздействия реализуется через:

1) сентиментализацию коммуникации, где цитата К.В. Арутюновой о «кошачьей любви» (*Арутюнова К.В., «Античный путь», 2015*) создаёт романтизированный образ ночной урбанистической эстетики посредством поэтической метафоры. Аналогичный приём демонстрирует этнографический пример А.Б. Подцероба, уподобляющего любовь «прекрасной чашке чая» (*Подцероб А.Б., «В сердце Сахары», 2007*) в туарегской традиции, что формирует ассоциацию между эмоциональным переживанием и культурно-обусловленным гедонизмом. Ностальгический референс к «изумрудному ковру» английского пейзажа (*Игнатьева, 2003*) актуализирует механизм эмоциональной привязанности к локациям, относиться к сентиментальности (эмоциональная связь с прошлым).

Аксиологический потенциал концепта ЛЮБОВЬ раскрывается через антитезу материальным ценностям («Любовь нельзя обменять...») с акцентом на экзистенциальной аутентичности чувств, и через утопическую проекцию путешествия как катализатора вечного счастья в фольклорной цитате. Акцент на устойчивости и искренности чувств, что вызывает ностальгию и глубокую эмоциональную связь. Идеализация путешествия как пути к вечному счастью, апелляция к романтическим ожиданиям;

2) апелляцию к семейным ценностям, где рекламные слоганы («Приглашаем Вас и Ваших детей...», «Подарите отдых...», «Ваше будущее – это Ваши дети») реализуют прагматику заботы через: прямую номинацию детско-родительских отношений; метафоризацию туристического сервиса как формы эмоционального дара; связь пространственной мобильности с социальной ответственностью;

3) самореализацию (акцент на гедонизме).

«Признайся в любви к самому себе.» Прямой призыв к гедонизму и самолюбию, рекламирующий отдых как способ самоценности. «Любовь к свободе» и «любовь к земле» (*Зубцова, 2002; Игнатьева, 2003*) Абстрактные

ценности (свобода, связь с природой) подаются как часть личностного роста через путешествие. «Любовь вообще не прощает медлительности», «...отправляйтесь на Остров любви немедля.» Гиперболизированный императив («немедля!») апеллирует к желанию успеть реализовать мечту, связывая ЛЮБОВЬ с активным действием.

Таким образом, слово *любовь* используется в материалах туристического дискурса в зависимости от целей и аудитории. Высказывание побуждает получателя попробовать что-то новое и открыть для себя мировую культуру. В туристической речи ЛЮБОВЬ обычно изображается в положительном ключе, противопоставляя её обычной жизни, чтобы побудить к действию и привлечь клиентов. В туристических текстах ЛЮБОВЬ актуализируется через стратегии сентиментальности, семейных ценностей и гедонизма, манипулируя воображением адресата и трансформируя эмоцию в потребительский акт.

Культурные различия отражаются в связях, используемых в конкретных контекстах в отношении одного аспекта концепции, а также в различных формах выражения социальных проблем, например, в случае социальной рекламы, которая подчеркивает роль государственных норм в интерпретации концепции. Однако чрезмерная утилитаризация, например, в контрастных нарративах («любовь к сувенирам» и «правовые санкции»), ставит под сомнение этическую границу между убеждением и манипуляцией.

В современном русском и китайском рекламном дискурсе наблюдается разрыв: индивидуальность, эгоизм и гедонизм, пропагандируемые в современной коммерческой рекламе, полностью противоречат традиционным ценностям. Например, понятию коллективизма, ответственности, бережливости и умеренности. Такой разрыв служит тактическим приемом, то есть несиловой формой манипуляции. Определенные ценности и духовность провозглашаются в ситуации необходимости. Это связано как с продуктом, так и с собственной маркетинговой стратегией компаний. Можно олицетворять наследие традиционных ценностей, демонстрируя любовь на высоком уровне, или выбрать низкий уровень проявления любви, чтобы вызвать обсуждение и привлечь

внимание.

Итак, проведенный анализ концепта ЛЮБОВЬ в рекламном и туристическом дискурсе демонстрирует его двойственную природу: с одной стороны, он служит инструментом романтизации пространства, формируя эмоциональную привязанность через стереотипы («город любви», «вечная страсть»), с другой – подвергается коммерческой эксплуатации, что ведет к семантической эрозии. В современном социокультурном контексте аксиологические параметры концепта ЛЮБОВЬ подвергаются динамической трансформации. Социальная реклама акцентирует такие аспекты концепта, как ответственность, альтруистическая направленность, эмпатийная забота и взаимоуважение, что особенно релевантно в дискурсе семейных и межличностных отношений. В то время как коммерческие рекламные нарративы актуализируют коннотативные аспекты *любви*, ассоциируя её с экзистенциальной страстью, культивацией эго-идентичности, глобальной аппрэйтивностью к бытию, а также с концептами личностной самоактуализации и приватной сферы отношений.

Реклама трансформирует базовые параметры общественного бытия, модифицируя поведенческие паттерны и когнитивные модели социума. Катализируемое рекламным дискурсом переосмысление аксиологического статуса концепта ЛЮБВИ продолжает эволюционировать, выступая ключевым фактором конструирования его актуальных семантических параметров. Однако гиперэксплуатация лексической единицы *любовь* в коммерческих нарративах инициирует процесс семантической девальвации концепта, чье смысловое наполнение эродеируется вследствие инструментально-утилитарной эксплуатации в маркетинговых стратегиях. Такое воздействие является глобальным, а дифференцированные проявления степени влияния – географическими.

3.1.2. Динамика развития концепта ЛЮБОВЬ в сетевом пространстве: русско-китайские параллели

В этой части мы проанализируем различные аспекты конкретных текстов (например, формы выражения, распространение, прием, объяснение мотивов и восприятия и т.д.). Обобщается значение концепта ЛЮБОВЬ в сетевом дискурсе.

Современные цифровые коммуникативные практики существенно трансформируют семантическое наполнение и прагматику концепта ЛЮБОВЬ, отражая динамику социокультурных ценностей. Интернет-дискурс, обладая свойствами мультимодальности, фрагментарности и гиперболизации, создает новые контексты для репрезентации данного концепта, что проявляется в расширении его лексико-семантических связей, изменении аксиологических акцентов и появлении инновативных форм вербализации.

В цифровом пространстве интернет-коммуникации происходит интеграция лингвистического, социокультурного и историко-мемориального опыта, выступающего основой для генерации текстовых продуктов, обладающих стратегической значимостью в актуальном социуме. Как подчеркивает А.А. Сычев, цифровые коммуникативные практики как особая разновидность массового взаимодействия демонстрируют структурное сходство с феноменом «средневековой карнавальной всеобщности» [Бахтин, 1990, с. 17]: по аналогии с карнавальной традицией, онлайн-дискурс трансгрессирует институциональные нормы повседневности, реализуясь через специфические игровые паттерны поведения [Сычев, 2004].

В условиях всеобщей информационной доступности цифрового пространства формат длиннопостных публикаций на интернет-форумах существенно уступает по виральности рекламным объявлениям, соцсетевым постам, клип-роликам и иным кратким медиаформатам, что объясняется когнитивной нагрузкой на реципиента. Спонтанное развитие инновационного коммуникативного формата, отличающегося массовым охватом аудитории,

интерактивной экосистемой, неограниченной креативной экспрессией, алгоритмическим ранжированием контента и маркетинговой поддержкой, сформировало механизм, обладающий потенциалом мгновенной диссеминации через механическое копирование текста, кросс-платформенные репосты, дискуссионные треды и экстрасетевой обмен сообщениями.

Символические образы любви в мультимодальном тексте

По мере развития общественных представлений и референтных систем мы можем наблюдать изменения в семантическом содержании ЛЮБОВЬ в аутентичных разговорах, особенно на платформах социальных сетей. В.И. Карасик характеризует социальные сети как цифровые платформы, обеспечивающие коммуникативное взаимодействие между пользователями [Карасик, 2019, с. 50]. Современные формы комбинаторной (мультимодальной) коммуникации открывают новые возможности для экспликации смыслов, в частности романтической тематики, через пиктографические презентации. Согласно исследованиям, пиктограммы обладают универсальным статусом «эмоциональных маркеров», чья интерпретация не зависит от грамматических конвенций [Милованова, Чжао, 2020, с. 20].

Иллюстрацией служат гибридные мемы, сочетающие визуальные и текстовые элементы, а также специализированные стикерпаки для мессенджеров, активно используемые в повседневной цифровой коммуникации.

В рамках исследования частоты использования визуальных символов романтической тематики в социальных сетях (с выборкой 50 респондентов) большинство участников дали положительный ответ на вопрос о регулярности встречи символы любви в цифровой коммуникации. Как показывают данные таблицы 4, концепт ЛЮБОВЬ является частым элементом сетевого дискурса, что находит отражение и в ассоциативных реакциях респондентов.

Таблица 4 – Данные результатов опроса о частоте встречаемости символов любви в сетевом дискурсе

Частота встречаемости концепта ЛЮБОВЬ	Количество	Частота
Часто	23	46.94%
Иногда	12	24.49%
Редко	12	24.49%
Крайне редко	1	2.04%
Никогда	1	2.04%
Всего	49	100%

При анализе ассоциативных реакций на концепт ЛЮБОВЬ обращает на себя внимание нетривиальный выбор респондентов. Среди ассоциаций особо выделяется образ тигра, который участники охарактеризовали как оригинальные «стикеры». Основой визуального решения послужило реалистичное изображение хищника, подвергнутое графической трансформации: посредством цифрового постредактирования и граффити-элементов на изображении были акцентированы проявления эмоциональной связи между животными. Синтез анималистических образов с традиционными маркерами романтики (стилизованные сердца, изображения губных отпечатков) формирует эмоционально позитивный отклик у пользователей соцсети.

Существует значительное количество стикеров, и наше исследование показало, что в большинстве наборов стикеров присутствуют изображения, ассоциирующиеся с любовью. Корпусный анализ графических коммуникаций ВКонтакте демонстрирует универсальность любовной семиотики: 96% исследованных стикерпаков инкорпорировали минимум один визуальный маркер аффективной связи (сердечные иконограммы, стилизованные розы, хештег-отпечатки губ). Морфология визуальной репрезентации включает два ключевых компонента: трансформация анатомических элементов (зрачки-сердца, контурные метаморфозы) и добавочные семиотические объекты (символы рядом с фигуркой). Наш анализ показывает, что в исследуемой выборке преобладающая категория

стикеров эмодзи характеризуется значительным преобладанием изображений или представлений, которые передают действия, связанные с символическим выражением любви.

Анализ визуальных коммуникативов выявляет значимую топографию невербальных паттернов. Стикеры романтической направленности занимают доминирующую долю (свыше 30%) в эмодзи-коллекциях, причем их семантика преимущественно реализуется через дуадные антропоморфные презентации. Это свидетельствует о том, что вероятность визуализации аффективных смыслов экспоненциально возрастает в композициях с парными персонажами. Иерархия коммуникативных жестов включает: кинетические паттерны (объятия, синхронизированные позы); тактильные маркеры (рукопожатия, контактное позиционирование); символические суррогаты (сердечные иконемы, стилизованные изображения поцелуев). В условиях ограниченной вербализации графические элементы успешно транслируют эмоциональный контент через культурно-детерминированные коды. Особый интерес представляет лингвокультурная специфика: если сердечный символ универсален, то стилизованный отпечаток губ функционирует как семиотический маркер интимного дискурса, актуализируя концепт поцелуя преимущественно в романтических коммуникативных практиках.

Символ сердца ('♥') обозначает понятие ЛЮБВИ. Связь между представлением о любви и эмоциональными переживаниями (= в сердце) очень значительна, что объясняет частое использование этого символа в русской онлайн-коммуникации. И наоборот, символ сердца служит для передачи не только привязанности и близости, но и благодарности, а также различных дружеских и одобрительных чувств. Символ сердца '♥' активно применяется в визуальной коммуникации для визуализации эмоциональных посылов, таких как *нежность*, *забота* или *романтическая привязанность*. Они также служат для того, чтобы подчеркнуть понятия дружеской симпатии, привязанности и расположения, хотя по своей сути не подразумевают интимных чувств. Анимированные стикеры с изображением поцелуев и объятий часто интерпретируются как выражение

глубокой благодарности за помощь, передавая чувство глубокой признательности за полученную помощь. Кроме того, данные элементы также служат для демонстрации признательности за полученную обратную связь. Аналогичные коммуникативные паттерны свойственны не только эмодзи и стикерам, но и другим визуальным форматам, активно применяемым в цифровом пространстве. В контексте дружеского или романтического общения символы сердец, поцелуев и объятий регулярно применяются как визуальные маркеры привязанности, при этом каждый символ заключает уникальную смысловую нагрузку – от выражения симпатии и благодарности до подчеркивания восхищения или эмоциональной поддержки.

Эти выражения вызывают общее позитивное настроение, в то время как образы, связанные с «разбитым сердцем», обычно передают негативный оттенок, часто связанный с глубокой печалью.

В контексте сетевого общения отсутствие визуальных подсказок, помимо знаков препинания, передающих тон, позволяет предположить, что эмоциональная вовлеченность получателя текста, скорее всего, будет выше в сообщениях, содержащих эмодзи, по сравнению с теми, которые состоят исключительно из слов. В современных цифровых коммуникациях, включая форумные обсуждения и маркетинговые материалы, ключевая идея эмпатии часто выражается через фразы типа «Мы заботимся о Вас!» или эмоционально усиленные варианты вроде «Мы заботимся о Вас! ❤». Экспериментальные наблюдения демонстрируют, что версии с графическими символами способствуют формированию более позитивного восприятия у аудитории и повышают вовлеченность. Анализ популярных стикерпаков в Telegram подтверждает тенденцию: значительная часть графического контента разрабатывается по тем же правилам, что и классические эмодзи. Эти визуальные элементы, объединяющие идеографические знаки, эмотиконы и предметные изображения, стали неотъемлемой частью цифрового взаимодействия, сохраняя при этом традиционные принципы эмоциональной передачи информации через визуальные образы.

В процессе разработки текстовый контент на форумах и в рекламе эволюционировал от простых выражений, таких как «Любовь»; «Любовь!», к более сложному взаимодействию вербальных и невербальных элементов. Это включает в себя интеграцию таких символов, как «Любовь! ❤», которые служат основой для различных комбинаций эмодзи. В этих комбинациях могут присутствовать эмодзи сердца наряду с эмодзи еды, животных, гендерных эмодзи, а также эмодзи, изображающие различные поведенческие действия, тем самым передавая спектр интересов и предпочтений различных субъектов. Кроме того, часто можно наблюдать использование эмодзи, отличающихся по цвету и форме. В современных мультимодальных текстах это понятие подвергается девальвации, что характеризуется размыванием содержания, связанного с этим символом. Проникнутое чувственностью послание, изначально сосредоточенное на единичном понятии *любви*, в восприятии носителей русского языка эволюционировало и стало охватывать более широкий спектр идей, связанных с дружбой, благодарностью и близостью. С течением времени и при длительном использовании, а точнее, после многочисленных диалогов с собеседниками, значение определенных символов снижается. Чтобы справиться с этой эрозией смысла, коммуникатор должен включить в свой дискурс новые, иногда более сложные и громоздкие выражения экспрессивного смысла

Неологизмы и мемы как маркеры любви в сетевой коммуникации

Стремительное развитие современного общества, особенно различных соцсетей, созданных с помощью интернета, закономерно отразилось на развитии и изменении языков. Одним из всеобъемлющих языковых явлений является понимание и применение большого количества новых слов и даже вариантов, большинство из которых вызваны иноязычными словами, но, кроме того, феномен семантических неологизмов, связанный с созданием новых словосочетаний внутри языка или новым использованием старых, также заслуживает нашего внимания, поскольку может отражать сдвиг в когнитивной и аксиологической составляющих современной языковой среды, которой он соответствует, а также явление феноменальной интеграции проекции в язык ценностей.

Использование интернет-неологизмов в неформальной коммуникации соответствует закону Ципфа (Zipf's Law), который гласит, что «часто встречающиеся формы имеют тенденцию становиться короче» [Zipf, 1949]. Однако это затрудняет восприятие информации адресатом при первичном знакомстве с новым термином. Неологизмы и сленг сохраняют свою актуальность, включая заимствованные элементы из иностранных языков, что повышает барьер понимания для лиц, не обладающих необходимой информацией. В то же время, мультимодальные каналы коммуникации действуют как уравнивающий фактор: включенный в них контекст, будучи усвоенным, приобретает статус образца при имитации и массовом тиражировании пользователями в **мем**-формате [Blackmore, 1999]. Такие элементы активно распространяются вирусно в сети, превращаясь в своеобразные краткие «устойчивые выражения».

Этимология неологизма происходит от греческих *neos* и *logos*, т.е. новое слово. «Фразеологический оборот или заимствование, постоянно появляющиеся в языке.» Происхождение большинства неологизмов установить невозможно; их происхождение «анонимно и историю их возникновения бывает нелегко проследить.» [Николюкин, 2001, с. 639] Немецкий лингвист Д. Герберг определяет неологизм как лексическую единицу, которая признается таковой, если: её «форма и содержание оцениваются как новые большинством носителей языка в определенный момент или период времени» [Herberg, 2004, с. 74]. Г.Ф. Алиаскарова относит к «новообразованиям» неологизмы, сформированные из отдельных словообразующих компонентов, уже существовавших в языке, либо путем их новой комбинации [Алиаскарова, 2007, с. 227].

Термин «неологизм» имеет широкое (любое новое сочетание слов) и узкое (только лексика, возникшая для обозначения нового явления или понятия) толкование [Брагина, 1973, с. 129]. При этом он остается относительным, поскольку период адаптации нового слова или сочетания от статуса незнакомого к общезвестному обычно краток. Исследователи (И.Г. Ольшанский, А.Е. Гусева, Ж.Ф. Саблероль) общепризнанно указывают, что «слово воспринимается как новое в периоде от 1 до 5 лет с момента его первого использования» [Ольшанский,

Гусева, 2005, с. 123]. Следовательно, статус неологизма сохраняется за словом до пяти лет. Исходя из этого, в статье «неологизмами» не считаются слова с историей употребления свыше пяти лет, однако данные относительно «новые» единицы будут сопоставляться с актуальными речевыми новообразованиями в микродиахроническом аспекте.

Появление новых лексических единиц нередко отражает фиксацию нового явления на языковом уровне или интеграцию существующих элементов. Преимущественно их формирование обусловлено следующими целями: «необходимость в номинации новых понятий и предметов; исторические контакты народов; экономия языковых средств; новаторство нации в какой-либо отдельной сфере деятельности; авторитетность языка-источника» [Гальцева, 2014, с. 25]. В русскоязычном пространстве они помогают избежать омофонов, обеспечивая краткость и точность описания действительности, а также обозначают новые социальные явления и понятия. Создание новых лексических единиц необходимо для воспроизведения и закрепления новых понятий. В большинстве случаев они возникают на основе различных представлений о действительности. Более того, в современном русском языке наблюдаются два основных способа пополнения новой лексики – путем заимствования и путем словообразования, которые также тяготеют к созданию так называемых напряженных неологизмов с помощью освоения новых заимствований, «"актуальных неологизмов" обозначающих понятия, заимствованные из чужой действительности и ставшие актуальными в нашей действительности реалии» [Маринова, 2008, с. 426].

Соответственно, в отличие от русскоязычной практики, китайский язык характеризуется тем, что новые слова мало способствуют устраниению омофонии.

При заимствовании иноязычной лексики здесь используется прием «лексического расширения (词义延伸)» [Wang, 2022, с. 109]. Попадание заимствований в китайский язык происходит иначе, чем в русский. В русском языке перевод обычно сохраняет основу слова, адаптируя лексику к грамматико-синтаксическим нормам, тогда как в китайском известные понятия комбинируются путем перевода с фонетической передачей компонентов. Иногда

после длительного употребления новое понятие ассилируется известными иероглифическими единицами, и даже разнородные «иностранные компоненты» вытесняются для соблюдения «чистоты языка». Например, при заимствовании термина *internet* в русском языке использовались заимствования, то есть фонетические переводы (интернет, веб), а также дословные переводы (например, Всемирная паутина, Всемирная сеть). После закрепления в языковом обиходе, особенно в официальном варианте, термины интернет и сеть используются параллельно. В случае слова «Интернет» нет особой возможности для расширения или слияния, в то время как «сеть» способна на более диффузные намерения (например, сетевой). В китайском языке процесс инкорпорации принял локализованную форму: от первоначального заимствования слова «因特网 (internet)»// «互联网 (internet)» до использования одного слова «网 (net)» в качестве маркера для Интернета, что привело к появлению «семантического неологизма». Новая семантика вошла в текущий словарный запас и активно использовалась на практике: закрепившиеся словосочетания, такие как «上网 (серфинг по сети/сидеть в интернете)», сегодня широко употребительны, известны и собраны в словарях.

Однако в неформальном общении тенденция в большинстве случаев противоположна, особенно в сетевой среде, где неологизмы и сленг, чтобы сохранить свою актуальность и повысить барьер понимания, сохраняют «гетерогенность» лексических единиц, которая служит для их дифференциации: хотя они выражают одни и те же базовые смыслы, эти единицы отличаются от уже имеющихся в языке лексики по образу и компоненту эмоционально-оценочному. Молодежный сленг и неологизмы/интернетиализмы составляют значительную часть нового лексического запаса как в русском, так и в китайском языковом контексте. Наиболее эффективными способами их пополнения в русском языке являются сокращение, усечение, словосложение, суффиксация, в китайском языке, помимо сокращения, также используется антифразис, эвфемизмы, гипербола и прочие варианты для образования нового словосочетания или семантических неологизмов.

Репрезентация и анализ *любви* в сетевом дискурсе, особенно в неологизмах и мультимодальных формах материала, использует исследовательскую базу сетевой культуры терьеров, а также неологизмов. Системные исследования неологизмов и новых слов активно развиваются с 1960-х годов советского периода (еще до появления интернета), когда они начали массово возникать и привлекать внимание отечественных лингвистов. Теоретические основы изучения нового слова были заложены в XIX веке трудами Ф.И. Буслаева, М.М. Покровского, Е.Д. Поливанова, А.А. Потебни, А.М. Селищева, И.И. Срезневского, Л.П. Якубинского [Сенько, 2007, с. 5]. Психолингвистический подход разрабатывался Т.Ю. Сазоновой (1993), Т.Г. Родионовой (1994), С.И. Тогоевой (2000), А.А. Залевской (2005) и др. Сопоставительные русско-китайские исследования сетевого дискурса также представлены в работах: по языковым характеристикам соцсетей (Е.С. Надежкина, 2022; Лю Ц., 2022); переводу реалий сетевой литературы (А.Б. Маслахова, У.С. Баймуратова, 2022) и лексическим лакунам в переводе китайского сетевого сленга (Лу Х., 2023); сравнительному анализу китайско-русской интернет-лексики (Лу Я., 2011; Чэн Ш., 2016; Не С., 2016; Чжань М., 2018; Сюэ Ч., 2020; Ван Ц. и др. 2020); исследованиям словообразовательных и стилистических приемов (Перфильева Н.В., Ху П., 2012; Чжан С., 2023) и т.п.

В данном параграфе осуществляется сравнительный анализ китайских и русских неологизмов и интернет-сленговых единиц с точки зрения отраженных в них межличностных ценностей. Фокус исследования, сосредоточенный на анализе репрезентативных мемов, смещается к аппликативным характеристикам и фиксируется на коннотативной схеме проявлений любви. Основными методами работы выступили сравнительный анализ, статистика, сетевой мониторинг и анкетирование.

Британский лингвист Дэвид Кристал отмечает, что «язык всегда отражает социальные предпосылки: язык – это люди, поэтому он зависит от того, что происходит с людьми» [Crystal, 1997, с. 212]. «Любовь – это чувство, выражющее эмоционально-ценное отношение к тому или иному объекту (*человек, Родина,*

семья, город,стина, человечество, религия и т.д.)» [Зинченко, 2010, с. 139]. Люди связаны друг с другом отношениями, и ЛЮБОВЬ, таким образом, является чувством, связью и, в идеале, проявляется во взаимной заботе, уважении, поддержке и понимании. Различные связи могут раскрывать разные аспекты любви, при этом ЛЮБОВЬ может быть романтической, мирской, дружеской, семейной, братской, а также любовь к окружающей природе и т.д.

В сфере общественной дискуссии романтические аспекты любви привлекают особое внимание. Поскольку существование «идеальной любви» предполагает идеальные отношения и объект привязанности, закономерно возникает комплексная оценка и категоризация личности как объекта любви. Подобные лексические единицы обычно описывают группы лиц с определенными чертами характера, положением и социальным статусом. Их появление в русском и китайском языках не носит спонтанного характера: отдельные характеристики давно уходят корнями в традиционный сленг, как, например, русское «подкаблучник» и китайское «*妻管严*», обозначающие женатого мужчину, находящегося в полном подчинении у супруги. В русском языке в последнее время, по аналогии, все чаще рождаются новый сленг, называющий группы той или иной характерности:

Скуф – слово *скуф* происходит от фамилии Алексея Скуфынина, модератор русскоязычного анонимного форума «Двач». Его спор с пользователями в 2018 году привел к тому, что он выложил видео на платформе «Ютуб», которое, как считается, и послужило источником происхождения слова [см. <https://www.youtube.com/watch?v=uSYPznlJdcQ>]. Оно получило яркую негативную окраску, и теперь часто используется для обозначения мужчин среднего возраста, которые выглядят старше своих лет, не обладают привлекательностью и несут в себе отрицательный образ с точки зрения характера и внешности. «Под ним в интернете понимают мужчин старше 30 лет с лишним весом, пивным животом и залысинами ...избегают занятий спортом и предпочитают пиво с жирной пиццей»; «Некоторые приписывают скуфам консервативные взгляды, осуждение молодежи и критику новых трендов. Считается, что они всем

недовольны и ворчливы» [Даша Лейзаренко, «Т-Ж», 2023]. «Зачастую обожает спорт, но только смотреть его, сам ничем не занимается» [Полина Авдошина, 2024]. В более недавнее время объяснение **скуфа** в малосюжетной видеоплатформе следующее: «- Неприятный. – Неактивный образ жизни – Консервативные взгляды.» [TikTok, 2023]; «- «Верни 150 руб. за кофе.» – Предложит пряник, а следом кнут. Ищет молодую, образованную, богатую, немеркантильную девственницу.» [Instagram, 2024]. В общем, данное слово представляет собой оскорбительный интернет-сленг с ярко выраженной негативной тональностью, оно снова получило широкое распространение в 2024 году как мем и сленг молодежи. Соответственно, просматривая китайский сетевой лексикон, можно обнаружить похожее выражение, появившееся одновременно: словосочетание «**油膩男**(yóupì nán), досл. жирный мужчина» или «**油膩中年**(yóupì zhōngnián), досл. жирный человек среднего возраста» возникло в статье Фэн Тана «如何避免成为一个油腻的中年猥琐男(Как избежать превращения в жирного пошлого **скуфа**)» в 2017 году. Автор в интервью сказал, что проходит через кризис среднего возраста и размышляет о том, как избежать превращения в человека с подобными чертами характера. В настоящее время значение слова закрепилось за обозначением людей среднего возраста с рядом негативных признаков, в то время как прилагательное «**油膩**(yóupì), жирный» изначально использовалось для описания еды, которая содержит слишком много масла. В данном случае используют метафоры, чтобы отразить черты этой категории людей, такие как легкомысленный, неопрятный и неухоженный. Хотя выражение «**油膩中年**» якобы не имеет гендерной специфики, в основе происхождения и применения лежит обращение к мужчинам. В отличие от происхождения слова «**скуф**», сленг возник из авторской самооценки и основан не на конкретном социальном событии, а скорее на семантическом неологизме того времени, являясь в конечном итоге сатирической ссылкой на людей среднего возраста в неблагоприятном свете и на общие черты внешности (например, *ношение термоса, висящие на поясе ключи и т. д.*), и все это происходит за счет самоиронии:

«一把年纪了，别再在网上、在朋友圈晒自己的自拍美照了！(В вашем возрасте перестаньте делать красивые селфи и выкладывать в интернете и в кругу друзей!)» [Sina Weibo, 2017] «为了不当一名油腻的中年男人，我把钥匙从腰间取下，放口袋里，然后—钥匙丢了... (Чтобы не быть *скуфом*, я снял ключи с пояса, положил их в карман, а потом – потерял...)» «与“油腻中年男”等同时出现的“负向标签”，还包括... 但为何“油腻中年男”就在今年爆发了？因为他们更“老”(Негативные ярлыки, которые появляются рядом со "скуф", включают... Но почему "скуф" стал популярным в этом году? ...Потому что они "старше")» [HuffPost, Li Tuo, 2017]. Сейчас «油 (жир/жирный)» чаще употребляется в контекстах сетевого общения для обсуждения некоторых неподобающих качеств комментатора (независимо от возраста и пола), помимо неопрятности, неухоженности и т.д., может использоваться и для обозначения чрезмерной возбудимости, эгоизма, нарцисизма в мимиках, высказываниях и действиях: «人为什么可以这么油腻? ...最重要的是神态和气场 ...一切的一切都在于: 有意为之 (Почему люди могут быть такими "жирными"? ... самое главное – это манера поведения и аура... Все дело в намерениях) » [Rednote, 2023]; «XX 表情包, 好大的油味儿 (XX эмотикон, как сильно пахнет жиром) » [Douban, 2024].

Тюбик – это инфантильный и ненадежный человек, который обаятелен, но несет в себе некие «негативные» черты. Сленг «завирусился» в «Тиктоке» в ноябре 2022 года и потом стали называть «любых парней, с которыми складываются проблемные отношения» [Даша Лейзаренко, «Т-Ж», 2023], на форуме объяснение этому типу людей таково: «сначала выглядит очень привлекательным, но со временем его образ становится все более негативным.» [Дарья Ивлева, «Волжская правда», 2024] «Молодой человек (обычно от 18 до 27 лет) ... хлипкого телосложения.» «...не желающих брать ответственность» [Екатерина Салеева, «Чемпионат», 2024]. Хотя, согласно опросам, полученным в ходе интервью с молодежью в 2024 году: «человек в окружении или в отношениях, худой, слабый, с женственной, но привлекательной внешностью». Здесь в конце высказывания не делался акцент на отрицательных чертах, скорее,

на привлекательных характеристиках. Описание **тюбика** в мультимодальном материале более контекстное «— Квартиру на него лучше не переписывать. — Непостоянный. — С ним весело, но может проиграть тебя в карты» [Instagram, 2024]. В результате слово выражает **более негативную** оценку, но это и не исключает его использования в нейтральном контексте, в зависимости от восприятия. Подобные слова встречаются в сети Китая, но отражают ли они стандарты качества выбора партнера, остается открытым: например, выражение «软男 (ruǎn nán, «мягкий мужина»)», «伪娘 (wěi niáng, «фембой»)», «男娘 (nán niáng, яп. «отоконоко»)» казалось бы, несколько схожи с русским неологизмом *тюбик*, но с наблюдательной позиции имеют очевидные различия: слово *тюбик* появляется с ярко женоподобной перспективой (женские черты считаются привлекательными). Однако в китайских интернет-комментариях точка зрения пользователей, использующих сленг «软男 (ruǎn nán)» и слово «*伪娘* (wěi niáng)», обычно агрессивна и негативна, с сильной маскулинной перспективой (т.е. обесценивание группы мужчин **из-за** их женственности). Примером может служить следующий текст и комментарий: «像女性一样阴柔、不阳刚的男生 (Мальчик, который женственен и не маскулин, как женщина...); 没有骨气的 (бесхарактерный); “软男”现象主要是因为“韩流”文化和日本动漫、ACG 文化中盛行的男性形象广泛传播, 一直受东亚女性喜爱。 (Феномен «мягких мужчин» в основном связан с широким распространением мужских образов, преобладающих в корейской культуре, японском аниме и ACG, которые всегда нравились женщинам Восточной Азии)» [форум Baidu Knows, 2020]. Поскольку на ранних этапах распространения слова «*伪娘*» использовались с негативными коннотациями и оценками, в новостях его путали с терминами, связанными с гендерной дисфорией, используется для стигматизации сексуальных меньшинств: «“对于‘伪娘’现象，有心理专家直截了当地说... 存在严重的性别认知障碍，是一种心理病患。 (О феномене «фембой» некоторые психологи прямо говорят: есть серьезное гендерное когнитивное расстройство, это своего рода психопатия)» «涉嫌低俗炒作。 (Предполагаемая вульгарная шумиха)» [NFnews,

2010]. Неологизм «男娘 (nán niáng)» начал распространяться в 2022 году и широко используется для описания людей, которые одеваются как женщины, но имеют мужскую гендерную идентичность, применяя более нейтральное лексическое значение к нормам группы. В отличие от «伪娘 (wěi niáng)», слово «男娘 ((nán niáng)» чаще используется в нейтральном или позитивном ключе, особенно среди фанатов аниме и манги. В этом случае неологизмы и сленговые единицы не отражают явных критериев выбора партнера, а являются просто способами обозначения определенной группы людей. Китайский сетевой сленг «油腻男 (yóunì nán)» в точности соответствует содержанию слова «скунф», и здесь не возникает трудностей в переводе.

В дополнение к перечисленному есть еще неологизмы, используемые для описания определенного типа людей и связанные с их оценкой.

Кроме того, в русскоязычном сегменте интернета наблюдается еще **прагматизация** концепта, в том числе, неологизмы, используемые для описания определенного типа людей и связанные с их оценкой: лексические единицы типа «**криповово**» – в случае с существительным «кринж», прилагательное «**криповый**» («**криповово**»), заимствованное из англ. creepy, указывает на значение ‘жуткий, отталкивающий, неприятный’. «*Есть и оттенок, ближе к сленговому понятию “стрёмный”*». [форму «Меле», 2023]

Хорни – от англ. hornu, сленговый термин, обозначающий сексуальное возбуждение: «*Озабоченный и пошлый человек.*» **Софт** – от англ. soft, будучи антонимом «хорни», характеризует неиспорченного человека. Также выделяются категории женских групп: **томбой** – от англ. tomboy. девушка, одевающаяся по-мужски, «пренебрегает косметикой, носит короткую стрижку, возможно, грубовата в общении». **Е-герл** – от англ. e-girl / electronic girl: вместе с e-boys формируют субкультуру e-kids, возникшую в конце 2010-х и проявляющуюся преимущественно в соцсетях (например, TikTok); «*Провокационная внешность, похожи на эмо образца 2007-го*». **Софт герл** – противоположность e-girl, «*образ нежной, наивной и ранимой девочки*» [Дарья Ивлева, «Волжская правда», 2024]. **Чел** – мол. сленг., сокращённое слово **человек**. Реальный пацан, достойный

уважения. **Масик** – это идеальный мужчина, в том числе, красивый, богатый, мужественный: «— стабильный – заботливый – за феминизм.» [«Т-Ж», 2023] «— Избу подметет – Шубу подарит – Затерпит строптивый характер» [Instagram, 2024]. **Штрих** – слово пришло из блатного жаргона 90-х, обозначает ‘молодого человека с потенциально-опасными характеристиками’: «Молодой человек, который не очень красивый, слaboхарактерный, который как бы есть, но как бы нет» [Авторский опрос, 2024]; «Парень с вредными привычками, ведущий себя эпатажно»; «— Опасный. – Связан с криминалом. – Контролирующий» [«Т-Ж», 2023]; «— Чихуахуа в мире людей: весь из себя опасный, но ростом не вышел. – Во время ссоры будет постоянно перебивать. – На роду написано отсидеть.» [Instagram, 2024]. **Чечик** – «basic» (базовый, обычный), обозначает простой и заурядный парень. «— Нейтральный. – Приятный в общении. – Не вызывает эмоции» [«Т-Ж», 2023]; «— Самый младший и неопытный. – Забавный, но в рамках френдзоны. – Хочет как лучше, а получается, как всегда» [Instagram, 2024]. **Тюбик** – инфантильный и ненадежный парень, который поначалу казался очень привлекательным, но со временем его образ оброс отрицательными качествами: «— эмоционально недоступный – неуверенный – манипулятор.» [«Т-Ж», 2023] Эти неологизмы, часто сопровождаемые мемами и стикерами, формируют **категоризацию партнёров** по прагматическим критериям: например, «тюбик» (инфантальный манипулятор) противопоставляется «софту» (неиспорченный человек), что отражает запрос на критическое восприятие отношений.



Рисунок 1 – Русскоязычные мемы: Чечик, Штрих, Масик, Тюбик, ассоциируемые с персонажами кинематографа

В интернет-пространстве наблюдается использование мультимодальных форматов (мемов, стикеров) для классификации мужских типажей по аналогии с персонажами массовой культуры. Данная типология находит наглядное воплощение в интернет-мемах, где типажи соотносятся с узнаваемыми киноперсонажами (рисунок 1).

Как показано на рисунке, сопоставление сленговых терминов с популярными культурными архетипами является распространённой практикой. Обратный процесс также встречается: имена из кинематографа и литературы становятся интернет-сленгом, как, например, «Сигма / 西格玛 (xī gé mǎ)», возникшее из вирусного фрагмента фильма «Американский психопат (American Psycho)» в 2021 году, улыбка исполнителя главной роли Патрика Бейтмана с лицом превосходства была спародирована и распространилась на различных языковых платформах в виде видеоролика, который и сегодня остается актуальным в соцсетях как мем. Мем (англ. meme) – культурно значимая единица информации. Это идея, образ или объект культуры (чаще нематериальной), который принимают многие члены сообщества. [Щурина, 2012, с. 163] **Сигма** – это самоуверенный, независимый человек с хладнокровным характером (в китайском контексте чаще всего относится к мужчинам): *«Он четко ставит себе цели и добивается их в одиночку. Не бегает за противоположным полом, потому что ему никто не нужен. Ухаживает за собой, заботится о своей внешности, занимается спортом. Сигма бескорыстно помогает людям, но никогда не поставит чьи-то интересы превыше своих»* [Фонтанка, 2024]; *«Мой новый знакомый такой сигма: ходит в зал, к барберу, делает маски. Ему вообще по фигу на всех, делает как хочет»* [Дзен, 2024]. В некоторых китайских контекстах это слово также ассоциируется с безбрачием и патриархальными, антифеминистскими и прочими ценностями: *«自律、不追求异性且尊重所有人的λ (Tom, кто самодисциплинирован, не преследует противоположный пол и уважает всех людей)»*[Sohu, 2024]; *«起源與極右翼社群脫不了關係...包括厭女、反女權主義、鼓吹男權活動... (Происхождение не может быть отделено*

от ультраправого сообщества... В том числе женоненавистничество, антифеминизм и пропаганда прав мужчин...)» [Casao, 2022].

Задимствованная лексика данного типа интегрируется в язык поэтапно: от использования в исходном значении до трансформации в самостоятельную единицу с оценочно-символической функцией. Её употребление становится специализированным, не дублируя существующие лексемы. Пример: молодежное **краш** (от англ. crush), первоначально обозначавшее безответную тайную влюблённость/увлечение. **Крашиха** – девушка-объект симпатии. В TikTok наблюдались тренды: «*Покажи, кто был твоим крашем в детстве и за кого ты вышла замуж*» [*#показать-краша-и-мужа, TikTok, 2022*] и *#краш*. Сейчас **краш** преимущественно означает ‘недосягаемый человек’ (часто – актёр, артист, «инфлюэнсер»).

Обсуждения, основанные на публичных фигурах, особенно заметны в сфере китайских интернет-неологизмов: в современном интернет-контексте человек и явление, которое он представляет, называются «**X 学** (наука о ком-то)», с сильным оттенком флирта. На первых порах эта практика использовалась в основном в отношении знаменитостей, но позже она стала относиться к поведению публичной фигуры в целом. Главная героиня «**晚学** (wǎn xué, «наука Ван»)» – известная инфлюэнсер в раннем периоде, которая опирается на ресурсы различных партнеров-мужчин, чтобы получить социальный статус и создать свой имидж на социальных сетях, что связано с такими ключевыми понятиями, как тщеславие, маскировка и персона. Популярность «**珂学** kē xué, «Наука Ке»)» была обусловлена креативными высказываниями главного персонажа в прямых трансляциях, которые стали вирусными, а точкой общественного осуждения стало создание персоны знаменитости. Главная героиня «**麦学** (mài xué, «наука Май»)» исходит из своих личных потребностей, но эмоционально неустойчива, в результате чего её потребности никогда не удовлетворяются в соответствии с установленными ею стандартами. Понятие связано с «манипуляцией», «эмоциональным похищением» и т.д. Эти сленговые слова в последнее время

занимают главное место в обсуждениях в китайских социальных сетях.

Указанные лексические новообразования поэтапно возникали, распространялись и употреблялись с 2018 по середину 2023 года, выполняя роль детализированных «ярлыков» преимущественно для мужчин. Постепенно термины стали инструментом оценки партнеров в романтических отношениях, расширяя присутствие в публичных дискуссиях, постах, видео, мемах и иных мультимодальных форматах, а также интегрируясь в невиртуальную коммуникативную среду. По форме и распространению они отвечают критериям мема. Эти слова характеризуются высокой степенью концентрации множества свойств, и в результате их освоения и «присвоения» языком быстро закрепляются и распространяются, запуская процесс подражания, тиражирования содержания или формы мема и достигают вирусного распространения. Цель их использования многофакторная: это может быть выражение пренебрежения или сатирическое отношение к определенному типу группы, отражение определенного социального явления и общественных настроений. Они маркируют рационализацию отношений, смешая акцент с романтики на оценку личных границ и эмоциональной безопасности. Новые слова приходят на смену относительно старым, и все они являются вместилищем и проекцией ценностных установок и социальных настроений того или иного периода. Мы наблюдаем и сравниваем коннотативные измерения, представленные языковыми единицами в микродиахронии, чтобы понять характер эмоциональных или оценочных оттенков высказывания, которые они выражают.

В китайской речевой практике встречаются сленговые выражения и специализированные термины, связанные с межличностными отношениями, характерные для различных исторических периодов и отражающие ценности/социальные настроения конкретных эпох.

Например, в 2007 году возникает модель «X 奴» (X nǚ, «раб чего-либо»), где первым зафиксированным на официальных площадках термином стало «车奴» – «частный автовладелец, испытывающий трудности с покупкой машины или выплатой кредита». Позже по аналогии появились: «房奴» (fáng nǚ, «раб дома»), «

婚奴» (hūn nǚ, «раб брака», 2007 г.) «妻奴» (qī nǚ, «раб жены», 2010 г.), «猫奴» (māo nǚ, «раб кошки»), «狗奴» (gǒu nǚ, «раб собаки»), «孩奴» (hái nǚ, «раб ребёнка» – родитель, жертвующий всем ради детей). Здесь «раб брака» описывает людей, попавших в затруднительное положение из-за высоких расходов на свадьбу, например: «‘中国式结婚’已经让越来越多的年轻人不堪重负，让很多家庭举债结婚……最终沦为‘婚奴’。 (Китайский стиль брака захлестывает все больше и больше молодых людей и заставляет многие семьи влезать в долги, чтобы пожениться! ... в итоге они становятся «брачными рабами»)» [Baidu, 2007]. Такое предложение также воспринимается как нейтральное или кокетливое отражение образа жизни. Выражение «妻奴 (qī nǚ, «раб жены»)» воспринимается интернет-пользователями как имеющее положительную коннотацию, как «*当下女性对好老公的一种借指*» (займствованное прозвище женщинами; в наше время обращение к хорошему мужу)» [Baidu, 2023]. В то время как «狗奴 (gǒu nǚ, «раб собаки»)» и «猫奴 (māo nǚ, «раб кошки»)» меняют местами субъект и объект, рассматривая владельца как слугу животного, и обычно используются для уничижительной характеристики человека, оказавшегося в такой ситуации. Формула «X 奴 (раб кого/чего)» отражает неизбежную ответственность и давление на социально-экономические отношения, порожденные институтами типа брака в конкретный исторический период. При трансформации общества факторы управления субъектом видоизменяются, формируя новые структуры, тогда как сленг, обозначающий эти проблемы, сохраняет актуальность.

В метафорической лексике символом и образом, входящим в структуру сетевого неологизма, является животное «狗 (gǒu, «собака»)». В традиционных китайских лингвокультурных контекстах собака часто вызывает ассоциации с чем-то низким и вредным, что фиксируется в устойчивых выражениях: «狗咬狗 (досл. собака кусает собаку – ‘внутренние раздоры’)», «狗尾续貂 (досл. прицеплять к соболю собачий хвост – ‘взять что-то плохое и присоединить его к чему-то хорошему’), «狗嘴里吐不出象牙 (досл. из собачьей пасти не жди слоновой кости

– из злых уст доброго слова не услышишь)», «**虎父无犬子** (досл. *от тигра не родится щенок* – ‘сын достоин своего отца’)» и пр. Образ собаки обычно содержит уничижительные и оскорбительные оценочные коннотации. Эта ассоциация распространилась на современный сетевой сленг и неологизмы, и словесная конструкция «XX 狗 (какая-то собака)» постепенно сформировалась по аналоговым механизмам, что привело к появлению ряда новых слов и выражений [Су, 2025]. Различные группы используют метафору собаки в Интернете в качестве шутливой жалобы на свою учебу или работу, например «**大四狗** (собака-старшекурсник)» (студент четвертого курса университета) и «**加班狗** (собака-овертайм)» (наемный работник, который работает сверхурочно). К наиболее показательным и распространенным словам относится «**单身狗** (dān shēn gǒu), досл. *холостяцкая собака*», выражение относится именно к одиночкам и остается сетевым словом с метафорическим подтекстом. Впервые это слово появилось в 2011 году, в 2014 году стало «горячим словом» на платформе Renren. Первоначально использовалось как ироничное или шутливое выражение, обозначающее людей, не состоящих в отношениях, но позже стал использоваться как саркастический оборот [Су, 2025]. Встречается также выражение «**虐待单身狗** (nüèdài dānshēn gǒu, «мучить одиноких собак»)», сокращенное до «**虐狗** (nüè gǒu, «мучить собаку»)».

Используется в ироничном контексте для описания ситуаций, когда одинокие люди становятся невольными свидетелями демонстрации романтических отношений (объятий, поцелуев, подарков и т.д.), что вызывает у них чувство «эмоционального страдания». Примеры: «**你们别再公开秀恩爱了, 这是虐狗啊!**» («Хватит демонстрировать свою любовь на публике, это же мучение для одиноких!»). «**情人节朋友圈全是虐狗现场**» («В День святого Валентина лента друзей – сплошное издевательство над холостяками»). Впоследствии это привело к фразе «**吃狗粮**(chī gǒuliáng, «есть собачий корм»)» – интернет-сленг, обозначающий ситуацию, когда одинокие люди становятся «зрителями» романтических действий пары (*объятия, подарки, признания в любви*

и т.д.). Прямое значение: буквально – «кормить собачьим кормом», но в контексте означает **«страдать от чужих проявлений любви»**. Примеры: «今天在公园看到情侣喂对方冰淇淋，我默默吃狗粮» («Сегодня в парке видела, как пара кормит друг друга мороженым – я тихо „поела собачьего корма“»); «情人节朋友圈全是狗粮，吃撑了» («В День святого Валентина лента друзей полна „собачьего корма“ – объелся»).

Модальные выражения одной и той же структуры также можно встретить в интернете в мультимодальных форматах, например, в фильме **«Китайская одиссея(大话西游)»** героиня, держа за руку своего возлюбленного, указывает на далекую спину героя и говорит человеку рядом с ней: «你看那个人好像一条狗啊 (Посмотри на этого человека, он похож на собаку)». Эта сцена также широко использовалась в стикерах и мемах. Также существуют сленговые вариации, где компонент «собака» заменяется иными элементами, включая **«单身贵族»** (dān shēng guì zú, «холостяцкий дворянин»). Данное понятие описывает взрослого человека без партнёра (т.е. без постоянных отношений и детей), обладающего финансовой стабильностью (преимущественно офисные работники) и ведущего свободный, лёгкий образ жизни. Например: «单身贵族的生活：旅行、美食、自由，但偶尔也会羡慕别人的烟火 (Жизнь холостяцкого дворянина: путешествия, еда, свобода, но иногда завидуешь чужой семейной теплоте)». Следовательно, данные лексические единицы воплощают две семантические концепции отношения к одиночеству, где статус человека воспринимается либо как девальвация, либо как повышение, отражая различные ценностные модели романтических отношений. При ироническом употреблении создается контрастный эффект.

В спектр "собачьих" образов также входит **«舔狗»** (tiǎn gǒu, «лижущая собака»)/**«симп»**, возникшее около 2016 года. В русском сетевом дискурсе недавно появился аналог, описывающий человека с недостойным раболепным поведением. В романтическом контексте термин обозначает тех, кто возводит объект привязанности на пьедестал, требуя взаимности (ср. "прилипала"). **«Есть множество людей, которые готовы быть «подлизами» в отношениях между**

мужчиной и женщиной, и причины этого на самом деле гораздо более интригующие» [36kr форму, 2021]. Современная динамика употребления слова симп (*simp*) в русском и английском языках демонстрирует тенденцию к изменению контекста, тогда как в китайском сохраняется изначальная негативная оценка, побуждающая избегать подобных отношений. Отдельно существует понятие «海王» (*hǎi wáng*, «морской король») – человек с многочисленными любовными связями («бабник»). Данный тип человека забрасывает широкую «сеть» и развивает отношения на несколько фронтов. Смежные понятия включают: «海后» (*hǎi hòu*, «морская королева») – женский аналог «морского короля»; «养鱼» (*yǎng yú*, букв. «разводить рыбу») – метафора одновременного поддержания нескольких романтических связей; «闲鱼式爱情» («Любовь в стиле Сяньюй») – практика проверки аккаунта потенциального партнёра на платформе Сяньюй (аналог Авито) после изучения его соцсетей. «看一下出售的商品里，有没有数量充沛的「礼物贩卖」，就能判断出ta到底是不是「海王/海女」，再决定是否要继续这段爱情。 (Посмотрев на товары, выставленные на продажу, на обилие «торговли подарками», вы сможете определить, является ли человек «морским королем/королевой» или нет, а затем решить, хотите ли вы продолжать эту любовь)». [DT 青年理想城 (DT Молодежный идеальный город), 2021] Сами слова несут негативную коннотацию, подчеркивая манипулятивность и отсутствие эмоциональной ответственности, часто встречается в обсуждениях в социальных сетях и молодежных субкультурах, отражая критику или подшучивание над неисключительными интимными отношениями.

Выражения признательности/комplimenta как намерения через использование «детей» и «беременности» в качестве преувеличенных метафор, являются общими как для китайской, так и для английской речи, и вполне вероятно, что создание таких неологизмов в китайском языке было заимствовано из впечатлений англоязычного интернет-сообщества. Ярким примером языковой игры в китайском интернет-пространстве является фраза «生孩子/生猴子 (*shēng*

háizi/shēng hóuzi)», дословно переводящаяся как «рожать детей/рожать обезьянок». Хотя происхождение мема неясно, он получил вирусное распространение на платформах с функцией даньму¹⁹ (видеосервисы с всплывающими комментариями) и тематических форумах. В основе лежит фонетическая подмена: фраза «我要给你生孩子» («я рожу тебе ребенка») трансформируется в «我要给你生猴子» («я рожу тебе обезьянку»), где «猴子» (hóuzi – обезьяна) созвучно с «孩子» (háizi – ребёнок). Используется для гиперболизированного выражения восхищения, влюблённости или фанатской преданности, часто в контексте обсуждения знаменитостей или персонажей. Носит игровой характер, смягчая прямолинейность признания и добавляя самоиронии. Аналогичные лингвистические паттерны наблюдаются в англоязычной культурной среде. Например, в фантомных сообществах для обозначения эмоциональной привязанности к медианным персонажам или публичным фигурам активно используются метафоры семейных отношений: «*baby* (ребенок)» и «*pregnancy/pregnant* (беременность)». “100% successful pregnancies (100-процентно успешная беременность.)” “Since we all pregnant... whose child are y'all having? i'm having X's child. (Раз уж мы все беременны... чей ребенок у вас? У меня будет ребенок от X.)” [Комментарии реакции видеоролик, 2020] Данные выражения демонстрируют, как языковая игра с семейной семантикой становится инструментом конструирования виртуальной близости в цифровых субкультурах.

Использование гиперболизированных высказываний позволяет коммуникатору решать две ключевые задачи: – трансляция позитивной оценки объекта; – обеспечение развлекательного эффекта для аудитории. Подобные речевые паттерны, сочетающие юмор и эмоциональную насыщенность, имплицитно кодируют два уровня смысла: 1). физиологический уровень: актуализация базовых потребностей, таких как стремление к телесной близости в рамках упрощенной трактовки любви; 2). социально-эмоциональный уровень: скрытое намерение построить глубокие межличностные связи, включая *семейные*

¹⁹ 弹幕视频网站(даньму видео-сайт/bullet-screen/comment); «弹幕 (dàn mù)» – «комментарии-пули», интернет-сленг означает «трансляции комментариев зрителей бегущими строками поверх видео»).

отношения. Лингвистическая эксплицитность и сниженный стиль речи детерминированы спецификой цифровой среды, где формируются новые жанры коммуникации. Отсутствие прямого контакта между пользователями провоцирует выбор радикальных лексических средств в онлайн-диалогах. Примечательно, что *семья и дети* в этом контексте выполняют двойную функцию: как объект стремлений (идеализированная цель); как символический инструмент для вербализации эмоций (*желание, привязанность, романтический идеал*).

Лексические единицы – это просто «переносители» социально-психологических мотивов, общих тем и эмоций «текущего» момента времени. Создание и широкое использование этих единиц обусловлено необходимостью оценивать конкретные явления и проявлением социальных эмоций. Новые употребления могут заставить почувствовать изменения отношения к романтическим отношениям и браку.

Различия лингвокультурных контекстов порождают уникальные лексемы: так, в русском сетевом сленге аббревиатура РСП (оскорбление) расшифровывается как «разведёнка с прицепом», тогда как женщины интерпретируют её как «разведёнка с подарком» (где «прицеп» метафорично обозначает ребёнка от предыдущего мужчины). «С прицепом» – намёк на наличие детей от предыдущего брака («прицеп» – метафора детей как «обузы»). Выражение отражает патриархальные стереотипы, где разведённая женщина с детьми воспринимается как «неудачница» или «обременённая». Используется для унижения, подчёркивая, что дети или прошлый брак снижают её социальную ценность. Термин считается сексистским и дискриминационным, так как: объективирует женщин, сводя их ценность к семейному статусу. В английском: «Single mom with baggage» («одинокая мать с багажом») – схожая стигматизирующая метафора. Подобные культурно-обусловленные единицы с интенсивной негативной оценкой практически не поддаются адекватному переводу на китайский, есть только нейтральное описание «二婚带娃 (èrhún dài wá, «второй брак с ребёнком»)». Негативно окрашенный китайский неологизм «恋爱脑» (liàn'ài nǎo, «мозг, помешанный на любви//в голове только любовь»),

используемый преимущественно в интернет-коммуникации, описывает людей, сфокусированных только на романтических отношениях. «恋爱 (liàn ài)» – «романтическая любовь», «влюблённость». 脑 (nǎo) – мозг, мышление. Буквально: *любовный мозг* – метафора одержимости романтикой. Термин часто носит негативный оттенок, подчёркивая нездоровую фиксацию на отношениях: «*她真是恋爱脑, 为了男友放弃了工作*» («Она настоящий „любовный мозг“ – ради парня бросила работу»). Может и использоваться как самоирония в шутливом ключе для описания своей влюблённости: «*我承认我是恋爱脑, 看到帅哥就心动*» («Признаю, я „любовный мозг“ – сердце бьётся при виде красавчика»). Отражает социальное давление в Китае, где *брак* и *семья* считаются обязательными этапами жизни. Критикует романтизацию отношений в поп-культуре (дорамы, романы), где **ЛЮБОВЬ** часто изображается как единственная цель существования. Связан с феминистским дискурсом: женщины с *恋爱脑* могут восприниматься как «жертвы патриархальных установок», жертвующие карьерой ради мужчин. Примеры мемов: *Изображение мозга, где 90% занимает сердечко с надписью «恋爱脑模式启动»* («Режим „любовного мозга“ активирован»). Девушка смотрит романтический фильм и восклицает: «完了, 我的恋爱脑又发作了! » («Всё, мой „любовный мозг“ снова дал о себе знать!»). Это выражение подчеркивает иррациональность любовных отношений, подвергая её критике. В русскоязычном пространстве аналогичная устойчивая единица не сформировалась.

Существующие фразеологизмы также определяют лексический состав: в русской традиции супругов-жертв измен называют «коленями», что восходит к выражению «наставить рога». В китайском языке «олень» (鹿, lù) лишено данной коннотации, но ассоциативно связано с числом «三» (sān, «три»): неологизм «*小三*» (xiǎo sān) обозначает третью лицо, вторгающееся в отношения пары. Данное понятие производно от фразы «*第三者插足*» (dì sān zhě chā zú, *вступление кого-л. в интимные отношения с одним из супругов*), 第三者 (dì sān zhě) – букв. «третья сторона», досл. «любовник/любовница», «третий лишний». 插

足 (chā zú) – букв. «вставить ногу»: метафора активного вторжения в чужие дела.

Часто ассоциируется с изменой или эмоциональным манипулированием.

Например: «他们的婚姻因为第三者插足而破裂» («Их брак распался из-за вмешательства третьей стороны»).

Несмотря на лингвокультурные различия, сетевая коммуникативная среда побуждает говорящих к лексической апоприации: слова присваиваются для «противостояния» оппонентам с трансформацией оценочных коннотаций. Например, «Яжмать» эволюционировало за десятилетие от нейтрального обозначения матерей в тематических сообществах до негативного термина для гиперопекающих родителей. Как отмечают Г.Г. Слышкин и Е.Д. Смирнова в исследовании данного феномена, изменению оценочного компонента концепта способствовали: социальные условия («растущие агрессивность и нетерпимость в обществе»); специфика онлайн-коммуникации, ведущая к «ускоренному формированию нарративных формул и стереотипизированных образов персонажей повествований (особенно отрицательных)»; и трансформация представлений о социальной ответственности в контексте демографических изменений [Слышкин, Смирнова, 2023, с. 261-263]. «Ставшее уже устойчивым определение «яжмать» обозначает женщину с ребёнком, ведущую себя недостойно. Когда женщине, у которой появился ребенок, вдруг разом все вокруг становятся должны» [Виктория Сапунова, «161.RU», 2019] «Синдром «яжсематери» – следствие психологического неблагополучия» [Мария Минаева, «Kiozk», 2023]; «За последнее время...этим словом стали называть любую мать, поведение которой не очень понятно для окружающих» [Светлана Смирнова, «Яжмать»: откуда берется этот синдром и как с ним бороться, 2022]. Впоследствии использовалось для описания и шутливого выражения агрессивных и контролирующих матерей. Указанная трансформация объясняется тем, что «в процессе частого употребления индивидуально-авторские неологизмы» испытывают воздействие коммуни-кативного контекста и субъективных представлений участников «относительно предмета коммуникации, что приводит к изменению значений слов» [Шумилина, 2022, с. 391]. Аналогичный русскому

«яжмать» китайский интернет-неологизм «子涵妈妈» (Zǐhán māmā, «мама Цзыхань») возник из вирусного мема 2023 года, основанного на скриншоте переписки. В нём пользователь "子涵妈妈" упрекала воспитательницу за укус комара, полученный её ребёнком в детском саду. Ассоциация этих слов со знаменитостями или вымышленными персонажами может считаться языковым выражением популярной культуры и общей памяти времени, что позволяет предположить, что они возникли в общественной культуре. Творческое самовыражение является мощным ответом на эти общественные события или публичные фигуры. Эти новые языковые единицы несут в себе общественное мнение, а иногда отражают более глубокие социальные явления. Сопоставление русской единицы «яжмать» и китайской «子涵妈妈» (Zǐhán māmā) выявляет общую интернет-дискурсивную природу при различии генезиса: «яжмать» восходит к нетрадиционной форме (иноязычному тегу), органично вписанной в цифровую коммуникацию. Обе лексемы отражают разные социокультурные проблемы: если русский концепт актуализирует восприятие альтернативных моделей материнства, то китайский фокусируется на конкретных семейных ролях и личностных характеристиках с акцентом на гиперконтроле детей. Независимо от источника происхождения (массовое создание или медийные персонажи), данные единицы функционируют в публичном онлайн-пространстве, неразрывно связанном с межличностными и этико-моральными дискуссиями между коммуникантами.

Помимо объективных факторов и условий референтной группы, это может объясняться глубоким откликом на представленные ценности (или их отрицание). В дискурсе такие единицы функционально аналогичны традиционной лексике – служат для выражения насмешки, самоиронии, диатрибы, унижения и т.д. Однако их структура и динамика оценочных коннотаций часто малопонятны, а редкие изменения обычно сопряжены со сдвигами общественных установок. Стигматизированные словообразовательные модели преимущественно необратимы: осознание устойчивости их эмоционально-оценочного компонента приводит к косвенной деконструкции носителями языка – через замену или

трансформацию исходных единиц.

В китайском цифровом пространстве недавно возник неологизм «**普信男**» (pǔ xìng nán, «обычный, но самоуверенный мужчина»), несущий негативную коннотацию (досл. 'простой и самоуверенный парень' – о слепой уверенности). Берущий начало из выступления Ян Ли во второй половине 2020 года в шоу «**脱口秀大会第三季**» (Ток-шоу, 3 сезон), термин описывает заурядного, но гиперуверенного в себе мужчину. Вызвав широкие дискуссии на китайских платформах, он породил словообразовательные модели «**XX男**» (XX nán, «мужчина с характеристикой XX»), включая: «**普吸男**» (pǔ xī nán) – обычный, но привлекательный мужчина; «**下头男**» (xià tou nán) – индивид, портящий настроение окружающим. Функционально данные единицы транслируют ценностные установки и восприятие социальных типов.

В аспекте языковой политики данные лексемы, порожденные общественным дискурсом и массовой культурой, распространяются по принципу «снизу-вверх», становясь предметом стихийных публичных обсуждений. Параллельно осуществляется «сверху-вниз» распространение – через официальные коммюнике или законодательные инициативы, что позволяет выявлять запросы языкового регулирования и сопутствующие ценностные тренды. Пример: термин «**剩女**» (shèng nǚ, досл. 'оставленные женщины'), введенный в 2006 году для обозначения женщин, не вступивших в брак в социально ожидаемом возрасте. Ранее использовалось нейтральное «**大女**» (dà nǚ, 'взрослые женщины'). Слово «**剩**» (shèng)» в «**剩女** (shèng nǚ)» имеет негативную коннотацию из-за ассоциации с «**剩下** (оставшийся)» и «**剩余** (излишний)». Понятие «**剩女**» (shèng nǚ, «оставленные женщины») впервые получил определение в «Отчете о состоянии жизни на китайском языке» (2006), опубликованном Государственной комиссией по языку (ГКЯ) в 2007 году: «**高学历、高收入、高年龄的单身女性**» («одинокие женщины с высоким уровнем образования, дохода и возраста»). После многолетних дискуссий о возрастном и социальном статусе данной группы в медиа, слово стало маркером стигматизации, что привело к его запрету в 2017

году газетой «Женщины Китая» как дискриминационного. Антидискриминационная деконструкция слова «剩女 (sheng nǚ)» также активно используется в слоганах, например, в недавной рекламе, посвященной Женскому дню 8 марта: «单身+大龄+女性 ≠ 被剩下。#国际妇女节快乐。 (Одинокие + старые + женщины ≠ оставшиеся. #Счастливого Международного женского дня)». Её визуальное воплощение представлено на рисунке 2.



Рисунок 2 – слоган реклама Женского дня (2025)

Кроме того, выражение «婚驴» (hūn lú, «замужний осел»), появившееся после инцидента 2019 года: блогер на Сина Вэйбо назвал замужних женщин «上门驴» (досл. 'ослицы, приходящие в дом'). К 2020 году, когда употребление термина стало массовым, соцсети запретили его как этнофолизм. На отдельных платформах слово обсуждалось следующим образом: «我非常反对对已婚女性无故进行‘婚驴’羞辱 (Я очень против того, чтобы замужние женщины без причины позорили „замужних ослов“)». [Reddit, 2022] «这些词背后的逻辑非常简单，他们把婚姻家庭作为剥削女性唯一的敌人 (Логика этих слов очень проста: они делают супружескую семью единственным врагом в эксплуатации женщин)» [Nuxiu, 2020]. Указанные лексемы, ввиду оскорбительной коннотации и подразумеваемых «антибрачных и антиплеменных» установок, противоречат государственной политике. Подобное регулирование «сверху вниз» имеет параллели в русскоязычном пространстве: термин «чайлдфри» (childfree) был ограничен антидискриминационными нормами, поскольку его ключевая

концепция – добровольный отказ от деторождения – расходится с традиционными ценностями. Цель подобной языковой политики – сдерживание влияния данных явлений на общество, где запрет слов служит инструментом «ограничения» публичного дискурса.

Из всего вышесказанного мы можем косвенно судить: современный сетевой дискурс трансформирует семантическое наполнение концепта ЛЮБОВЬ, актуализируя его новые аспекты через мультимодальные форматы, сленговые номинации и гибридные жанры коммуникации. Развитие символьических систем, сопровождаемое стиранием их границ и диверсификацией значений, закономерно приводит к трансформации содержательного ядра концепта ЛЮБОВЬ в условиях динамических культурных изменений.

Более того, посты, посвященные концепту ЛЮБОВЬ, можно увидеть на многих сайтах сообществ. Селф-медиа появились недавно и органично накапливаются на сетевых социальных платформах. Медиа возникли как техническое средство для хранения, распространения, сохранения и воспроизведения информации и произведений искусства, однако они быстро превратились в мощный инструмент влияния на общественное мнение. Определение медиатекстов расширилось, поскольку они создавались и распространялись с помощью голоса, музыки, звуковых эффектов, изображений и видео. Селф-медиа, часто называемые «We Media», позволяют любому человеку распространять свои собственные новости и информацию с помощью цифровых технологий и глобальной сети знаний. С помощью цифровых технологий общественность может подключиться к глобальной информационной системе, чтобы распространять свои собственные факты и новости. Сюда входят новые медиа, с помощью которых частные, гражданские, универсальные и автономные коммуникаторы распространяют нормативную и ненормативную информацию среди неопределенного большинства или отдельных людей с помощью современных технологических технологий.

Цифровая коммуникативная среда функционирует по принципам, близким к реальному миру, однако её ключевой особенностью является высокая анонимность,

провоцирующая активизацию разнообразных языковых моделей поведения пользователей. Дискуссии о ценности ЛЮБВИ ведутся в Интернете давно и в разных формах, и анонимная природа интернет-среды служит одной из важнейших причин, которые приводят к возникновению и формированию характеристик обсуждения. Один из универсалистских принципов Интернет-общения Роберта Мертона выступает за максимально доступную онлайн-среду, не требующую учета пола, возраста, национальности, социально-экономического статуса и т.д. Анонимность собеседников затушевывает моральную ответственность за поступки, позволяя выражать самые потаенные и опасные эмоции. Тем не менее, с внешней точки зрения эти желания могут рассматриваться как фасад, неотъемлемая часть динамики согласия, присущей анонимности.

Типичный кейс информационной фальсификации связан с русскоязычным аккаунтом в Facebook, зарегистрированным на имя Елены Лашанс (Elena Lachance). В начале октября 2023 года профиль опубликовал подложную цитату Генри Киссинджера со следующими утверждениями: «*У советских людей была любовь, у нас – только секс*»; «*Они обладали искренней благодарностью, мы – лишь финансами*». В 2018 году порталом panorama.pub был создан данный сатирический текст (статья: «Генри Киссинджер разочаровался в капитализме...»), который 5 октября 2023 года получил опровержение от ресурса «Детектор мифов». Тем не менее, фейк сохранил виральный потенциал: после публикации в Twitter он активно цитировался в русскоязычных соцсетях, собрав более 6,5 тыс. репостов. Этот пример демонстрирует, как искусственно сконструированный нарратив, даже будучи пародийным, может стать инструментом манипуляции. Массовое распространение указывает на устойчивые представления части русскоязычной аудитории о «духовной миссии» России, противопоставляемой западным ценностям – идея, уходящая корнями в советский и дореволюционный историко-культурный дискурс.

Посты на общественных сетевых платформах, напрямую связанные с темой любви или содержащие символы на других языках (например, английском),

а также их изображения (например, смайлики, в виде сердечек, отпечатков губ и т.д.), также встречаются нередко.

В нашей выборке данных можно выделить несколько общих элементов: 1) Любовь и физический контакт (объятия, поцелуи и т.д.); 2) забота и любовь (в основном к себе); и 3) милые или эмоционально приятные изображения с символами *любви* (например, сердечки и т.д.).

Рассмотрим понятие *любовь к себе*. Сообщения, касающиеся ухода за собой и *любви к себе*, часто появляются в эмоциональных, психологических или общих материалах на платформе ВКонтакте, распространяемых с помощью we-media. Любовь к себе зависит от положительной самооценки. Положительная самооценка зависит от присутствия людей, которые ценят Вас. «Неприязнь со стороны других людей приводит к снижению самооценки, что влечет за собой нелюбовь к себе, которая закрепляет цикл нелюбви к себе». Однако существует резонансный дискурс, который подчеркивает значимость *любви к себе* и в то же время мрачно смотрит на мирскую любовь. Например, были найдены посты на публичной странице «psychomete» в VK. 1. Пост содержит только изображение. На огромном заднем фоне ласково изображены две маленькие уютные фигурки, каждая из которых подписана фразами «Это я» и «Это тоже я». Под фотографией надпись: «Потому что я никому не нужен, кроме моего любимого „я“». 2. Крупное графическое изображение «0%», сопровождаемое фразой (*уверенность в том, что я смогу встретить человека, который будет любить, понимать и ценить меня*). Изобретательный блок, включающий циничный мем о *любви*, пронизанный юмором, скорее всего, привлечет внимание пользователей платформы и спровоцирует их вовлечение.

Такие атрибуты, как терпимость и нежная любовь, преобладают, тем не менее, они также делятся на положительные и отрицательные черты выражения. Рассмотрим пример постов на публичной странице «Dr.» на платформе ВКонтакте. На этой странице в статьях на тему *любви* прослеживается явная закономерность: одинаковые слова или темы сопровождаются различной графикой, которая гласит: «Вы знаете, кому дарить!». Изображения в постах содержат утвердительные

выражения благодарности, поощрения и привязанности, направленные на получателя; «Любовь!» или «Любовь» (Изображения показывают интимные отношения и физическое взаимодействие между мужчинами и женщинами или животными, преимущественно представленными анимированными персонажами); «Любовь в метро» (Изображения показывают пары в метро, обычно демонстрирующие физический контакт, такой как поцелуи, держание за руки, объятия и т.д.). Также доступна коллекция скриншотов с репликами из фильмов. Дополнительные темы сообщений, относящиеся к сердцам (изображения животных, людей или природных пейзажей), включают такие запросы, как «Добрый день», «Спокойной ночи» и т.д. Кроме того, ЛЮБОВЬ связана с привязанностью к предметам или животным.

Артикуляция слепоты и амбивалентности в любви широко распространена в современном русском дискурсе. Мемы «Я все равно тебя люблю» подчеркивают многочисленные недостатки партнера, поступков или идей другого человека, которые вызывают обиду у «я», завершаясь словами «...но все равно люблю». Например, «Я обижаясь на тебя за то, что ты не умеешь проигрывать, но все равно люблю.» «Я обижаясь на тебя за то, что ты иногда забываешь чистить зубы перед сном, но все равно люблю.» «Я обижаясь на тебя за то, что ты считаешь себя некрасивой, но все равно люблю.» Эти тексты не только показывают трудности и напряженность в постижении любви, но и иллюстрируют понимание, терпимость и даже слепоту, связанные с ней. Этот мем иллюстрирует способность любить другого человека, несмотря на признание его недостатков.

В современной сетевой культуре мемы, ориентированные на изображение, как носители эмоционального выражения, представляют собой уникальные коммуникативные характеристики и стили дискурса. Эти культурные символы постоянно реконструируют традиционную парадигму эмоционального выражения посредством пародии, коллажа и вторичного творчества. Например, классический образ окружной мультишной парочки, возникший на турецкой иллюстрации жевательной резинки в 1990-х годах, первоначально был проиллюстрирован фразой «Любовь – это...» (Love is...). Оригинальные иллюстрации передавали

идеализированное представление о *любви* с помощью фиксированных фраз, таких как «Любовь – это...» (Love is...), а такие сценарии, как «Совместный просмотр любимых телепередач друг друга», подчеркивали всеохватность в отношениях. После вступления в цифровую эпоху модель развила деконструктивные варианты в совместном творчестве пользователей: от юмористических иллюстраций, изображающих пары, «толстеющие вместе», до черного юмора, определяющего любовь как «спать вместе, даже если она одержима дьяволом», эта дискурсивная трансформация не только сохраняет оригинальные визуальные символы, но и деконструирует традиционные романтические повествования через преувеличеннное и секуляризованное содержание, создавая разрыв и реструктуризацию культурных воспоминаний поколений.

В китайской сетевой среде действительно существуют мемы, аналогичные русскому «Любовь – это...». Наиболее яркий пример – фраза «像极了爱情» (xiàng jí le ài qíng – «очень похоже на любовь») в 2019 году. Её суть заключается в том, что любые эмоции, события или даже бытовые ситуации (иронично) сравниваются с любовью. Этот мем часто называют «экспресс-курсом по написанию стихов», так как эта конструкция позволяет быстро создать стихотворный, философский контент. Мем «像极了爱情» уникален своей фокусом на метафоре любви, но он вписывается в общую тенденцию китайского интернета создавать шаблонные фразы для поэтизации или иронии. Подобные мемы отражают стремление к творческому самовыражению и критическому осмыслинию повседневности через юмор. Его можно читать как размышление о романтизме и предостережение от него, а можно рассматривать как стремительный процесс универсализации и объектно-субъективизации любви. По популярности и глубине влияния это выражение «像极了爱情» на китайском языке гораздо менее распространено и употребимо, чем русский мем «любовь – это...».

Механизм генерации дискурса сетевого сообщества демонстрирует отличительную партисипативную культурную характеристику. Анонимная среда порождает двойственность эмоционального выражения: с одной стороны, она

порождает серию реакций «я люблю тебя несмотря ни на что», которая строит диалектику эмоций, одновременно игривую и реальную, сравнивая список жизненных недостатков партнера (например, «забыл почистить зубы перед сном») с декларацией прощения; с другой стороны, появился самоуничтожительный дискурс «заботы о себе», например, психологические аккаунты, которые используют процентные графики, чтобы посмеяться над собой за «0% уверенности в любви», превращая индивидуальное беспокойство в социальную валюту для коллективного сопереживания. Эта дискурсивная практика часто опирается на моделирование визуальных символов, например, повторяющееся использование стандартизованных визуальных элементов, таких как символы сердца и мультишные объятия на платформах социальных сетей ВКонтакте, вместе с открытыми текстами, такими как «Вы знаете, кому это переслать», для создания интерактивных ритуалов, которые можно бесконечно повторять.

Взаимопроникновение коммерциализации и народного творчества особенно заметно. Торговый бренд «Пятёрочка» трансформировал классическую форму в рекламный нарратив «Любовь – это тяжелый груз, который нужно поднять», сохранив оригинальный стиль иллюстрации, но заменив его коннотацией коньюмеризма, тем самым реализовав капитализацию ностальгических символов.

Значительная популярность жанров юмора и сатиры как наиболее эффективных средств передачи чувств пользователей иллюстрирует эту критическую точку зрения Интернет-сообщества. Многочисленные сайты предлагают шутки и истории, охватывающие как технологические, так и политически оппозиционные платформы; по статистике, их посещаемость очень велика. Анекдоты быстро распространяются в Интернете и доступны каждому, у кого есть компьютер; эти факторы прогнозируют их быстрое распространение в сети. В то же время субкультурные группы используют режимы для критики ценностей, например, геймеры, которые деконструируют романтизм, создавая переделку «Бок о бок в мире танков», и киберспортсмены, которые переосмысливают близость, используя иконографию тактического сотрудничества. Эта многоголосая дискурсивная конкуренция отражает ценностное напряжение

на онлайн-арене – в то время как священная любовь в религиозном дискурсе отступает, понятие ЛЮБВИ продолжает семантически дрейфовать среди материализма, индивидуализма и коллективной ностальгии, в конечном итоге формируя фрагментированную и очень заразную символическую экосистему.

Проведенное исследование выявило, что цифровое пространство радикально трансформирует семантику концепта ЛЮБОВЬ, переплавляя его в гибридный конструкт, где эмоциональная глубина уступает место прагматике и иронии. С одной стороны, **клишированные символы** (сердечки, стикеры с поцелуями) и шаблонные фразы («Любовь! ❤») упрощают межкультурную коммуникацию, но одновременно **девальвируют** язык чувств, сводя сложные переживания к универсальным пиктограммам. С другой – рациональная оценка партнёра вытесняет романтику: в русском сегменте интернета идеализированный «**масик**» (богатый, заботливый мужчина) противопоставляется инфантильному «**тюбику**», а в китайском дискурсе «**海王** (hǎi wáng, «морской король»)» маркирует человека с множеством мимолётных связей, акцентируя утилитарный подход к отношениям. Оба языка демонстрируют удивительное сходство в **механизмах адаптации** к цифровой реальности. Неологизмы-ярлыки, такие как русское «**скуф**» (мужчина с пивным животом и консервативными взглядами) и китайское «**油腻男**» (yóunì nán, «жирный мужчина»), кристаллизуют социальные стереотипы, превращая их в мемы для мгновенной идентификации «нежелательных» типажей. Глобальные заимствования вроде «*simp*» обретают локальную семантику: если в русском «*сими*» описывает навязчивого поклонника, то китайское «**舔狗** ((tiǎn gǒu, «лизущая собака»)) усиливает уничижительный оттенок, отражая культурную нетерпимость к «унижению» в романтических отношениях.

Культурная специфика проявляется в **ценностных акцентах**. Китайский дискурс связывает любовь с коллективными обязательствами: например, «**婚奴** (hūn ní, «раб брака»)» критикует финансовое бремя свадеб. В русском контексте доминирует **ироничный индивидуализм** – от самоуничижительных мемов («0%

уверенности в любви») до сатиры на гендерные роли («яжмать»). Тем не менее, гендерно-оппозиционные взгляды и сексизм встречаются в обеих культурных киберязыковых средах как общая и распространенная тактика в качестве средства дискриминации и агрессии.

Итоговая трансформация концепта связана с фундаментальным парадоксом цифровой эпохи: глобальные шаблоны («краш»/«crush») стирают границы, но локальные языки перерабатывают их в уникальные нарративы. **ЛЮБОВЬ** становится **многослойным маркером**, где коммерциализация (реклама «Пятёрочки» с пародией на романтические комиксы) соседствует с протестом против традиционных норм. Этот конфликт между универсальным и уникальным, между эмоцией и прагматикой, определяет новую динамику концепта в сетевой культуре.

Таким образом, сетевой дискурс трансформирует **ЛЮБОВЬ** в **многослойный маркер**, где эмоциональное содержание замещается прагматикой, иронией или социальным протестом. Русско-китайские различия отражают конфликт между глобализированными шаблонами (заимствования, мемы) и локальными ценностными системами, где концепт становится полем борьбы традиций и цифрового номадизма. Несмотря на культурные различия, русский и китайский контексты демонстрируют схожие механизмы адаптации к вызовам цифровой эпохи, что подчёркивает универсальность трансформации языковых и ценностных систем в условиях глобализации.

Динамичное становление инновационных коммуникативных форматов и их структурная эволюция привели к переосмыслению методов генерации и визуализации данных. Это стимулировало формирование адаптивных моделей социального взаимодействия, оптимизированных под текущие технологические и культурные запросы. Современные каналы передачи информации характеризуются повышенной гибкостью, а лексические единицы и ассоциативные связи, используемые в межличностной коммуникации, приобрели функцию аксиологического маркера – инструмента фиксации коллективных ценностных установок и их интерпретаций.

3.2. Концепт ЛЮБОВЬ в современном русском и китайском языковом сознании (по данным ассоциативного эксперимента)

ЛЮБОВЬ как базовый концепт занимает центральное положение в русской и китайской лингвокультурах, что обусловлено его непреходящей ценностью и взвышенной семантикой, актуальной в рамках межкультурного диалога. Несмотря на то, что значение *любви* остается неизменным, её проявления, аксиосфера, или аксиологический компонент, претерпели определенные изменения с течением времени. Эти изменения можно объяснить влиянием смены ценностей среди носителей языка, изменениями в социальном развитии и другими факторами.

На финальной стадии комплексного анализа концепта ЛЮБОВЬ в соответствии с методологией исследования предусмотрена верификация результатов, зафиксированных в процессе психолингвистического ассоциативного тестирования. Основной задачей являлось: – Идентификация доминирующих интерпретаций *любви* в актуальной русской языковой картине мира; – Выявление устойчивых взаимосвязей между когнитивными репрезентациями носителей русского и китайского языков, отражающих эволюцию концептуальных границ данного феномена в современных социокультурных условиях. При этом мы также сравниваем результаты ассоциативных реакций, представленных в определенный период, чтобы предположить концептосферу и изменения в их составе.

3.2.1. Особенности проведения ассоциативного эксперимента в лингвистической концептологии

Ассоциативный эксперимент, как ключевой метод лингвистической концептологии, позволяет реконструировать структуру концептов через анализ вербальных реакций носителей языка, отражающих глубинные когнитивные и культурные связи. Его методологическая база, разработанная в рамках

Московской психолингвистической школы (А.А. Леонтьев, Н.В. Уфимцева), опирается на представление о сознании как системе предметных значений, опосредованных культурой [Леонтьев, 1976; Уфимцева, 2015]. В отличие от классических лингвистических подходов, фокусирующихся на формальных аспектах языка, ассоциативный эксперимент направлен на выявление «субъективного содержания знакового образа» [Леонтьев, 1976, с. 63], что делает его незаменимым инструментом для изучения концептов как сложных ментальных образований.

Важность метода для концептологии обусловлена его способностью моделировать семантико-когнитивные поля, лежащие в основе концептов. Как подчеркивает Н.В. Уфимцева, ассоциативные реакции носителей языка не только фиксируют актуальные смысловые связи, но и отражают культурную специфику концепта [Уфимцева, 2013]. Например, частотные ассоциации «родина → дом» или «душа → бессмертная» демонстрируют, как национальный исторический опыт и религиозно-философские традиции формируют ядро концепта (Караулов, 2000; Уфимцева, 2015). При этом эксперимент выявляет не только статичные элементы, но и динамику концептуальных структур: сравнение данных Русского ассоциативного словаря (2002) и современных исследований показывает, как изменения социокультурного контекста влияют на значимость отдельных компонентов [Уфимцева, 2003].

Методология эксперимента требует тщательного отбора стимулов, учитывающих ядро-периферийную организацию концепта. Как отмечает С.В. Закорко (2012), свободный ассоциативный эксперимент (САЭ), при котором испытуемый реагирует первым пришедшем в голову словом, минимизирует влияние исследователя и обеспечивает доступ к «коллективному бессознательному» языкового сообщества. В работе над Русским ассоциативным словарем (РАС) (2002) использовались 103 тыс. стимулов с участием 11 тыс. носителей языка, что позволило построить ассоциативно-вербальную сеть как модель языкового сознания (РАС, 2002, с. 244). Такой подход, восходящий к идеям Ф. де Соссюра о значимости (*valeur*) элементов в системе [де Соссюр, 1977],

подчеркивает роль частотных реакций в определении культурно-обусловленных иерархий концепта.

Обработка данных сочетает количественный анализ доминантных ассоциаций (например, выделение реакций с частотой выше 50%) с качественной интерпретацией семантических кластеров. Так, ассоциативное поле стимула *доктор* делится на зоны *медицина*, *наука* и *атрибуты*, что отражает многомерность соответствующего концепта [Уфимцева, 2015, с. 246]. Визуализация в виде ориентированного графа (ассоциативно-верbalной сети) не только структурирует данные, но и выявляет системные связи между элементами, что принципиально важно для концептологии, изучающей концепты как целостные образования [Леонтьев, 2014].

Несмотря на эффективность метода, его применение требует учета ограничений. Репрезентативность выборки (возраст, образование, региональная принадлежность) и риск субъективности интерпретации, как указывает А.А. Залевская (1982), могут быть минимизированы через триангуляцию методов, например, сочетание эксперимента с дискурс-анализом. Кроме того, культурная обусловленность ассоциаций требует осторожности при кросс-лингвистических сравнениях: ядро языкового сознания русских включает 530 единиц, тогда как у англичан – 584 (по материалам РАС), что подчеркивает уникальность концептуальных систем.

Таким образом, ассоциативный эксперимент служит мостом между языковой практикой и когнитивными структурами, позволяя деконструировать концепты как культурно-детерминированные феномены. Его сила – в способности выявлять не только явные, но и латентные смыслы, формирующие основу языкового сознания. Как показывает пример концепта ДУША, где реакции *бессмертная*, *внутренний мир* и *страдание* реконструируют его религиозно-философскую природу [Уфимцева, 2015], метод остается ключевым инструментом для исследования «невидимого» измерения концептов.

В первой главе рассматриваются теоретические и методологические основы исследований, связанных с созданием психолингвистических ассоциативных

цепочек. Основы методологии исследования были разработаны в рамках Нижегородской школы когнитивной лингвистики в ходе подготовки диссертационных работ [Методические указания 2002; Ручина, Горшкова, 2003; Ручина, Горшкова, 2011; Русский язык, 2014]. В рамках исследования применялся ассоциативный метод, направленный на систематизацию ответов участников на стимульные лексемы через группировку реакций по единым семантическим параметрам. Это позволило выделить устойчивые паттерны ассоциативных связей: индивидуальные ответы классифицировались на основе общих смысловых критериев.

Как отмечается в работах З.Д. Поповой и И.А. Стернина [Попова, Стернин, 2007, с. 140-142], структурные элементы концепта поддаются иерархической организации, что обеспечивает дифференциацию между ядром и периферией когнитивных признаков. Данный подход также актуален для сравнительного анализа результатов ассоциативных экспериментов среди респондентов с различными социально-демографическими характеристиками (возраст, пол, статус).

С помощью направленных ассоциативных экспериментов мы попытаемся построить структуру концепта ЛЮБОВЬ в рамках двух языковых картин: вначале были задокументированы первичные связи в языковом сознании испытуемого, которые впоследствии вызывали цепную реакцию на слово-стимул *любовь*. Затем использовались стратификационная выборка и парадигматический анализ для построения горизонтальных и вертикальных корреляций между ассоциациями. Таким образом, мы можем констатировать результаты, полученные в ходе нашего конкретного дискурс-анализа.

Основываясь на описанной выше методологической базе, мы систематически исследовали характеристики распределения частот ассоциативных ответов на этапе анализа результатов эксперимента: в ходе анализа результатов эксперимента изучается частота возникновения ассоциаций, таким образом, формируются ассоциативные поля. Необработанные данные ответов были собраны системой и структурированы в соответствии с принципами

семантической кластеризации. Впоследствии были проанализированы совокупные результаты преобладающих ответов, и были выявлены наиболее частые и активные ассоциативные термины. Они составляют суть домена и охватывают его полную когнитивную идентичность. Для передачи этих признаков обычно используются слова, поскольку они напрямую взаимосвязаны.

Выделены концептуальные уровни (ядро, база, ближняя периферия и дальняя периферия), которые в совокупности составляют домен. В качестве промежуточного результата исследования приводится статистика по словам-стимулам в графическом или табличном формате.

Интеграция качественных методов в анализ количественных показателей позволяет выявить устойчивые взаимосвязи между эмпирически зафиксированными когнитивными характеристиками и результатами предшествующих научных работ. Это способствует точной идентификации признаков, наиболее значимых для языкового восприятия и объективно репрезентирующих структуру ментальных концептов.

3.2.2. Концепт ЛЮБОВЬ по данным ассоциативного эксперимента (на основе реакций русских и китайских респондентов)

Эксперимент состоит из двух частей: ответы на стимул-ассоциацию на русском языке и ответы на стимул-ассоциацию на китайском языке.

Участникам была предоставлена анкета. Необходимо было дать последовательность связанных слов, т.е. ответить на слово *любовь* / 爱 (ai). Был проведен эксперимент, в котором перечислялось значительное количество ассоциаций, при этом не было наложено никаких ограничений на общее количество допустимых ответов. Чтобы соответствовать этому критерию, необходимо было предоставить начальное слово, которое возникло бы спонтанно, естественным и последовательным образом, независимо от контекста или высказывания, без какого-либо предварительного обдумывания или подготовки. Исходя из особенностей языковой репрезентации, аналогичные термины, такие

как синонимы, антонимы, гипонимы и гипернимы, могут быть классифицированы как парадигматические ассоциативные отношения. Перифрастические элементы состоят из словосочетаний, образующих определения; прагматические характеристики охватывают антецедентные явления и имена собственные, среди прочих факторов; а характерные лексемы включают прилагательные и существительные, функционирующие в качестве определений.

Опросник должен заполняться участниками в спокойной обстановке. За его выполнение отвечают носители русского языка разного возраста. Мы также изучили возраст участников, уровень образования и выяснили, является ли русский/китайский язык для них родным или иностранным. Мы учитывали все эти признаки при анализе ассоциаций в анкете. В итоге анкеты как в китайском, так и в российском эксперименте не содержали пропущенных или недействительных данных (100% достоверность).

Обработка результатов ассоциативного исследования среди русских респондентов показала следующие параметры: общее число респондентов, вовлеченных в эксперимент, составило 50 человек; все предоставленные анкеты (50) были признаны релевантными и пригодными для анализа; объем полученных реакций на стимульные единицы – 238 ответов.

– **Общее количество реакций** в среднем 4.76 реакции на человека.

В ходе эксперимента для теста на реакцию на русский язык было опрошено 50 респондентов. Мужчины и женщины относительно широкого возрастного диапазона (от 15-80 лет) из разных социальных групп (в основном школьники и студенты вузов). Среди большинства респондентов были носители русского языка, в том числе и часть не носителей, которые изучают и используют русский язык в течение длительного времени.

Реакции на слово-стимул *любовь*, полученные на этапе первого ассоциирования, и частота их упоминания представлены ниже. Ассоциации сгруппированы по частоте встречаемости:

– наиболее частотные реакции (3-5 упоминаний): *тепло* (5), *семья* (5), *забота* (3), *нежность* (3), *отношения* (3);

- реакции средней частоты (2 упоминания): *пара, счастье, чувства, имя конкретное* (в том числе «имя любимого человека», «имя любимой девушки»);
- единичные реакции (1 упоминание): *чувство, блаженство, взаимодействие, вожделение, горько, грустность, доверие, ласка, любить, морковь, муж, мы, обязательство, поддержка, понимание, привязанность, прикосновение, принятие, привязь, спокойствие, уважение, эмоции, яркая*.

По результатам начальной ассоциации *любви* можно заметить, что лексемы, расположенные в ядре семантического поля, включают следующие категории:

1. Чувства и эмоции, проистекающие из *любви* (*теплота, нежность, счастье, вожделение* и т.д., а также сами слова *чувство* (*чувств*) и *эмоции*);
2. *Любовь* как источник формирования отношений: субъекты и объекты эмоциональной связи (партнерские взаимодействия, семейные узы, социальные роли, личностные идентификации и пр.).
3. Поведенческие паттерны, ассоциированные с концептом **ЛЮБОВЬ**: *доверие, устойчивая эмоциональная привязанность, принятие обязательств, поддержка, понимание, физическая близость (прикосновение), уважение*.

Интимные отношения на физиологическом уровне, которые ранее были выведены из словарного определения, здесь не очевидны, за исключением двух слов *ласка* и *прикосновение*.

Наиболее распространенными ассоциативными единицами в данном контексте являются преимущественно существительные, за тремя исключениями: глагол с общим корнем *люб-*, в том числе, *любить*; прилагательное *яркая* и наречие *горько*.

При первоначальной ассоциативной реакции на стимул очевидно, что преобладают положительные чувства, переживания и поведение (например, *тепло, нежность, счастье, блаженство, забота, вожделение, доверие, поддержка, понимание, уважение*), а также нейтральные характеристики, такие как *отношения, эмоции, взаимодействие, супруги, обязательства и прикосновения*. Однако есть и начальные ассоциации с негативными оценками (например, *горечь и печаль*). Примечательно, что оба респондента, у которых в данном случае

возникли негативные ассоциации, не были носителями русского языка.

Чтобы всесторонне проанализировать результаты ассоциативного эксперимента с концептом ЛЮБОВЬ, мы собрали в общей сложности 238 слов или слов-ассоциаций вместе с их описаниями. Данные, представленные в таблице 5, полученные методом свободных ассоциаций, были разрозненными, и из-за отсутствия верхнего предела количества ассоциированных слов критерии частоты для каждого уровня словарного запаса были существенно снижены.

Таблица 5 – Результаты статистической обработки данных по частотности ассоциатов на слово-стимул любовь

Ядро концепта (> 5%)	Базовый слой (5% > и >2%)	Ближняя периферия (>1%)	Дальняя периферия (индивидуальные ассоциаты)
Забота – 14	Доверие – 11 Нежность – 9 Счастье – 9 Семья – 9 Поддержка – 8 Понимание – 7 Уважение – 7 Спокойствие – 6 Принятие – 6	Чувство – 4, Тепло – 4 Внимание – 3 Искренность – 3 Красота – 3 Отношение – 3 Верность – 3 Родитель – 3 Романтика – 3 Свобода – 3 Взаимопонимание – 2 Время – 2 Друг – 2 Защита – 2 Объятие – 2 Поцелуй – 2 Радость – 2 Ребенок – 2 Сердце – 2 Уверенность – 2 Уют – 2 Человек – 2 Честность – 2 Чувственность – 2 Эмоция – 2 Любить – 2 Гармония – 2	безответный – 1, бесконечный – 1, бескорыстность – 1, бескорыстный – 1, бесценный – 1, близкие друзья – 1, больший – 1, брак – 1, валентинка – 1, взаимность – 1, вместе – 1, вечная – 1, волнение – 1, внутри – 1, гнев – 1, девушка – 1, деньги – 1, добро – 1, доброта – 1, жаль – 1, желание – 1, жизнь – 1, здравье – 1, измена – 1, интерес – 1, интимность – 1, комфорт – 1, красивая – 1, мама – 1, материнский – 1, мир – 1, муж – 1, мука – 1, наполненность – 1, ненависть – 1, необъяснимый – 1, ожидание – 1, открытость – 1, патриотичность – 1, первая – 1, ожидание – 1, открытость – 1, песня – 1, помощь – 1, преданность – 1, признание – 1, проблема – 1, рад – 1, ревность – 1, родной – 1, самопожертвование – 1, свет – 1, секс – 1, слеза – 1, собака – 1, согревать – 1, солнце – 1, сострадание – 1, сочувствие – 1, стабильность – 1, страдание – 1, страсть – 1, терпение – 1, тигр – 1, умиротворенность – 1, уязвимость – 1, честь – 1, чистый – 1, энтузиазм – 1, ход от реальности – 1...

Результаты показывают, что основной ассоциативной реакцией на стимул *любовь* является реакция *забота*, что подчеркивает неразрывную связь между любовью и заботой в русских выражениях, о которой упоминалось в разделе 2.1.3.

В основополагающем слое мы наблюдаем такие ассоциации, как: *доверие* (10), *нежность* (7), *поддержка* (7), *счастье* (7), *семья* (6), *спокойствие* (6), *уважение* (6) и *принятие* (5). Все слова в семантическом круге имеют положительную коннотацию. Треугольник, включающий близость, страсть и обязательства, утверждает, что основные идеалы любви должны быть сосредоточены на аспекте обязательств. Это указывает на то, что проявление **ЛЮБВИ** связано с обязательствами и поведением в рамках отношений, а также с благоприятным опытом, который порождает такое позитивное поведение, приводящее к положительным чувствам.

Основной и базовый слой включает в себя как объективные атрибуты концепта **ЛЮБОВЬ** – такие как *забота*, *поддержка* и *доверие* (искренняя преданность человеку или предмету), так и семейные аспекты, относящиеся к глубокой интимной привязанности (*семья* / *семейная любовь*). Она также воплощает в себе её субъективное измерение – *счастье*, *спокойствие*, *нежность* (желаемый результат любви).

На ближней периферии несколько реакций подтвердили следующие черты идеи любви, обнаруженные ранее в исследовании: 1. Связь **ЛЮБОВЬ-ВРЕМЯ**. 2. Отношения **ЛЮБОВЬ-КРАСОТА**. 3. **ЛЮБОВЬ** различные эмоциональные связи в зависимости от субъекта/объекта: дружба, склонность, возникшая в результате непосредственного взаимодействия с другом, любовь как семейное представление, реакции, связанные с родителями, детьми и т.д. 4. **ЛЮБОВЬ** как интимное физическое взаимодействие. Такие, как *объятия* и *поцелуи*. 5. Сердечная любовь. Любовь приносит комфорт, чувственность, радость, тепло, романтику и многое другое. Еще шесть видов поведения и проявлений, связанных с *любовью*. *Искренность, доверие, преданность, защита, понимание и заботливость*.

Полученные результаты подтверждают концептуальную взаимосвязь категорий ЛЮБОВЬ и СВОБОДА, что соответствует их философской корреляции. С позиции аксиологии, способность к самореализации через альтруистическое проявление чувств представляет собой высшую форму экзистенциального единства этих ценностей. Данный концепт подразумевает преодоление таких ограничивающих факторов, как навязчивая потребность, эмоциональная зависимость и деструктивная ревность. Эмпирические наблюдения выявляют парадоксальную природу взаимодействия: с одной стороны, свобода выступает катализатором экзистенциального расширения понятия ЛЮБОВЬ, с другой – вступает в конфликт с её институциональными проявлениями. Анализ литературных и социологических источников демонстрирует, что баланс в отношениях формируется в пространстве диалектического единства крайностей – от патологической симбиотичности до эмоциональной отстранённости. Особого внимания заслуживает трансформационная динамика: романтическая привязанность, эволюционируя в систему взаимных обязательств, зачастую приобретает характеристики социального контракта. Этот феномен объясняет устойчивую культурную ассоциацию *любви* с ограничением личной автономии. Примечательно, что гармоничный синтез исследуемых категорий, будучи труднодостижимым идеалом, представляет собой естественный вектор развития зрелых межличностных отношений. Его реализация предполагает последовательный переход от романтической идеализации к экзистенциальному партнёрству, основанному на взаимном уважении и личностном росте.

Смыловые периферии ассоциаций, связанных с *любовью*, разнообразны. При подробном анализе базовых слоев корреляции, лексемы группируются на темы реакций. В этой ситуации в лексемах преобладают прилагательные и существительные:

Лексемы, реализующие понятие ЛЮБОВЬ, включают такие слова, как *бесценный*, указывающее на то, что любовь, как выражение высшей ценности, превосходит материальные показатели, такие как деньги; *добро, доброта, красавая*, относящиеся к атрибутам красоты и доброты; *необъяснимая*,

отражающее сложность *любви* и *любовных отношений*; бесконечная, вечная, относящиеся к временным аспектам *любви*; и *бескорыстность, преданность, самопожертвование и бескорыстная связанные с понятием преданности*. Кроме того, *первая любовь и чистая любовь* относятся к определенным типам *любви*.

Лексемы, обозначающие понятие **ЛЮБОВЬ** как процесс внутри отношений, включают *взаимность, вместе и контрастный безответная*. Лексемы, расходящиеся по направлению через деление на семью и родство, включают такие ассоциации, как *брак, конкретные члены семьи, такие как муж, мама, материнская (л.), родной*. И *близкие друзья* как конкретные объекты, связанные с дружбой/дружескими отношениями.

Лексемы, связанные с чувствами или эмоциональными впечатлениями, возникающими в результате *любви*, включают: *сострадание, сочувствие, волнение, ненависть, ревность, страдание, желание, страсть, интерес, энтузиазм, комфорт, наполненность*; Реакции, связанные с ощущением *тепло от любви*, включают *согревать, свет, солнце*.

Лексемы, связанные с физиологическими аспектами *интимность и секс*. Лексемы, связанные с действиями *любви*, включают *ожидание, открытость, помочь, признание, терпение*.

Лексемы действуют как ассоциативные символы. *Валентинка* – символ, напрямую ассоциирующийся с *любовью*; символы, не ассоциирующиеся напрямую с *любовью* – *песня, слеза, тигр* (стикеры, анализируемые в сетевом дискурсе), *проблема*.

Также получено несколько ответов, представленных в виде предложений и комбинаций слов. Реалии современной жизни респондентов также очевидны: «*Имя любимого человека*», «*Имя (любимой девушки)*», «*Одна девушка, которую зовут ЛюбаН*». Личные интерпретации определения включали такие понятия, как *гармония внутри, уход от реальности*.

Важно отметить, что хотя этимология слова *любовь* связана с религиозным контекстом, результаты наших ассоциативных экспериментов показывают, что у современных российских светских людей нет прямых ассоциаций с религией,

таких как «любовь к Богу». Только один респондент старше 40 лет упомянул в анкете *искупление*. Религиозная интерпретация и значение *любви*, по-видимому, неактивны, особенно среди людей моложе 30 лет. Вышеприведенный вывод также подтверждается данными НКРЯ. При поиске в базе данных по тематическим типам текстов этого года, связанных с *любовью* во все периоды, наиболее распространенными темами являются «Искусство и культура» и «Частная жизнь». Объем документов, относящихся к этим двум темам, явно превышает объем документов, относящихся к теме «Религия» (подробнее см. Приложение). Количество документов, относящихся к религиозным темам, значительно меньше, чем к политическим. Тем не менее, слово *любовь*, хотя и часто упоминается в соответствующих религиозных текстах, занимает третье место.

Ассоциативные паттерны концепта **ЛЮБОВЬ** в билингвальном языковом сознании, полученные на основе ответов респондентов, представлены в следующем виде: – *проблемы; горько; волнение, гнев, несчастье; необъяснимо; изменения; – обязательство, время, денег, мука, рад, жаль; – взаимодействие; тепло девушки, жизнь, бесценно, необъяснимо; – отношения. дети, собака, изменения, сердце; – счастье, мир, здоровье, энтузиазм, семья*. Данный перечень отражает ключевые категории восприятия концепта **ЛЮБОВЬ** в условиях билингвального сознания.

Ответы не носителей языка включают такие слова, как *патриотичность, жизнь и гармония внутри*, которые не присутствовали в ассоциативных ответах носителей языка. Не носители русского языка часто связывают свое понимание *любви* с личным опытом, в результате чего в их ассоциативных ответах появляется множество негативных индивидуальных единиц реагирования. Респонденты китайской национальности в ходе интервью давали ассоциативные ответы, включающие *обязательство, время, деньги, мука, рад, жаль*. Респонденты выразили свое согласие с третьей стадией *любви как ответственности*, отметив, что в долгосрочных отношениях **ЛЮБОВЬ** перерастает в *ответственность*, которая тесно связана с экономическими и материальными факторами. Разнообразные эмоциональные переживания, отмеченные в ассоциативных

ответах, берут начало от сложных чувств, связанных с близкими отношениями в личном опыте респондентов. Более того, хотя не носители языка с продвинутым уровнем владения русским языком давали ассоциативные ответы, схожие с ответами носителей языка, они были менее склонны, чем носители языка, признавать сдвиги в понимании, возникающие в результате динамического применения концепта ЛЮБОВЬ. Только пять из тринадцати участников отметили, что изменения произошли, двое респондентов заметили отчетливую тенденцию к изменениям. Из трех оставшихся респондентов двое выразили мнение, что понятие ЛЮБОВЬ по своей сути сложное, слово имеет множество значений, которые подвержены изменениям. Один респондент не уточнил, почему он считает, что изменения произошли.

Согласно данным исследования, 66% участников отметили трансформацию восприятия любви в современном обществе. В шести случаях респонденты связывают это с девальвацией эмоционального концепта – например: «слово обесценилось», «немного консьюмеризации», «постепенно теряет свою силу». Четыре человека акцентировали смещение акцента на эгоцентризм (любовь к себе как доминирующая форма). Троє указали на гиперболизацию страстного компонента – в частности: «переход от чувств к сексу», «часто стали путать со страстью и влюбленностью». Кроме того, 29 респондентов (58%) полностью положительно относятся к слову-концепту ЛЮБОВЬ. Семь респондентов (14%) были нейтральны в своих чувствах по отношению к понятию (три носителя русского языка и четыре не носителя); остальные 14 имели "относительно" положительные чувства и тенденции (28%).

Обработка результатов китайского ассоциативного исследования показала следующие параметры: общее число респондентов, вовлеченных в эксперимент, составило 108 человек; все предоставленные анкеты (108) были признаны релевантными и пригодными для анализа; объем полученных реакций на стимульные единицы, представленный в таблице 6, достиг 469 ответов.

– **Общее количество реакций** в среднем 4.26 реакции на человека.

Аналогичный ассоциативный эксперимент был проведен с китайской

аудиторией. В ходе исследования 108 человек – носителей китайского языка заполнили анкеты и провели интервью.

В рамках эксперимента по цепочке ассоциаций было получено 469 ответов, в том числе 213 разных реакций:

Таблица 6 – Результаты статистической обработки данных по частотности ассоциатов на слово-стимул 爱(ai)

Ядро концепта (> 10%)	Базовый слой (4% > и >2%)	Ближняя периферия (>1%)	Дальняя периферия (индивидуальные ассоциаты)
爱情 (романтическая любовь) – 49	母爱 (материнская любовь) – 17, 家人 (члены семьи) – 16, 爱心 (любящее сердце) – 13, 关爱 (забота и любовь), 责任 (ответственность) – 10, 亲情 (родственные чувства), 温暖 (тепло), 热爱 (горячо любить /горячая любовь) – 9	父爱 (отцовская любовь), 妈妈 (мама) – 8, 家庭 (семья), 爱护 (беречь; заботиться), 父母 (родители) – 7, 朋友 (друзья), 关心 (забота) – 6, 包容 (толерантность), 博爱 (всеобщая любовь), 喜欢 (нравиться) 友爱 (дружелюбие) – 5 和平 (мир), 陪伴 (сопровождать; составить компанию), 可爱 (милый), 感情 (чувство; душевное состояние/ отношения), Love – 4,	爱好 (влечение; склонность), 付出 (отдать), 关怀 (забота), 美好 (прекрасная, благодать), 生活 (жизнь), 我爱你 (Я люблю тебя), 友情 (дружба) – 3, 爱国 (патриотизм), 自己 (себя), 表达 (выражение), 大爱 (сильная/безгранична любовь), 大爱无疆 (Любовь не знает преград), 奉献 (преданность), 信念 (вера), 关注 (уделять внимание), 坚强 (сильный, прочный), 恋爱脑 (в главе только любовь/ одержимость отношениями), 母亲 (мать), 亲人 (родные), 情 (чувство, эмоция; любовь, аффект), 无私奉献 (бескорыстно вносить вклад), 尊老爱幼 (уважай старших люби младших), 小猫 (котенок), 性 (секс, пол), 心疼 (сердечная боль, сильно любить), 拥抱 (обнимать) – 2; 爱屋及乌 (обр. любя человека, любить всё, что с ним связано), 爱慕 (окружить любовью), 抱抱 (обнимашки), 珍惜 (дорожить, беречь), 做爱 (заниматься любовью), 艾滋病 (СПИД), 爱马仕 (Hermès), 爱不释手 (не выпускать из рук), 爱的魔力转圈圈 (Магия любви идет по кругу), 爱莲说 (О любви к лотосу), 大饼 (нереалистичные обещания), 道德绑架 (моральное давление), 天下大同 (великая гармония), 荷尔蒙 (гормон), 神奇 (чудеса) – 1

В данной работе рассматриваются наиболее яркие стимулы по следующим темам на фоне китайского ассоциативно-верbalного поля:

- 1) ассоциации, связанные с светской любовью;

Прежде всего, самой яркой ассоциацией китайских информантов является ассоциацией *爱情* ‘светская любовь’(49), отражающая сильную связь концепта *爱* с романтическими отношениями в современном китайском дискурсе, т.е. мирская любовь; общие сексуальные отношения; любовь в романтическом смысле. К ассоциативным компонентам относится еще и *爱人/恋人* ‘влюбленный’(18). Другими связанными ассоциациями являются следующие: *感情* ‘привязанность; взаимоотношения’(4), *性/性爱* ‘секс’ (3), *恋爱脑* ‘в голове только любовь’(2), *男朋友/男友* ‘парень’(2), *对象* ‘влюбленный(ая)’, *做爱* ‘заниматься любовью’(1) и др. Одним из определяющих факторов первого появления ассоциации стимулов, касающихся *светской любви*, является словообразовательная особенность китайского языка, в соответствии с которой первое упоминание одного иероглифа, скорее всего, вызовет ассоциации со словосочетаниями, в которых используется данный иероглиф, но тем не менее «светская любовь» занимает наиболее ключевое место среди различных словосочетаний, которые связывают с данным китайским иероглифом.

- 2) ассоциации, связанные с семейными отношениями;

В китайской ментальности ядерными ассоциациями являются представления о родстве и о членах семьи. *母爱* ‘материнская любовь’(17) и *家人* ‘члены семьи’(16) подчеркивают культурную значимость семейных ценностей. В китайской ментальности *семья* выступает как ключевой источник *любви и поддержки*. Что приводит к возникновению таких стимулов, как *亲情* ‘родственные чувства’(9), *父爱* ‘отцовская любовь’(8), *妈妈* ‘мама’(8), *母亲* ‘мать’(2), *父母* ‘родители’(8), *家庭* ‘семья’(8), *亲人* ‘родные’(3), *孩子* ‘дети’(2) и др. У китайцев сильно развито чувство семьи, что отражается в частоте семейных реакций в эксперименте по ассоциативному реагированию. В отличие от русских ассоциаций, где акцент делается на индивидуальных эмоциях (*забота, нежность*),

китайские реакции фокусируются на семейных ролях (*мать, родители*) и социальных обязательствах.

На базовом слое ассоциации 爱心 (любящее сердце) и 关爱 (забота) демонстрируют синтез эмоциональной и деятельностной составляющих любви. В китайском языке иероглиф 心 (сердце) часто используется для выражения глубины чувств. Кроме того, 责任 (ответственность) и 博爱 (всеобщая любовь) отражают влияние конфуцианской этики и современной государственной пропаганды, акцентирующей коллективизм и социальную гармонию.

3) ассоциации, связанные с заботой и образным выражением заботы;

К наиболее характерным ассоциативным реакциям следует отнести ассоциации, связанные с заботой и метафорическим выражением заботы, в том числе, сердца: 爱心 ‘любящее сердце’(13), 关心/关怀 ‘забота’(13), 关爱 ‘забота и любовь’(10), ещё 心疼 ‘сердечная боль, сильно любить’(2), 心 ‘сердце’, 心爱 ‘любимый сердцем’(1) и др. Древние считали, что сердце – это орган мысли, и поэтому выражали свои мысли и чувства в «сердце». Поскольку выражение 关心 (забота) само по себе содержит китайский иероглиф 心(сердце), а 爱 в структуре традиционных китайских иероглифов тоже имеет ключевую графему *сердце*, то оказывается, что между ними существует незримая связь. В сознании носителей китайского языка закрепилась связь между ЛЮБОВЬЮ и ЗАБОТОЙ, в современном дискурсе она часто используется, например, в ценностных лозунгах, в профессиональных требованиях.

4) ассоциации, связанные с этикой и философией

По поводу ассоциаций, связанных с этикой и философией, наиболее частотные реакции соотносятся с современной китайской патриотической и политической пропагандой: 责任 ‘ответственность’(10), 博爱 ‘всеобщая любовь, братство’(5), 大爱/大爱无疆 ‘бескрайняя любовь’(4), 天下大同 ‘великая гармония’ (или «великое единение мира» – одна из философий, пропагандируемых марксизмом в Китае, происходит от философских идей древнекитайского конфуцианства, то есть идеальное социальное состояние заключается в том, что

все люди обладают хорошей нравственностью, а все национальности и народы мира живут вместе в гармонии, без войн, в мире и единстве, что похоже на утопию западной культуры.) Они, скорее всего, появились из аллюзий, восходящих к эпохе древнего Китая, но актуализированы в связи с продвигаемыми представлениями. Ассоциации с 责任 (ответственность) и 博爱 (всеобщая любовь) подчеркивают конфуцианский идеал «любви к человечеству» (仁爱), интегрированный в современный политический дискурс.

Особенности словообразовательной логики китайского языка оказали значительное влияние на структуру ассоциативных реакций. Иероглиф 爱 (ài) часто выступает компонентом сложных слов и устойчивых выражений, что привело к доминированию в ответах лексем с фиксированными сочетаниями, даже если их семантика лишь косвенно связана с эмоциональным содержанием любви. Например, ассоциаты с ответами вроде 爱马仕 (Hermès – бренд, где 爱 используется фонетически), 做爱 (заниматься любовью – акцент на физическом аспекте) или 恋爱脑 (одержимость отношениями) демонстрируют, как графическое присутствие иероглифа 爱 в слове провоцирует его включение в семантическое поле, независимо от исходного значения. Это отражает морфологическую специфику китайского языка, где комбинаторика иероглифов часто превалирует над их этимологической связью. Кроме того, в ассоциациях заметно влияние заимствований и интернет-неологизмов. Например, прямые заимствования вроде LOVE (4 случая) или кальки с корейского 撒浪嘿 (사랑해 – «люблю тебя») указывают на межъязыковое взаимодействие и глобализацию культурных кодов. Такие реакции подчеркивают, что современные носители китайского языка интегрируют иностранные лексические элементы в свою концептуальную систему, адаптируя их к местному контексту. Это также свидетельствует о том, что цифровая среда и массовая культура становятся важными источниками формирования ассоциативных связей.

Итак, проведенное исследование, основанное на сопоставлении результатов ассоциативных тестов, продемонстрировало существенную дивергенцию

в интерпретации *любви* в рамках русской и китайской лингвокультурных моделей. Установлено, что для носителей русского языка первичными являются прагматические аспекты эмоционального концепта – его ситуативные и поведенческие маркеры, тогда как абстрактные категории (объект чувства, социальные связи) занимают вторичную позицию. Другими словами, подсознательно респонденты в первую очередь думают, «любовь – это... // что такое любовь?» Прилагательные или ассоциативная лексика, используемые для описания характеристик *любви*, с меньшей вероятностью попадут в ядро на данном этапе. В китайском языке при упоминании одного слова (иероглифа) для реакции на стимул задается вопрос: «какая(чья) любовь // любовь к кому?» Одним из определяющих факторов первого появления ассоциации стимулов, касающихся *светской любви*, является словообразовательная особенность китайского языка, в соответствии с которой первое упоминание одного иероглифа, скорее всего, вызовет сначала словосочетания с использованием данного иероглифа. «*爱情/恋爱* (Светская любовь)» занимает наиболее ключевое место среди различных словосочетаний, которые связывают с данным китайским иероглифом. Частота появления стоит на втором месте после конкретных проявлений **ЛЮБВИ**. Например, ЗАБОТА в ядре реакции носителя русского языка может быть не на самом верхнем плане в сознании носителей китайского языка, хотя она также сильно актуальна.

В русском языковом сознании доминируют эмоционально-поведенческие категории: *забота, доверие, нежность* – акцент делается на субъективных переживаниях и конкретных проявлениях **ЛЮБВИ** в межличностных отношениях. Ядро ассоциаций формируется вокруг абстрактных чувств и действий, подчеркивающих индивидуальный опыт (*счастье, поддержка*).

В китайской выборке, напротив, преобладают социально-ориентированные и структурно-обусловленные реакции. Высокая частотность сочетаний вроде *爱情* (романтическая любовь), *母爱* (материнская любовь) или *责任* (ответственность) отражает укорененность концепта в системе коллективных ценностей – семейных, конфуцианских и государственно-пропагандистских. Лингвистическая

особенность китайского языка, где иероглиф 爱 активно участвует в словообразовании, приводит к «автоматическому» включению в ассоциативное поле даже тех слов, где его семантика вторична (например, бренды или неологизмы).

Ключевое различие заключается в векторе восприятия: если русские респонденты фокусируются на внутренних эмоциях и их внешних проявлениях, то китайские участники чаще связывают ЛЮБОВЬ с социальными ролями, обязанностями и культурными шаблонами. Это подтверждается наличием в китайских данных ассоциаций с политизированными концептами (天下大同 – великая гармония) и этическими категориями (博爱 – всеобщая любовь), которые отсутствуют в русских ответах.

Структура языка и культурные доминанты напрямую влияют на организацию семантического поля. В русской традиции ЛЮБОВЬ раскрывается через призму личного опыта и эмоциональной глубины, тогда как в китайской – через призму коллективной ответственности и языковой комбинаторики. Наличие заимствований и сетевые неологизмы в китайских ответах дополнительно подчеркивает динамику современных языковых процессов, где глобальные тенденции взаимодействуют с локальными словообразовательными моделями.

Анализ подтверждает, что концепт 爱 в китайском языковом сознании глубоко укоренен в отношениях и в традиционных ценностях семьи, социальной ответственности / коллективной гармонии и воплощает их в себе. Данный механизм значительно отличается от более эмоционально-ориентированного восприятия любви – понятия ЛЮБОВЬ – и в русской культуре.

Выводы по содержанию главы III

Чтобы понять последние изменения в концепте ЛЮБОВЬ с микродиахронной точки зрения, необходимо изучить социальные аспекты самых новых, наиболее актуальных и активных слоев концепта, а также особенности его функционирования в новейших условиях коммуникации. Ценности и эмоциональные потребности людей постоянно меняются, а значит, активно меняется и символическая составляющая концепта ЛЮБОВЬ, т.е. формы его выражения/проявления. Мы наблюдаем, что в течение последних лет рекламные и онлайн-коммуникативные практики претерпели значительную трансформацию. В частности, за короткий исторический период сформировались инновационные способы передачи информации, адаптированные под современные жанры взаимодействия. Наряду с вербальными средствами, зафиксированными в актуальных дискурсивных контекстах, изучение креолизованных материалов (например, сочетающих текст и визуальные элементы) подтверждает возрастающее влияние мультимодальных символических систем на эффективность цифровых коммуникаций.

Сопоставительный анализ рекламного дискурса выявил принципиальные различия в стратегиях концептуализации эмоционального переживания. Китайская рекламная риторика демонстрирует активное использование культурно-специфических метафор, укоренённых в традиционной символике: образы семейного древа, циклической смены поколений и природной гармонии служат инструментами косвенной трансляции конфуцианских ценностей. Метафорические конструкции здесь выполняют функцию культурного шифра, активируя коллективное бессознательное через апелляцию к архетипическим образам. В противоположность этому русский рекламный дискурс делает акцент на сенсорной иммерсивности и мультимодальном синтезе. Визуальная динамика – графические контрасты – тактильные аллюзии и аудиальные модели формируют полифоническое воздействие на реципиента. Эксперименты с гибридными форматами, где верbalный компонент дополняется интерактивными элементами,

подчёркивая ориентацию на гедонистическое восприятие и эмоциональную спонтанность. Если китайские креативы опираются на иерархию культурных кодов, требующих декодирования, то российские стратегии ставят во главу угла немедленное эмоциональное вовлечение через сенсорную гиперстимуляцию. Это различие отражает глубинную дихотомию коммуникативных парадигм: противопоставление опосредованной трансляции смыслов через культурные коннотации и прямой активации аффективных реакций через мультисенсорный опыт. В туристических текстах романтизация пространства в одной традиции контрастирует со стратегией гармонизации культурных кодов через социальную солидарность в другой.

Динамика концепта в сетевом пространстве раскрывает глубинную связь между генерацией новых языковых единиц и имманентными свойствами цифровой коммуникативной среды. Анонимность, гипертекстуальность и мультимодальность интернет-дискурса формируют уникальный семиотический ландшафт, где культурные различия преломляются через универсальные механизмы языковой адаптации. Независимо от лингвокультурного контекста, сетевое взаимодействие закономерно порождает редукцию и гибридизацию языковых форм, что обусловлено требованиями оперативной передачи информации в условиях информационной перегрузки. Параллельно ирония утверждается как доминантная коммуникативная стратегия, нивелирующая табуированность тем через игровое переосмысление, что характерно для различных языковых сообществ. Важнейшим объединяющим фактором выступает феномен коллективного сотворчества, где пользовательский контент становится катализатором смыслопорождения, трансформируя индивидуальные инновации в общесетевые тренды. Статистический анализ словосочетаний с ключевым компонентом *любовь* из НКРЯ подтверждает высокую динамичность сетевого дискурса, где такие единицы, как «любовь к себе» (ipm 1.65) и «первая любовь» (ipm 1.75), демонстрируют активный рост, отражая смещение акцента в сторону индивидуализированных эмоциональных переживаний. В то же время традиционные медиа (газеты) сохраняют консервативную частотность, а

Основной корпус фиксирует переходные тенденции. Наблюдается усиление использования фраз, связанных с внутренним миром и идентичностью («любовь к себе»), тогда как некоторые коллективно-ориентированные единицы («любовь к родине» в центральных СМИ – *iрт 2.57*) также показывают рост, что свидетельствует о сложном переплетении тенденций к индивидуализации и социально-патриотических трендов в современной русскоязычной коммуникации.

Если культурная специфика проявляется в тематических предпочтениях – критике индивидуалистических моделей или акценте на сохранении социальных норм, то архитектура цифровых платформ формирует общие принципы концептуальной трансформации. Виральность контента, нелинейность нарративных структур и аксиологическая амбивалентность выступают универсальными параметрами, переопределяющими семантику *любви* в условиях цифровизации. Таким образом, сетевой дискурс функционирует как диалектическое пространство, где зеркальное отражение культурной идентичности сочетается с лабораторией глобализированного языкового творчества. Локальное и универсальное взаимодействуют здесь через механизмы символической реконфигурации, порождая гибридные формы репрезентации концепта, которые одновременно сохраняют культурный код и транслируют общечисловые паттерны коммуникации.

Результаты ассоциативного эксперимента выявили системные различия в структуре языкового сознания русской и китайской лингвокультур. В русской традиции аксиологическое ядро концепта **ЛЮБОВЬ** формируется через призму эмоциональных состояний (*нежность, счастье*) и конкретных межличностных действий (*забота, поддержка*), что отражает ориентацию на индивидуализированное переживание чувства. В китайской языковой картине мира, как показывают данные исследования, доминируют социально-ролевые параметры (*семья, родители*) и этико-нормативные императивы (*ответственность, гармония*), что согласуется с конфуцианской парадигмой коллективной ответственности.

Периферийные ассоциации русских респондентов раскрывают

гедонистическую тенденцию (*наслаждение, страсть*), коррелирующую с вектором персонификации эмоционального опыта. В китайских данных превалируют категории социокультурного масштаба (*патриотизм, всеобщее благоденствие*), что подчёркивает интеграцию индивидуального чувства в систему социальных отношений.

Вместе с тем обнаруженные дивергентные модели концептуализации не исключают точек соприкосновения: в обеих лингвокультурах наблюдается тенденция к расширению семантических границ понятия через цифровую реинтерпретацию (*любовь к бренду, виртуальная близость*). Перспективным направлением исследований становится анализ динамики этих концептов в условиях глобализированного медиапространства, где трансформация традиционных культурных кодов под влиянием гибридизационных процессов открывает возможности для прогнозирования эволюции аксиологических систем в эпоху алгоритмизированной коммуникации. Таким образом, концепт ЛЮБОВЬ выступает как динамическое поле культурного взаимодействия, где глобальные медиатренды адаптируются к локальным ценностным системам. Несмотря на универсальный статус базовой человеческой эмоции, её семантика остаётся культурно-специфичной, отражая исторические, социальные и философские контексты каждой лингвокультуры. Полученные данные подчеркивают необходимость дальнейших кросс-культурных исследований, особенно в условиях цифровизации, которая ускоряет как конвергенцию, так и поляризацию языковых моделей эмоций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование выявило ключевые тенденции трансформации концепта **ЛЮБОВЬ** в русской и китайской лингвокультурах. В русском языковом сознании наблюдается семантическая экспансия – переход от сакральных смыслов к утилитарным контекстам (реклама, интернет-мемы), сопровождающийся pragmatизацией и девальвацией периферийных смыслов. В китайской традиции, в свою очередь, конфуцианские ценности синтезируются с глобальными медиаформатами, формируя феномены «патриотической репрезентации» и неологизмы цифровой эпохи. Сопоставительный анализ подчеркнул контраст между русским акцентом на индивидуализированных эмоциях и экзистенциальном восприятии и китайским фокусом на социальных ролях и коллективных императивах.

Микродиахронический подход, объединяющий корпусные данные, ассоциативные эксперименты и дискурс-анализ, доказал свою эффективность в фиксации «точечных» изменений языкового сознания, раскрывая парадокс устойчивости аксиологического ядра концепта (семья, доверие) при трансформации его периферийных смыслов.

Практическая значимость исследования заключается в оптимизации межкультурной коммуникации и разработке лингводидактических программ, а также вкладе в развитие теории концептов, дискурса и лингвоаксиологии. Перспективы дальнейшей работы связаны с применением микродиахронического подхода к другим эмоциональным концептам (НЕНАВИСТЬ, СВОБОДА), изучением влияния цифровых коммуникаций на языковую объективацию эмоций и анализом генерационных сдвигов через соцсети и корпусы.

Концепт **ЛЮБОВЬ**, сохраняя универсальный аксиологический статус, отражает глобальные социокультурные тренды (такие как гедонизация и коммодификация), одновременно демонстрируя уникальные механизмы сохранения этнической идентичности, что подтверждает диалектику единства и многообразия в современных языковых системах.

Проведенное исследование раскрывает динамику трансформации концепта

ЛЮБОВЬ в современной русской и китайской лингвокультурах, подтвердив его роль как динамичного «маркера», адаптирующегося к требованиям цифровой эпохи. Синтез корпусного анализа, экспериментальных методов и микродиахронного подхода позволил выявить диалектику устойчивости и изменчивости: ядро концепта сохраняет статус высшей ценности, тогда как его периферийные элементы активно трансформируются под влиянием коньюмеризма, цифровизации и межкультурного взаимодействия. Корпусный анализ сочетаемости слова *любовь* выявил не только сохранение его ядерной аксиологической значимости, но и заметные микродиахронные сдвиги в способах его языковой объективации. Данные НКРЯ подтверждают, что цифровая среда, особенно социальные сети, служит катализатором семантического обновления периферии концепта, в то время как традиционные дискурсы демонстрируют большую стабильность. Рост частотности таких выражений, как «*любовь к себе*» и «*первая любовь*» на фоне снижения частотности употребления ряда сочетаний, таких как «*вечная любовь*» и «*последняя любовь*», указывает на прагматизацию концепта, что согласуется с общими тенденциями медиатизированного общества. Таким образом, языковые данные отражают диалектику – сохранение ядра и адаптации периферии концепта к новым коммуникативным и ценностным реалиям.

В русском языке семантическая экспансия концепта проявилась в переходе от сакральных смыслов (*агапе, жертвенность*) к утилитарным контекстам. Иронизация, визуализация и акцент на гедонизме (*любовь к себе*) стали маркерами содержания концепта цифровой эпохи. Данные НКРЯ демонстрируют устойчиво низкую частотность сочетаний «заниматься любовью» и «любовь втроем» во всех корпусах в силу их маркированной семантики, связанной с узкой или частной сферой, что, однако, не отменяет их устойчивости воспроизведения. В китайской традиции конфуцианские ценности (*ответственность, семейная гармония*) гибридизируются с глобальными медиаформатами, порождая феномены вроде патриотической презентации и интернет-неологизмов.

Сопоставительный анализ выявил контраст моделей восприятия: если

русская лингвокультура акцентирует индивидуализированные эмоции (*нежность, доверие*) и экзистенциальный взгляд, то китайская – социальные роли и коллективные императивы (*母爱 материнская любовь, 责任 обязанность / долг*). Это отражает глубинное различие в этических парадигмах: китайская гармония и русская экзистенциальность.

Применение методики микродиахронного анализа, объединяющей анализ корпусных данных, результаты ассоциативного эксперимента и дискурс-анализа, доказала свою эффективность для фиксации «точечных» изменений в языковом сознании. Она позволила зафиксировать, как цифровые жанры (мемы, реклама) становятся «лабораторией» языковой инновации, где сакральное замещается ироничным, а коллективное – персонализированным.

Исследование показало, какие изменения произошли в сознании людей и как они оказались объективированы в языке. Было установлено, что аксиологическое ядро сохраняется, но прагматические коннотации подвергаются изменениям. То есть концепты могут изменять свое содержание под влиянием новых ценностей, таких как цифровая коммуникация и идея консьюмеризма, находящая продвижение в рекламном дискурсе. Новое окружение слова, новые контексты употребления лишают слово сакральной ауры. Валентность как динамическая категория объясняет развитие концепта через новые синтагматические связи слова *любовь* (имя концепта ЛЮБОВЬ) и – как результат – изменения в его семантической структуре.

Таким образом, изучение новых явлений в употреблении слов *любовь* с точки зрения его нового контекстуального оформления и появление неверbalных знаков – символов любви в повседневной коммуникации позволяет выявить важные изменения, связанные с десакрализацией слова и прагматизацией понятия ЛЮБОВЬ. Широкое использование слова *любовь* в коммерческих и повседневных контекстах приводит к девальвации самого понятия. Гиперэкспансия слова *любовь*, частотное использование его невербальных символов в коммерческом дискурсе ведет к прагматизации его периферийных смыслов, что, однако, не затрагивает ядерный аксиологический статус любви как

ценности.

При подведении итогов ассоциативных экспериментов и сравнительном анализе предыдущих хронологических ассоциативных экспериментов обнаруживается ряд изменений в семантике слов-стимулов. Тенденции в семантических кругах объективации родственных понятий, таких как *влюбленность*, *увлеченность*, *симпатия*, также подтверждают изменения, произошедшие в результате широкого использования слова в разнообразных контекстах: содержание концепта трансформируется при сохранении его значимости / ценности и актуальности в русском сознании.

В ходе исследования было выявлено, что в настоящий момент концепт **ЛЮБОВЬ** находится в состоянии изменчивости: новые факты невербального выражения, новые синтаксические связи слова *любовь* и новые контексты его употребления свидетельствуют об общей смене восприятия и оценки современного человека. В то время как содержание (наполнение) концепта меняется – его ценность в сознании носителей языка остается неизменной.

Выводы, полученные в ходе данного исследования, вносят определенный вклад в осмысление концепта **ЛЮБОВЬ**²⁰.

Перспективы исследования видятся 1) в применении методики микродиахронного анализа к изучению других эмоциональных концептов, 2) в изучении с опорой на большие массивы языковых данных влияния цифровой коммуникации на языковую объективацию традиционных аксиологически значимых смыслов.

²⁰ Считаем важным тот факт, что наши выводы соотносятся с результатами и выводами научного исследования, выполненного в рамках научного проекта №19-012-00609 «Современная российская аксиосфера: семантическая и прагматическая трансформация русского культурного кода» (РФФИ, руководитель – д.ф.н. М.С. Милованова), результаты которого представлены в коллективной монографии [Общая и русская лингвоаксиология, 2022].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Список научной литературы

1. Аверинцев С.С. Поэтика ранневизантийской литературы. – М.: Наука, 1997. – 384 с.
2. Андронкина Н.М. Понятие «дискурс» в междисциплинарных исследованиях и его содержание в методике преподавания иностранных языков / Н.М. Андронкина // Мир науки, культуры, образования. – Т. 3 (10) – 2008 – С. 87-91.
3. Антюфеева Е.В. Тема любви и её репрезентация в художественно-речевой структуре рассказов И.А. Бунина: дисс. ... к. филол. н. Барнаул, 2005. – 191 с.
4. Апресян Ю.Д. Избранные труды. Т. I. Лексическая семантика. – М.: Языки русской культуры, 1995. – 472 с.
5. Апресян Ю.Д. Избранные труды. Т. II: Интегральное описание языка и системная лексикография. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1995. – 767 с.
6. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
7. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность: От теории к структуре текста. Антология / С.А. Аскольдов – М., 1980. – 480 с.
8. Ашуррова Д.У. Междисциплинарный подход к исследованию языка // Нижневартовский филологический вестник. – Т. 6. – №2. – 2021. – С. 127-137.
9. Ашуррова Д.У. Научный статус стилистики в современном языкознании / Д.У. Ашуррова // Виноградовские чтения: Международный сборник научных статей. Вып. XIII. – Ташкент, 2017. – С. 31-34.
10. Балаценко Н.С. Художественная концепция личности в творчестве В. Белова и В. Маканина 60-80-х гг.: дисс. ... к. филол. н. / Н.С. Балаценко – Армавир, 2000. – 166 с.

11. Балашова Е.Ю. Концепты любовь и ненависть в русском и американском языковом сознании: дисс. ... к. филол. н. / Е.Ю. Балашова – Саратов, 2006. – 262 с.
12. Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
13. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С. 237–280.
14. Бахтин М.М. Творчество Ф. Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1990. – 543 с.
15. Белов В. Привычное дело: повесть. – М.: Современник, 1986. – 158 с.
16. Беляева Л.Н., Камшилова О.Н. Сетевые ресурсы филолога / Л.Н. Беляева, О.Н. Камшилова // Открытая методика. Трансформация смыслов школьного литературного и языкового образования. Поиски ориентиров. Сборник научных докладов и статей по итогам I Всероссийской научно-практической конференции. – СПб., 2017. – С. 209-215.
17. Бердяев Н.А. Смысл творчества: Опыт оправдания человека. – Париж: YMCA-Press, 1990. – 422 с.
18. Блинov A.L. Общение. Звуки. Смысл: об одной проблеме аналитической философии языка / А.Л. Блинов. – М., 1996. – 276 с.
19. Богачева А.В., Макарова М.Д. Сравнительно-сопоставительный метод при изучении способов выражения предметно-количественного значения на уроках РКИ // МНКО. 2017. №1 (62). – С. 308-309.
20. Богачева Г.Ф. Большой универсальный словарь русского языка. // Около 30 000 наиболее употребительных слов. / Богачева Г.Ф., Морковкин В.В., Луцкая Н.М. – АСТ-Пресс Книга. 2016. – 1452 с.
21. Болдырев Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18-37.
22. Брагина А.А. Лексика языка и культура страны: изучение лексики в лингвострановедческом аспекте / А.А. Брагина – М., 1986. – 176 с.

23. Брагинская Н. Аристотель. Никомахова этика // Аристотель. Соч.: в 4 т. Т. 4. 1984. – 53 с.
24. Будагов Р.А. Человек и его язык / Р.А. Будагов – М.: Изд-во МГУ, 1974. – 262 с.
25. Буторина Е.П. Использование национального корпуса русского языка студентами-иностранцами // Национальный корпус русского языка и проблемы гуманитарного образования: материалы международной научной конференции. / Е.П. Буторина – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – URL: https://studiorum-ruscorpora.ru/wp-content/themes/bootstrap-basic4-child/texts/butorina_12.pdf (дата обращения: 24.09.2022)
26. Ваторопин А.С., Миронова Е.Н. Процесс институционализации политиков как социальной группы // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2021. – № 5. – С. 145–156.
27. Вежбицкая А. Семантика, культура и познание: общечеловеческие понятия в культурообразующих контекстах // Thesis, 1993. – Вып. 3. – С.185-206.
28. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.
29. Верещагина А.В. Формирование новых семейных ценностей и отношений в современном российском обществе / А.В. Верещагина, М.М. Шахбанова // Вестник Дагестанского научного центра РАН. – 2013. – № 50. – С. 65-71.
30. Ветров А.А. Семиотика и её основные проблемы / А.А. Ветров – М.: ИПЛ, 1968. – 263 с.
31. Вильмс Л.Е. Лингвокультурологическая специфика понятия ЛЮБОВЬ: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л.Е. Вильмс. – Волгоград, 1997. – 21 с.
32. Володин В.В. Эволюция понятия «забота»: культурные смыслы и исторические параллели. Концепт: философия, религия, культура. – Т.4. – №2 (14). – 2020. – С. 17–24.

33. Воркачев С.Г. *Symbolum patriae: гимнодия и геральдика в лингвокультурном аспекте: монография* / С.Г. Воркачев. – Краснодар: ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2023. – 251 с.
34. Воркачев С.Г. Антипод любви в языке: семантика и грамматика ненависти // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики в контексте межкультурной коммуникации: сборник статей IX Международной научно-практической конференции (13 мая 2021 года) / научный редактор Е.А. Соболева; ответственные редакторы: Н.В. Паперная, Е.П. Ковалевич. Армавир: РИО АГПУ, 2021. – С. 10–14.
35. Воркачев С.Г. Идея патриотизма в русской лингвокультуре: монография / С.Г. Воркачев – Волгоград: Парадигма, 2008. – 199 с.
36. Воркачев С.Г. Концепт любви в русском языковом сознании // Коммуникативные исследования 2003: Современная антология. – Волгоград: Перемена, 2003. С. 189–208.
37. Воркачев С.Г. Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа. – Краснодар: техн. Ун-т Кубан. Гос. Ун-та, 2002. – 142 с.
38. Воркачев С.Г. Любовь как лингвокультурный концепт / С.Г. Воркачев. – М.: Гнозис, 2007. – 285 с.
39. Воркачев С.Г. Сопоставительная этносемантика телесообразных концептов «любовь» и «счастье» (русско-английские параллели) / С.Г. Воркачев. – Волгоград: Перемена, 2003. – 164 с.
40. Воробьев В.В. Лингвокультурология (теория и методы) / В.В. Воробьев // – М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов. – 1997. – 331 с.
41. Воякина Е.Ю. Малые сюжетосодержащие дискурсивные формы цифровой коммуникации: определение и характеристики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – Т.16. – № 3. – С. 893-900.
42. Гак В.Г. Валентность // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 79–80.
43. Гаспаров М.Л. Записи и выписки. М.: НЛО, 2008.

44. Гибадуллина Л.З. Объективация концептов "Любовь" и "Семья" в татарской и русской языковой картине мира (на материале современной женской прозы): автореф. дисс. ... к. филол. н. – Уфа, 2012. – 18 с.
45. Гидденс Э. Трансформация интимности: сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах. – СПб.: Питер, 2004. – 208 с.
46. Гиллиган К. Иным голосом: психологическая теория и развитие женщин // Этическая мысль: Научн.-публицист. Чтения. 1991 / Общ.ред. А.А. Гусейнова. – М.: Республика, 1992. – С. 352-371.
47. Глебкин В.В. От христианина к дворянину. Системы базовых ценностей «Домостроя» и «Юности честного зерцала» // Россия XXI. – 2013. – 4 (июль). – С. 96–113.
48. Голованивская М.К. Культурологические особенности русского любовного признания // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2020. – №2. – С. 66-75.
49. Гончарова Л.М. Концепт «путешествие» и его межкультурная представленность в рекламной коммуникации сферы туризма // Современная коммуникативистика (2). 2012. – С. 58–64.
50. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента [Электронный ресурс] / Е.И. Горошко. – М., 2001. – URL: <http://www.textology.ru/goroshko/VerbalAss/predisl.html>. (дата обращения: 14.06.2025)
51. Горшкова Т.М., Ручина Л.И. Методические указания по составлению словаря русского фольклора. Методическое пособие для студентов-филологов / Т.М. Горшкова, Л.И. Ручина. – Н. Новгород: ННГУ, 2002. – 15 с.
52. Горшкова Т.М., Ручина Л.И. Словарь комбинированного типа как способ лексикографического описания концептосферы русской народной сказки [Текст] / Т.М. Горшкова, Л.И. Ручина. – Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2011. – № 6-2. – С. 130-135.
53. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект / Пер. с англ. А.П. Исаевой. – М.: АСТ, 2009. – 478 с.

54. Де Соссюр Ф. Труды по языкоznанию. – М.: Прогресс.: 1977. – 696 с.
55. Демичева Ю.В. Семантическое единство «ЛЮБОВЬ–РАВНОДУШИЕ–НЕНАВИСТЬ» в фанфикши (на материале русского и английского языков) дис. ... канд. филол. наук. – М., 2024. – 288 с.
56. Дроздов В.М. Пространный христианский катехизис православной кафолической восточной церкви / В.М. Дроздов, Митрополит Филарет. – М.: Подворье Русского на Афоне Свято-Пантелеимонова монастыря, 1995. – 143 с.
57. Душенко К.В. «В СССР секса нет»: о понятии ‘секс’ в советской культуре // Вестник культурологии. – 2022. – № 3(102). – С. 141-157.
58. Ерофеева И.В., Пильгун М.А. Реконструкция этико-философского представления о любви в древнерусском языке (на материале летописного текста) / И.В. Ерофеева, М.А. Пильгун // Тульский научный вестник. Серия История. Языкоzнание. 2024. №2 (18). – С. 94-105.
59. Закорко С.В. Свободный ассоциативный эксперимент как основной метод психолингвистического исследования / С.В. Закорко // Наука о человеке: Гуманит. исслед. – 2012. – № 1. – С. 1–4.
60. Залевская А.А. Проблемы психолингвистики: учебное пособие / А.А. Залевская – Калинин: Калининский гос. ун-т, 1983. – 136 с.
61. Залевская А.А. Психолингвистические проблемы семантики слова. – Калинин: КГУ, 1982. – 80 с.
62. Зализняк А.А. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сборник статей / А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелев. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.
63. Зиновьева Е.И. Юрков Е.Е. Лингвокультурология: теория и практика / Е.Е. Юрков, Е.И. Зиновьева – СПб.: ООО «Издательский дом «МИРС», 2009. – С. 13.
64. Зинченко Ю.П. Военно-психологический словарь-справочник / Под общ. ред. Ю.П. Зинченко. – М.: ИД Куприянова. Общество психологов силовых структур. – 2010.

65. Иванова И.А. концепт ЛЮБОВЬ и его концептосфера в истории русского языка: дисс. ... к. филол. н. – М., 2006. – 201 с.
66. Иванова И.А. концепт ЛЮБОВЬ и его концептосфера в истории русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 25 с.
67. Ивин А.А. Обнаженность и отчуждение философское эссе о природе человека / А.А. Ивин. – СПб.: Алетейя, 2015. – 320 с.
68. Игоревна С.И. История создания и поэтика рассказа Л.Н. Толстого «Где любовь, Там и Бог» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 8. – С. 53-60
69. Какабадзе Л.В. Лексико-семантическое поле понятия ЛЮБОВЬ в современном французском и грузинском языках: автореф. дис. ... канд. филол. н. – М., 1986. – 21 с.
70. Кант И. Сочинения: В 6 т. Т. 3. – М., 1964. – 799 с.
71. Капанадзе Л.А. Структура и тенденции развития электронных жанров [Электронный ресурс] // Русский язык. Приложение к газете «Первое сентября». – 2002. № 21. – URL: <https://rus.1sept.ru/article.php?ID=200202107> (дата обращения: 18.06.2024)
72. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза – М.: Алгоритм, 2015. – 462 с.
73. Карасик В.И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира // Политическая лингвистика. 2014. № 1 (47). – С. 65–75.
74. Карасик В.И. Жанры сетевого дискурса / В.И. Карасик // Жанры речи. 2019. №1 (21). – С. 49-55.
75. Карасик В.И., Стернин И.А. Антология концептов / В.И. Карасик, И.А. Стернин. – Волгоград: Парадигма. – 2005. – Т. 1.– 352 с.
76. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2002. – 389 с.
77. Карасик В.И. Языковые концепты как измерения культуры (субкатегориальный кластер темпоральности) / Концепты. Выпуск 2. – Архангельск, 1997. – С. 156–158.

78. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сб. науч. тр. / Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 75-80.
79. Карапулов Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-верbalной цепи // Языковое сознание и образ мира. Сборник статей. – М., 2000. – С. 191-206.
80. Карпенко Ю.А. Названия звездного неба. – М.: Наука, 1981. – 184 с.
81. Кацнельсон С.Д. О грамматической категории // Вестник ЛГУ. 1948. № 2. – С. 22–31.
82. Каштанова Е.Е. Лингвокультурологические основания русского концепта ЛЮБОВЬ (аспектный анализ): дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 1997. – 231 с.
83. Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика // Ю.И. Александров, В.Д. Соловьев (ред.) / Когнитивные исследования. – Вып. IV. – М.: ИП РАН. 2010.– С. 134–152.
84. Колесов В.В., Пименова М.В. Концептология: учеб. пособие. – Кемерово: КемГУ, 2012. – Вып. 16. – 248 с.
85. Колшанский Г.В. Контекстная семантика / Г.В. Колшанский. – М.: Наука, 1980. – 149 с.
86. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. Шахнарович А.М. (отв. ред.). – М.: Наука. 1990. – 108 с.
87. Константинова А.Ю. В поисках теории коммуникативного жанра: сборник трудов конференции // Приоритетные направления развития науки и образования: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 4 дек. 2015 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2015. – С. 236-238.
88. Коренева Ю.В. Житийный текст как лингвокультурный феномен: дисс. ... д-ра филол. наук. / Ю. В. Коренева. – Мытищи, 2022. – 453 с.
89. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О.А. Корнилов. – М.: ЧеRo, 2003. – 347 с.

90. Костомаров В.Г. Дисплейный текст как форма сетевого общения / В.Г. Костомаров // *Russian Language' Journal.* – 2010. – Т. 60. – С. 141-147.
91. Котенева И.А. Рекламный дискурс как феномен языка и культуры / И.А. Котенева // Диалоги без границ: язык, культура, карьера: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 10-11 нояб. 2016 г. / М-во образования и науки РФ, НИУ БелГУ; под ред. А.П. Седых. – Белгород, 2017. – С. 66-70.
92. Кочетовская Е.Г. Философская рефлексия любви как традиция русской культуры: дисс. ... канд. филос. наук / Е.Г. Кочетовская. – Волгоград, 2006. – 156 с.
93. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Монография. – Волгоград, 2001. – С. 40-59
94. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 282 с.
95. Крылов Ю.В., Стексова Т.И. Новые жанры интернет-коммуникации (на примере демотиватора и мема) // *Жанры речи.* 2020. № 1 (25). – С. 53-61.
96. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // *Когнитивная лингвистика.* 2004. №1(001). – С. 6–17.
97. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке / Е.С. Кубрякова – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
98. Кьеркегор С. СТРАХ и ТРЕПЕТЬ. Диалектическая лирика Иоханнеса де Силенцио / Перевод Н.В. Исаевой, С.А. Исаева (Первое издание: 1843) – М.: Академический проект, 1993. – 109 с.
99. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
100. Лао-цзы. Дао дэ цзин / Пер. В.В. Малявина. – М.: Наука, 1989. – 192 с.
101. Леонтьев А.А. Психологическая структура значения // Семантическая структура слова. Психолингвистические исследования. – М.: Наука, 1971. С. 7–19.
102. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Политиздат, 1979.

103. Лобкова Е.В. Образ-концепт «любовь» в русской языковой картине мира: дисс. ... к. филол. н. – Омск, 2005. – 288 с.
104. Лосев А.Ф. Бытие. Имя. Космос. – М.: Мысль, 1993. – 458 с.
105. Лосев А.Ф. Диалектика мифа. – М.: Мысль, 1991. – 178 с.
106. Лосев А.Ф. Очерки античного символизма и мифологии. – М.: Мысль, 1993. – 415 с.
107. Лосев А.Ф. Философия имени. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 269 с.
108. Лю Цзюань. Концепт «Путешествие» в китайской и русской лингвокультурах: Автореф. дис. канд. филол. наук. – Волгоград, 2004.
109. Лю Юй. Полевое описание и когнитивно-прагматический анализ фразеологических единиц с логоэпистемой «любовь» в современном русском языке: специальность 10.02.01 «русский язык»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Казань, 2020. – 197 с.
110. Ляшенко С.С. концепт ЛЮБОВЬ в современном русском языке [Электронный ресурс] // Журнал «Наука в мегаполисе», – МГПУ. – 2019. – Т. 6 (14). – URL: <https://mgpu-media.ru/issues/issue-14/linguistics/concept-love.html> (дата обращения: 23.12.2022)
111. Макшанцева А.Л. Смыслоное наполнение и языковое воплощение концепта УДАЧА в русском языке. Автореферат дис. канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2021. – 26 с.
112. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. – М., 1997. – 208 с.
113. Матрусова А.Н. Формирование языковой картины мира через песенный дискурс / А.Н. Матрусова (Образ мира в языке). [Текст]: непосредственный // Русский язык за рубежом. 2018. – № 3 (268). – С. 56-59
114. Мигранова Л.Ш. «Полнота страдания и пустота счастья»: Лингвокультурологический словарь-комментарий к роману «Анна Каренина» Л.Н. Толстого / под ред. Л.Г. Саяховой. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2009. – 230 с.
115. Милованова М.С. К определению понятия любовь: микродиахронный срез // Гуманитарные технологии в современном мире: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (28–30 мая 2020 г.). Калининград, 2020. – С. 122–129.

116. Милованова М.С. Рецензия на коллективную монографию «Лингвокогнитивные аспекты изучения национальных концептосфер в синхронии и диахронии» (Маркова Е.М., Радбиль Т.Б., Рацбурская Л.В., Ручина Л.И. и др. Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2020. 217 с.) // Коммуникативные исследования. – 2021. – Т. 8. – №3. – С. 609–613.
117. Милованова М.С., Рябова А.В. Вербализация мысли о неравнодушии / небезразличии в социальной рекламе / М.С. Милованова, А.В. Рябова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2020. – Т. 9. – №2. – С. 60-67.
118. Милованова М.С. Предисловие // Общая и русская лингвоаксиология: Коллективная монография // М.С. Милованова (отв. ред.), К.Я. Сигал, В.И. Карасик, Г.Г. Слыскин и др.; ИЯз РАН, Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина. – М.– Ярославль: Издательство «Канцлер», 2022. – С. 7-11.
119. Милованова М.С., Су Х. Корреляция концептов ЛЮБОВЬ и ЗАБОТА: лингвоаксиологическая интерпретация // Верхневолжский филологический вестник. – 2023. – № 4(35). – С. 130-141.
120. Милованова М.С., Чжао М. Синтетические способы выражения семантики волевого ограничения в дисплейном тексте // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2020. №1. – С. 17-20.
121. Милованова М.С., Шамсутдинова Р.Р. Трансформационные процессы в аксиологическом сознании современной российской молодежи / М.С. Милованова, Р.Р. Шамсутдинова // Современная коммуникативистика. – 2019. – Т. 6. – С. 63-67.
122. Мисюров Д.А. Политика и символы / Д.А. Мисюров – М.: РИП-холдинг, 1999.
123. Михайлова И.С. Национально-культурная специфика космонимов в разносистемных языках // Вестник Бурятского государственного университета. – 2014. – №10(4). – С. 93–99.
124. Мо-цзы. Философские трактаты / Пер. Л.Д. Позднеевой. – М.: Наука, 1972. – 280 с.

125. Нарский И.С. Иммануил Кант. – М.: Мысль, 1976. – 208 с.
126. Нашхоеева М.Р. Типология жанров интернет-коммуникации // Вестник науки. 2023. №1 (58). Vol. 4. 2023. – С. 206-212.
127. Некрасов С.И., Некрасова Н.А. Философия науки и техники: тематический словарь справочник. Учебное пособие. / С.И. Некрасов, Н.А. Некрасова – Орёл: ОГУ, 2010. – 289 с.
128. Норман Б.Ю. Когнитивный синтаксис русского языка: учеб. пособие / Б.Ю. Норман – М.: ФЛИНТА, 2013. – 254 с.
129. Норман Б.Ю. Язык как система знаков // Основы языкознания. Минск: Бел. Фонд Сороса, 1996. – С. 7-49.
130. Общая и русская лингвоаксиология: Коллективная монография // М.С. Милованова (отв. ред.), К.Я. Сигал, В.И. Карасик, Г.Г. Слышик, Б.И. Фоминых, Н.А. Боженкова, Л.М. Гончарова, А.Н. Матрусова, Р.Р. Шамсутдинова; ИЯз РАН, Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина. – М.–Ярославль: Издательство «Канцлер», 2022. – 390 с.
131. Ольшанский И.Г., Гусева А.Е. Лексикология: Современный немецкий язык / И.Г. Ольшанский, А.Е. Гусева. – М.: Академия, 2005. – 416 с.
132. Орлов А.С. Домострой: Исследование. Ч. 1-2 / А. Орлов. – М.: Синод. тип., 1917. – 212 с.
133. Остин Дж. Слово как действие [Текст] / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII.: Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 22–130.
134. Пименова М.В. Концептология на современном этапе (способы исследования концептуальных структур) // Гуманитарный вектор. – 2017. – №5. – С. 13-22.
135. Платон. Пир // Собрание сочинений в 4 т. Т.2 / Под общ. ред. А.Ф. Лосева. – М.: Мысль, 1993. – С. 81–134.
136. Покручина М.Ю. Лингвокультурологические особенности концепта ЛЮБОВЬ / М.Ю. Покручина – Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. № 2. 2017. – С. 101-105.

137. Полетаева Т.А. Ретроспективная динамика православных русскоязычных концептов в социально-коммуникативном контексте / Т.А. Полетаева // Современная коммуникативистика. – 2023. – №. 5. – С. 55-62.
138. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток–Запад, 2007. – 314 с.
139. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 191 с.
140. Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка: научное издание – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Воронеж: ИСТОКИ, 2007. – 250 с.
141. Потапенко Т.А. Использование НКРЯ при изучении в иностранной аудитории фразеологизмов, отражённых песенными текстами // Национальный корпус русского языка и проблемы гуманитарного образования / Под редакцией Н.Р. Добрушиной. М., 2007. – С. 122-128.
142. Почепцов Г.Г. История русской семиотики до и после 1917 года. / Г.Г. Почепцов, – М.: Лабиринт, 1998. – 336 с.
143. Пушкарева Н.Л. Частная жизнь русской женщины: невеста, жена, любовница / Н.Л. Пушкарева – М.: Ладомир, 1997. – 381 с.
144. Радбиль Т.Б. «Язык ценностей» в современной русской речи и пути его исчисления / Т.Б. Радбиль // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2011. – № 6. – Т. 2. – С. 569–573.
145. Радбиль Т.Б. ДУША и ТЕЛО в аспекте сопоставительного анализа концептов культуры: материалы к лингвокультурологическому фразеологическому словарю русско-казахских соответствий / Т.Б. Радбиль, Г.А. Ахметжанова, Ж.Ж. Жумагулова, А.Е. Сералиева, Г.Е. Сералиева // Научный Диалог. 2020. – № 3. – С. 127-150.
146. Радбиль Т.Б. Культурная априориация заимствований в свете теории языковой концептуализации мира // Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. – 2017. Т. 13. – С. 107-115.
147. Радбиль Т.Б. Новые явления в лексической объективации концепта «патриотизм» в современной русской речи: лингвокультурологический аспект /

Т.Б. Радбиль, Н.В. Наговицына // Минск: Белорусский государственный университет, 2021. – С. 148-150.

148. Радбиль Т.Б. Художественное воплощение русского национально-культурного концепта РЕКА в творчестве М.Ю. Лермонтова / Т.Б. Радбиль, И.С. Юхнова // Научный диалог. – 2019. – № 2. – С. 127-142.

149. Раджабова Р.В. Психолингвистический эксперимент: требования, условия, методика проведения. / Р.В. Раджабова – 2018. – Т. 10 (37). – С. 52-53.

150. Розин В.М. Концепция «заботы о себе»: философская, научная, художественная и авторская версии // Культура и искусство. – 2017. – № 7. – С. 50-56.

151. Ручина Л.И. Ассоциативный эксперимент как инструмент выявления когнитивных признаков концепта / Л.И. Ручина // Вестник ННГУ, 2012. – Т. 5–3. – С. 102-106.

152. Савицкая Т.Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры / Т.Е. Савицкая // Информкультура онлайн аналитика, библиография, фактография по культуре и искусству – 2015. – Т. 3. – С. 3.

153. Самситова Л.Х., Байназарова Г.М. Понятие концепта в лингвокультурологии: история развития, структура, классификация // Вестник Башкирск. ун-та. № 4. 2014. – С.1373-1377.

154. Севрюгина Е.В. Языковое отражение концептов "любовь" и "красота" в поэзии Ф.И. Тютчева и У. Вордсворт: дисс. ... к. филол. н. – М., 2003. – 251 с.

155. Сиренко А.В. Информационная система когнитивных экспериментов: Ассоциативная сеть (2009-2012): [сайт] – URL: <http://it-claim.ru>. (дата обращения: 13.05.2023)

156. Соколовская Т.Д. Специфика сочетаемости языковых единиц (лексических) // Русский язык и литература во времени и пространстве: сборник научных статей и докладов. К 45-летию Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина. / Сост. В.В. Молчановский. – М., 2011, с. 166-170.

157. Соловьёв В.С. Смысл любви // Собрание сочинений. Т.7. – Брюссель: Жизнь с Богом, 1988. – 320 с.

158. Соловьев В.С. Смысл любви [Электронный ресурс] / Соловьев В.С. Избранное. – М. 1990. – URL: <https://philhist.spbu.ru/11-biblioteka/istochniki/150-solovev-v-s-smysl-lyubvi.html> (дата обращения: 14.06.2025).
159. Солодуб Ю.П. Сопоставительный анализ структуры лексического и фразеологического значений // Филологические науки. НДВШ. № 5. 1997. – С. 43-54.
160. Соссюр Ф. Труды по языкоznанию. / Пер. с франц. А.А. Холодовича Автор: Фердинанд де Соссюр, – М.: Прогресс, 1977. – 695с.
161. Степанова М.Д., Хельбиг Г. Части речи и проблема валентности в современном немецком языке. – М.: Высшая школа, 1978. – 215 с.
162. Строганов Д.А. О различии любви, влюблённости и любовной зависимости / Д.А. Строганов, 2016. – Т. 5. – С. 203-206.
163. Су Х. Любовь как ценность в рекламном дискурсе / Х. Су // Гуманитарные технологии в современном мире: Сборник статей X Междунар. науч.-практ. конф. – Калининград: Полиграфычъ, 2022. – С. 100-101.
164. Су Х. Символические образы любви в мультимодальном тексте / Х. Су // Гуманитарные технологии в современном мире: Сборник статей XI Междунар. Науч.-практ. конф. – Калининград: Полиграфычъ, 2023. – С. 77-79.
165. Су Х. Содержательные семы любовь в номинациях космонимов // Язык и литература в зеркале культуры: Сборник научных трудов. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2023. – С. 57-60.
166. Су Х. Динамические изменения концепта ЛЮБОВЬ в современных коммуникативных жанрах (на материале интернет-коммуникации) / Х. Су // Вестник когнитивной лингвистики. 2023. № 4. – С. 100-115.
167. Су Х. Комплекс методологических ресурсов в изучении концепта любовь // Язык-текст-дискурс в новых условиях коммуникации: Сборник статей Междунар. науч. конф. – Нижний Новгород: НИУ ННГУ, 2023. – С. 471-477.
168. Сусов И.П. Интеграционный этап в развитии лингвистической теории и сущность вклада когнитивной лингвистики // Когнитивная лингвистика.

Современное состояние и перспективы развития: Сб. науч. тр. / И.П. Сусов. – Тамбов: ТГУ, 1998. – Ч.1. – С. 16-21.

169. Сухарева К.А. Этноним «русский» и его производные в моделях речевого воздействия (на материале современного отечественного рекламного дискурса). Автореферат дис. канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2019. – 25 с.
170. Сычев А.А. Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект [Электронный ресурс] / А.А. Сычев, 2004. – URL: <http://www.abc-globe.com/sichev.htm>. (дата обращения: 14.06.2025)
171. Тананина А.В. Концептуальное поле «Любовь» и его представление в иноязычной аудитории: дисс. ... к. пед. н. – М., 2003. – 159 с.
172. Тананина А.В. От любви до ненависти (опыт концептуального анализа) / А.В. Тананина // Язык. Сознание. Коммуникация: науч. сб. – Вып. 24. – М., 2003. – С. 54–60.
173. Тань А. Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность. / А. Тань – М., 2004. – 240 с.
174. Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия – М.: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
175. Теньер Л. Основы структурного синтаксиса / Пер. с франц. – М.: Прогресс, 1988. – 354 с.
176. Теркулов В.И. Типология сокращенных конструктов аббревиатур / В.И. Теркулов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2015. – № 3(98). – С. 127-133.
177. Толстой Н.И. Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. / Н.И. Толстой – М.: Индрик, 1995. – 512 с.
178. Тюрина С.Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст // Вестник Ивановского государственного энергетического университета. / С.Ю. Тюрина. 2009. – Вып. 1. – С. 75-77.
179. Уфимцева Н.В. Значение слова как отражение социокультурной реальности// Вопросы психолингвистики. – 2015. – № 3. – С. 83-92.

180. Уфимцева Н.В. Языковая картина мира: проблемы моделирования / Н.В. Уфимцева // Вопросы психолингвистики. – 2016. – № 27. – С. 238-249.
181. Фоли Дж. Энциклопедия знаков и символов / Дж. Фоли – М.: Вече АСТ, 1997. – 509 с.
182. Фрейд З. Введение в психоанализ. Лекции / Фрейд, Зигмунд. – М.: Наука, 2015. – 456 с.
183. Фромм Э. Искусство любит. Искусство любить: перевод санглийского / Э. Фромм. – М.: Изд-во АСТ [и др.], 2011. – 223 с.
184. Фуко М. ВОЛЯ К ИСТИНЕ: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. Пер. с франц. – М.: Кастанъ, 1996. – 448 с.
185. Фэн Ю-лань. Краткая история китайской философии / Пер. на рус. яз. Р.В. Котенко. – М.: Евразия, 1998. – 376 с.
186. Хафизова О.И. Концепты «Любовь» и «Работа» в языковой картине мира (на материале китайского и русского языков): автореф. дисс. ... к. филол. н. – Кемерово, 2011. – 22 с.
187. Хоменко И.А. Современная семья: состояние и перспективы развития / – СПБ: Вестник. Герценовского университета. 2011. – С. 5-10.
188. Чесноков П.В. Основные единицы языка и мышления / П.В. Чесноков – Ростов-на-Дону: Ростовское книжное изд-во, 1966. – 266 с.
189. Чжан Цинхань. Семантическое наполнение концепта «семья» в русской языковой картине мира и его языковая объективация в современной русской речи: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – М., 2022. – 182 с.
190. Шеламова А.В. Любовь как ценность. Тема любви к ближнему в социальной рекламе // Вестник Московского государственного университета печати. / А. В. Шеламова – 2015. – Т. 2. – С. 232-235.
191. Шмелёв А.Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 224 с.
192. Щербак А.С. Основные типы ономастических концептов (на материале региональной концептосферы) // Вестник ТГУ, 2009. №10. – С. 169–175.

193. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина // Научный диалог. – 2012. – Т. 3. – С. 161-173.
194. Щуцкий Ю.К. Китайская классическая "Книга перемен". 2-е издание (под ред. А.И.Кобзева) перевод Ю.К. Щуцкого. – М.: Наука, 1993. – 606 с.
195. Щуцкий Ю.К. Китайская классическая «Книга перемен». – М.: Наука, 1960. – 604 с.
196. Beck U., Beck-Gernsheim E. Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences. – London: SAGE Publications, 2001. – 224 pp.
197. Blackmore S. The Meme Machine. Oxford: OUP, 1999. – 264 pp.
198. Burunat E. Love Is Not an Emotion. Psychology, vol.7, 2016, – P.1883-1910.
199. Butler J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. – New York: Routledge, 1990. – 172 pp.
200. Connell R.W. Masculinities. – Berkeley: University of California Press, 2005. – 324 pp.
201. Crystal D.A. English as a global language. Second Edition. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 212 pp.
202. Fehr, Beverley Russell, James, et al. The concept of love viewed from a prototype perspective. Journal of Personality and Social Psychology, 1991, 60(3), – P. 425-438.
203. Feng Y, Frith K. Cultural differences in cognitive responding to ads: A comparison of young American and Chinese consumers[J]. Asian Journal of Communication, 2014, 24(6) – P. 509-528.
204. He Ziran. Memes in Language. Linguistic Sciences. 2005, 4(6), – P. 54-64.
205. Herberg D. Neuer Wortschatz Neologismen der 90-er Jahre im Deutschen. Berlin: Walterde Gruyter, 2004. – P. 275-289.
206. Illouz E. Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism. – Cambridge: Polity Press, 2007. – 192 pp.
207. Kant I. Metaphysik der Sitten. Werkausgabe Bd. VIII, Hrsg. Wilhelm Weihschädel. Frankfurt/Main: Suhrkamp. 1977.

208. Kövecses Z. *Metaphor and Emotion*. – Cambridge, 2000.
209. Kövecses Z. *Metaphor in culture: Universality and variation*[M]. Cambridge university press, 2005.
210. Legge J. *The Chinese Classics. Vol. 1: Confucian Analects*. – Oxford: Clarendon Press, 1893. – 500 pp.
211. Lewis R.D. The cultural imperative: Global trends in the 21st century // *Training, Language and Culture*. – 2019. – Vol. 3. – No. 3. – P. 8–20.
212. Li H, Zhang R. Finding love in algorithms: deciphering the emotional contexts of close encounters with AI chatbots[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2024, 29(5): zmae015.
213. MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. – New York: Schocken Books. 1976, – 214 pp.
214. MacDonald K., Patch E., Figueredo A. Love, Trust, and Evolution: Nurturance/Love and Trust as Two Independent Attachment Systems Underlying Intimate Relationships. *Psychology*, 7, 2016, – P. 238-253.
215. Mortimer K. Identifying the Components of Effective Service Advertisements // *Journal of Services Marketing*. Vol. 22. 2008. – P. 104-113.
216. Motschenbacher H, Stegu M. Queer Linguistic approaches to discourse[J]. *Discourse & Society*, 2013, 24(5). – P. 519-535.
217. Platonis Opera. Vol. II / Ed. J. Burnet. – Oxford: Oxford University Press, 1901. – 387 pp.
218. Prysok M. Metaphors of love in English-Spanish literary translation. A corpus-based study. [J]. *Studia Translatorica*, 2022 (13). – P. 221-236.
219. Qin Y. Research on the Characteristics of Modern Advertising Culture // *Open Journal of Social Sciences*. – 2019. – No7. – P. 362-366.
220. Rist J M. A note on Eros and Agape in Pseudo-Dionysius[J]. *Vigiliae christiana*e, 1966. – P. 235-243.
221. Rogers C.R. *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*[M] / (Первое издание: 1961) – Houghton Mifflin Harcourt, 1995. – 420 pp.

222. Rychlý P.A. Lexicographer-Friendly Association Score / P.A Rychlý – RASLAN, 2008. – P. 6-9.
223. Sternberg R. J. A triangular theory of love. Psychological review, 1986, 93(2). – 119 pp.
224. Temkina A., Zdravomyslova E. Gender Studies in Post-Soviet Society: Western Frames and Cultural Differences // Studies in East European Thought. 2003. – Vol. 55. – P. 51–61.
225. Urry J. The Tourist Gaze. 2nd ed. London: Sage. 2002. – 171 pp.
226. Vestito C. Tourism disburse and the representation of Italy: a critical analysis of English guidebooks, 2006. [Электронный ресурс] / URL: http://www.fedoa.unina.it/2780/1/Vestito_Lingua_inglese.pdf (дата обращения: 14.05.2022)
227. Wang G. The Development Stages of Chinese Vocabulary and Its Evolution Mechanism // Journal of Beijing Normal University (Social Sciences). 2022. Vol. 2. – P. 107-119.
228. Wierzbicka A. Understanding Cultures Through Their Key Words: english, russian, polish, german, and japanese. American Anthropologist, 101(4), 2010, – P. 860-861.
229. Yu N. The Chinese HEART in a Cognitive Perspective. – Berlin, 2009.
230. Zhu J. A Multimodal Discourse Analysis of Second Language Instruction Videos. Open Access Library Journal, 8, 2021, C. 1-11.
231. Zipf George K. Human Behavior and the Principle of Least Effort, Boston: Addison-Wesley. 1949. – 573 pp.
232. 窦赫卓 . 儒墨思想比较研究：“仁爱”与“兼爱” (Доу Хэчжую. Сравнительное исследование конфуцианской и мексиканской идей: "человеколюбие" и "всеобъемлющая любовь") // Chinese Traditional Culture. 2023. № 11. – С. 272-277.
233. 黄雪冷 . «英汉爱情隐喻对比浅析» 英汉爱情隐喻对比浅析 [J] (Сравнительный анализ метафор «любви» в английском и китайском языках)/文学界 (理论版), 2012.

234. 李泽厚. 中国古代思想史论 (Очерк истории древнекитайской мысли) – 三联书店, 2008. – 344 с.
235. 论语(Лунь Юй) / [孔子著]; 金良年撰. – 上海: 上海古籍出版社, 2000. – 6, 2, – 292 с.
236. 王小能. 英汉情歌歌词中爱情概念隐喻对比分析(Сравнительный анализ метафор концепта любви в англо-китайских текстах песен о любви) [J]. 现代语言学 Modern Linguistics, 2019, 7(4): 633-640.
237. 吴利琴. 孔子的 "仁" 与耶稣的 "爱" 之文化特质(Культурные качества «Жэнь» Конфуция и ЛЮБОВЬ Иисуса). – 安徽文学: 下半月 (10). 2010. – С.279-281.
238. 许国璋. 语言的定义, 功能, 起源 (Определение, функции, происхождение языка) 1986 – Т. 2.
239. 张玉玲. 网络语言的语体学研究. (Чжан Юйлин. Стилистическое исследование языка Интернета. Пекин: Чжунго шэхуэй кэсюэ) – 北京: 中国社会科学出版社, 2014.
240. 周双燕. 现代汉语新词语的语块构式分析. 现代语言学. (Чжоу Шуанъян. Анализ блок-конструкций современных китайских неологизмов в современном китайском языке. Современное языкознание). 2019, 7(6), – С. 921-930.

Список лексикографической литературы

241. Аверинцев С.С., Спиркин А.Г. Любовь / С.С. Аверинцев, А.Г. Спиркин // Большая Советская Энциклопедия (БСЭ): [в 30 т.] / гл. ред. А.М. Прохоров; 1969–1978, т. 15). Ломбард. Мезитол. – М.: Советская энциклопедия, 1974. – С. 102-105.
242. Апресян Р.Г. Агапе / Новая философская энциклопедия. Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; 2-е изд., испр. и допол. – М.: Мысль, 2010. [Электронный ресурс] – URL: <https://iphras.ru/elib/0056.html>. (дата обращения: 14.06.2025)

243. Большой универсальный словарь русского языка. // Около 30 000 наиболее употребительных слов / Богачева Г.Ф., Морковкин В.В., Луцкая Н.М. – АСТ-Пресс Книга. 2016. – 1452 с.
244. Виноградов В.В. История слов: Ок.1500 слов и выражений и более 5000 слов, с ними связ. / В.В. Виноградов; Рос. акад. наук. Отд-ние лит. и яз. Науч. совет "Рус. яз.". Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. – М., 1999. – 1138 с.
245. Гриценов А.А. Всемирная энциклопедия: Философия / главн. науч. ред. и сост. А.А. Гриценов. – М.: АСТ, – Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. – 1312 с.
246. Даль В.И. Пословицы русского народа. – М.: Наука, 1984. – 800 с
247. Даль В.И. Пословицы русского народа: В 3 т. Т.3. – СПб.: Динамит, 1997. – 523 с.
248. Евгеньева А.П. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; под ред. А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М., 1999. [Электронный ресурс] – URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc> (дата обращения: 17.04.2024)
249. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов и понятий. – Изд. 6-е, испр. и доп. – Назрань: Пилигрим, 2016. – 610 с.
250. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. / В.П. Жуков – М.: Сов. энциклопедия, 1966. – 535 с.
251. Игра в ассоциации с коллективным разумом: [сайт] – URL: <https://sociation.org/> (дата обращения: 19.05.2023)
252. Караполов Ю.Н. РАС: Русский ассоциативный словарь: [в 2-х томах] / Ю.Н. Караполов [и др.] – М.: АСТ-Астрель. 2002. – 784 с.
253. Караполов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь / Ю.Н. Караполов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов и др. – М.: РАН, Институт русского языка, 1994. – 211 с.
254. Колесов В.В. Словарь русской ментальности: в 2 т. / В.В. Колесов, Д.В. Колесова, А.А. Харитонов. П-Я. – СПб.: Златоуст, 2014. – 592 с.

255. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. – 245 с.
256. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. / С.А. Кузнецов – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
257. Можейко М.А. Новейший философский словарь. / М.А. Можейко – М.: Книжный дом, 2003. – 1271 с.
258. Морковкин В.В., Богачёва Г.Ф., Луцкая Н.М. Большой универсальный словарь русского языка / Гос. ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина; под ред. В.В. Морковкина. – М., 2016. – 779 с.
259. Николюкин А.Н. Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А.Н. Николюкина. – РАН, ИНИОН. – М., 2001. – 1600с.
260. Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70000 слов / С.И. Ожегов; под ред. Н.Ю. Шведовой; АН СССР, Ин-т рус. яз. – 23-е изд., испр. – М., 1991. – 915 с.
261. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1997. – 944 с. [Электронный ресурс] – URL: <https://ozhegov.info/slovar/> (дата обращения: 27.05.2024)
262. Платонов К.К. Краткий словарь системы психологических понятий: [Учеб. пособие для инж.-пед. работников профтехобразования] – М.: Высш. школа, 1981. – 175 с.
263. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. I. От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М.: ACT–Астрель, 2002. – 784 с.
264. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. II. От стимула к реакции: Более 100 000 реакций / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М.: ACT–Астрель, 2002. – 992 с.
265. Русский ассоциативный словарь: ассоциативные реакции школьников 1-11 классов: в 2 т. / В.Е. Гольдин, А.П. Сдобнова, А.О. Мартынов; Саратовский

гос. ун-т им. Н.Г. Чернышевского. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2011. – 478 с.

266. Рут М.Э. Словарь астронимов. Звездное небо по-русски. М.: АСТ-Пресс книга, 2010 г. – 288 с.

267. Семенов А.В. Этимологический словарь русского языка. [Электронный ресурс] / гл. ред. А.В. Семенов. Серия «Русский язык от А до Я». Изд. «ЮНВЕС». – М., 2003. 704 с. – URL: <https://lexicography.online/etymology/semyonov/> (дата обращения: 27.03.2024)

268. Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский / Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова, Ю.Н. Караулов, Е.Ф. Тарасов. – М., 2004. – 792 с.

269. Словарь ассоциативных норм русского языка. / Под ред. А.А. Леонтьева – М., 1973.

270. Словарь ассоциаций русского языка онлайн: [сайт] – URL: <https://sinonim.org/as> (дата обращения: 27.05.2023, 29.04.2025)

271. Словарь ассоциаций: [сайт] – URL: <https://wordassociation.ru/> (дата обращения: 27.05.2023)

272. Словарь иностранных слов / Науч. ред. А. Г. Спиркин и др. – 7-е изд., перераб. – М.: Рус. яз., 1980. – 622 с.

273. Словарь иностранных слов // Отв. ред. А.Г. Спиркин, И.А. Анчурин, Р.С. Карпинская и др. – М., 1987. – С. 426.

274. Словарь китайских фразеологизмов. – Чэнду: Изд-во Сычуаньского словаря, 2001. – 1128 с.

275. Словарь китайского языка. – Пекин: Шану, 2002. – 1999 с.

276. Словарь современного китайского языка / Под ред. Люй Шусян. – Пекин: Шану, 1996. – 1869 с.

277. Словарь современного китайского языка [сайт] – URL: <http://cidian.xpcha.com/> (дата обращения: 19.05.2023)

278. Срезневский И.И. Словарь древнерусского языка: репринтное издание: [в 3 т.] / И.И. Срезневский. – М., 1989.

279. Степанов Ю.С. Константы, Словарь русской культуры. – 2-е, изд., испр. и доп. / Ю.С. Степанов – М.: Академический Проект, 2004. – 989 с.
280. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. – М.: Академический проект, – 2001. – 991с.
281. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры: 3-е изд. – М.: Академический проект. – 2004. – С. 42-67.
282. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры: опыт исследования / Ю.С. Степанов. – М.: Языки русской культуры, 2014. – 824 с.
283. Тихонов А.Н. Словообразовательный словарь русского языка: В 2 - 3. изд., испр. и доп. / А.Н. Тихонов – М., 2003.
284. Толковые словари // Большая российская энциклопедия. Т. 32. – М., 2016.
285. Толстая С.М., Агапкина Т.А., Виноградова Л.Н., Петрухин В.Я. Славянские древности: Этнолингвистический словарь: В 5 т. / Рос. акад. наук. Инт славяноведения и балканстики; под общ. ред. Н.И. Толстого. – М.: Междунар. отношения, 1995-2014. Т. 1, 2012. – 728 с.
286. Трубачев О.Н. История славянских терминов родства и некоторых древнейших терминов общественного строя. – М.: Издательство АН СССР, 1959. – 213 с.
287. Успенский Л.В. Почему не иначе? Этимологический словарик школьника / Л.В. Успенский – М.: Детская литература, 1967 – 302 с.
288. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Д.Н. Ушаков – М.: Рус. словари, 1994.
289. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. [Электронный ресурс] / М. Фасмер – М., 2007. – Т. 2. – 671 с. – URL: <http://fasmerbook.com> (дата обращения: 14.06.2025)
290. Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В. Русский региональный ассоциативный словарь-тезаурус. – Т. 1: От стимула к реакции. – М., 2014. – URL: http://ilingran.ru/library/evras/evras_1.pdf (дата обращения: 14.06.2025)

291. Шанский Н.М. Краткий этимологический словарь русского языка. Пособие для учителя. Изд. 2-е испр. и доп. Под ред. чл.-кор. АН СССР С.Г. Бархударова. / Н.М. Шанский – М.: Просвещение, 1971. – 547 с.
292. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / гл. ред. В.Н. Ярцева – М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 149. – URL: <https://rus-lingvist-dict.slovaronline.com/149-валентность> (дата обращения: 12.10.2024)
293. Chen Xianchun. Zhongguo wenhua zhongde dianxing renwu yu shijian. Beijing: 1999. – 215 pp. (Чэн Сяньчунь. Прецедентные персонажи и события в китайской культуре. Словарь для иностранцев, изучающих китайский язык.) / сост. Чэн Сяньчунь. – Пекин: Изд-во Пекинского ун-та языка и культуры. – 1999. – 215 с.
294. Shujan Z. I. Dictionary of Chinese Standard Language // Shanghai. 2000. – 886 pp.
295. 南致善, 黄长霖. 大俄汉词典 / 黑龙江大学俄语语言文学研究中心辞书研究编著 (Большой русско-китайский словарь / под редакцией Исследовательского словаря, Центр русского языка и литературы, Хэйлунцзянский университет – Пекин: Коммерческая пресса) - 8-е изд., пересмотр. и доп. –北京: 商务印书馆. 2003.
296. 周静琪, 何爱英. 常用谚语词典. – 北京: 商务印书馆 (Чжоу Цзинци, Хэ Айин. Словарь простонародных пословиц. – Пекин: Коммерческая пресса), 2006. – 819 с.
297. 在线新华字典 (Интернет-словарь Синьхуа) [Электронный ресурс] – URL: <http://xh.5156edu.com/> (дата обращения: 07.11.2023)
298. 新华谚语词典 / 辞书研究中心编著; (Словарь пословиц Синьхуа / под редакцией Исследовательского центра риторики. – Пекин: Коммерческая пресса) –北京: 商务印书馆, 2007. – 581 с.
299. 新简明俄汉词典 (Новый краткий русско-китайский словарь) / 陈楚祥等编者. –北京: 商务印书馆, 1999. – Т. 15. – 1506 с.

300. 新编汉语多用辞典: 成语 · 歇后语 · 习惯语 · 谚语 · 格言. – 北京: 社会科学文献出版社 . (Чэнь Бинчжао, Линь Ляньтун, Чжан Ицин. Новый многоцелевой словарь китайского языка: идиомы, гетеронимы, фразеологизмы, пословицы, афоризмы – Пекин: Издательство литературы по общественным наукам) 1994 – 1587 с.

301. 汉语成语词典 (Словарь китайских фразеологизмов. – Чэнду: Изд-во Сычуаньского словаря) [M]. 成都: 四川辞书出版社, 2001. – 1128 с.

302. 现代汉语词典 (Словарь современного китайского языка) [сайт] – URL: <http://cidian.xpcha.com/> (дата обращения: 19.03.2023)

303. 陈政. 字源谈趣 (Чэнь Чжэн. Происхождение китайских иероглифов. – Народное издательство Гуанси) – 广西人民出版. 1986. – 407 с.

304. 黑龙江大学俄罗斯语言文学与文化研究中心辞书研究所. 新时代俄汉详解大词典 – 北京: 商务印书馆 (Институт словарных исследований, Центр русского языка, литературы и культуры, Хэйлунцзянский университет. Подробный русско-китайский словарь новой эры – Пекин: Коммерческая пресса), 2014. – 7576 с.

Список источников исследуемого материала

305. Взгляд [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М.], 2004–2025. – URL: <https://vz.ru/> (дата обращения: 14.06.2025)

306. Национальный корпус русского языка (НКРЯ): [Электронный ресурс]. – URL: <https://ruscorpora.ru/> (даты обращения: 19.05.2023, 10.11.2024, 14.06.2025)

307. Т-Ж [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – URL: <https://t-j.ru/> (дата обращения: 14.06.2025)

308. Яндекс Дзен [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – URL: <https://dzen.ru/> (дата обращения: 14.06.2025)

309. sinonim.org: [Электронный ресурс]. – URL: <https://sinonim.org/as/любовь> (дата обращения: 26.03.2023)

310. World Values Survey Association. Findings and Insights: 1981–2022. Stockholm: WVSA Secretariat, 2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/> (дата обращения: 14.06.2025)
311. 北京大学 CCL 语料库 (Корпус CCL Пекинского университета) [Электронный ресурс]. – URL: <http://ccl.pku.edu.cn/> (дата обращения: 14.06.2025)
312. 北京语言大学 BCC 语料库 (Корпус BCC Пекинского университета языка и культуры) [Электронный ресурс]. – URL: <http://bcc.blcu.edu.cn/> (дата обращения: 14.06.2025)
313. 百度指數 (Baidu Индекс): [Электронный ресурс]. – URL: <https://index.baidu.com/v2/index.html#/> (дата обращения: 14.06.2025)

Список источников художественной литературы

314. Бунин И.А. При дороге (Даты создания: 28.1.1911) / И.А. Бунин. Собрание сочинений в 9 т. Т.1. – М.: Художественная литература, 1965.
315. Краковская А., Розенблюм Ю. Советская поэзия. В 2 тт. Библиотека всемирной литературы. Серия 3. / Ред. А. Краковская, Ю. Розенблюм. – М.: Художественная литература, 1977. – 912 с.
316. Михальский В. Тайные милости. Роман, повесть, рассказы. – М.: Современник, 1986. – 352 с.
317. Проханов А. Время полдень: роман. – М.: Профиздат, 1977. – 288 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Описание эксперимента

В рамках исследования был проведён эксперимент, направленный на анализ ассоциаций, связанных с концептом ЛЮБОВЬ в русскоязычной среде. В эксперименте приняли участие **50 респондентов** в возрасте от **15 до 80 лет**, представляющих различные социальные группы, преимущественно школьники и студенты вузов (в возрасте до 30 лет).

Участники были разделены на две категории:

1. **Носители русского языка** (русский как родной).
2. **Не носители** (изучающие русский язык длительное время и активно использующие его в повседневной жизни).

Ключевые параметры исследования:

- **Демографические данные:** пол, возраст (4 возрастные группы: до 20 лет, 21–30 лет, 31–40 лет, старше 40 лет).
- **Образовательный уровень:** от неполного среднего до аспирантуры.
- **Уровень владения русским языком** (родной/иностранный).

Методика проведения: Участникам была предложена анонимная анкета, включающая:

1. **Свободные ассоциации:**

- Первое слово, возникающее при упоминании **любовь**.
- Дополнительные 4–5 ассоциативных слов.

2. **Оценка эмоциональной окраски** концепта по шкале от «абсолютно позитивного» до «абсолютно негативного».

3. **Анализ частоты употребления** слова **любовь** в социальных сетях.
4. **Вопрос об изменениях** в восприятии понятия **любовь** с течением времени.

Условия эксперимента:

- Ответы фиксировались **без предварительного обдумывания**, чтобы зафиксировать первичные, спонтанные реакции.
- Анкетирование проводилось **в спокойной обстановке** для минимизации внешних влияний.
- Метод основывался на **подсчёте множественных свободных ассоциаций** без ограничений по количеству слов.

Цели анализа: – выявление корреляции между демографическими параметрами (возраст, образование, уровень языка) и ассоциативным рядом; – сравнение восприятия слова-стимула **любовь** у носителей и не носителей русского языка; – определение эмоциональной валентности и динамики понятия в современном контексте.

Таблица 7 – Статистика результатов анкетирования об изменениях в значении понятия **любовь**.

Заметил(а) ли изменение в понятии <i>любовь</i>	Количество	частота
Да	33	66%
Нет	17	34%
в итоге	50	100%

Конкретные предполагаемые изменения *любовь*, указанные респондентами

- Последнее время *любовь и страсть* все чаще используют как синонимы.
- Да. В последнее время чувство *любовь* как-то снизило свою окраску. Этим понятием разбрасываются. Утратились интимные значения этого слова.
- В последнее время слово *любовь* перестало значить что-то возвышенное, постепенно это слово теряет свою силу. Возможно, оно обесценивается со временем.
- этим словом до сих пор бросаются налево и направо, не утруждаясь принять к сведению его точное значение.
- Думаю, что со временем слово обесценилось, но есть и те, кто с таким же трепетом относятся к значению слова, как и наши предки)
- Понятие любви очень сложное, в ней есть терпимость, праведность, доверие и немного ненависти.
- Каждый по-другому понимает.
- Да, но это зависит от личного опыта, а не от всеобщих установок.
- Понятие часто стали путать со страстью и влюблённостью.
- привело к появлению негативных выражений, таких как «жадность», «ревность», «сомнение».
- Я думаю, оно изменяется в лучшую, позитивную сторону. Люди учатся воспринимать это чувство как процесс, а не как быстротечные, буйные чувства. Также развивается понятие любви к самому себе, это тоже не может не радовать.
- Раньше при слове *любовь* думали в первую очередь о романтических отношениях. Сейчас думается и о любви к себе, о любви к миру, жизни.
- Мне кажется, сейчас любовь это не только о любви к ближнему, но и о любви к себе, к жизни.
- Вероятно, да, немного коньюмеризации.
- Смещение акцента в понятии: от "Чувства" к "Сексу".
- Любовь, это не всегда отношения между мужчиной и женщиной. Любовь – это проявление чувств по отношению к тому, что тебе дорого, это может быть как человек, например родителями, друзьями (иногда Любовь по отношению к животным), так и что-то неодушевлённое, например, хобби, вещи, фильмы и ТД. я считаю, что сейчас люди начинают более глубоко и осмысленно понимать сущность этого явления.
- Люди стали более цинично к этому относиться.
- Да, сейчас понятие любовь, как мне кажется, в романтическом ключе заменяет слово *влюблённость*. В ключе неромантическом изменений не замечаю.
- Думаю, изменения в содержании понятия любовь есть, но это, в большей степени, из-за необычности любви, её самости, индивидуальности для каждого человека. Не верю в "деградацию" любви. Мы просто меняем форму, потому и вкладываем разное.
- Мне кажется, что это слово стали употреблять более осознанно. Это понятие стало более серьезным.
- Наше поколение очень интересуется психологией, поэтому сейчас любовь – это не только про чувства, но и про осмысленность, осознанность. Также на изменение содержания этого понятия влияет активная популяризация нестандартных отношений (однополые, чайлдфри и др).
- Любовь уже не является тем сильно религиозным словом, каким она была когда-то, а носит более светский характер, ассоциируется с желанием и различными эмоциями и имеет не только положительное значение, но и содержит отрицательное в традиционном смысле.
- Всё зависит от контекста, в котором будет употребляться это слово. В основном оно всегда имеет позитивную окраску. Мне кажется, в последнее время оно всё больше расширяет свои значения, обогащается большим количеством контекстов, приобретает новые оттенки значения, как положительные, так и негативные и проч.

**Таблица 8 – Результаты ассоциативного эксперимента:
анкета «Понятие ЛЮБОВЬ» (2022)**

Реакции	Частота Х	Процент частоты (Х/238)
забота	14	5.88%
доверие	11	4.62%
нежность	9	3.78%
счастье	9	3.78%
семья	9	3.78%
поддержка	8	3.36%
понимание	7	2.94%
уважение	7	2.94%
спокойствие	6	2.52%
принятие	6	2.52%
чувство	4	1.68%
тепло	4	1.68%
верность	3	1.26%
внимание	3	1.26%
искренность	3	1.26%
красота	3	1.26%
любить	3	1.26%
человек	3	1.26%
эмоция	3	1.26%
отношение	3	1.26%
родитель	3	1.26%
романтика	3	1.26%
свобода	3	1.26%
...

Таблица 9. Ассоциации со словом *любовь* в русском ассоциативном словаре
 (Ю.Н. Караулов, 1994)

Реакции	Частота X	Процент частоты (X/103)
с первого(1-го) взгляда	10	9.71%
до гроба	8	7.77%
чувство	5	4.85%
зла	3	2.91%
счастье	3	2.91%
безответная	2	1.94%
горе	2	1.94%
и голуби	2	1.94%
к женщине	2	1.94%
ненависть	2	1.94%
платоническая	2	1.94%
пришла	2	1.94%
радость	2	1.94%
разлука	2	1.94%
страстная	2	1.94%
Яровая	2	1.94%
брать	1	0.97%
бывает	1	0.97%
...

Таблица 10 – Результаты статистической обработки реакций на слово-стимул *любовь* в русском ассоциативном словаре

(В. Е. Гольдин, А. П. Сдобнова, О. А. Мартынов. Саратов, 2011)

Ядро концепта (> 4%)	Базовый слой (>1%)	Ближняя периферия (1%> и >0.3%)	Дальняя периферия (0.3%>)
сердце – 70; чувство – 70.	любить – 48; отношение – 42; весна – 39, счастье – 39; дружба – 36; матушка – 30; чувствовать – 28; семья – 27, страдание – 27; встречаться – 25; судьба – 20; родители – 17; жизнь – 15, измена – 15, роза – 15; мама – 14, мать – 14; вдвоём, девочка, забота, истина, предложение – 13; весенний – 12, мальчик – 12, муж – 12;	мужчина – 10; бабушка, жена – 9; вместе, добро, ребёнок – 8; встреча, родной – 7; вспоминать, встретить, дитя, женщина, nostальгия, она, сочувствие, спасти, счастливый – 6; взгляд, девушка, искать, наивность, радость, терять – 5; встретиться, вчерашняя, дочь, её, жалость, зависеть, красивый, молодёжь, пришла – 4,	весь, внимание, впечатление, дети, доверить, именно, интерес, мечтать, ночь, отец, совет, хорошо, человеку, юность – 3; брать, возвращать, добрый, единственный, ему, забыть, зло, зрелище, имя, классный, котёнок, край, луна, люди, момент, настоящий, находить, ненавидеть, очень, папа, правда, предавать, простить, своё, сладко, смысл, ссора, тайна, ты, человека, чистый – 2; берег, близкий, быстро, вежливый, верить, верный, ветер, вечер, вечный, взять, видеть, вино, власть, вода, возить, возможно, враг, вчерашние, газета, глаза, гораздо, гость, давать, даже, дед, дом, дорогой, друг, думаешь, душа, забавлять, зависеть, застенчивый, затянуть, заяц, зима, злоба, злость, знак, изменить, исключение, каждый, калечить, касаться, качество, колесо, контакт, конфета, конфликт, концерт, кошка, красный, кровь, кружок, кто-то, кувырком, личность, музыка, мусор, мучить, мы, мыслить, надеяться, народ, никак, обещать, общество, огонь, он, они, оправдать, осень, особенный, оставить, отдавать, относиться, ох, охранять, период, песня, печка, пианино, поиск, порошок, практика, привычка, принцип, приходить, проводить, просто, простота, птенчик, разный, рисовать, робкий, родина, родиться, Россия, рядом, свечи, себя, сила, слово, смелый, смерть, смеяться, снежинка, сражение, сын, твой, театр, теперь, тёплый, территория, тигр, труд, удача, уже, холоднее, хотеть, цветок, цирк, число, шоколад, щенок, юмор, яблоко, яд, ясный – 1.

Таблица 11 – Ассоциации со словом любовь

в русском региональном ассоциативном словаре (Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В., 2014.)

Ядро концепта (> 5%)	Базовый слой (5%>i>1%)	Ближняя периферия (1%> и >0.3%)	Дальняя периферия (0.3%>)
чувство – 43, морковь – 39, сердце – 30,	зла – 25, счастье – 24, жизнь – 11, взаимная – 10, семья – 10, девушка – 9, ненависть – 9, секс – 8, чувства – 8, вечная – 7, голуби – 7, отношения – 6, страсть – 6, чистая – 6,	взаимность, дети, моя, навсегда, одна – 5, боль, голуби, нежность – 4, безумная, большая, вечна, до гроба доверие, дружба, жена, зло, красный, мужчина – 3, настоящая – 3, огромная – 3, парень – 3, прекрасно – 3, радость – 3, симпатия – 3, страдание – 3, цветы – 3, брак, весна, вечность, взаимопонимание, гармония, искренность, искрення, к детям, к людям, к Родине, к себе, любимая, любить, мечта, навеки, нет, первая, преданность, родители, с первого взгляда, сильная, тепло, хорошо, человек – 2.	адская, амур, безнадежна, безответная, бесконечная, бесконечность, благо, влечение, блаженство, большая и чистая, бывшая, вакант, вера, верность, весь мир, взаимна, вздох, вместе, Вова, воздух, временное, время, всегда, встреча, втроем, выдумка, глаза, гнев, голубь, добро, долгая, дух, единственная, желание, женщина, жертва, жесть, за деньги, загробная, здорово, злость, и взаимопонимание, и ненависть, имя Любовь, интерес, Ирина, искренне, к ней, к природе, к родине, к родным, к семье, к человеку, коварство, конфликт, красные, любимые, люди, мама, матка, мечта!, <u>миллионы алых роз</u> , минутная слабость, лиф, муж, муж_жена, муки, мурашки, на века, на всю жизнь, на двоих, на районе, наземная, найти, не мое, не существует, нежная, неземная, непостоянна, непредсказуемая, ничего, нищета, обояндная, Оля, он, он и она, осень, отношение, отсутствуют, очки, патриотизм, переживание, платная, показать, понимание, преданная, прекрасна, прекрасное, прекрасное чувство, привычка, прошла, работа, разлука, разум, ревность, Родина, ромашника, самозабвение, самоотверженная, самоотдача, свадьба, светлая, свидания, сердечный, сила, сильна, сладка, сладкая, сладкое, слово, смелость, смерть, смысл жизни, совесть, согласие, сокровище, сон, состояние, страдания, страстная, стресс, судьба, существует, уверенность, ура!, утрата, утраченная, ушла, химия, цель жизни, черный, честь, чистота, чудо, энергия, это прекрасно, это хорошо, я – 1.

Таблица 12 – Количественное соотношение стикеров, связанных с понятием ЛЮБОВЬ, на платформе ВКонтакте.

Название пакета стикеров	Общее количество стикеров в пакете	Количество стикеров с элементами сердца	Количество стикеров, содержащих действия, такие как объятия и поцелуи (или со словами, связанными с понятием ЛЮБОВЬ)	Общее количество стикеров, связанных с понятием ЛЮБОВЬ	Частота
Безумная Клунька	48	2	0	2	4.2%
Андрей	48	2	0	2	4.2%
Обнимышки	48	2	14	16	33.3%
Мизу	48	0	3	3	6.3%
Мао	48	1	1	2	4.2%
Дьявол и Дьяволица	48	2	14	16	33.3%
Нутри	48	3	0	3	6.3%
Алекса	48	2	0	2	4.2%
Пушух	48	2	0	2	4.2%
Мео	48	6	1	7	14.6%
Бисквит	49	3	1	4	8.2%
Пич	48	2	0	2	4.2%
Котялок	48	2	0	2	4.2%
Паффи	48	3	0	3	6.3%
Джем	48	4	1	5	10.4%
Мистер Крыс	48	1	0	1	2.1%
Они-тян	48	2	2	4	8.3%
Кусалочка	48	2	2	4	8.3%
Мари	48	5	2	7	14.6%
Деда Гном	48	1	0	1	2.1%
Ивэлтин	48	3	3	6	12.5%
Усагичи	48	4	2	6	12.5%
Пип	48	3	0	3	6.3%
Госпожа Аи	48	2	1	3	6.3%
Братья Хвостики: Эник и Беник	48	2	0	2	4.2%

Продолжение Таблицы 12

Медея	40	2	1	3	7.5%
Дьяволица	48	2	2	4	8.3%
Шорти	48	1	2	3	6.3%
Вендиго	48	1	2	3	6.3%
Маршмеллита	48	9	3	12	25.0%
Апрель	48	0	0	0	0.0%
Лотти	48	2	1	3	6.3%
Изис	48	0	0	0	0.0%
Блуми	48	3	1	4	8.3%
Трич	48	4	1	5	10.4%
Ёка	48	2	1	3	6.3%
Манул Ур	48	0	2	2	4.2%
Рулет и Булка	48	6	9	15	31.3%
Бабочка Лусия	48	1	0	1	2.1%
По и Фо	48	5	4	9	18.8%
Айрис	48	4	0	4	8.3%
Чи	48	4	0	4	8.3%
Пилфи	48	2	1	3	6.3%
Лулу	48	5	0	5	10.4%
Сестра Марта	48	3	2	5	10.4%
Сакура	48	0	1	1	2.1%
Гилиат	48	2	1	3	6.3%
Акио	48	1	1	2	4.2%
Вкусняшки	48	3	0	3	6.3%
Анимированный Дигги	45	1	0	1	2.2%

**Таблица 13 – Тематическое распределение текстовых вхождений слова *любовь*
в корпусных данных НКРЯ.**

№	Значение атрибута	Документы	Вхождения
1	искусство и культура	2183	6823 (12.63%)
2	частная жизнь	1494	5534 (10.24%)
3	религия	998	4862 (9.00%)
4	политика и общественная жизнь	1548	4206 (7.78%)
5	наука и технологии	611	2719 (5.03%)
6	философия	328	2233 (4.13%)
7	история	590	2209 (4.09%)
8	филология	218	1095 (2.03%)
9	образование	213	781 (1.45%)
10	администрация и управление	310	719 (1.33%)
11	армия и вооруженные конфликты	271	560 (1.04%)
12	досуг, зрелища и развлечения	237	550 (1.02%)
13	психология	143	498 (0.92%)
14	путешествия	183	468 (0.87%)
15	здоровье и медицина	158	442 (0.82%)
16	культурология	98	381 (0.71%)
17	бизнес, коммерция, экономика, финансы	155	223 (0.41%)
18	право	88	175 (0.32%)
19	социология	57	165 (0.31%)
20	криминал	77	154 (0.29%)

<https://ruscorpora.ru/>
дата обращения: 27.04.2023

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Примеры употреблений *любовь* в русской речи

Конкретные тексты для анализа рекламного дискурса.



1. Реклама «Родители и дети».

Подростки подражают моделям поведения своих родителей и ведут себя точно так же, как их матери и отцы.

3. Социальная реклама

«Позвони родителям».



4. Реклама сигарет Pall Mall.

«Ночь твоя, добавь огня!»

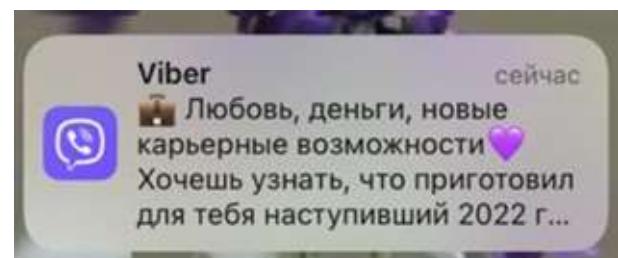


6. Реклама СберМаркета в честь Дня Святого Валентина

2. Видеоролик «Протяни руку ближнему»

транслируемый Благотворительным фондом при ЦРО ДУМ РТ «Закат» на канале «Islam Today»

«Позвонить маме – опять не успел».



5. Реклама обеспечения Viber.

«Любовь, деньги, новые карьерные возможности. Хочешь узнать, что подготовил для тебя наступивший 2022 год?»



7. Реклама ЦЕХ85

«валентинки» печенья «вкусные

Говорят, у итальянцев на уме только две мысли: любовь и паста. Предлагаем... объединить обе мысли в романтический ужин.



«Поздравь своих любимых ярко и не как все.»
Печенье с текстом *OT: МЕНЯ. КОМУ: МНЕ*



8. Реклама Tutu.ru посвященная Дню Святого Валентина.

Признайся в любви к самому себе и выиграй 69000 рублей на поездку!

10. Рекламе магазина «Обувь XXI века»: «Современная девушка» намекает партнеру, что для вступления в «интимные отношения» он должен купить то, «что есть только в магазине *Обувь XXI века!*».

11. Сделано с любовью.

От <<https://kubantoday.ru/sdelano-s-lyubovyu/>>

Здесь ведут по-настоящему социально ответственный бизнес. ТМ «Кубаночка» активно участвует в жизни региона, занимается благотворительностью, проводит массу мероприятий для кубанцев всех возрастов. Огромна и имиджевая составляющая, которую несет «Кубаночка». Слоган торговой марки «Сделано с любовью!» в полной мере отражает деятельность компании. Любой потребитель, где бы он ни приобрел продукцию «Кубаночки», понимает, что без любви к людям и своему делу невозможно создать тот самый неповторимый и незабываемый вкус натуральных продуктов, которые выходят под этой торговой маркой. И каждый ассоциирует приятные ощущения и позитивные эмоции, которые дает продукция «Кубаночки», с нашим краем. Спасибо, «Кубаночка»!



12. Raffaello. А как любите вы? (2016.9.21)

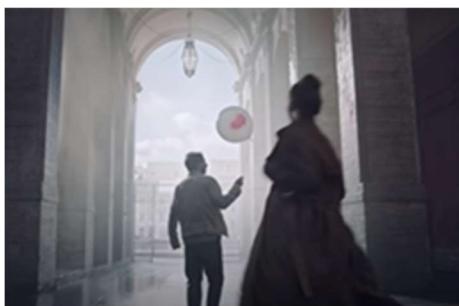
<https://www.youtube.com/watch?v=Yo0bvM9l-O0>

«Я подумал, нам понадобится чем больше обо коробочки.» Создавайте моменты, дарите любовь так, как умеете только вы! Для ваших будущих историй...

13. Raffaello. Что значит любить? (2019.2.6)

<https://www.youtube.com/watch?v=Q4Y18ILybmw>

Любовь – большое чувство, она состоит из множества эмоций. Объяснения в этих маленьких чувствах раскрывают большое «люблю». Выражайте свои чувства с каждой конфетой Raffaello из ограниченной серии «Что значит любить?» #raffaello #чтозначитлюбить



**14. Raffaello. Любовь в каждом моменте...
(2021.2.2)**

https://www.youtube.com/watch?v=FgIIMfVlq_k

Raffaello вдохновляет влюбленных проявлять свои чувства спонтанно, без особого повода, дня или времени года.



15. Реклама La Nuit Trésor.

Таинственная сила притяжения. Аромат чувственной страсти и абсолютной любви

Аромат



Выразите вашу любовь с подарочным набором La Nuit Trésor.
14 культовых средств ухода за кожей, макияжа и парфюмерии от Lancôme!



14. Реклама Lancôme.

Выразите вашу любовь с подарочным La Nuit Trésor.

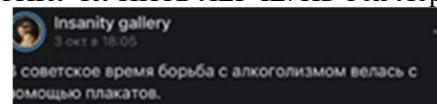
«ЛЮБОВЬ –
ЛУЧШАЯ
КОСМЕТИКА.
НО КОСМЕТИКУ
КУПИТЬ
ЛЕГЧЕ»

Ив Сен-Лоран

Л'Этуаль

16. Реклама Л'Этуаль.

«ЛЮБОВЬ – ЛУЧШАЯ КОСМЕТИКА. НО КОСМЕТИКУ КУПИТЬ ЛЕГЧЕ. Ив Сен-Лоран.



Бьёт значит
НЕ любит



Не молчи!

КРИЗИСНЫЙ ЦЕНТР ПОМОЩИ ЖЕНЩИНАМ И ДЕТЯМ
8 499 977 77 05 ул. Дубки, д.3а

17. Бьёт значит НЕ любит. Не молчи!



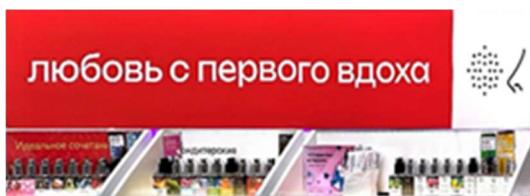
18. А МАМА ЛЮБИТ НЕ МЕНЯ.



19. ЭТО ЛЮБОВЬ



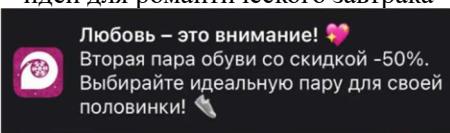
21. ЛЮБОВЬ С ПЕРВОГО УКУСА



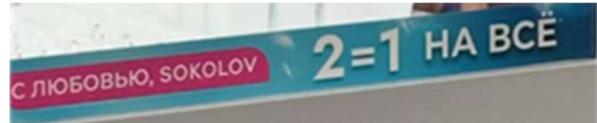
23. Любовь с первого вдоха.



25. СТИКЕРЫ С ЛЮБОВЬЮ

27. ЛЮБОВЬ ЕСТЬ.
идеи для романтического завтрака

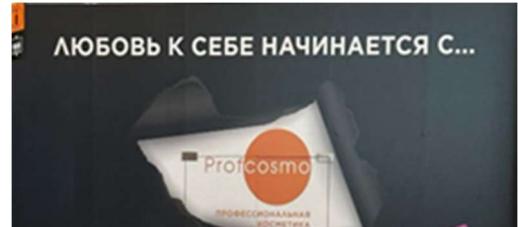
29. Любовь – это внимание! Вторая пара обуви со скидкой -50%. Выбирайте идеальную пару для своей половинки!



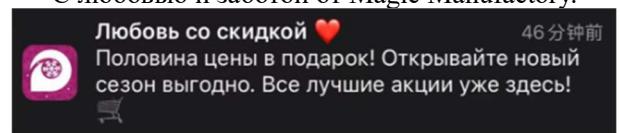
20. С ЛЮБОВЬЮ, SOKOLOV.



22. ЛЮБОВЬ ИМАКИЯЖ

24. ПЕРВЫЙ НАГАТИНСКИЙ
как ПЕРВАЯ ЛЮБОВЬ

26. ЛЮБОВЬ К СЕБЕ НАЧИНАЕТСЯ С...

28. Коллекция Magic Animals.
С любовью и заботой от Magic Manufactory.30. Любовь со скидкой ❤️
Половина цены в подарок! Открывайте новый сезон выгодно. Все лучшие акции уже здесь!



**31. ЛЮБОВЬ В ВОЗДУХЕ –
ЗАКРОЙТЕ ОКНА!**

33. Реклама компании Точка Банка. «О любви и искусстве.»

<https://www.youtube.com/watch?v=IZWcEsKB7SE>

Текст рекламы: Им кажется, что работать круглые сутки неэффективно. Что рисковать ради одного человека недальновидно, дарить подарки без повода им кажется, дорого. Кажется, что говорить только правду не выгодно. Что следовать за безумцами глупо, опасно, неоправданно. Им кажется, нарушать правила повторно, для них достаточно, а любить – не обязательно. Им кажется, банк для предпринимателей. Любовь нельзя скопировать.

34. Реклама Xiaomi. «Xiaomi – это по любви»

От <<https://www.youtube.com/watch?v=rVOFxTWepM4>> 1 ноября 2021 года

Показывает разделение любви, семейные узы, связь (расстояние), страсть (секс), заботу и внимание, символы сердца и признаки учащенного сердцебиения.

35. Реклама Магнит Косметик «Магнит Косметик – это по любви!»

<https://www.youtube.com/watch?v=qcLRvW5Ce7Y>

Сперва «конфетно-букетный». И вот уже «совместно бюджетный». «Арендно-ремонтный». «Торжественно-клятвенный». «Питомце-берульный». «Ждательно-неверный». «Пеленно-подгузный». «Делавсебросальный». И «вотпускрванульный».

Магнит-косметик, это по любви.

36. Реклама интернет-сервиса «Авито» по Пятому каналу ТВ.

- Папа, а зачем звёзды? - Чтобы указывать путь... – Зачем - К надежному продавцу на «Авито»!

Конкретные примеры для анализа туристических текстах.

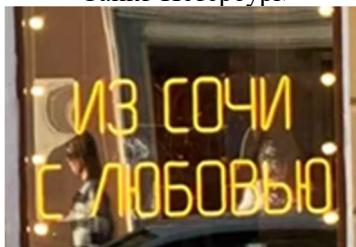


37. ИЗ БЕЛАРУСИ С ЛЮБОВЬЮ ❤

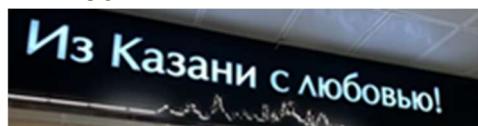


39. ОДИН ГОРОД. ОДНА ЛЮБОВЬ.

Санкт-Петербург ❤



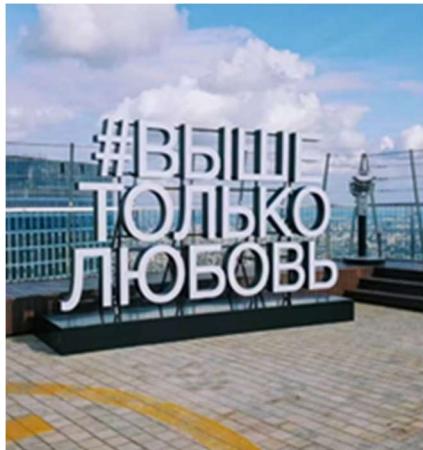
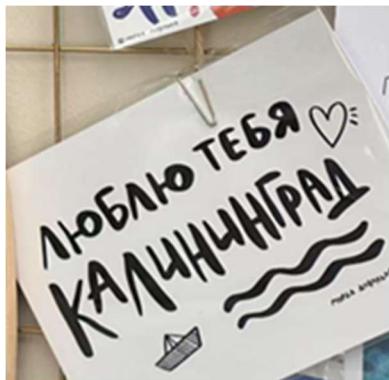
38. Москва – это любовь.



40. Из Казани с любовью!



41. ИЗ СОЧИ С ЛЮБОВЬЮ

43. #ВЫШЕ
ТОЛЬКО
ЛЮБОВЬ45. ЛЮБЛЮ ТЕБЯ ❤️
КАЛИНИНГРАД.

47. ЛЮБОВЬ НА ОСТРОВЕ МЕЧТЫ

48. Париж - город ♥ любви, столица романтики! // Дзен. 9 декабря 2020.

<https://zen.yandex.ru/media/id/5d8bc9db8d5b5f00aff0ae14/parij-gorod--liubvi-stolica-romantiki-5fd0bdb0f8b0ca206d5d561b>

Окутан своеобразной романтической атмосферой Монмартр – район на высочайшем холме Парижа. На вершине холма возвышается Базилика Святого Сердца (Сакре-Кер), которую считают одной из самых популярных достопримечательностей Парижа. Сверху можно рассмотреть весь город любви. [Вера Новикова. Париж - город ♥ любви, столица романтики! // Туристический блог, 2020.12.09]

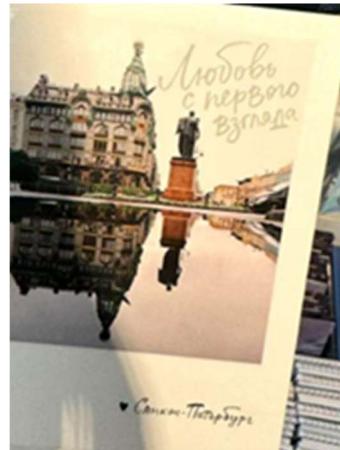
49. К. В. Арутюнова. Античный путь. Фрагменты из тетради путешествий (2014) // «Волга», 2015

Кошачья любовь длится примерно часов до пяти утра, потому что после пяти улица потихоньку возвращается к жизни, – открываются пекарни, а в подвалах, окна которых находятся бровень с тротуаром, она так и не прекращается, да и о каком затишье может идти речь в старом квартале Стамбула?

50. Антон Коровкин. Слишком многое включено // «Русский репортер», № 34 (212), 2011, 09, 01.

Любовь и доверие русских туристов к басурманским all-included-курортам практически безграничны.

42. С Любовью из ТАТАРСТАНА

44. Любовь с первого взгляда.
♥ Санкт-Петербург

46. ЛЮБОВЬ – НАД БУРЕЙ ПОНЯТЫЙ МАЯК, НЕ МЕРКНУЩИЙ ВО МРАКЕ И ТУМАНЕ...

51. А. Б. Подцероб. В сердце Сахары // «Наука и жизнь», 2007.

Разбив палатки, мы собираемся у костра, дым от которого вертикально поднимается к сияющему над нашими головами Альдебарану. По установившейся у нас традиции первый тост мы поднимаем за машины в знак благодарности за то, что не подвели, второй – за водителей и третий – за Сахару, чтобы была к нам благосклонна. Наш ужин ограничивается тушенкой и гречневой кашей. Из-за полного безветрия не удается попробовать «коронные» блюда Сахары: тушенка и гречка с песком (при слабом ветре) и песок с тушенкой и гречкой (при ветре сильном). Ахмед разливает чай. У туарегов существует традиция использовать одну и ту же заварку трижды. Первая чашка чая, считают они, горька, как жизнь, вторая – прекрасна, как любовь, третья – сладка, как смерть.

52. О свойствах постоянных величин // «Экран и сцена», 2004.05.06

Недавно как постулат социологии я прочла что-то вроде "способность человека любить ограничена, в то время как потребность в любви – бесконечна".

53. Ольга Зуева. Скажи, что я тебе нужна... // «Даша», 2004

Да, мне бы хотелось это назвать любовью – Рома мне нравился и мне хорошо было с ним в постели.

54. Ольга Панфилова. Америка от А до Я // «Богатей» (Саратов), 2003.04.10 – НКРЯ. Все же любовь американцев к индивидуализму часто порождает уникальные и неповторимые личности.**55. Ольга Панфилова. Америка от А до Я // «Богатей» (Саратов), 2003.03.20 – НКРЯ.**

…За любовь к земле, способность адаптироваться и неистребимую любовь к свободе символом штата был выбран упорный броненосец. Один факт, что Техас – самый большой по площади штат, уже как бы даёт его жителям право иметь официальный лозунг "дружба", а неофициальный – "не связывайся с Техасом"...

56. Мария Игнатьева. Где живет американская мечта, или прогулка по садам Сиракуз // «Ландшафтный дизайн», 2003.01.15

Любовь к изумрудному зеленому ковру объясняется ностальгией по пасторальному английскому ландшафту, которая была привезена первыми колонистами и сохранилась у американцев, в буквальном смысле, на генном уровне.

57. Василий Голованов. Остров, или оправдание бессмысленных путешествий (2002) – НРКЯ.

Слова вообще не в силах были ничего добавить к тому, что я сам уже сто, двести раз говорил себе: любовь устала ждать, любовь требует поступка.

Ею питала себя молодая любовь, ею жила вера в свободу и в талант, который сужден человеку...

58. Яна Зубцова. Прекрасный маршрут // «Домовой», 2002.04.04 – НРКЯ.

В Abano Grand Hotel можно без лишних перемещений в пространстве оценить силу воздействия термальной воды: она представлена в виде большого тёплого бассейна, а по краям бассейна предусмотрительно расставлены лежаки, чтобы весь день перемещаться от воды ко сну и обратно, и заказывать напитки, и читать романы про любовь.

А ведь ничто, известно, так не украшает женщину, как любовь.

59. Путешествие на свободу // «Домовой», 2002.04.04

Утренние линейки и хлеб с солью под подушкой. Времена изменились, лагеря остались. Их теперь существует великое множество – и на самый разный вкус. Любовь и пионеры О том, чем хороши лагеря, каждый знает по собственному опыту. Лично у меня единственная моя смена в пионерском лагере оставила ощущение путешествия в будущее. То есть это сейчас я её так воспринимаю, а тогда ощущения были противоречивы, и к доле восторженных примешивалась доля пугающих.

60. Павел Максимов. Астрологический прогноз Павла Максимова // «Автопилот», 2002.03.15

Поэтому человеческие отношения и любовь сейчас особенно важны.

Тогда как интуиция и любовь уберегут вас от многих неприятностей.

61. Владимир Гаков. Кипр: неожиданные факты... // «Туризм и образование», 2001.03.15

Да что говорить, если в одном Пафосе запланирован ввод в строй двух десятков новых отелей. До 2003 года остается без малого два года. Поэтому отправляйтесь на Остров любви немедля. Любовь вообще не прощает медлительности...

62. Вадим Бурлак. Хранители древних тайн (2001)

– От стариков слышал: если хочешь, чтобы любовь была счастливая, непроходящая – отправляйся в те земли.

Такую, что за деньги не купишь, ни на что не выменяешь и другому не подаришь. Любовь свою! Годами закаленную, дорогами дальними проверенную, молвой испытанную, ответной любовью согретую, добротой спасенную.

Конкретные тексты на тему религии для анализа туристического дискурса.**63. Ксавье Зимбардо. Место красит человека // «Парадокс», 2004.05.01 – НРКЯ.**

Верующие пригоршнями кидают цветной порошок, цветы и сладости в статуи Кришны и Радхи, кричат,

танцуют и всячески выражают любовь к божественному пастуху и его возлюбленной.

64. Марина Москвина. Небесные тихоходы: путешествие в Индию (2003) – НРКЯ.

Одна сплошная любовь, вот и вся религия.

Всеноародную любовь давно заполучили красочные и колоритные боги индуистского пантеона Шива и Вишну – тут есть кому поклоняться, курить фимиам, молить о пощаде, целая куча поводов устраивать праздники, театральные представления, даже оргии!

– Любовь, – говорил он, – обладает большей мощью, чем электричество.

65. Игорь Шухов. Кто же такой на самом деле Саи Баба или как материализовать пепел // «Пятое измерение», 2002. – НРКЯ.

Они поверили в то, что именно он поможет им обрести здоровье, любовь, материальное благополучие и готовы ради этого не то, что часами – сутками сидеть на мраморном полу мандира в медитации или напевая мантры.

Конкретные тексты для анализа сетевого дискурса.



66. Стикеры ВКонтакте «Безумная Клунька» автор – Артём Казак 2022



67. Стикеры «Обнимышки» 2022
«Иногда вместо тысячи слов нужно просто крепко-крепко обнять»



- Спасибо! -
68. Стикер в форме сердца как «не за что» со значением хорошего отношения.



69. Стикер с элементами сердечек. (1)



70. Стикер с элементами сердечек. (2)



72. Стикеры «тигровая любовь»



71. Стикеры «CUTiE CaT»



73. Любовь это...
... никогда не обижать друг друга.



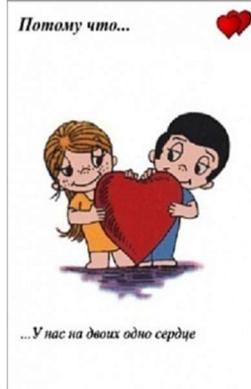
74. Любовь – это...
...Потому что с тобой никогда не бывает скучно.



75. Любовь это...
...когда похоже на Маму.



76. Любовь это...
хранить семейные ценности.



77. Потому что...
...У нас на двоих одно сердце.



78. Потому что... Ты любишь меня со всеми моими недостатками.



79. Любовь это...
...заботиться друг о друге.



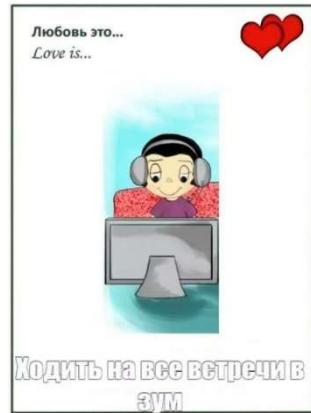
80. Любовь это...прочная основа.



81. Любовь это... когда чувства переполняют.



82. Любовь это... представиши, что он не только хороший спортсмен.



83. Любовь это... Ходить на все встречи в зум.
(Мем)

Конкретные авторские тексты в форме «Любовь это»:

84. Любовь – это до женитьбы показать ей ваш будущий дом.
85. Любовь – это покупать детям то, чего у тебя никогда не было.
86. Любовь – это быть милым со своей тёщей.
87. Любовь – это оставить сообщение на его ветровом стекле.
88. Любовь – это заразиться простудой от неё.
89. Любовь – это язык, на котором говорят все сердца.
90. Любовь – это когда ты не спрашиваешь цену её нового платья.
91. Любовь – это когда его фотография стоит у тебя на столе, а твоя любовь живет в его сердце.
92. Любовь – это спешить домой, зная, что там тебя ждет любимый.
93. Любовь – это пить из двух трубочек, вставленных в один бокал.
94. Любовь – это слышать сердцебиение друг друга.
95. Любовь – это когда он хочет танцевать только с тобой.
96. Любовь – это придумывать друг другу веселые прозвища.
97. Любовь – это делить зеркало в ванной.
98. Любовь – это понимать, что утро не было бы таким прекрасным без него.
99. Любовь – это то, что всегда возвращает к молодости.
100. Любовь – это на её день рождения поставить на торт меньше свечек.
101. Любовь – это то, что держит мир вместе.
102. Любовь – это когда каждый день – День святого Валентина.
103. Любовь – это быть Венди для своего Питера Пэна.
104. Любовь – это не быть собственником.
105. Любовь – это когда всё, что у вас есть, – душа.
106. Любовь – это найти в своей сумке записку с признаниями в любви.

107. Любовь – это беспокоиться о ней, а не о машине.
108. Любовь – это не возмущаться, когда идет её любимый сериал.
109. Любовь – это приклеить к зеркалу записку, на которой написано «Ты мой король».
110. Любовь – это когда его голос – музыка для твоих ушей.
111. Любовь – это то, что помогает тебе каждый день.
112. Любовь – это самая драгоценная вещь, которую ты можешь дать.
113. Любовь – это то, что заставляет Землю крутиться.
114. Любовь – это преклоняться перед ней.
115. Любовь – это аромат, который держится так долго.
116. Любовь – это вместо того, чтобы крикнуть, сосчитать до десяти.
117. Любовь – это никогда не оглядываться в прошлое.
118. Любовь – это помнить день, час и минуту вашей встречи.
119. Любовь – это не проверять его телефонную книгу, когда нашла мобильный.
120. Любовь – это то, что нельзя спланировать.
121. Любовь – это проникновение в его мир.
122. Любовь – это искра между вами в момент вашей встречи.
123. Любовь – это с хорошим настроением ждать его с рыбалки.
124. Любовь – это приготовить ему сладкий десерт, даже если ты на диете.
125. Любовь – это когда вместе и море по колено.
126. Любовь – это знать, что для него ты самая – самая лучшая.
127. Любовь – это позволять ему класть в бутерброды лук
128. Любовь – это когда знаешь, что он всегда с тобой.
129. Любовь – это чувствовать, что внутри все

замирает.

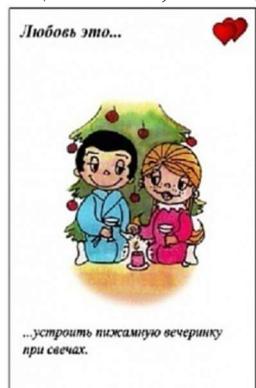
130. Любовь – это неуверенный, но решительный шаг.

131. Любовь – это играть в мяч с сыном.

132. Любовь – это делать простые вещи вместе.

133. Любовь – это когда хочешь, чтобы ребенок был похож на него.

134. Любовь – это целоваться, пока ждете



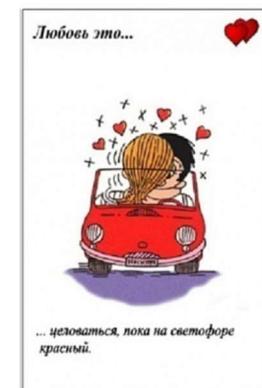
139. Любовь это...

...заботиться друг о друге.

Мемы «Любовь это» в инновационных текстах:



141. Любовь это.... . . . вместе играть в танки.



140. Любовь это...

... целоваться, пока на светофоре красный.



142. Любовь это.... . . . жиреть вместе.



143. Любовь это.... . . . сделать ему с утра омлет.

144. Любовь это.... . . . сделать ему с утра м...т.

зеленого сигнала светофора.

135. Любовь – это пытаться понять её музыку.

136. Любовь – это смотреть футбол вместе с ним.

137. Любовь – это разбудить его запахом прекрасного завтрака в воскресенье утром.

138. Любовь – это преодолевать ваши различия.



145. Любовь это... спать вместе с ней, даже если она одержима дьяволом



146. Любовь это... подарить ему проституток во время месячных.

5 «Пятёрочка»
Реклама



147. Любовь это... заказать доставку, чтобы она не несла тяжёлые пакеты. Источник:
«Пятёрочка»

149. Любовь к себе обусловлена хорошей самооценкой. Хорошая самооценка обусловлена тем, что есть люди, которым ты нравишься.

150. Ты никому не нравишься -> низкая самооценка -> не любишь себя -> тебя никто не любит.



0%

уверенности в том, что я смогу
найти того, кто будет меня
любить, понимать и ценить

151. это я. это тоже я. потому, что я никому не

152. 0%, уверенности в том, что я смогу найти того,

МегаФон
Реклама

Отмечай День Всех Влюблённых вместе с @megafon 💚💚
Весь февраль говорим о любви: интересные факты, традиции, подборки необычных подарков, самых романтических трюков и фильмов!

Подписывайся, с нами интересно!



148. love is. Гадать любит-не любит.
Источник: «МегаФон»

нужен кроме себя любимого

кто будет меня любить, понимать и ценить



153. «Ты знаешь, кому отправить»

хватит себя уже накручивать я тебя люблю вообще-то, тупица



154. Мемы «я тебя все равно люблю»

я обижаюсь на тебя за то, что ты постоянно говоришь мне «надень шапку, ушки замерзнут!», но все равно люблю



155. Мемы «я тебя все равно люблю»

я обижаюсь на тебя за то, что ты не умеешь проигрывать, но все равно люблю



156. Мемы «я тебя все равно люблю»

я обижаюсь на тебя за то, что ты часто опаздываешь, но все равно люблю



157. Мемы «я тебя все равно люблю»

я обижаюсь на тебя за то, что ты считаешь себя некрасивой, но все равно люблю



158. Мемы «я тебя все равно люблю»

я обижаюсь на тебя за то, что ты не заправляешь кровать, но все равно люблю



159. Мемы «я тебя все равно люблю»



160. Мемы «я тебя все равно люблю»

я обижаюсь на тебя за твою вспыльчивость и нетерпеливость, но все равно люблю



161. Мемы «я тебя все равно люблю»

я обижаюсь на тебя за то, что тебе не нравится трек, который я считаю просто ох#енным, но все равно люблю



163. Доброе утро! ❤



165. love love love



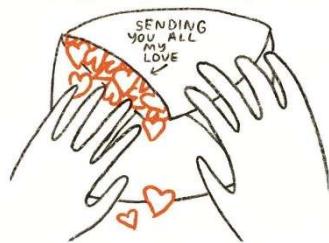
167. Это мы! ❤

я обижаюсь на тебя за то, что долго не отвечаешь на мои сообщения, но все ровно люблю



162. Мемы «я тебя все равно люблю»

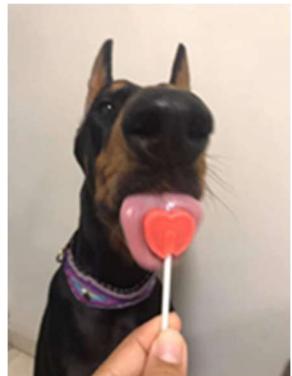
я обижаюсь на тебя за то, что ты иногда забываешь чистить зубы перед сном, но все равно люблю



164. «Ты знаешь, кому отправить!»
SENDING You ALL My LOVE.



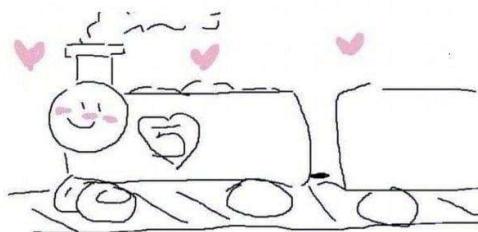
166. love love love



168. ❤



169. Доброе утро! ❤



Чух чух! Поезд поддержки приехал,
чтобы сказать, что все будет хорошо,
может быть не сегодня, но скоро.
Просто верьте в себя и будьте сильными.

171. поезд поддержки ❤

Чух чух! Поезд поддержки приехал,
чтобы сказать, что все будет хорошо, может быть
не сегодня, но скоро.

Просто верьте в себя и будьте сильными.

173. «Ты знаешь, кому отправить!»
приглашаю целоваться

Жаль, что ты занимаешься
любовью с другими.



170. Доброе утро! ❤

172. «Ты знаешь, кому отправить!»
ПРОСТИТЬ СЕБЯ174. «Ты знаешь, кому отправить!»
бесплатная забота о себе

Я уважаю и восхищаюсь тобой.



175. Я думаю о тебе

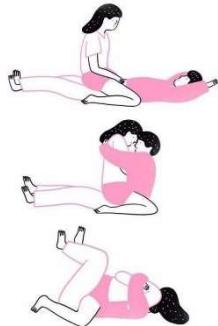
- Жаль, что ты занимаешься любовью с другими.
- Когда я занимаюсь любовью с другими, я думаю о тебе.



177. Любовь.



179. Любовь.



181. Love.



183. Love.



176. Разве это не любовь?

- Я уважаю и восхищаюсь тобой.
- Разве это не любовь?
- Нет, это уважение и восхищение.
- Я думаю, это лучше любви.
- Каким образом?
- Когда люди влюблены, они совершают идиотские поступки: ревнуют, врут, изменяют, убивают друг друга.



178. Любовь.



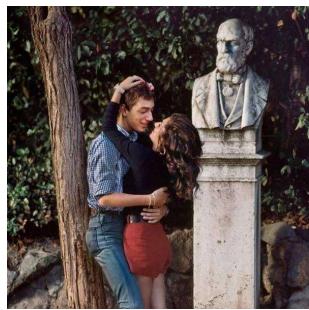
180. Любовь.



182. Love.



184. Love.



185. love love love



186. love love love



187. Я и моя главная любовь



188. Я и моя главная любовь



189. Я и моя главная любовь



190. Я и моя главная любовь



191. любовь в метро



192. любовь в метро



193. Просто для напоминания❤
МИР ПРЕКРАСЕН, ПОТОМУ ЧТО
В НЁМ ЕСТЬ ТЫ ❤



194. пирожочки 💕❤



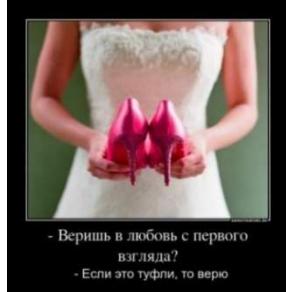
195. ЛЮБИ ВСЕ ВОЗРАСТЫ ПОКОРНЫ?
КОМУ-КАК... ЗАВИСИТ ОТ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ



197. ЛЮБОВЬ ЗЛА особенно любовь к деньгам



199. Люби все возрасты покорны.



201. – Веришь в любовь с первого взгляда?
– Если это туфли, то верю



203. Мне вчера предложили руку, сердце и любовь до гроба..... от гроба отказалась сразу



205. Любовь спасет мир! А неправильное поведение рождает болезнь.



196. У всех День Святого Валентина, любовь-морковь А у меня ДР



198. ЛЮБОВЬ бывает зла



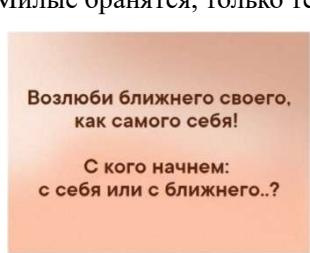
200. Уже прошла Мода на любовь до гроба



202. ЛЮБОВЬ
это когда ты отдаешь свое сердце...



204. Милые бранятся, только тешатся.



206. Возлюби ближнего своего, как самого себя!
С кого начнем: с себя или с ближнего..?



207. Любовь зла – полюбишь и козла!



209. От Любви до Ненависти... Один шаг.



211. Девушки думают, что брак – это любовь-морковь, а это морковь-свекровь.



213. Я в нем души не чаяла, а у него души и не было...

215. Женщина без любви, как цветок без воды.
Либо зачахнет, либо кактус

208. ЛЮБОВЬ СЛЕПА



210. – Доктор, пульса нет – Сердцу не прикажешь



212. Любовь-морковь групповуха

214. Шансы на любовь до гроба с годами резко
растут

216. ЛЮБОВЬ ЗЛА полюбил козел козла

Примеры употребления слова любовь и символов любви в китайской речи

Конкретные тексты для анализа рекламного дискурса

1. Тема: Семейные роли и почтительность к родителям, забота и ответственность

1) Источник: Социальная реклама «爱的表达式 (Выражения любви)»

Текст: «F (отец) и M (мать) защищают ребенка в детстве; взрослый сын заботится о родителях в старости. 爸爸和妈妈，我爱你们!» Использует англоязычные символы (FAMILY) для визуализации конфуцианского принципа «孝» (сыновняя почтительность), где любовь связана с социальным долгом и иерархией. Здесь подчеркивает любовь как инструмент социальной гармонии, где семейные обязанности преобладают над эмоциональной спонтанностью.

2) Источник: Социальная реклама «常回家看看 (Приходите домой почаще)»

Текст: «Не позволяйте своим родителям чувствовать себя одинокими. Приходите домой чаще.»

Старушка взяла трубку. Сын: «Але, мам, я сказал, что приду к тебе сегодня домой, но компания уговаривает клиента ужином. По-прежнему ли микроволновая печь проста в использовании? Что еще пропало?» Мама: «Да ничего не пропало.» Внук: «Бабушка!» Старушка: «Ой!» Внук: «Я иду в парк развлечений с друзьями и одноклассниками, пока, бабушка!» Дочь: «Мам, как тебе домашний кинотеатр? Я иду на занятия по фитнесу. Меня сегодня не будет дома!» Старушка положила трубку: «Все заняты, заняты, хорошо быть занятым.» *Телевизор без сигнала, старушка, одиноко сидящая на диване и дремлющая, сытный ужин на столе. Голос за кадром: «Не позволяйте своим родителям чувствовать себя одинокими, приходите домой почаще.»

3) Источник: Социальная реклама «别让等待成为遗憾(Пусть ожидание не будет сожалением)»

Текст: Мама говорит: «Когда ты поступишь в университет, мама будет благословлена!» «Когда ты закончишь университет и начнешь работать, мама будет счастлива!» «Когда ты выйдешь замуж и родишь детей, мама будет счастлива!» Внучка – бабушке: «Бабушка, когда я вырасту, я дам тебе насладиться своим счастьем!» Сын: «Мама, когда погода станет теплее, мы с тобой поедем на несколько дней веселиться!» Мать заболела. Сын получает известие и отправляется в больницу: «Мама, ты ждешь меня! Жди меня еще! Приезжает в больницу, мать просыпается: «Вернулась!. Все приходят к матери. «Пусть ожидание не будет сожалением».

4) Источник: Социальная реклама «爱心传递, 孝敬父母: 帮妈妈洗脚 (Передовое любящее сердце и почитание родителей: мытье ног мамы)»

5) Источник: Социальная реклама «Забота о пожилых людях»

«别爱得太迟, 多回家看看 (Не любите поздно, приходите домой чаще)»

6) Источник: Социальная реклама «关心别人, 快乐自己 (Заботьтесь о других, будьте счастливы)».

Охотно приходить на помощь, забота о чужих людях.

2. Тема: Романтизация потребления

Источник: Реклама компании Dove «Приятный и шелковистый шоколад».

Текст: «得到你是我一生的幸福。(Обрести тебя – это счастье всей моей жизни.)»

«沉醉在爱情的恋人们, DOVE 巧克力让爱人执手相握。(Влюблённые, погружённые в волшебство чувств, шоколад DOVE соединяет ваши руки.)» «心随心动, 愉悦丝滑, 愉悦随时随地, 享受心随时随地的愉悦。(Сердце бьётся в унисон, нежность тает на губах. Радость здесь и сейчас. Наслаждайтесь моментом, где бы ни забилось ваше сердце.)»

Тактильные ощущения от продукта метафорически связываются с романтическим сближением, создавая ассоциацию между потреблением и интимностью. Коммерциализация любви через гедонистические ценности, где материальные блага становятся эквивалентом эмоциональной связи.

3. Тема: Патриотизм и коллективная ответственность

Источник: «军爱民，民拥军» (Текст песни)

Текст: «Армия заботится о населении, население поддерживает армию».

Использует иероглиф «爱» (любовь) в контексте патриотизма, трансформируя личную привязанность в коллективную солидарность. Любовь к Родине интерпретируется как социальная ответственность, сочетающая заботу и лояльность.

Метафорическая связь с социальными ритуалами:

- Häagen-Dazs «Love in Every Scoop» (2023): романтический ужин с мороженым как символ «сладости отношений».
- Каша Инылу «Восемь сокровищ» (2009): «— Бабушка, какой вкус? — Вкус любви. „Инылу вкус любви“» (взаимодействие внука и бабушки).

Редкие случаи явного употребления:

- Реклама духов Lancôme «La Vie Est Belle» (2021): упор на «аромат счастья» без прямого упоминания любви.

Символы коллективной идентичности:

- Чоу Тай Фук «礼赞», «520», «情约»: золотые украшения в форме сердца для свадеб.
- Oreo «Love Edition» (2022): розовое печенье для семейных чаепитий.
- Starbucks «Cup of Love»: сердечки на чашках как знак единства.

Конкретные тексты для анализа сетевого дискурса

4. Тема: Стигматизация одиночества

Источник: Мем «单身狗» (2014)

Текст: «情人节朋友圈全是虐狗现场» («В День святого Валентина лента друзей – сплошное издевательство над холостяками»).

Анализ: Метафора «одинокой собаки» отражает ироничное отношение к отсутствию романтических отношений, усиливая социальное давление на создание семьи. Любовь воспринимается как обязательная норма, а её отсутствие – как отклонение.

5. Тема: Критика поверхностных отношений

Источник: Сленг «海王» (2020)

Текст: «他是海王，养鱼无数» («Он морской король, разводит рыбу бесчисленно»).

Анализ: Метафора «морского короля» описывает человека с множеством мимолетных связей, акцентируя утилитарный подход к любви. Любовь теряет сакральный статус, превращаясь в инструмент социального манипулирования.

6. Тема: Самоирония и феминистский дискурс

Источник: Выражение «恋爱脑» (2022)

Текст: «我承认我是恋爱脑，看到帅哥就心动» («Признаю, я одержима любовью – сердце бьется при виде красавчика»).

Анализ: критикует романтизацию отношений, где любовь изображается как иррациональная фиксация, игнорирующая личные цели. Любовь переосмысливается через призму рациональности и самоуважения.

7. Тема: Визуальные символы в цифровой коммуникации. (Стикеры с эмодзи в WeChat)

Текст: Использование сердечек и изображения поцелуев в личных чатах.

Анализ: Упрощение эмоционального выражения до универсальных пиктограмм, что снижает глубину переживаний. Любовь стандартизируется, теряя культурную и индивидуальную специфику.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Коллокации со словом *любовь*: статистика

первое упоминание в НКРЯ / тенденция частотности и активность в последние годы

Колло-кации	Год первого упоминания в НКРЯ	Основной корпус		Газеты (центральные / региональные СМИ)		Социальные сети	
		ipm	Тенденция/активность в последние годы	ipm	Тенденция/активность в последние годы	ipm	Тенденция/активность в последние годы
любовь втроём	1927	0.08	слабый рост (05-19)	0.05	плавное снижение	0.02	стабильно
заниматься любовью	1877	0.29	слабый рост (00-14)	0.37	плавное снижение	0.81	рост (07-14), спад (после 14)
любовь по телефону	1987	-	-	0	-	0.01	-
любовь зла	1865	0.14	снижение	0.14/ 0.07	снижение	0.42	рост
свободная любовь	1889	0.15	слабый рост (до 2020 г.)	0.06/ 0.04	стабильно	0.1	стабильно
любовь к себе	1700	0.4	00-13: рост, 13-22: спад	0.09/ 0.03	стабильно	1.65	стабильно с ростом
любовь к другим	1835	0.04	-	0.01	-	0.07	-
любовь к родине	1812	0.97	спад (13-22)	0.6/ 2.57	рост (09-17), стабильно	0.89	рост (09-22)
любовь к Богу	1700	0.7	стабильно с ростом	0.09/ 0.14	стабильно	0.3	рост (19-23)
любовь к семье	1860	0.05	неактивно (после 08)	0.03/ 0.09	стабильно	0.06	рост (10-21)
первая любовь	1788	1.38	снижение (00-19)	0.78/ 0.6	снижение	1.75	рост (03-23)
последняя любовь	1830	0.24	общий спад (00-22)	0.14/ 0.19	снижение	0.61	активно (07-16)
безответная любовь	1851	0.07	активно (08-18)	0.07/ 0.06	снижение	0.42	рост (07-22)
вечная любовь	1772	0.14	спад (00-06), низкая активность	0.08/ 0.11	спад (00-06)	0.43	спад (00-06)

- **IPM** – стандартизированная частота (употреблений на миллион слов).
- В графах «Газеты» данные для центральных и региональных СМИ или за разные периоды.
- **Жирным шрифтом** выделены относительно высокие значения IPM и выраженные тенденции.