

Научная статья

УДК 81'2

DOI: 10.18384/2949-5075-2025-5-19-30

ЯЗЫКОВАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ДОМИНАНТ ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ ПАРЕМИЙ

Денисенко В. Н., Ломакина О. В.*, Нелюбова Н. Ю.

*Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы,
г. Москва, Российская Федерация*

** Корреспондирующий автор, e-mail: rusoturisto07@mail.ru*

Поступила в редакцию 15.05.2025

После доработки 22.05.2025

Принята к публикации 30.05.2025

Аннотация

Цель. В данной статье рассматриваются паремии франкоязычных стран в лингвоаксиологическом аспекте. Цель исследования состоит в том, чтобы представить аксиологические доминанты паремий франкоязычных стран и выделить способы языковой маркированности. Предметом работы является паремиологический фонд франкоязычных стран, зафиксированный в лексикографических источниках.

Процедура и методы. Источниками материала авторской картотеки, включающей более 250 единиц и полученной путём сплошной выборки, послужили электронные базы франкоязычных паремий (Les proverbes par pays (L'Internaute); proverbes-francais). Для достижения цели использованы элементы лингвокультурологического и когнитивного анализа, описательно-аналитический и сравнительно-сопоставительный методы, методы компонентного и контекстуального анализа.

Результаты. Исследование показало, что лингвоаксиологический потенциал паремий франкоязычных стран представлен преимущественно с помощью ядерных маркеров, эксплицитно и реже имплицитно номинирующих следующие аксиологические доминанты: «Знания», «Труд», «Здоровье», «Богатство», «Счастье», «Семья», «Красота», «Религия», «Слово», «Мудрость», «Еда», «Гостеприимство» (в марокканских паремиях). В ряде случаев данные ценности вступают в валентные связи и могут оцениваться с помощью сравнения друг с другом или эксплицитно выраженного образного сравнения.

Этноспецифичность реализуется посредством этнолингвомаркеров – номинаций представителей населения, животного мира, продуктов питания определённых регионов. Маркеры различных типов могут проявлять свойство аксиологического синкретизма, если указывают на прямую или ассоциативную связь с двумя или более ценностями.

Теоретическая значимость исследования обусловлена его вкладом в систематизацию франкоязычного паремиологического материала на основе применения авторской методики в аспекте выявления его аксиологического потенциала. **Практическая значимость** состоит в возможности использования результатов в лексикографической практике – при составлении словарей паремий франкоязычных стран.

Ключевые слова: лингвоаксиологический потенциал, лингвоаксиология, паремия, пословица, франкоязычные страны

Благодарности и источники финансирования. Материалы данной статьи составляют основу доклада на Международной научной конференции «Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований» (Кубанский государственный университет).

Для цитирования:

Денисенко В. Н., Ломакина О. В., Нелюбова Н. Ю. Языковая маркированность аксиологических доминант франкоязычных паремий // Вопросы современной лингвистики. 2025. № 5. С. 19–30. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2025-5-19-30>

Original research article

LINGUISTIC MARKEDNESS OF AXIOLOGICAL DOMINANTS OF FRENCH-LANGUAGE PAROEMIAS

V. Denisenko, O. Lomakina*, N. Nelyubova

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author, e-mail: e-mail: rusoturisto07@mail.ru

Received by the editorial office 15.05.2025

Revised by the author 22.05.2025

Accepted for publication 30.05.2025

Abstract

Aim. This article examines the paroemias of French-speaking countries from a linguaxiological perspective. The aim of the study is to present the axiological dominants of the proverbs of French-speaking countries and to highlight the methods of linguistic markedness. The subject of the work is the paroemiological fund of French-speaking countries, recorded in lexicographic sources.

Methodology. The sources of material for the author's card index, which includes more than 250 units and is obtained through continuous sampling, are electronic databases of French-language paroemias (Les proverbes par pays (L'Internaute); proverbes-francais). To achieve the goal, elements of linguacultural and cognitive analysis, descriptive-analytical and comparative methods, methods of component and contextual analysis are used.

Results. The study revealed that the linguaxiological potential of proverbs from French-speaking countries is represented primarily through core markers that explicitly and, less frequently, implicitly nominate the following axiological dominants: "Knowledge", "Labor", "Health", "Wealth", "Happiness", "Family", "Beauty", "Religion", "Word", "Wisdom", "Food", "Hospitality" (in Moroccan paroemias). In a number of cases, the specified values enter into valence relationships and can be assessed by comparing them with each other, as well as by means of an explicitly expressed figurative comparison.

Ethnic specificity is embodied through ethnolinguistic markers – nominations of representatives of the population, animal world and food products in certain regions. Markers of various types can exhibit axiological syncretism if they indicate a direct or associative connection with two or more values.

Research implications. The theoretical significance of the study is determined by its contribution to the systematization of French-language paroemiological material based on the application of the author's methodology to identify its axiological potential. The practical significance lies in the possibility of using the results in lexicographic practice – in compiling dictionaries of paroemias of French-speaking countries.

Keywords: linguaxiological potential, linguaxiology, paroemia, proverb, French-speaking countries

Acknowledgments. The materials of this article form the basis of the report at the International Scientific Conference “Interdisciplinary Aspects of Linguistic Research” (Kuban State University).

For citation:

Denisenko, V. N., Lomakina, O. V. & Nelyubova, N. Yu. (2025). Linguistic markedness of axiological dominants of French-language paroemias. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 5, 19–30. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2025-5-19-30>

Введение

Фиксируя опыт народа, пословицы «содержат культурно обусловленное представление о ценностях, а также нормах социального поведения, принятых в данном лингвокультурном сообществе» [1, с. 127]. В обозначенном контексте актуальным представляется рассмотрение вариантов полинациональных языков, в частности, французского. Варианты французского языка, будучи самобытными образованиями, как правило, «развиваются в тесной связи с французским языком Франции и способствуют его обогащению и обновлению. В то же время сами они испытывают на себе нормализующие влияние со стороны центрального (собственно французского) варианта французского языка, причем дифференциация осуществляется главным образом в рамках общих тенденций развития французского языка и на основе общего материала» [2, с. 5–6].

Одной из магистральных тем современной паремиологии (при описании национальных фондов) является выделение национально специфического, которое представляет собой предмет изучения [3; 4; 5].

К франкоязычному паремиологическому фонду относятся, в первую очередь, общефранцузские пословицы. Однако во французском языке каждого региона есть типичные только для него паремии, представляющие обширный материал для изучения их лингвистической составляющей. Отдельные аспекты проблематики изучения ценностей в паремиях франкоязычных стран были изложены нами ранее [6, с. 129–137]. Анализ бельгийских

паремий с точки зрения лингвоаксиологии подробно представлен в трудах П. С. Сёминой [7]. Афрофранцузским фразеологизмам и пословицам посвящен ряд исследований Ж. Багана [8; 9].

Целью данной статьи является анализ лингвоаксиологического потенциала специфических паремий различных франкоязычных стран и регионов (Бельгии, Квебека, Марокко) с точки зрения языковой маркированности аксиологических доминант. Источниками материала авторской картотеки, включающей более 250 единиц и полученной путём сплошной выборки, послужили электронные базы франкоязычных паремий (Les proverbes par pays (L’Internaute)¹; proverbes-francais²). В ходе исследования были использованы элементы лингвокультурологического и когнитивного анализа, описательно-аналитический и сравнительно-сопоставительный методы, методы компонентного и контекстуального анализа.

Лингвоаксиологический потенциал франкоязычных паремий: характеристика языковых маркеров

Совокупность средств репрезентации ценностно-оценочных отношений в паремиях для номинации ценностей и выражения оценки на разных уровнях языка мы называем лингвоаксиологическими маркерами, система которых

¹ Les proverbes par pays [Электронный ресурс] // L’Internaute : [сайт]. URL: <https://www.linternaute.fr/proverbe/pays/> (дата обращения: 10.04.2025).

² Proverbes-francais [Электронный ресурс]. URL: <https://www.proverbes-francais.fr/> (дата обращения: 10.04.2025).

имеет ядерно-периферийную структуру (подробнее см. [10]). К ядру относятся три типа лексем, связанные непосредственно с обозначением аксиологических доминант: 1) компоненты, номинирующие ценности и связанные с ними понятия эксплицитно; 2) компоненты, номинирующие ценности и связанные с ними понятия имплицитно; 3) этнолингвомаркеры – этноспецифические компоненты при обозначении ценностей. К периферии мы относим лексемы общеоценочной семантики, выражающие оценку внеконтекстуально или в определённом контексте (4 тип) и грамматические (морфологические и синтаксические средства выражения оценки).

Ядерные маркеры первых трёх типов являются средствами репрезентации ценностей, а ценности, согласно Л. Б. Савенковой, представляют собой стержневые концепты паремий [11]. Периферийные средства выражают оценку, объектами которой являются либо сами аксиологические доминанты, либо представленные в пословицах ценностнопорождающие, или аксиогенные, по В. И. Карасику [12, с. 26], ситуации.

Поскольку «специфика ценностных концептов в языке определяется их диалектически противоречивой природой: с одной стороны, ценности полностью ориентированы на эмоциональные, этические и эстетические составляющие внутреннего мира человека, с другой – полностью определяются внешней – социальной или природной средой» [13, с. 212], – мы посчитали необходимым обратить внимание на средства создания экспрессивности в пословицах. К ним мы относим стилистические и фонетические (создающие специфическую ритмическую структуру пословиц) средства, способствующие запоминанию содержания паремий с помощью экспрессивной формы.

Совокупность лингвоаксиологических маркеров разного типа и их комбинаторика демонстрирует универсальное

и специфическое в выражении ценностей в паремиологическом фонде различных языков, а также вариантов полинациональных языков. Рассмотрим ряд пословиц франкоязычных стран. Ценность знаний и учения передаёт, в частности, марокканская пословица *Un homme sans instruction ressemble à un chien non dressé* 'Необразованный человек похож на необученную собаку' посредством маркеров первого типа и квебекская паремия *Pour apprendre à lire, il faut aller à l'école* 'Чтобы научиться читать, нужно ходить в школу'. В данных примерах эксплицитно представлены соответствующие концепты: *instruction* 'образование'; *apprendre (à lire)* 'учиться (читать)'; *école* 'школа'.

В первом примере используется анималистический образ *chien non dressé* 'необученная собака' как основа для сравнения, эксплицитно выраженного с помощью глагола *ressembler* 'быть похожим'. С данным животным, непредсказуемым и, следовательно, представляющим опасность, сравнивается человек без образования. Употребление отрицательной формы (грамматический маркер), выраженной с помощью предлога *sans* 'без' и отрицания *non* 'не', связано с выражением отрицательной оценки.

В квебекской паремии умение читать представлено как цель, то есть как ценность, для чего использован грамматический маркер – придаточное предложение с предлогом *pour* 'для'. В данной синтаксической структуре используется безличная конструкция *il faut* 'нужно', выражающая долженствование, побуждение к тому, чтобы учиться, приобретать знания в широком смысле, которые в данном случае символизируют умение читать. Паремия, таким образом, приобретает следующее значение, или пословичный конденсат, proverbialную идею [14, с. 59]: *чтобы получить полезные знания, научиться делать что-то важное, необходимы регулярные усилия и труд*, которые символически выражены с помощью выражения *aller à école* 'ходить в школу'. С

данной точки зрения пословица имплицитно передаёт ценность труда, а компонент *école* 'школа' обладает свойством аксиологического синкретизма, так как в контексте паремии семантически связан с двумя ценностями: «Знания» и «Труд».

Ценность здоровья обозначена в пословицах Марокко: *Le maître parmi les hommes est celui qui prend soin de sa santé* 'Хозяин среди людей – это тот, кто заботится о своём здоровье' и *Toute maladie peut être soignée, mais la sottise est incurable* 'Любую болезнь можно вылечить, но глупость неизлечима' – также с помощью маркеров первого типа (*santé* 'здоровье', *maladie* 'болезнь', *soignée* 'излечимая', *incurable* 'неизлечимая'), номинирующих понятия, относящиеся к семантическому полю «здоровье» и соответствующему ценностному концепту. В данных паремиях находим и лингвоаксиологические маркеры четвёртого типа. Так, положительной коннотацией обладают лексемы *maître* 'хозяин' и *prendre soin* 'заботиться': стать хозяином и управлять людьми будет тот, кто будет заботиться о своём здоровье, представляющем ценность. Местоимение *celui qui* 'тот, кто' в обобщающем значении выполняет функцию грамматического маркера, выражая то, что предложенный в пословице сценарий применим для каждого человека.

Во втором примере обобщающее значение выражено с помощью грамматического маркера *toute (maladie)* 'всякая (болезнь)', что передаёт идею возможности быть здоровым для каждого человека, так как любую болезнь можно вылечить. Данная паремия иллюстрирует тот факт, что разные аксиологические доминанты, отражённые в конкретных паремиях, могут вступать в валентные связи [10; 15], то есть отношения сопредельности. Сопредельные ценности мы определяем как «занимающие смежное положение по отношению к другим ценностям в их системе» [10, с. 115]. В рассматриваемом примере болезнь выступает как антиценность здоровья и вступает в валентную

связь с антиценностью «Глупость», которая обозначена эксплицитно с помощью маркера первого типа (*sottise* 'глупость'). Она хуже болезни, так как неизлечима, что подчёркивается с помощью приёма контраста. Совокупность аксиологических маркеров в данной паремии позволяет, таким образом, представить градацию двух антиценностей. В целом, в паремиях часто имеет место взаимоопределение ценностей: базовые ценности могут быть представлены одна через другую [16, с. 312-313].

Упоминание нескольких аксиологических доминант в одном примере имеет место в паремии Квебека *Se coucher de bonne heure, se lever de bonne heure, amènent la santé, la richesse et le bonheur* 'Ранний отход ко сну и ранний подъём приносят здоровье, богатство и счастье', содержащей рекомендации, с помощью которых можно получить сразу три ценности, представленные с помощью маркеров первого типа *santé* 'здоровье'; *richesse* 'богатство'; *bonheur* 'счастье'. Аналогичное значение имеет также квебекская пословица *Les poules qui se lèvent tôt ramassent les plus gros vers* 'Куры, которые рано встают, собирают самых крупных червей' – тот, кто раньше приступает к делу, получает большую выгоду¹. Однако в данном случае используются лингвоаксиологические маркеры второго типа – метафорические образы-зоонимы: *poule* 'курица', которая рано встаёт, символизирует предприимчивого человека и *vers* 'черви', которые символизируют еду, пропитание, а также прибыль, достаток, обнаруживая, тем самым, свойство аксиологического синкретизма, поскольку имеется ассоциативная связь с двумя ценностными доминантами. В сочетании *les plus gros* 'самые крупные' (о червях) отметим маркер четвёртого типа: прилагательное *gros* 'крупный' с контекстуально выраженной

¹ См.: Proverbes québécois [Электронный ресурс] // Aventures Nouvelle-France: [сайт]. URL: <https://www.aventuresnouvellefrance.com/blog/proverbes-quebe-cois/> (дата обращения: 10.04.2025).

положительной коннотацией, которое употребляется в превосходной степени (грамматический маркер), что усиливает аксиологическую семантику пословицы.

По той же универсальной структурно-семантической модели построена французская пословица *Paris appartient à ceux qui se lèvent tôt* 'Париж принадлежит тем, кто рано встаёт' (рус.: *кто рано встаёт, тому Бог подаёт*). В данных примерах представлены сопредельные ценности «Время», «Труд» и антиценность «Праздность», и в эквивалентах пословиц разных стран использованы различные образы. Семантический конденсат: *только усилия и приложенный труд позволяют покорять желаемые высоты*. Призыв к действию отражает деятельностьную тенденцию (о культурах бытия и деятельностиных культурах см., в частности: [17, с. 38–39]) квебекской, а также французской культуры, «где человек выполняет роль активного творца: как мы видим, во французской паремии, в отличие от приведённого русского смыслового аналога, отсутствует образ Бога, который человека благодетельствует (в данном случае специфичный образ для передачи указанного содержания). Во французской паремии этноспецифичность подчёркивается с помощью обращения к образу столицы Франции Парижа, который люди стремятся покорять» [10, с. 176]. Отметим, что активная позиция деятеля нашла отражение в квебекской паремии *Il faut profiter de l'occasion qui se présente* 'Нужно пользоваться возможностью, которая представляется', где призыв следовать предложенному сценарию выражен с помощью грамматического маркера *il faut* 'нужно'.

В паремиях франкоязычных стран отражена аксиологическая доминанта «Семья». В марокканских пословицах, представляющих аксиогенные ситуации в контексте семейных отношений, выявлены лингвоаксиологические маркеры первого типа, указывающие на родственные связи, в первую очередь, между ро-

дителями и детьми: *L'oppression des parents est plus amère qu'un coup de sabre* 'Угнетение (со стороны) родителей горше, чем удар саблей'; *Mon coup de sabre est pour mon enfant, mais le coeur de mon enfant est comme une pierre* 'Моё сердце – для моего ребёнка, а сердце моего ребёнка – словно камень' (семантической конденсат данной паремии: *дети неблагодарны*). Для передачи аксиологической семантики используются маркеры четвёртого типа: существительное отрицательной оценки *oppression* 'угнетение, подавление'; прилагательное отрицательной оценки *amère* 'горький' в форме сравнительной степени (грамматический маркер). В приведённых примерах используется образное сравнение. Грубое и деспотичное отношение родителей сравнивается с ударом сабли: *coup de sabre* – маркер второго типа, символизирующий антиценность «Смерть». Маркером второго типа является также единица *coeur* 'сердце', имплицитно представляющая ценность «Любовь». Каменное сердце ассоциируется с антиценностями «Равнодушие» и «Холодность» (детей по отношению к родителям).

Уважение к родителям и их роль подчёркивается и в бельгийской пословице, где термин родства также представляет собой маркер первого типа (*parents* 'родители'): *Calomnier ses parents, c'est se calomnier soi-même* 'Клеветать на своих родителей – значит клеветать на себя'. С помощью маркера четвёртого типа – оценочного глагола отрицательной семантики *se calomnier* 'клеветать (на себя)' – передаётся семантический конденсат: *причинять зло родителям – всё равно, что причинять зло самому себе*. Подчёркнём также, что в марокканских паремиях отражена необходимость иметь детей: *L'homme sans enfant est une tente sans pieux* 'Человек без ребёнка – это палатка без колышков'. В данной паремии находим образное сравнение бездетного человека с палаткой без колышков. В роли грамматического маркера выступает отрицательный предлог *sans* 'без'. Подразумева-

ется в данном случае значение: *с детьми хорошо, а без детей плохо*. В пословицах Марокко выражается сочувственное отношение к сиротам: *Ce qui appartient aux orphelins s'arrête dans la gorge de qui s'en empare* 'То, что принадлежит сиротам, застревает в горле у того, кто пытается этим завладеть'. Семантический конденсат данной паремии: *тот, кто обижает сирот, пострадает*.

В качестве сопредельной ценности в бельгийских пословицах о семье упоминается «Красота», представленная с помощью маркеров первого типа. *Il faut autre chose qu'un beau visage pour faire un bon ménage* 'Для хорошей семьи нужно не красивое лицо, а нечто другое'. Похожий смысл находим в квебекской пословице *La beauté n'apporte pas à dîner* 'Красота обеда не приносит' (сопредельная ценность «Еда»). Данные примеры передают семантический конденсат: *красота не приносит счастья в семье*. С помощью грамматических маркеров – безличной конструкции с обобщённым значением *il faut* 'нужно' в сочетании с выражением *autre chose* 'другое' и отрицательной формой глагола *apporter* 'приносить' – снижается ценность красоты и имплицитно подчёркивается важность других качеств: умения вести хозяйство и готовить.

В пословицах разных стран отражается ценность религии. В квебекских пословицах представлена тема греха и Божьей милости: *Péché avoué est à moitié pardonné* 'Признанный грех наполовину прощён'; *Dieu frappe d'une main, et récompense de l'autre* 'Бог бьёт одной рукой и награждает другой'. Лексемы данного семантического поля представляют собой маркеры первого типа: *péché* 'грех'; *Dieu* 'Бог'. Бог упоминается и в марокканских пословицах: *Personne ne sait ce qu'il y a dans le cœur d'un homme, sauf Dieu* 'Никто не знает, что на сердце у человека, кроме Бога'; *Qui mange devant un être affamé sans partager, que Dieu le prive de son gagne-pain* 'Того, кто ест на глазах у голодного, не делясь, пусть Бог лишит средств к существованию'. В дан-

ной паремии с помощью маркеров первого типа выражена сопредельная ценность «Еда»: *manger* 'есть'; *affamé* 'голодный'; *gagne-pain* 'средства к существованию' (букв.: 'заработок на хлеб'). Таким образом, в пословицах Марокко содержатся призывы к милосердию по отношению к обездоленным: сиротам, голодным. Восточная традиция марокканской культуры представлена ценностью гостеприимства по отношению к любому человеку, даже если он остаётся надолго: *L'invité est un invité même s'il reste un hiver et un été* 'Тость есть гость, даже если он остаётся на зиму и на лето'. Экспрессивность данной паремии подчёркивается с помощью повтора слова *invité* 'гость' и рифмы *invité – été* 'гость – лето'.

В пословицах стран, представляющих как восточные, так и западные культуры, отражается бережное отношение к слову. Призыв к молчанию содержат, в частности, марокканские паремии *Le silence est la sagesse de toutes les sagesse* 'Молчание – это мудрость всех мудростей'; *Regarde, vois, et tais-toi* 'Смотри, понимай и молчи'. В первом примере повтор маркера первого типа, обозначающего сопредельную ценность «Мудрость», в сочетании с прилагательным обобщающего значения *tout* 'весь' акцентирует важность молчания, которое также обозначено эксплицитно (маркер первого типа). Во втором примере предпочтительный сценарий действия выражен эксплицитно с помощью грамматического маркера – повелительного наклонения. Экспрессивность обеспечивается за счёт специфической ритмической организации, создаваемой за счёт рифмы *vois* зд.: 'понимай' – *tais-toi* 'молчи'.

В бельгийской паремии предпочтительность молчания выражена более смягчённо – с помощью конструкции с обобщающим значением посредством подлежащего-местоимения *qui* 'кто', подразумевающей, что данная ситуация касается всех (кто молчит): *Qui cause sème, et qui écoute récolte* 'Кто говорит, (тот) сеет, кто слушает – пожинает'. В данном

примере отметим практическую направленность и ориентированность на конкретный результат, связанные с принадлежностью квебекской культуры к культурам западного типа, в которых ценятся «индивидуальность, прагматизм, личная инициатива, конкуренция, соревновательность» [18, с. 41]. В паремии Марокко ценность молчания воспринимается скорее как вера в мудрость анонимного автора, что отражает восточную традицию, в которой порядок и ценностные ориентации, «установленные предками, считаются неизменными и не подлежащими пересмотру» [19, с. 202].

Из всех обозначенных выше типов лингвоаксиологических маркеров специфику культуры отдельных франкоязычных стран передают этнолингвомаркеры (маркеры третьего типа) – термин О. В. Ломакиной, под которым понимаются компоненты пословиц, фиксирующие культурную память, национальное своеобразие [20, с. 7]. В роли данных элементов могут выступать номинации представителей фауны, типичных для страны или региона. Например, компонент *caïman* ‘кайман’ встретился в пословице Мадагаскара: *Ne saluez pas un caïman; ce ne serait pas de l'amitié, mais de la servilité* ‘Не здоровайтесь с кайманом: это было бы не дружбой, а раболепием’. Упомянутое животное символизирует опасного и агрессивного человека, с которым нужно проявлять осторожность. Важность данного качества представлена посредством обращения к сопредельной ценности «Дружба». Антисценарий действия в аксиогенной ситуации представлен с помощью грамматического маркера – повелительного наклонения в отрицательной форме.

Похожий призыв к осторожности имеет место и в марокканской пословице *Dis bonjour à un bédouin, et tu auras perdu ton pain* ‘Поздоровайся с бедуином и лишишься своего хлеба’. Однако в ней используется компонент *bédouin* ‘бедуин’, также представляющий собой

этнолингвомаркер, так как он обозначает араба-кочевника в Северной Африке, на Аравийском полуострове, жителя пустыни. В функции грамматического маркера выступает утвердительная форма повелительного наклонения, однако подразумевается совет не здороваться с бедуином, которому, согласно пословице, нельзя доверять, так как можно потерять хлеб. В данном случае имеет место обращение к сопредельной ценности «Еда», к тому же к основному продукту питания – хлебу, обозначенному с помощью маркера первого типа. Этноспецифический компонент *indien* ‘индеец’, обозначающий коренных жителей Америки, в частности Канады, встречается в пословице Квебека *Il y a beaucoup de chefs mais pas beaucoup d'indiens* ‘(Существует) много начальников, но немного индейцев’.

Отметим отдельно маркеры третьего типа – гастрономические компоненты, связанные с пищевыми традициями франкоязычных стран и представляющие ценность «Еда». Например, квебекская паремия: *Une tartine de sirop chez nous est parfois meilleure qu'un banquet ailleurs* ‘Хлеб с кленовым сиропом дома иногда лучше застолья в гостях’; пословица Мартиники, где отражено предпочтение употреблению в пищу не птицы, а рыбы: *Faute de morue, on mange du poulet* ‘Когда нет трески, едят курицу’; Бельгийская пословица: *Avec une crêpe manquée on fait une bonne gaufre* ‘Из неудачных блинчиков получаются отличные вафли’.

Представленный паремиологический материал доказал высказанный нами ранее тезис о влиянии на пословичный фонд поликультурных стран (в нашем случае – франкоязычных) исторических, экономических и социолингвистических особенностей при «формировании ценностных ориентиров его населения» [21, с. 200].

Заключение

Проведённое исследование позволило выявить широкий лингвоаксиологиче-

ский потенциал паремий франкоязычных стран, представленный посредством разных типов лингвоаксиологических маркеров. Ценностные концепты обозначены преимущественно с помощью ядерных маркеров первого типа, эксплицитно номинирующих аксиологические доминанты, и реже второго типа (номинирующие ценности имплицитно). Было выявлено, в частности, представление в паремиях следующих доминант: «Знания», «Труд», «Здоровье», «Богатство», «Счастье», «Семья», «Красота», «Религия», «Слово», «Мудрость», «Еда», «Гостеприимство» (в марокканских паремиях). Как ценное человеческое качество представлена «Осторожность». В ряде случаев указанные ценности вступают в валентные связи и могут оцениваться с помощью сравнения друг с другом, а также путём эксплицитно выраженного образного сравнения.

Этноспецифичность реализуется посредством этнолингвомаркеров (маркеров третьего типа) – номинаций представителей населения, животного мира, продуктов питания определённых регионов. Маркеры первых трёх типов в ряде

случаев обладают свойством аксиологического синкретизма, если указывают на прямую или ассоциативную семантическую связь с двумя или более ценностями. Периферийные лингвоаксиологические маркеры (маркеры четвёртого типа внеконтекстуальные и контекстуальные, а также грамматические маркеры) обеспечивают выражение оценки представленных в паремиях ценностей или предпочтительные сценарии действия в аксиогенных ситуациях иногда посредством обращения к антисценариям и их возможным негативным последствиям. Стилистические и фонетические средства усиливают экспрессивность паремий, способствуя их запоминанию.

Перспективы проведённого исследования состоят в возможности подробного изучения лингвоаксиологической маркированности в паремиях отдельно взятой франкоязычной страны с учётом влияния культурных, исторических, социальных и других экстралингвистических факторов, обусловленных местными традициями, а также в применении предложенной авторской методики на материале других полинациональных языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абакумова О. Б. Пословицы в языке, сознании и коммуникации: когнитивно-дискурсивное моделирование смысла пословицы в дискурсе и референциально-оценочная типология русских, английских, испанских, французских и чешских пословиц о правде и лжи. СПб: Алеф-Пресс, 2013. 352 с.
2. Клоков В. Т. Словарь французского языка за пределами Франции. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2000. 496 с.
3. Храм М. Ш. Паремии, характеризующие социальные отношения в межкультурной коммуникации носителей русского, английского и арабского языков // Вопросы современной лингвистики. 2025. № S1. С. 67–78. DOI: 10.18384/2949-5075-2025-S1-67-78.
4. Иванов Е. Е., Ломакина О. В., Петрушевская Ю. А. Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 996–1035. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-996-1035.
5. Alyoshin A., Ivanov E. Belarusian-Swedish dictionary of proverbs: Volume, list, zones of lexicographical description // Скандинавская филология (Scandinavian Philology) 2024. Vol. 22. No. 2. P. 215–239. DOI: 10.21638/11701/spbu21.2024.201.
6. Паремииология без границ / ред. М. А. Бредис, О. В. Ломакина. М.: Изд-во РУДН, 2020. 244 с.
7. Сёмина П. С. Тематическое многообразие бельгийских паремий (на лексикографическом материале) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 4. С. 893–905. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-893-905.

8. Багана Ж. Особенности формирования и функционирования афрофранцузских фразеологизмов в современной Африке // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 27 (170). С. 19–23.
9. Багана Ж. Об общефранцузских фразеологизмах в африканских вариантах французского языка // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2015. № 5. С. 260–265.
10. Нелюбова Н. Ю. Аксиологические доминанты лингвокультуры и их маркированность в паремиологии (на материале французского, русского и тувинского языков): дисс. ... докт. филол. наук. М., 2025. 411 с.
11. Савенкова Л. Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты. Ростов н/Д: Изд-во Ростовского ун-та, 2002. 239 с.
12. Карасик В. И. Лингвокультурные ценности в дискурсе // Иностранные языки в высшей школе. 2015. № 1 (32). С. 25–35.
13. Радбиль Т. Б. Когнитивистика: учебно-методическое пособие / Министерство образования и науки Российской Федерации, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Институт филологии и журналистики. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2018. 374 с.
14. Селиверстова Е. И. Национальная самобытность пословиц в свете данных многоязычных словарей // Проблемы истории, филологии, культуры. 2014. № 3 (45). С. 58–61.
15. Бочина Т. Г. Коммуникативная валентность гедонистических ценностей в традиционной русской аксиосфере // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2023. Т. 12. № 6. С. 7–12. DOI: 10.12737/2587-9103-2023-12-6-7-12.
16. Алефиренко Н. Ф., Семененко Н. Н. Фразеология и паремиология: учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования. М.: Флинта: Наука, 2009. 342 с.
17. Козлова Л. А. Сравнительная типология английского и русского языков. Барнаул: АлтГПУ, 2019. 180 с.
18. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. 512 с. (Серия: Язык. Семиотика. Культура).
19. Мамонтов А. С., Цэдэндоржийн Э., Богуславская В. В. Система ценностей в аспекте национально-ориентированной лексикографии (на примере русско-монгольских сопоставлений) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2019. Т. 23. № 1. С. 200–222. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-200-222.
20. Ломакина О. В., Мокиенко В. М. Очерки русинской фразеологии: монография. М.: РУДН, 2021. 97 с.
21. Нелюбова Н. Ю. Представление ценностей в пословицах франкоязычных стран (на материале пословиц Мартиники) // Вестник университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет). 2019. № 1 (65). С. 198–208.

REFERENCES

1. Abakumova, O. B. (2013). *Proverbs in Language, Consciousness, and Communication: Cognitive-Discursive Modeling of Proverb Meaning in Discourse and a Referential-Evaluative Typology of Russian, English, Spanish, French, and Czech Proverbs about Truth and Lies*. St. Petersburg: Alef-Press publ. (in Russ.).
2. Klovov, V. T. (2000). *Dictionary of the French Language Outside France*. Saratov: Saratov University Press publ. (in Russ.).
3. Khrum, M. Sh. (2025). Paroemias characterizing social relations in the intercultural communication of native speakers of Russian, English, and Arabic. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, S1, 67–78. DOI: 10.18384/2949-5075-2025-S1-67-78 (in Russ.).
4. Ivanov, E. E., Lomakina, O. V. & Petrushevskaya, Ju. A. (2021). The National Specificity of the Proverbial Fund: Basic Concepts and Procedure for Determining. In: *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12 (4), С. 996–1035. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-4-996-1035 (in Russ.).
5. Alyoshin, A. & Ivanov, E. (2024). Belarusian-Swedish dictionary of proverbs: Volume, list, zones of lexicographical description. In: *Scandinavian Philology*, 22 (2), 215–239. DOI: 10.21638/11701/spbu21.2024.201.

6. Bredis, M. A. & Lomakina, O. V. (eds.) (2020). *Paremiology without Borders*. Moscow: RUDN University Press Publ. (in Russ.).
7. Syomina, P. S. (2019). Subject variety of the Belgian paroemias (on lexicographical material). In: *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10 (4), 893–905. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-893-905 (in Russ.).
8. Baghana, J. (2013). The historical aspects of the formation and the functioning of phraseological units in Africa. In: *Belgorod State University Scientific bulletin. Philology. Journalism. Pedagogy. Psychology*, 27 (170), 19–23.
9. Baghana, J. (2015). About French idioms in African variants of the french language. In: *Bulletin of Russian Peoples' Friendship University. Series Problems of education: languages and speciality*, 5, 260–265 (in Russ.).
10. Nelyubova, N. Yu. (2025). *Axiological dominants of linguaculture and their markedness in paroemiology (based on the French, Russian, and Tuvan languages)* [dissertation]. Moscow (in Russ.).
11. Savenkova, L. B. (2002). *Russian paroemiology: semantic and linguacultural aspects*. Rostov-on-Don: Rostov University Publ. (in Russ.).
12. Karasik, V. I. (2015). Linguocultural values in discourse. In: *Foreign Languages in Tertiary Education*, 1 (32), 25–35 (in Russ.).
13. Radbil, T. B. (2018). *Cognitive Science*. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod State University Publ. (in Russ.).
14. Seliverstova, E. I. (2014). National identity of proverbs in the context of multilingual dictionaries. In: *Journal of Historical, Philological and Cultural Studies*, 3 (45), 58–61 (in Russ.).
15. Bochina, T. G. (2023). Communicative valence of hedonistic values in the traditional Russian axiosphere. In: *Scientific research and development. Modern communication studies*, 12 (6), 7–12. DOI: 10.12737/2587-9103-2023-12-6-7-12.
16. Alefirenko, N. F. & Semenenko, N. N. (2009). *Phraseology and Paremiology: A Textbook for the Bachelor's Level of Philological Education*. Moscow: Flinta publ. (in Russ.).
17. Kozlova, L. A. (2019). *Comparative Typology of English and Russian*. Barnaul: Altay State Pedagogical University publ. (in Russ.).
18. Larina, T. V. (2009). *The Category of Politeness and Communication Style: A Comparison of English and Russian Linguocultural Traditions*. Moscow: Rukopisnye pamyatniki Drevney Rusi publ. (Series: Language. Semiotics. Culture) (in Russ.).
19. Mamontov, A. S., Cjedendorzhijn, J. & Boguslavskaya, V. V. (2019). A Value System through the Perspective of a Culturally-Oriented Lexicography. In: *Russian Journal of Linguistics*, 23 (1), 200–222. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-200-222..
20. Lomakina, O. V. & Mokienko, V. M. (2021). *Essays on Rusyn phraseology*. Moscow: RUDN University publ. (in Russ.).
21. Nelyubova, N. Yu. (2019). Presentation of values in the proverbs of French-speaking countries (based on proverbs of Martinique). In: *University bulletin (Russian-Tajik (Slavonic) university)*, 1 (65), 198–208 (in Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Денисенко Владимир Никифорович (г. Москва) – доктор филологических наук, заведующий кафедрой общего и русского языкознания филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы;
<https://orcid.org/0000-0001-6021-4068>; e-mail: denissenko@mail.ru

Ломакина Ольга Валентиновна (г. Москва) – доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы;
<https://orcid.org/0000-0003-0298-5678>; e-mail: rusoturisto07@mail.ru,

Нелубова Наталия Юрьевна (г. Москва) – доктор филологических наук, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы;
<https://orcid.org/0000-0002-6538-8267>; e-mail: nat.nelubova@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vladimir N. Denisenko (Moscow) – Dr. Sci. (Philology), Departmental Head, General and Russian Linguistics Department, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba;

[https:// orcid.org/0000-0001-6021-4068](https://orcid.org/0000-0001-6021-4068); e-mail: denissenko@mail.ru

Olga V. Lomakina (Moscow) – Dr. Sci. (Philology), Prof., Foreign Languages Department, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba;

[https:// rcid.org/0000-0003-0298-5678](https://rcid.org/0000-0003-0298-5678); e-mail: rusoturisto07@mail.ru

Natalya Yu. Nelyubova (Moscow) – Dr. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Foreign Languages Department, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba;

[https:// orcid.org/0000-0002-6538-8267](https://orcid.org/0000-0002-6538-8267); e-mail: nat.nelubova@mail.ru