



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2026.3.3>

UDC 81'221

LBC 81.116

Submitted: 10.11.2025

Accepted: 02.02.2026

AXIOLOGICAL TEXT ANNOTATION AS A RESEARCH METHODOLOGY (A CASE STUDY OF THE VALUE PROFILE OF YOUTH BLOGS)¹

Tatyana V. Leontyeva

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia

Abstract. The article presents a methodology for axiology-based annotation of blogosphere texts aimed at constructing the value profile of digital personalities. The author posits that contemporary axiolinguistics actively utilizes textual data to identify value markers. The relevance of referring to linguoaxiology of the youth bloggers' narratives stems from the need to monitor the value systems disseminated in the digital space, given that young people are the most ideologically malleable and dependent demographic, whose well-being significantly impacts the future of society. The novelty of this work lies in addressing the methodological gap in comprehensive approaches to studying the axiological foundations of discourse, particularly in the blogosphere, and proposing an original algorithm for axiological text annotation (or value-based text markup) to build the value profile of digital personalities. A three-stage approach is developed, emphasizing that the accuracy of subsequent analysis hinges on the initial stage of compiling a digital profile of internet users based on sociographic data and social media metrics. The second stage involves revealing and describing specific discursive means of value self-identification by bloggers (value names, discourse markers, syntactic templates, etc.). The third stage focuses on modelling the value case of digital personalities through comprehensive data interpretation and distinguishing unique combinations of axiological elements.

Key words: axiolinguistics, blogosphere, values, axiological categories, discourse analysis, axiological text annotation algorithm, value names.

Citation. Leontyeva T.V. Axiological Text Annotation as a Research Methodology (A Case Study of the Value Profile of Youth Blogs). *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2026, vol. 25, no. 3, pp. 29-46. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2026.3.3>

УДК 81'221

ББК 81.166

Дата поступления статьи: 10.11.2025

Дата принятия статьи: 02.02.2026

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ РАЗМЕТКА ТЕКСТА КАК МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ПРОФИЛЯ МОЛОДЕЖНЫХ БЛОГОВ)¹

Татьяна Валерьевна Леонтьева

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Россия

Аннотация. Статья посвящена методологии аксиологической разметки текстов блогосферы с целью построения ценностного профиля цифровой личности. Автор исходит из тезиса, что современная аксиолингвистика активно использует текстовые данные для выявления ценностных маркеров. Актуальность обращения к лингвоаксиологии нарратива молодежных блогеров обусловлена необходимостью мониторинга ценностных установок, транслируемых в цифровой среде, поскольку молодежь – это наиболее мировоззренчески гибкая и внушаемая категория, от которой между тем зависит благополучие общества в будущем. Новизна исследования определяется методологической неразработанностью комплексного подхода к изучению аксиологической основы дискурса вообще и блогосферы в частности и созданием оригинального алго-

ритма аксиологического аннотирования текстов (или ценностной разметки текста) для построения ценностного профиля цифровой личности. Предложен комплексный подход, включающий три этапа. Отмечается, что корректность последующего анализа детерминирована первым этапом – составлением цифрового профиля интернет-пользователя на основе социографических данных и метрик социальных сетей. Второй этап заключается в поиске и описании частных средств дискурсивной объективации ценностной самоидентификации блогеров (имена ценностей, дискурсивы, синтаксические шаблоны и др.). На третьем этапе осуществляется моделирование ценностного кейса цифровой личности посредством комплексной интерпретации данных и выявления уникальных комбинаций аксиологических элементов.

Ключевые слова: аксиологическая лингвистика, блогосфера, ценности, аксиологические категории, дискурсивный анализ, алгоритм аксиологической разметки текста, имена ценностей.

Цитирование. Леонтьева Т. В. Аксиологическая разметка текста как методология исследования (на примере изучения ценностного профиля молодежных блогов) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2026. – Т. 25, № 3. – С. 29–46. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2026.3.3>

Введение

Цифровая природа современной коммуникации предоставляет интернет-пользователям оригинальную возможность моделирования собственного виртуального пространства посредством создания текста в широком его понимании как любой последовательности единиц из определенной знаковой системы или даже из нескольких знаковых систем. В образующих личное пространство блогера интернет-текстах, характеризующихся мультимодальностью (поликодовостью), непременно складывается некоторый уникальный комплекс ценностей, личностно значимых установок, который можно назвать *ценностным кейсом цифровой личности*. Проектированию методики изучения этого феномена и посвящена данная статья.

На сегодня в лингвистике уже многое сделано для решения задачи описания ценностей через языковые данные. Аксиологический фокус языковедческих исследований обусловил выделение «аксиологической лингвистики» [Аксиологическая лингвистика..., 2003; Карасик, 2002, с. 5; Карасик, Твердохлебова, 2024] или «лингвистической аксиологии» [Водяницкая, 2022; Темиргазина, 2015] как научной дисциплины, ориентированной на выявление ценностей того или иного человеческого коллектива (носителей языка) лингвистическими инструментами. Иногда в качестве обозначения указанной научной области используются однословные терминологические единицы *аксиолингвистика* [Ицкович, 2025] и *лингвоаксиология* [Современная лингвоакси-

ология..., 2023], однако сравнительно нечасто. Термин *лингвоаксиология* вообще более употребителен в составе коллокаций со структурой «*лингвоаксиология* + существительное в род. п.», в которой последний элемент является обозначением речевого произведения (*лингвоаксиология дипломатического дискурса* [Беляков, 2021], *лингвоаксиология военно-политического дискурса* [Лобанова, Середенко, 2025], *лингвоаксиология прозы* [Карпухина, 2024]), что свидетельствует о понимании *лингвоаксиологии* не как науки, а скорее как системы ценностей и средств их вербализации.

Аксиологический ракурс научных изысканий присутствует как в отечественных [Арутюнова, 1984; Взгляд..., 2019; Дементьев, 2013; Дронова, 2005; Зализняк, Левонтина, Шмелев, 2005; Карасик, 2002; Категория оценки..., 2015; Марьянич, 2013; Мельничук, 2017; Радбиль, 2023; и др.], так и в зарубежных трудах [Бартминьский, 2011; Вежбицкая, 2002; Макаровская, 2018; Шакенова, Ташимханова, 2025; Halliday, 1978; Ismukhanova, Akmadi, 2025; Murray, Schuler, 2023; и др.]. Анализ современного состояния исследований в области выявления и описания ценностей, представленных в языковых картинах мира разных народов, демонстрирует разнообразие применяемых подходов и методов. Разрабатывается теория описания культурных доминант языковой картины мира с аксиологическим фокусом. Ценностная основа признается центром лингвокультурного концепта: в структуре концепта В.И. Карасик выделяет ценностный, образный и понятийный компоненты: «В культурных концептах выде-

ляются, на наш взгляд, по меньшей мере три стороны – образ, понятие и ценность» [Карасик, 2004, с. 134].

Методологически важной для выбранного нами ракурса исследования является зарубежная ветвь научных изысканий (широчайшая по охвату работ – европейских и американских), утверждающая перспективность прикладной идеи «конструирования ценностей», например, для продвижения товаров, услуг, проектов, должных получить одобрение общественности [Meynhardt, Chandler, Strathoff, 2016; Murray, Schuler, 2023; и др.].

В контексте развития аксиологии текста невозможно отрицать, что в условиях прочного внедрения технологий в коммуникативную практику огромное влияние на широкую аудиторию приобрели блогеры, создающие контент в социальных сетях и мессенджерах. Воздействие блогеров на молодое поколение, особенности их деятельности и речевые практики разносторонне рассматриваются в публикациях последних лет. Так, изучается специфика блогов как популярных текстов интернет-коммуникации, описывается типовой контент, публикуемый в профессиональном и любительском сегментах отечественной блогосферы, оценивается роль блогеров в развитии интернет-журналистики, в продвижении различных продуктов, личного бренда [Бауэр, 2022; Дускаева, 2011; Костин, 2023; и др.]. Исследователи признают, что контент соцсетей репрезентирует ценности авторов текстов, даже притом что он не принадлежит к дидактическим нарративам, а имеет интимную тональность или событийный характер: «Фотографии в ленте пользователя – способ не просто фиксации значимых событий, но и коммуникации в социальных сетях, разворачивающийся визуальный рассказ человека о себе, о своих ценностях и о том, что является для него важным» [Полева, Голубева, 2021, с. 102].

Однако большая часть исследований выполнена в иных ракурсах, безотносительно к изучению ценностей. Комплексных исследований ценностной составляющей блогерских нарративов, ориентированных на молодежную аудиторию, нами не выявлено, что обосновывает высокую актуальность задачи разработки подходов к изучению таких текстов с позиций лингвоаксиологии.

В рамках нашего исследования, посвященного аксиологии дискурса, интерес представляют записи в блогах, авторы которых принадлежат к российской молодежи, а также к категории подростков и детей, поскольку в соцсетях можно найти немало примеров того, что иногда даже малыши при посредничестве своих родителей вовлечены на сегодняшний день в производство интернет-контента. Новые поколения граждан делают выбор в пользу сетевого общения, поэтому ученые не могут игнорировать интернет-коммуникацию, в частности блогосферу: ее следует рассматривать как едва ли не наиболее важный объект исследования в условиях нарастания внешних и внутренних общественных угроз. Специальное внимание к вопросам диагностики и моделирования ценностных установок молодежи обусловлено тем, что в скором будущем она перейдет в другую возрастную категорию и станет определять общественно-политический курс развития государства. Мониторинг состояния ценностного фона можно проводить лингвистическими методами на языковом материале.

Материал и методы

В отношении исследовательской процедуры выявления конструктивных элементов текста, служащих маркерами той или иной ценности, мы предлагаем использовать термин *аксиологическое аннотирование текста* (или *ценностная разметка текста*).

Эта процедура предполагает пошаговый поиск в тексте средств объективации аксиологических категорий. Например, к числу языковых маркеров ценностей очевидным образом относятся не только имена ценностей (*мораль, любовь, дружба, здоровье* и т. д.), но и дискурсивные указатели (*главное, важно* и т. д.), которые, как правило, вводят оценочный компонент в высказывание и служат сигналом присвоения аксиологического статуса предмету речи и дальнейшего развития и углубления ценностного нарратива.

Об этих и прочих средствах, каждое из которых соотносительно с этапом алгоритмизованного анализа, пойдет речь далее как о компонентах алгоритма аксиологической разметки текста.

Будем далее называть единицы анализируемого материала *текстами* или *постами*, если подразумевается полная запись, опубликованная блогером в его аккаунте, и *микротекстами*, если для комментирования нами был извлечен фрагмент записи, представляющий собой некоторое единство (прежде всего с позиций темы или авторской интенции). В целом же *микротекстом* допустимо называть и полный текст записи в блоге, поскольку в этом случае *макротекстом* по отношению к нему выступает в целом весь нарратив, весь контент блогера-автора. Ср. определение Н.В. Данилевской в терминологическом словаре, обобщающее подходы к этому понятию: «МИКРОТЕКСТ – относительно самостоятельная структурно-смысловая или синтактико-тематическая единица целого текста (произведения), выступающего по отношению к этой единице как макротекст... Объем микротекста как единицы может быть разным – от целого отдельного (самостоятельного) текста до относительно самостоятельного высказывания в рамках абзаца, сложного синтаксического целого или сверхфразового единства» [Стилистический энциклопедический словарь..., 2006, с. 230]. Заметим, что современные письменные тексты в соцсетях к тому же свидетельствуют о размывании формализованных признаков текста в его классическом понимании (а значит, и микротекста), в частности, письменные высказывания могут не иметь выраженного абзацного членения.

Наши наблюдения над текстами ($n = 25\,000$), опубликованными в личных аккаунтах молодых людей 18–35 лет в социальной сети «ВКонтакте», позволили сделать ряд выводов относительно приемов выявления ценностных смыслов в нарративах блогов, установить комплекс средств текстовой объективации аксиологических категорий, разработать алгоритм исследовательской процедуры – аксиологической разметки текста или текстового массива, включающий три основных этапа (помимо собственно сбора данных и формирования корпуса текстов) с дальнейшей алгоритмизацией действий на каждом из них:

1) составление цифрового профиля интернет-пользователя или совокупности пользователей, выступивших респондентами в исследовании созданных ими текстов в аксиологическом ракурсе;

2) поиск и описание средств дискурсивной объективации ценностной самоидентификации блогеров с молодежной аудиторией в созданных ими текстах;

3) моделирование ценностного кейса цифровой личности.

Результаты и обсуждение

Этап 1: составление цифрового профиля интернет-пользователя или совокупности пользователей

Данный этап соотнобразуется со специфической исследовательской процедурой, применяемой к речевым продуктам цифровой среды, то есть к письменным интернет-текстам, а также аудиозаписям или видеоконтенту, размещенным в виртуальном пространстве.

Сбор сведений о владельце аккаунта или блога необходим для паспортизации его коммуникативного цифрового профиля, который в той или иной мере (в зависимости от аналитических задач) должен приниматься во внимание при интерпретации текстов этого автора, поскольку аксиологический ракурс исследования обуславливает важность учета отдельных параметров, дифференцирующих выбранных для анализа респондентов. В пользовательском интерфейсе каждой социальной сети присутствует некоторый объем сведений о человеке, если он счел возможным представить информацию о себе. Профили пользователей содержат социографические данные: сетевой ник (имя пользователя) или название канала, настоящее имя, возраст, пол, местоположение, семейное положение, наличие детей, образование, профессия, место работы. Пользователи нередко публикуют информацию о своих предпочтениях, интересах, хобби.

Социальные сети фиксируют объективную количественную информацию об активности пользователей. Метрики социальных связей и взаимодействий, такие как число подписчиков, число «друзей», лайки, репосты и комментарии, позволяют оценить популярность и влияние пользователя в сообществе.

Полезным представляется собрать выше-названные сведения не по одному каналу, а по

различным соцсетям, мессенджерам, видео-платформам. Анализ множества площадок, используемых одним интернет-пользователем, позволит исследователю получить объемную картину его личностных характеристик, мировоззрения и ценностных ориентаций. Изучение аккаунтов в различных сервисах помогает проследить динамику изменения взглядов и предпочтений субъекта, установить взаимосвязи между различными аспектами его самоидентификации, а также реконструировать целостную систему аксиологических ориентиров. Такой комплексный подход обогащает понимание культурных феноменов и механизмов формирования персональной идентичности в условиях цифровой среды.

**Этап 2: поиск и описание средств
дискурсивной объективации ценностной
самоидентификации блогеров
с молодежной аудиторией
в созданных ими текстах**

Качественный анализ текстов с позиций аксиологической лингвистики предполагает поиск вербализованных в нарративе сигналов ценностных предпочтений автора высказывания. Речь идет о выявлении и систематизации основных типов дискурсивных маркеров, посредством которых носители русского языка актуализируют свои ценностные установки в речевом произведении. Однако термин *дискурсивный маркер* уже ангажирован в русской лингвистике для других объектов, а именно для служебных слов и некоторых других средств, обеспечивающих связность текста (формально это могут быть наречия, союзы, частицы, междометия, вводные слова: *надо, пора, жаль, черт вас всех подери!, ах!, уж, знаешь, далее значит, с трудом, едва, еле, на самом деле, вообще, в принципе, просто* и др.), см. обзор концепций в работе: [Кулешова, Слестникова, 2024]. Поэтому для аксиолингвистического ракурса дискурсивного анализа, в котором тоже важен поиск «маркеров в дискурсе», понадобилась другая номинация, что позволило бы устранить терминологическую двусмысленность и к тому же ввести аксиологический ракурс. А ввиду того, что дискурсивными сигналами, как будет показано далее,

выступают не только слова и конструкции, то мы предлагаем обозначить всю разнородную совокупность маркеров термином *средства дискурсивной объективации ценностей*.

1. Имена ценностей:

**системно-языковые данные как маркеры
ценностей в тексте**

Изучение лексической маркировки ценностей может осуществляться через выявление ключевых слов в тексте, обеспечивающих эксплицитную репрезентацию ценностей. Они составляют активный лексикон пишущего и тем самым представляют собой часто актуализируемые автором текста семантические «узлы». Особенно интересны в этом отношении отдельные номинации, которые, будучи давно известными носителю языка, вдруг приобретают сверхактуальность в силу востребованности в культурной конъюнктуре и состоявшегося ценностного рефрейминга (например, в настоящее время: *скрепы* [Северская, Туркина, 2024], *вдохновлять* [Леонтьева, 2022], *мотивировать, гибкость, экспертность* и др.), а также неологизмы, в частности новые единицы в речи молодежи, отражающие тенденции времени и нередко попадающие в зону метаязыковой рефлексии, — знаки новой эпохи: *шипперить, шипперство* [Leontyeva, 2021], *танг пинг «лежать плашмя», тангпинизм* [Го Лицзюнь, Ван Цзыюй, 2021; Морозова, Золотарева, 2024], *насмотренность* и мн. др. Специфика выбора вербализаторов ценностей (например, языковых инноваций и др.) интересна с позиций определения принадлежности автора текста к старой или новой лингвокультуре, в которых могут различаться либо сами ценности, либо их наименования (новая реалья и аксиологическая структура > новое слово; старая, но актуализированная или изменившаяся реалья и трансформированная аксиологическая структура > известное слово со смещением семантики или коннотации и под.).

Это слова с эксплицитно присвоенной им ценностью: исследователь отмечает их в составе массива прочих слов, использованных как материал для построения текста, на основании собственной интеракции, проникновения в текст с позиций интерпретатора. Например,

тема текста, обозначенная ключевым словом, в этом случае получает статус ценности уже на основании априорного признания высокого приоритета предмета речи как результата осознанного выбора автора контента.

Посредством анализа способов публичного речевого самовыражения интернет-пользователей можно выявить их мнения относительно общекультурных ценностей. Так, в высказывании (1) разворачивается мысль об осознании ценности веры (здесь и далее при цитировании материала сохранены орфография и пунктуация источников):

(1) Молитва это просьба, это общение. Я сегодня это прочитала. Знала и до этого, но как-то не всегда задумывалась. Получается, даже если человек не **верит** в Бога, он всё же может попробовать попросить, помолиться. Допустим, кто-то не знает, что я есть, не **верит** в это, но вдруг он где-то увидел моё имя и адрес, он ведь может отправить мне письмо, даже не **веря**, что оно дойдёт. А я бац и есть, и могу ответить на письмо.

Подобные тексты репрезентируют именно мнение как обдуманную декларацию, поэтому результат выявления ценностей в тексте через ключевые темы и прямые имена ценностей, как принято считать, имеет наименьшую языковую обусловленность и, соответственно, наивысший «потенциал лжи». Размышляя над тем, «каким образом достоверно и верифицируемо исчислить и формализовать пресловутый “язык ценностей” в естественном языке», Т.Б. Радбиль совершенно обоснованно подчеркивает, что «объективно наличествующие в языке ценности следует отличать от эксплицитных ценностных суждений тех или иных говорящих и пишущих» [Радбиль, 2020, с. 168].

На этой ступени исследования инструментами количественного анализа (анализаторы речи и под.) может быть оценена частотность языковых единиц в тексте или совокупности текстов. Данный метод предполагает выявление наиболее употребительных лексических единиц, выступающих ключевыми словами, вокруг которых формируются смысловые кластеры. Эти ключевые слова становятся основными элементами семантической сети, отражающей структуру ценностей, транслируемых автором или группой авторов.

2. Дискурсивы, или операторы неноминативного характера, как маркеры ценностей в тексте

Разновидностью аксиологических маркеров выступают дискурсивы – языковые знаки (слова и конструкции), не являющиеся именами ценностей, но вводящие ценностный модуль, то есть сигнальные фразы, упреждающие о последующем разворачивании аксиологически маркированного смысла: *ИМХО, по моему мнению, главное, подчеркну, важно, не стоит, нехорошо, правильно, предупреждаю* и т. п. В таком качестве традиционно выступают операторы долженствования (*следует, нужно, должно*), операторы благодарности (*спасибо, благодарю*), операторы пожелания (*желаю*) (см. примеры (2), (3), (4)).

(2) Уже не девятиклассница, получается... (почти)

Этот учебный год был по-настоящему тяжёлым. Да, я говорю это каждый раз, потому что легче все не становится(

Поэтому **хочу поблагодарить** всех, кто **помогал, помогает и будет помогать** мне справляться со всеми жизненными трудностями;

(3) Ну что... подведём итоги года? Ох, каким же он был насыщенным, как на позитивные, так и на негативные эмоции. Закончилась ещё одна глава моей жизни. И в любом случае я **благодарю** богов за те испытания и награды, которые они мне послали, ведь **опыт**, который я получила в этом году, – бесценен <...> **Спасибо** всем, **кто был рядышком** со мной в этом году♡ с наступающим всех;

(4) Ну шо, мой безбожник.

С днём рождения. **Желаю** счастья, здоровья и всё. Хватит с тебя. <...>

Спасибо тебе за все 9 лет, которые провёл со мной и тебе уже 14 <...>

Спасибо:

– за то что понимаешь мой фандомный плоский юмор.

– за уроки, которые заполнены ржачем и бомбежом <...>

– за всё время, проведённое в школе. Да, в следующем учебном году мы будем в разных классах <...>

Боже, пора прекращать эти спасибоны, а то в ванильность ушёл я.

Вообщем, **желаю** тебе **удачи, добра, позитива**, чтоещёможнопожелать, **креатива и меня** <...>

В качестве одного из средств текстовой объективации аксиологических категорий

можно назвать и использование рефлексива *по-хорошему* «как репрезентативного контекста для выявления ценностей особого типа – так называемых “псевдоценностей”, то есть ценностей, которые выражают относительную оценку: ‘нечто в каком-то отношении хорошо, а в каком-то отношении плохо’. <...> Установлено, что данный репрезентативный контекст является индикатором повышения ценностного регистра для номинаций, по умолчанию характеризующихся как негативно-оценочные» [Радбиль, 2023, с. 171]. Например: *по-хорошему активная / самолюбивый / прагматичный / вызывающий / амбициозный / эгоистичен / старомодный*.

В речи современной молодежи роль дискурсива, актуализирующего тему ценностей, могут выполнять своего рода пропозеомы определенной семантики – реплики идиоматической структуры с семантикой негативной оценки, которые являются метками антиценностей: *Есть вопросыки; Ну такое себе; Осуждаю*. Далее исследователь может методом интроспекции на основе построения бинарных оппозиций реконструировать собственно ценностные категории.

Перечисленные операторы дискурсивных ценностных модулей – это открытый ряд, который ждет пополнения.

3. Синтаксические шаблоны как маркеры ценностей

Аксиологическими маркерами в рамках текста, по нашим наблюдениям, могут выступать отдельные грамматические конструкции, особенно если они сами по себе, в роли уникального грамматического шаблона, есть знаки своей эпохи, то есть вошли в язык именно в этот период или, возможно, существовали ранее, но лишь сейчас проявили аномальную активность в речевой практике человеческого сообщества. Так, в речи современной молодежи «экспансивно» разросся ряд лексических заместителей позиции существительного в идиоматизированном предложно-падежном сочетании «на $S_{предл}$ » (на *драйве*, на *лайте*, на *расслабоне*, на *галстуке*, на *костюме* и т. д.). М.В. Дудорова и О.И. Северская, анализируя примеры речевой реализации этой грамматической конструкции в со-

временной речи, верно подмечают: «Важно, что слоты синтаксической конструкции заполняют так называемые *tag-words*, “слова-теги”... или “ключевые слова современности”... относящиеся к тематическим полям “Стиль”, “Психология”, “Рабочие алгоритмы”, которые находятся в центре внимания носителей языка, а потому могут характеризовать взгляды и ценности определенного периода» [Дудорова, Северская, 2024, с. 709].

4. Поризающий микротекст как маркер эксплицитных антиценностей, позволяющий провести аксиологическую реконструкцию

Помимо текстов, в которых центральным, декларативно заявленным предметом речи выступает та или иная ценностная категория, часто прямо обозначенная в тексте, в интернет-пространстве личных блогов присутствуют публичные записи, характеризующиеся высокой степенью экспрессии в связи с описанием чувств, настроений, ощущений, эмоций автора, как правило негативных, а значит затрагивающие наиболее чувствительные для него темы, при этом не содержащие имени ценности, но опосредованно отсылающие через переживания к мировоззренческой сфере и ценностям.

Вообще, нарративы молодых блогеров характеризуются превалированием утрированной эмоциональности в ущерб рациональному аргументированию в силу возрастной специфики речевого поведения авторов текстов. В личных высказываниях молодежи в блогах практически отсутствует конструктивная аргументация, даже если поднимается серьезная или дискуссионная тема, притом иногда не без влияния самого жанра, ведь, например, публикация в видеоблоге чаще характеризуется малоформатностью и расчетом не на вдумчивое слушание, а на эмоциональное вовлечение аудитории подписчиков. Высказывание часто представляет собой «крик души», содержит перечисление событий или собственных эмоций без рефлексивной рамки. Рассуждение, квалификации и поиск конструктивного выхода из сложной ситуации остаются «за кадром», поэтому в тексте отсутствуют имена ценностей, но поскольку комментированию подвергается то,

что представляет ценность для говорящего, аналитические усилия исследователя могут привести к реконструкции имени ценности, имплицитно присутствующей в тексте. В качестве примера рассмотрим запись в личном аккаунте школьницы, приведенную в одной из научных статей:

(5) Да, блин, вся жизнь моя – сплошная проблема!!!!!!! С парнем **ссоримся** постоянно, с мамой **ругаемся**, в школе все уже **достали**, **орут**, чет ваще не понимаю (думают, что если я отличница, дык и не могу двойки получать, что ли?!!!)..... <...> все равно **никому не нужна**... (цит. по: [Дускаева, 2011, с. 187]).

Данный микротекст характеризуется остро негативной тональностью и не содержит никаких имен ценностей. Но в целом содержание текста и языковые единицы *ругаемся*, *орут*, *ссоримся*, *не нужна* указывают на то, что предметом речи являются отношения между людьми, притом негармоничные, обнажающие взаимное непонимание, а значит, двигаясь «от противного», исследователь может реконструировать ценность «взаимопонимание».

5. Жанровые структуры как маркеры ценностей

Еще одним вектором исследования ценностной самоидентификации цифровой личности или группы (совокупности) людей через призму языковых данных является изучение их речевых практик через образцы их «материализации» в той или иной жанровой форме, специфической для цифровой среды.

Остановимся на одном из видов контента, создаваемого пользователями соцсетей: так называемый «статус» – лаконичное, содержательно емкое, декларативное высказывание в профиле пользователя по типу афоризма, выполняющее роль «публичной вывески» («этикетки»), поскольку отображается сверху аккаунта и может транслироваться в лентах новостей подписчиков, являющееся одним из инструментов самовыражения в актуальном времени, сообщающее читателям о текущих настроениях, состояниях владельца аккаунта, событиях из повседневной жизни в режиме постоянных обновлений (статус может меняться ежедневно). Статусы участвуют в формировании вир-

туального образа индивида, демонстрируя его ценности, убеждения и настроение, и можно предполагать, что в их основе, в имплицатуре, лежит аксиогенная ситуация, то есть событие, имеющее высокую личную значимость, такое как достижение важной жизненной цели, столкновение с серьезной проблемой или переживание сильного эмоционального потрясения. Понятие «аксиогенная ситуация» предложено В.И. Карасиком и определено как «положение дел, которое заслуживает внимания, является ценностно мотивированным и допускает переосмысление» [Карасик, 2014, с. 74]. Подразумеваются случаи из жизни, смешные или трагические, запоминающиеся ситуации, которые получают вербальное воплощение в текстах: «Существуют выработанные коммуникативной практикой специальные жанры для интерпретации аксиогенных ситуаций – легенды, притчи, пословицы, анекдоты, казуальные нарративы» [Карасик, 2014, с. 75]. Этот список жанров получает осмысление в других исследованиях и дополняется. Так, И.Т. Вепрева в продолжение разговора о жанрах, опирающихся на аксиогенные ситуации, отмечает: «Мы выделили ряд речевых жанров повседневной семейной коммуникации, в которых ценностные смыслы эксплицитованы прямыми номинациями. К ним относятся ритуализированные праздноречевые жанры семейных праздников (тосты, пожелания, поздравления), а также жанры совета, откровенного разговора, разговора по душам и назидательные разговоры взрослых с детьми» [Бартминьски и др., 2021, с. 1404].

В интернет-коммуникации аксиогенные ситуации, проходя через фильтры цифровой коммуникации – практики взаимодействия пользователей соцсетей, получают преломление в жанрах, порожденных вовлеченностью коммуникантов в виртуальную реальность, в том числе в статусах интернет-профиля.

Вполне возможно, что размещению статуса в акканте не предшествовала никакая реальная «аксиогенная ситуация», но это как раз допускает концепция В.И. Карасика, который предлагает принимать во внимание и фактические, и фикциональные ситуации [Карасик, 2014, с. 65]. Интернет-пользователь может не «придумывать» статус, не формулировать его, а выбрать понравившуюся цитату или воспроизвести чужой ранее увиден-

ный статус, однако несомненно то, что его выбор имеет в своей основе личностную «фиксацию», сформировавшуюся в результате обобщения своего или чужого опыта и вследствие своего страха в отношении гипотетической ситуации, вскрывающей высокую ценность какой-либо реалии – идеальной или материальной.

Итак, сам жанр выступает профильным средством объективации ценностей в дискурсе соцсетей. Текст жанра «статус в аккаунте соцсети» часто конструируется с использованием риторических приемов, придающих яркую запоминающуюся форму открытому объявлению ценности. Демонстративную риторичность, привлекательность словесной формы, которая реализуется в различных фигурах речи, следует трактовать как способ упреждающего информирования о собственной «ценностной идентичности», как «дискурсивный маяк» для аудитории пользователей соцсетей, позволяющий им быстро ориентироваться среди многообразия профилей в социальной сети при установлении, сохранении и разрыве межличностных контактов в обширном и пестром интернет-пространстве. Средствами достижения подобного эффекта служат разнообразные риторические фигуры (особенно популярны антитеза и хиазм):

(6) Ради будущего нужно завязывать с прошлым (Архив автора; далее – АА) (антитеза);

(7) Не беспокойся, о тебе вспомнят обязательно. Когда понадобится (АА) (парцелляция);

(8) Люди никогда не увидят того, что вы для них делаете. Они видят лишь то, что вы не делаете (АА) (хиазм);

(9) Уже поздно возвращаться назад, чтобы все правильно начать, но еще не поздно устремиться вперед, чтобы правильно закончить (АА) (хиазм).

Метафоричность высказываний часто не предполагает прямого упоминания имени ценности, поэтому требуется применение логических алгоритмов для того, чтобы обозначить ценность (и/или антиценность), выступившую имплицитным предметом речи. В частности, уместно осмысление контекстных оппозиций:

(10) Когда падает человек – все смеются. Когда падает айфон – все переживают. Люди, придите в себя (АА).

В примере (10) следует оттолкнуться от бинарной оппозиции «люди – вещи» (конкретизированной в варианте «человек – айфон») и далее через интерпретацию ее в свете противопоставления «духовное – материальное» и с учетом проекции на оппозицию «смеяться – переживать» можно реконструировать личный выбор блогера в пользу ценности «сочувствие, человеческое участие, сострадание».

(11) Я вам не карнавал. При входе в мою жизнь, снимайте **маски** (АА).

Для нахождения имени ценности в примере (11) достаточно оттолкнуться от переносного значения слова *маска* – ‘притворство, скрывающее истинную сущность кого-, чего-л.’, далее поиск антонимичного понятия приводит к слову *искренность* как обозначению ценности.

Нельзя не упомянуть в свете аксиологического разворота дискурса блогосферы еще один популярный жанр в блогах психологов, коучей, инфоцыган – аффирмации. Получившие широкое распространение техники самовнушения предлагаются и используются в качестве духовных практик. Аффирмации, мантры – это утвердительные формулировки, содержащие лаконичное тезисное описание жизненного принципа или максимально конкретизированного желаемого результата, они непременно позитивны, никогда не строятся в виде вопроса, предикация оформлена глаголами в настоящем времени, то есть желаемый результат представлен грамматическими средствами как свершившийся, имеющий локализацию не в будущем, а в текущем времени. Аффирмация всегда аксиологически значима, поскольку отражает стремление субъекта зафиксировать собственные приоритеты, личные цели и глубинные смыслы существования, «материализовать» их в вербальной форме, например:

(12) – Я отдаю только из тепла, а не из пустоты.

– Моя энергия – **ценность**, и я распоряжаюсь ею осознанно. <...>

– Я доверяю потоку жизни и знаю: всё, что даю от сердца, возвращается умноженным.

– Я свободен(а) от потребности доказывать свою ценность через отдачу.

– Я живу в равновесии – между любовью к другим и уважением к себе. 🌸

Доброе утро)

💡 Прочти это несколько раз, ставь сердечко, пересылай друзьям ❤️, и твои аффирмации начнут воплощаться в жизнь! Мир ждет тебя! Путевки на любой вкус – пиши мне, и начнем планировать! (Наталья Горяева : личный блог // ВКонтакте. 29 октября 2025. URL: https://vk.com/wall916385_21406).

Подобная форма высказывания, как верят люди, практикующие техники аффирмации, способствует формированию внутренней уверенности, мотивации и ориентации на достижение успеха, гармонии и благополучия. Этот жанр предоставляет речевой шаблон для трансляции этико-аксиологических установок в коммуникативном пространстве современной блогосферы. Так, можно констатировать широкое распространение тематик саморазвития, продуктивности, личного и семейного счастья, здоровья.

Этап 3: моделирование ценностного кейса цифровой личности

Третий этап аксиологической разметки нарратива вообще и дискурса блогосферы в частности предполагает применение к описанному материалу процедур анализа и синтеза: необходимо осуществить комплексную многовекторную интерпретацию собранных данных с целью собрать из деталей целостный портрет изучаемого объекта – авторского текста в разрезе аксиологических категорий – и создать, таким образом, модель – ценностный профиль цифровой личности. В распоряжении интерпретатора оказывается массив сведений: 1) о самом блогере; 2) об аксиологических категориях, обладающих для него значимостью; 3) о комплексе средств объективации этих категорий в текстах, принадлежащих блогеру. Именно поэтому становится возможным описать их комбинаторику, уникальную для каждого текста, для каждого блогера, для каждой возрастной или выделенной по иному параметру группы блогеров, для каждого поколения интернет-пользователей, для каждой соцсети.

Векторы интерпретации данных могут варьироваться в зависимости от целей исследования. Перечислим далее протоколы формирования структурированного представления аксиологического поля текста.

1. Выявление ключевого словаря, то есть составление перечня ключевых номина-

ций ценностей, выделенных методом контент-анализа или экспертного отбора.

2. Разработка классификации номинаций согласно традиционной шкале базовых ценностей: безопасность, комфорт, свобода, успех, развитие, справедливость, здоровье и т. п.

2.1. Слова должны быть объединены в кластеры, они могут получить идеографическое описание (реконструкция и осмысление семантической сети).

2.2. Ценности можно ранжировать согласно параметру частотности их актуализации в контенте одного блогера или в некоторой иной совокупности текстов.

2.3. Определение иерархии ценностных приоритетов и синтагматических отношений между ними проводится через установление связей между кластерами ценностей.

Посредством лингвистического инструментария может быть установлена концептуальная связь между различными ценностными категориями. Применение методик корпусного анализа текстов блогов позволяет констатировать высокую частотность совместной, одновременной актуализации двух или более ценностных категорий в одном микротексте (записи в блоге). Например, языковые репрезентанты таких ценностей, как работа и здоровье, с высокой степенью регулярности выступают контекстуальными соседями в рамках высказывания и микротекста поста блога. В ходе выявления ценностных конфигураций удастся реконструировать семантическую сеть, «узловые» элементы которой заняты аксиологическими категориями. Когнитивные отношения существуют в структуре человеческого познания и мышления, отражаясь в языке.

Однако в других случаях при моделировании уникальных комбинаций аксиологических элементов в рамках текста или блога выясняется, что комбинаторика ценностей вовсе не всегда обусловлена концептуальной связью понятий. Тогда корректно интерпретировать комбинаторные свойства ценностного ряда одного блогера помогает обращение к социографическим данным. Так, автор блога, имеющего 8,9 тыс. подписчиков, указывает в краткой характеристике аккаунта, что имеет психологическое образование, работает в сфере туристических услуг. Это объясняет сопряжение тема-

тик в рамках каждого поста: ведение блога организовано как регулярное (почти ежедневное) размещение записей, начинающихся, как правило, с так называемых аффирмаций и всякий раз завершающихся приглашением обратиться к автору блога для получения услуг по организации туров или переезда в другую страну.

2.4. Интересный ракурс может составить типология ценностей по иному критерию – по имплицитности / эксплицитности их репрезентации в тексте. На этом основании можно выделить ценности артикулируемые (объявленные, декларативные) и реконструируемые (субтекстовые, нереклексивные). К первым следует отнести такие аксиологические категории, которые в тексте названы прямо (зафиксированы имена ценностей), при этом нужно разделить ценности, ставшие предметом метарефлексии, обсуждения, специального комментирования в ракурсе признания их важности, и ценности, имена которых упомянуты, но без осознанного присвоения им статуса ценности, без рефлексивного контекста. Ко второму типу – реконструируемым ценностям – можно отнести ценности «без имени», которые ни разу не названы в тексте прямо; методологически продуктивной в данном случае представляется процедура интроспективной реконструкции ценностей «от противного», то есть восстановление позитивного члена бинарной оппозиции на контрасте с отвергаемой антиценностью.

3. Оценка номинативной плотности отдельных сегментов семантической сети – аксиологем.

4. Оценка аксиологической плотности:
– текстов разных блогеров (если исследование имеет прикладную задачу поиска блогеров для коллабораций);

– текстов различных жанров (если целью исследования является фундаментальная разработка и уточнение существующей типологии жанров);

– текстов, составляющих контент блогеров определенной возрастной группы (если предметом исследования является поколенческая специфика блогов или закономерности возрастной динамики аксиосферы).

5. Классификация блогов и разновидностей ценностных профилей блогеров в зависимости от доминирующих аксиологических

характеристик. Закономерно следует ожидать различий в актуализации ценностных категорий между различными типами блогов, поскольку «то, что может считаться положительным в одной группе, может рассматриваться отрицательно в другой» [Терехова, 2024, с. 117]. Например, по нашим наблюдениям, справедливость совершенно не обладает ценностью в мировоззрении современных молодых блогеров, однако она ожидаемо выходит на ключевые позиции среди ценностей в тематических блогах юристов (в том числе начинающих). Это означает, что блоги, в которых доминирует профессионально обусловленный контент, существенно отличаются от блогов, авторы которых не актуализируют какую-либо профессиональную специфику.

6. Описание поколенческой динамики ценностей через оценку новизны и особенностей семантической трансформации имен ценностей: выявление, неологизмов, выборочное изучение ключевых номинаций, которые подверглись семантическим или стилистическим трансформациям в сравнении с номинациями, актуальными в предшествующие периоды развития языка.

6.1. Могут быть выявлены постоянные и временные категории ценностей (константы и переменные). Изменение состава и семантики ключевых номинаций в текстах блогеров разных поколений свидетельствует о трансформации восприятия базовых человеческих потребностей и принципов в условиях глобальных перемен: как правило, у дошкольника, подростка, студента и работающей молодежи набор ценностных установок существенно различается.

6.2. Социографический параметр «возраст» приобретает значение и при изучении трансформации ценностей блогера в условиях личных и общественных кризисов, поэтому интерес представляет и анализ текстового контента одного автора на разных хронологических срезах согласно периодам его взросления.

7. Дифференциация индивидуальных и групповых ценностных структур: аксиологический профиль блогера включает ряд аксиологических доминант, регулярно объективируемых в текстах блогеров, представляющих определенную субкультуру или поколение, и, с другой стороны, индивидуальные компоненты.

8. Установление корреляций между ценностными категориями и метриками блога либо текста. В частности, представляет интерес выявление наиболее читаемых постов в контексте их ценностного содержания. Возможна также оценка блогов согласно количественным характеристикам аудитории «друзей» и подписчиков. Любопытный факт асимметрии ценностных репрезентаций был установлен нами в ходе сравнительного анализа контента женских блогов семейной тематики, имеющих разное число подписчиков, и этот вопрос еще предстоит обстоятельно изучить.

Этот ряд процедур, обеспечивающих структурирование данных, полученных в ходе анализа средств объективации ценностей в тексте, без сомнения, требует дальнейшего уточнения, детализации и расширения.

В перспективе при накоплении некоторой критической массы знаний о закономерностях организации аксиологического пространства текстов в блогосфере станет возможным прогнозировать реакцию аудитории на контент определенного аксиологического профиля, а также удовлетворять запросы на осмысленное конструирование ценностного дизайна блогов (например, официальных пабликов государственных структур, муниципальных органов, предприятий и т. д.), на оптимизацию коммуникации, ее гармонизацию посредством подбора наиболее эффективных форматов взаимодействия с аудиторией с учетом ценностного профиля отдельных групп пользователей.

Заключение

Итак, в лингвистике последних десятилетий наблюдается всплеск интереса к выработке методологий, учитывающих достижения смежных дисциплин, что проявляется в таких направлениях современной лингвистической мысли, которые сопрягают две области, что подчеркнуто уже в их названиях: *политическая лингвистика, психолингвистика, когнитивная лингвистика, этнолингвистика, лингвокультурология, компьютерная лингвистика, аксиологическая лингвистика*. Гуманитарное научное знание призвано решать назревшие проблемы общественного развития. Так, в условиях меняющейся коммуникативной реальности очевидна актуальность дис-

курс-анализа блогосферы как площадки, на которой вещают молодежные блогеры, оказывающие влияние на формирования мировоззрения молодежи как основных потребителей интернет-контента. Мониторинг и моделирование продвигаемых в соцсетях ценностных констант и переменных российской молодежи с привлечением лингвистических методик может служить цели построения и сохранения традиционных духовно-нравственных ценностей.

Анализ собранного материала блогерских нарративов позволил провести разработку понятийно-терминологического аппарата исследования ценностей в дискурсе социальных сетей.

Инструментом решения задачи изучения любого дискурса или текста в фокусе лингвоаксиологии видится применение **алгоритма аксиологического аннотирования текста** (или **ценностной разметки текста**), системно описывающего порядок пошагового поиска в тексте средств объективации аксиологических категорий и имеющего результатом модель портирующего характера – ценностный кейс цифровой личности, или ценностный профиль.

Алгоритм анализа интернет-дискурса в аксиолингвистическом ракурсе включает три этапа: 1) составление цифрового профиля интернет-пользователя или совокупности пользователей; 2) поиск и описание средств дискурсивной объективации ценностной самоидентификации авторов текстов; 3) моделирование ценностного кейса цифровой личности.

На первом этапе предлагается составление цифрового профиля интернет-пользователя, которое предусматривает сбор данных о владельце аккаунта или блога. Методика включает фиксацию социографической информации об авторе блога: демографические характеристики, личные предпочтения, профессиональные данные, метрики социальных сетей (количество подписчиков, лайков, комментариев и др.). Обосновывается целесообразность сопоставления данных из различных онлайн-сервисов для получения полной картины аксиологических ориентиров пользователя, способствующей исследованию процессов формирования индивидуальной идентичности в цифровой среде.

Отнесенные ко второму этапу процедуры алгоритмизованного анализа текстового мате-

риала, нацеленного на аксиологическую разметку текста, соотносительны со средствами дискурсивной объективации ценностных доминант в нарративе, границы которого исследователь определяет сообразно задачам и специфике своих научных изысканий (это может быть один текст или массив текстов одного блогера либо совокупности блогеров, выделенной по одному из критериев: поколенческому, тематическому и т. д.). Ограничение текстового материала имеет большое значение для корректности и репрезентативности результатов исследования. Средствами объективации ценностного поля виртуальной личности могут выступать имена ценностей, дискурсивы (операторы ненормативного характера), синтаксические шаблоны, порицающие микротексты и некоторые специфические жанровые структуры.

На третьем этапе аксиологической разметки должна быть проведена комплексная интерпретация собранных данных для построения комплексного ценностного профиля цифровой личности блогера. Обосновывается необходимость применения методов анализа и синтеза для выявления ключевой номенклатуры ценностей, разработки их классификаций и моделей соотношения аксиологических категорий внутри текстов. Предлагается классификация ценностей по уровню их эксплицитности (артикулируемые и реконструируемые). Среди важнейших протоколов структурирования ценностного профиля блогера названы оценка аксиологической плотности текстов, дифференциация индивидуальных и групповых ценностных структур, типология блогов по доминантным аксиологическим характеристикам, установление комбинаций аксиологических элементов в текстах различных возрастных групп, поколений интернет-пользователей и соцсетей и т. д.

Под *ценностным кейсом цифровой личности* мы понимаем уникальный для интернет-пользователя, продуцирующего контент в своем аккаунте, комплекс ценностей (личностно значимых установок), а также выбор сценариев их текстовой реализации, предполагающий моделирование микротекстов блога с учетом трех факторов: 1) языковая личность автора блога (включающая сформированные коммуникативные навыки, речевые практики и концептосферу); 2) актуализируемая в данном микротексте интенция

автора (намерение); 3) личная интерпретация миссии блога и назначения контента в целом, которая, как правило, включает в себя и самоидентификацию своей деятельности как части общих коммуникативных практик в интернет-среде (привлечение широкой аудитории, укрепление популярности, удовлетворение потребности в признании, получение коммерческого эффекта и под.), и моделирование своего интернет-контента как уникализированного предложения для целевой аудитории.

Термин *ценностный кейс (или профиль) цифровой личности* сужает фокус этой научной модели до интернет-образа участника коммуникации, который по понятным причинам невозможно считать равным действительной совокупности мировоззренческих характеристик личности: интернет-пользователь может моделировать свое виртуальное пространство с разной степенью дистанцирования от своих реальных взглядов и принципов и с разной степенью осознанности собственных мотивов и целей. Диагностика полученной научной модели блогерского нарратива в рамках оппозиции «правда – ложь» не может быть проведена исключительно лингвистическими методами, так как сам запрос на такую оценку лежит в области социологической и психологической.

Таким образом, алгоритм дискурсивного исследования ценностных ориентиров автора текста, в том числе блогерского контента, опирается на комплекс приемов семантического, текстового, дискурс-анализа, процедур структурирования данных и моделирования интегративной аксиологической модели текста или совокупности текстов. В целом же разработка лингвистических основ исследования дискурса молодежной культуры, несомненно, требует продолжения.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда, проект № 25-28-01168 «Ценностные смыслы в персональном нарративе российских молодежных блогеров», <https://rscf.ru/project/25-28-01168/>

The study is supported by Russian Science Foundation, project No. 25-28-01168 “Value Meanings in the Personal Narrative of Russian Youth Bloggers”, <https://rscf.ru/project/25-28-01168/>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения, 2003 : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика. Волгоград : Перемена. 181 с.
- Арутюнова Н. Д., 1984. Аксиология в механизмах языка и речи // Проблемы структурной лингвистики – 1982. Москва : Наука. С. 5–23.
- Бартми́нский Е., 2011. Место ценностей в языковой картине мира // Эволюция ценностей в языках и культурах / отв. ред. И. А. Седакова. Москва : Прованс-2000. С. 51–80.
- Бартми́нский Е., Березович Е., Вепрева И., Ковшова М., Шмелев А., 2021. Взаимодействие языка и культуры в исследовательском поле: границы и перспективы // Quaestio Rossica. Т. 9, № 4. С. 1389–1408. DOI: 10.15826/qr.2021.4.645
- Бауэр Г. В., 2022. Виртуальная самопрезентация в социальной сети «ВКонтакте» // Цифровизация. Т. 3, № 1. С. 24–40. DOI: 10.37993/2712-8733-2022-3-1-24-40
- Беляков М. В., 2021. Лингвоаксиология и лингвосомиотика дипломатического дискурса. Москва : Наука. 147 с.
- Вежбицкая А., 2002. Русские культурные скрипты и их отражение в языке // Русский язык в научном освещении. № 2 (4). С. 6–34.
- Взгляд на славянскую аксиологию, 2019 / отв. ред. И. А. Седакова. Москва : Ин-т славяноведения РАН. 268 с.
- Водяницкая А. А., 2022. Экспланаторный потенциал лингвистической аксиологии: анализ академических дискурсивных практик : дис. ... д-ра филол. наук. Москва. 407 с.
- Го Лицзюнь, Ван Цзыюй, 2021. Китайский концепт ТАНГ ПИНГ / ЛЕЖАТЬ НА МЕСТЕ РОВНО в восприятии россиян // Научный диалог. № 11. С. 63–81. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-11-63-81
- Дементьев В. В., 2013. Коммуникативные ценности русской культуры: категория личности в лексике и прагматике. Москва : Глобал Ком. 336 с.
- Дронова Л. П., 2005. Картины русского мира: аксиология в языке и тексте. Томск : Изд-во Том. ун-та : Том. межрегион. ин-т обществ. наук. 353 с.
- Дудорова М. В., Северская О. И., 2024. На стиле, на чиле, на панике, на волне: семантика и прагматика модной конструкции // Коммуникативные исследования. Т. 11, № 4. С. 699–714. DOI: 10.24147/2413-6182.2024.11(4).699-714
- Дускаева Л. Р., 2011. Стереотипы речевого поведения в блогосфере сообществ // Управленческое консультирование. Актуальные проблемы государственного и муниципального управления. № 2 (42). С. 183–188.
- Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д., 2005. Ключевые идеи русской языковой картины мира. Москва : Яз. слав. культур. 554 с. (Язык. Семиотика. Культура).
- Ицкович Т. В., 2025. Аксиолингвистика в трактовке Уральской научной школы лингвокультурологии и стилистики // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. Междунар. науч. конф., посвящ. юбилею проф. Наталии Александровны Купиной, Екатеринбург, 17–18 апр. 2025 г. Екатеринбург : Ажур. С. 33–35.
- Карасик В. И., 2002. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена. 477 с.
- Карасик В. И., 2004. Лингвокультурные концепты: подходы к изучению // Социолингвистика вчера и сегодня. Москва : ИНИОН РАН. С. 130–159.
- Карасик В. И., 2014. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира // Политическая лингвистика. № 1 (47). С. 65–75.
- Карасик В. И., Твердохлебова И. П., 2024. Аксиологическая лингвистика: от теории ценностей к реализации ценностей в языке: интервью с профессором В.И. Карасиком // Иностранные языки в школе. № 9. С. 41–44.
- Карпухина В. Н., 2024. Лингвоаксиология ранней прозы Михаила Булгакова в переводе на английский язык / В. Н. Карпухина // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. № 8. С. 393–398.
- Категория оценки и система ценностей в языке и культуре, 2015 / отв. ред. С. М. Толстая. Москва : Индрик. 432 с.
- Костин Д. М., 2023. Блогер как инструмент построения личного бренда персоны и репутации компании: тенденции и перспективы // Научный журнал. № 1 (66). С. 18–27.

- Кулешова А. В., Слестникова Т. В., 2024. Опыт исследования дискурсивных маркеров в трудах отечественных лингвистов: функционально-прагматический и функционально-семантический подходы // Научный диалог. Т. 13, № 5. С. 84–103. DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-5-84-103
- Леонтьева Т. В., 2022. Рефрейминг слова *вдохновлять*: от опции к миссии // Критика и семиотика. № 1. С. 158–182. DOI: 10.25205/2307-1737-2022-1-158-182
- Лобанова Т. Н., Середенко В. М., 2025. Лингвоаксиология военно-политического дискурса (на материале китайязычных и англоязычных медиаресурсов) // Филология: научные исследования. № 2. С. 157–171. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.2.72932
- Макаровска О., 2018. Ценность человеческой души в зеркале (де)мотивационных постеров // *Antropologiczno-jezykowe wizerunki duszy w perspektywie miedzykulturowej, tom trzeci: aksjosfera duszy – dusza w aksjosferze*. Warszawa : Instytut Slawistyki Polskiej Akademii Nauk. С. 325–344.
- Марьянчик В. А., 2013. Аксиологичность и оценочность медиа-политического текста. Москва : Либроком. 272 с.
- Мельничук В. А., 2017. Аксиологическая динамика русской лексики (конец XVIII – начало XXI в.) : дис. ... канд. филол. наук. Санкт-Петербург. 216 с.
- Морозова В. С., Золотарева А. А., 2024. Интернет-феномены 躺平 («лежать плашмя») и 摆烂 («опустить руки») как отражение современных ценностей китайской молодежи // Современная Азия: политика, экономика, общество. № 1. С. 9–24. DOI: 10.48647/ICCA.2024.95.89.002
- Полева Н. С., Голубева Н. А., 2021. Особенности конструирования цифровой самопрезентации в виртуальном пространстве // Вопросы психологии. Т. 67, № 6. С. 102–111.
- Радбиль Т. Б., 2020. Пути и способы выявления ценностно значимой информации в естественном языке // Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности : сб. ст. Москва : Гос. ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина. С. 168–174.
- Радбиль Т. Б., 2023. Языковое воплощение ценностей в медиадискурсе интернета по данным корпусного анализа репрезентативных контекстов (лексема *по-хорошему*) // Научный диалог. Т. 12, № 6. С. 170–189. DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-6-170-189
- Северская О. И., Туркина Е. В., 2024. «Общность» и «скрепы» в актуальном медиадискурсе единения // Диалог: политика, право, экономика. № 2 (16). С. 60–68.
- Современная лингвоаксиология: Россия – Кыргызстан в научном диалоге, 2023. Москва : Гос. ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина. 346 с.
- Стилистический энциклопедический словарь русского языка, 2006 / под ред. М. Н. Кожинной. Москва : Флинта ; Наука. 696 с.
- Темиргазина З. К., 2015. Лингвистическая аксиология. Оценочные высказывания в русском языке. 2-е изд., стер. Москва : ФЛИНТА. 247 с.
- Терехова А. А., 2024. Подходы к изучению ценностей в современной лингвоаксиологии и аксиологической лингвистике // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. № 17-1. С. 112–120.
- Шакенова М. Т., Ташимханова Д. С., 2025. Медиа манипулирование: лингвистическая параметризация с применением цифровых технологий // Научный диалог. Т. 14, № 9. С. 244–269. DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-9-244-269
- Halliday M. A. K., 1978. *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London : Edward Arnold. 256 p.
- Ismukhanova G., Akmadi M., 2025. A Value-Oriented Analysis of Expert Political Discourse in Kazakhstan: A Spiral Dynamics Approach to Public Social Media Communication // *Journal of Central Asian Studies*. September. Vol. 23, № 3. P. 90–104. DOI: 10.52536/3006-807X.2025-3.005
- Leontyeva T. V., 2021. Daydreaming of Internet Users About a Someone Else's Love Relationship as a Virtual vs Real Hybrid // *Communication Today*. Vol. 12, № 2. P. 46–57.
- Meynhardt T., Chandler J. D., Strathoff P., 2016. Systemic Principles of Value Co-Creation: Synergetics of Value and Service Ecosystems // *Journal of Business Research*. Vol. 69, iss. 8. P. 2981–2989. DOI: 10.1016/j.jbusres.2016.02.031
- Murray P., Schuler J., 2023. Reclaiming the Concepts of Value and Capital // *Philosophical and Political Consequences of the Critique of Political Economy*. Cham : Springer International Publishing. P. 133–146. DOI: 10.1007/978-3-031-37545-3_6

REFERENCES

- Karasik V.I., ed., 2003. *Aksiologicheskaya lingvistika: problemy kommunikativnogo povedeniya: sb. nauch. tr.* [Axiological Linguistics: Problems of Communicative Behavior. Collection of Scientific Papers]. Volgograd, Peremena Publ. 181 p.
- Arutyunova N.D., 1984. Aksiologiya v mekhanizмах yazyka i rechi [Values in Mechanisms of Language and Speech]. *Problemy strukturnoy lingvistiki – 1982* [Problems of Structural Linguistics – 1982]. Moscow, Nauka Publ., pp. 5-23.
- Bartminsky E., 2011. Mesto tsennostey v yazykovoy kartine mira [The Place of Values in the Language Picture of the World]. Sedakova I.A., ed. *Evolutsiya tsennostey v yazykakh i kulturakh* [Evolution of Values in Languages and Cultures]. Moscow, Probel-2000 Publ., pp. 51-80.
- Bartmiński J., Berezovich E., Vepreva I., Kovshova M., Shmelev A., 2021. Vzaimodeystvie yazyka i kultury v issledovatel'skom pole: granitsy i perspektivy [The Interaction of Language and Culture: Research Boundaries and Perspectives]. *Quaestio Rossica*, vol. 9, no. 4, pp. 1389-1408. DOI: 10.15826/qr.2021.4.645
- Bauer G.V., 2022. Virtualnaya samoprezentatsiya v sotsialnoy seti «VKontakte» [Virtual Self-presentation in Social Network «VK»]. *Tsifrovizatsiya* [Digitalization], vol. 3, no. 1, pp. 24-40. DOI: 10.37993/2712-8733-2022-3-1-24-40
- Beliakov M.V., 2021. *Lingvoaksiologiya i lingvosemiotika diplomaticeskogo diskursa* [Linguoaxiology and Linguosemiotics of Diplomatic Discourse]. Moscow, Nauka Publ. 147 p.
- Vezhbitskaya A., 2002. Russkie kulturnye skripty i ikh otrazhenie v yazyke [Russian Cultural Scripts and Their Reflection in the Language]. *Russkiy yazyk v nauchnom osveshchenii* [Russian Language and Linguistic Theory], no. 2 (4), pp. 6-34.
- Sedakova I.A., ed., 2019. *Vzglyad na slavyanskuyu aksiologiyu* [View on Slavic Axiology]. Moscow, In-t slavyanovedeniya RAN, 2019. 268 p.
- Vodyanitskaya A.A., 2022. *Ekplanatornyy potentsial lingvisticheskoy aksiologii: analiz akademicheskikh diskursivnykh praktik: dis. ... d-ra filol. nauk* [Explanatory Potential of Linguistic Axiology: Analysis of Academic Discursive Practices: Dr. philol. sci. diss.]. Moscow. 407 p.
- Guo Lijun, Wang Ziyu, 2021. Kitayskiy kontsept TANG PING / LEZHAT NA MESTE ROVNO v vospriyatii rossiyan [Chinese Concept TANG PING / TO LIE FLAT in Russian Perception (Texts of Internet Discourse)]. *Nauchny dialog* [Scientific Dialogue], no. 11, pp. 63-81. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-11-63-81
- Dementyev V.V., 2013. *Kommunikativnye tsennosti russkoy kultury: kategoriya personalnosti v leksike i pragmatike* [Communicative Values of Russian Culture: The Category of Personality in Lexicon and Pragmatics]. Moscow, Global Kom Publ. 336 p.
- Dronova L.P., 2005. *Kartiny russkogo mira: aksiologiya v yazyke i tekste* [Pictures of Russian World: Axiology in Language and Text]. Tomsk, Izd-o Tom. un-ta, Tom. mezheregion. in-t obshchestv. nauk Publ. 353 p.
- Dudorova M.V., Severskaya O.I., 2024. Na style, na chile, na panike, na volne: semantika i pragmatica modnoy konstruktzii [Na Stile, Na Chile, Na Panike, Na Volne: Semantics and Pragmatics of One Fashionable Grammatical Construction]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Studies], vol. 11, no. 4, pp. 699-714. DOI: 10.24147/2413-6182.2024.11(4).699-714
- Duskaeva L.R., 2011. Stereotipy rechevogo povedeniya v blogosfere soobshchestv [Speech Behavior Stereotypes in Blogosphere Communities]. *Upravlencheskoe konsultirovanie. Aktualnye problemy gosudarstvennogo i munitsipalnogo upravleniya* [Managerial Consulting. Current Issues of State and Municipal Administration], no. 2 (42), pp. 183-188.
- Zaliznyak Anna. A., Levontina I.B., Shmelev A.D., 2005. *Klyuchevyye idei russkoy yazykovoy kartiny mira* [Key Ideas of the Russian Language Picture of the World]. Moscow, Yaz. slav. kultur Publ. 554 p. (Yazyk. Semiotika. Kultura [Language. Semiotics. Culture]).
- Itskovich T.V., 2025. Aksiolingvistika v traktovke Uralskoy nauchnoy shkoly lingvokulturologii i stilistiki [Axiolinguistics According to the Interpretation of the Ural School of Linguocultural Studies and Stylistics]. *Aksiologicheskie aspekty sovremennykh filologicheskikh issledovaniy: tez. dokl. Mezhdunar. nauch. konf., posvyashch., yubileyu prof. Natalii Aleksandrovny Kupinoy, Ekaterinburg, 17–18 apr. 2025 g.* [Axiological Aspects of Modern Philological Research. Abstracts of Reports at the International Scientific Conference Dedicated to the Anniversary of Professor Natalia Alexandrovna Kupina, Yekaterinburg, April 17–18, 2025]. Yekaterinburg, Azhyur Publ., pp. 33-35.

- Karasik V.I., 2002. *Yazykovoy krug: lichnost, kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, Peremena Publ. 477 p.
- Karasik V.I., 2004. Lingvokulturnye kontsepty: podkhody k izucheniyu [Linguocultural Concepts: Approaches to Study]. *Sociolingvistika vchera i segodnya* [Sociolinguistics Yesterday and Today]. Moscow, INION RAN, pp. 130-159.
- Karasik V.I., 2014. Aksiogennaya situatsiya kak edinita tsennostnoy kartiny mira [Value-Generating Situation as a Unit of Value Worldview]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], no. 1 (47), pp. 65-75.
- Karasik V.I., Tverdokhlebova I.P., 2024. Aksiologicheskaya lingvistika: ot teorii tsennostey k realizatsii tsennostey v yazyke. Intervyu s professorom V.I. Karasikom [Axiological Linguistics: From Theory of Values to Realization of Values in Language. Interview with Prof. V.I. Karasik]. *Inostrannyye yazyki v shkole* [Foreign Languages at School], no. 9, pp. 41-44.
- Karpukhina V.N., 2024. Lingvoaksiologiya ranney prozy Mikhaila Bulgakova v perevode na angliyskiy yazyk [Linguoaxiology of Early Fiction by Mikhail Bulgakov Translated into English]. *Dinamika yazykovykh i kulturnykh protsessov v sovremennoy Rossii* [Dynamics of Linguistic and Cultural Processes in Contemporary Russia], no. 8, pp. 393-398.
- Tolstaya S.M., ed., 2015. *Kategoriya otsenki i sistema tsennostey v yazyke i kulture* [Category of Evaluation and System of Values in Language and Culture]. Moscow, Indrik Publ. 432 p.
- Kostin D.M., 2023. Blogger kak instrument postroeniya lichnogo brenda persony i reputatsii kompanii: tendentsii i perspektivy [Blogger as a Tool for Building Personal Brand and Company Reputation: Trends and Prospects]. *Nauchnyy zhurnal* [Scientific Journal], no. 1 (66), pp. 18-27.
- Kuleshova A.V., Slastnikova T.V., 2024. Opyt issledovaniya diskursivnykh markerov v trudakh otechestvennykh lingvistov: funktsionalno-pragmaticheskiy i funktsionalno-semanticheskiy podkhody [Experience of Studying Discourse Markers in Works of Domestic Linguists: Functional-Pragmatic and Functional-Semantic Approaches]. *Nauchnyi dialog*, vol. 13, no. 5, pp. 84-103. DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-5-84-103
- Leontyeva T.V., 2022. Refreyning slova vdokhnovlyat: ot optsii k missii [Reframing the Word Inspire: From Option to Mission]. *Kritika i semiotika* [Criticism and Semiotics], no. 1, pp. 158-182. DOI: 10.25205/2307-1737-2022-1-158-182
- Lobanova T.N., Seredenko V.M., 2025. Lingvoaksiologiya voenno-politicheskogo diskursa (na materiale kitayesazychnykh i angloyazychnykh mediarekursov) [Linguo-Axiology of Military-Political Discourse (Based on the Material of Chinese and English-Language Media Resources)]. *Filologiya: nauchnye issledovaniya* [Philology: Scientific Research], no. 2, pp. 157-171. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.2.72932
- Makarovska O., 2018. Tsennost chelovecheskoy dushi v zerkale (de)motivatsionnykh posterov [Human Soul Value Reflected in (De)Motivational Posters]. *Antropologiczno-jezykowe wizerunki duszy w perspektywie miedzykulturowej, tom trzeci: aksjosfera duszy – dusza w aksjosferze*. Warszawa, Instytut Slawistyki Polskiej Akademii Nauk, vol. 3, pp. 325-344.
- Maryanchik V.A., 2013. *Aksiologichnost i otsenochnost media-politicheskogo teksta* [Axiological Nature and Evaluativity of Media-Political Text]. Moscow, Librokom Publ. 272 p.
- Melnichuk V.A., 2017. *Aksiologicheskaya dinamika russkoy leksiki (konets XVIII – nachalo XXI v.): dis. ... kand. filol. nauk* [Axiological Dynamics of Russian Lexis (Late 18th – Early 21st Centuries). Cand. philol. sci. diss.]. Saint Petersburg. 216 p.
- Morozova V.S., Zolotareva A.A., 2024. Internet-fenomeny tang ping («lezhat plashmya») i bai lan («opustit ruki») kak otrazhenie sovremennykh tsennostey kitayskoy molodezhi [(“Lying Flat”) and (“Put Your Hands Down”) Internet-Phenomena as a Reflection of Chinese Youth Contemporary Values]. *Sovremennaya Aziya: politika, ekonomika, obshchestvo* [Modern Asia: Politics, Economy, Society], no. 1, pp. 9-24. DOI: 10.48647/ICCA.2024.95.89.002
- Poleva N.S., Golubeva N.A., 2021. Osobennosti konstruirovaniya tsifrovoy samoprezentatsii v virtualnom prostranstve [Features of Constructing Digital Self-Presentation in Virtual Space]. *Voprosy psikhologii*, vol. 67, no. 6, pp. 102-111.
- Radbil T.B., 2020. Puti i sposoby vyyavleniya tsennostno-znachimoy informatsii v estestvennom yazyke [Ways and Methods of Identifying Valuable Information in Natural Language]. *Sovremennaya rossiiskaya aksiosfera: semantika i pragmatica identichnosti: sb. st.* [Contemporary Russian Axiosphere: Semantics and Pragmatics of Identity. Collection of Articles]. Moscow, Gos. in-t rus. yaz. im. A.S. Pushkina, pp. 168-174.

- Radbil T.B., 2023. Yazykovoe voploshchenie tsennostey v mediadiskurse Interneta po dannym korpusnogo analiza reprezentativnykh kontekstov (leksyema po-khoroshemu) [Linguistic Embodiment of Values in Internet Media Discourse: A Corpus Analysis of Representative Contexts (The Lexeme 'po-khoroshemu')]. *Nauchnyi dialog*, vol. 12, no. 6, pp. 170-189. DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-6-170-189
- Severskaya O.I., Turkina E.V., 2024. «Obshchnost» i «skrepy» v aktualnom mediadiskurse edineniya [“Community” and “Spiritual Bonds” in the Current Media Discourse of Unity]. *Dialog: politika, pravo, ekonomika* [Dialogue: Policy, Law, Economics], no. 2 (16), pp. 60-68.
- Sovremennaya lingvoaksiologiya: Rossiya – Kirgizstan v nauchnom dialoge* [Modern Linguoaxiology: Russia – Kyrgyzstan in Scientific Dialogue], 2023. Moscow, Gos. in-t rus. yaz. im. A. S. Pushkina. 346 p.
- Kozhina M.N., ed., 2006. *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar russkogo yazyka* [Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian Language]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ. 696 p.
- Temirgazina Z.K., 2015. *Lingvisticheskaya aksiologiya. Otsenochnye vyskazyvaniya v russkom yazyke* [Linguistic Axiology. Evaluative Statements in Russian]. Moscow, FLINTA Publ. 247 p.
- Terekhova A.A., 2024. Podkhody k izucheniyu tsennostey v sovremennoy lingvoaksiologii i aksiologicheskoy lingvistike [Approaches to Studying Values in Modern Linguoaxiology and Axiological Linguistics]. *Professionalnaya kommunikatsiya: aktualnye voprosy lingvistiki i metodiki* [Professional Communication: Topical Issues of Linguistics and Methodology], no. 17-1, pp. 112-120.
- Shakenova M.T., Tashimkhanova D.S., 2025. Mediamanipulirovanie: lingvisticheskaya parametrizatsiya s primeneniem tsifrovyykh tekhnologiy [Media Manipulation: Linguistic Parameterization Through Digital Technologies]. *Nauchnyi dialog*, vol. 14, no. 9, pp. 244-269. DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-9-244-269
- Halliday M.A.K., 1978. *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London, Edward Arnold. 256 p.
- Ismukhanova G., Akmedi M., 2025. A Value-Oriented Analysis of Expert Political Discourse in Kazakhstan: A Spiral Dynamics Approach to Public Social Media Communication. *Journal of Central Asian Studies*, September, vol. 23, no. 3, pp. 90-104. DOI: 10.52536/3006-807X.2025-3.005
- Leontyeva T.V., 2021. Daydreaming of Internet Users About Someone Else’s Love Relationship as a Virtual Versus Real Hybrid. *Communication Today*, vol. 12, no. 2, pp. 46-57.
- Meynhardt T., Chandler J. D., Strathoff P., 2016. Systemic Principles of Value Co-Creation: Synergetics of Value and Service Ecosystems. *Journal of Business Research*, vol. 69, no. 8, pp. 2981-2989. DOI: 10.1016/j.jbusres.2016.02.031
- Murray P., Schuler J., 2023. Reclaiming the Concepts of Value and Capital. *Philosophical and Political Consequences of the Critique of Political Economy*. Cham, Springer International Publishing, pp. 133-146. DOI: 10.1007/978-3-031-37545-3_6

Information About the Author

Tatyana V. Leontyeva, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Mass Communication Languages, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia, t.v.leontieva@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7213-1582>

Информация об авторе

Татьяна Валерьевна Леонтьева, доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой языков массовых коммуникаций, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия, t.v.leontieva@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7213-1582>