

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ КАТЕГОРИИ ОТНОШЕНИЯ В ИТАЛЬЯНСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

© Ирина Савватеева

AXIOLOGICAL ASPECT OF THE CATEGORY OF RELATIONS IN THE ITALIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Irina Savvateeva

The study examines the expression of personality evaluation and personal attractiveness in behavior and relations in the field of the Italian and English languages. The novelty of the linguistic axiological analysis devoted to the expression of assessment in the behavioral aspect is due to the lack of comparative studies based on the Italian and English languages. The concept of “an observer” is used in order to study the expression of the linguistic axiological aspect. The reactions of observers in the form of personality assessments influence the choice of actions by the subjects of behavior, reflected in the pragmatics of the compared languages. The selected nouns and phrases are related to the common theme of assessing personality and perceptions of attractiveness. The words *Personal / Personale* and *Attraction / Attrazione* represent concepts associated with evaluating individuality and attractiveness. The phrases *Make an appearance / Fare un'apparizione* and *Personal interest / Interessi personali* emphasize actions and motivations that may be assessed by observers, as the evaluation of attractiveness can depend on personal interests and the way people present themselves in society. As a result of the analysis, we have found that the dictionary definitions of the Italian and English languages contain components that determine different axiological potential when expressing a complex of purposeful behavioral actions for evaluation by observers as subjects perceiving behavior and form relations, based on the interpretation of these actions. The analyzed words and phrases convey varying degrees of meaning related to the assessment of behavior in relations and develop their potential evaluative significance in contexts. The analysis of evaluative judgments about behavioral actions allows for the identification of linguistic-cognitive and linguistic-cultural foundations of the perception and evaluation of behavior and relations, as well as the uniqueness and linguistic-cultural potential of axiological approaches to understanding the complex phenomena of the world around us.

Keywords: category of relations, behavior, linguistic culture, axiology, assessment

Исследование посвящено изучению выражения оценки личности и личной привлекательности в поведении и отношениях на материале итальянского и английского языков. Новизна лингвистического анализа выражения оценки в аксиологических пространствах национальных культур в поведенческом аспекте обусловлена отсутствием сопоставительных исследований по данной проблематике на материале итальянского и английского языков. Понятие «наблюдатель» привлекается для анализа языкового аксиологического аспекта, поскольку реакции наблюдателей в виде оценки личности влияют на выбор действий субъектами поведения, что отражается в отношениях и в поведении в прагматике сопоставленных языков. Выбранные существительные и словосочетания связаны общей темой оценки личности и восприятия привлекательности. Слова *Personal / Personale* и *Attraction / Attrazione* представляют собой понятия, связанные с оценкой индивидуальности и привлекательности. Словосочетания *Make an appearance / Fare un'apparizione* и *Personal interest / Interessi personali* акцентируют внимание на действиях и мотивах, которые могут быть оценены наблюдателями, так как оценка привлекательности может зависеть от личных интересов и того, как человек проявляет себя в обществе. В результате анализа выявлено, что в словарных статьях итальянского и английского языков при описании представленных лексем присутствуют компоненты, предопределяющие различный аксиологический потенциал при выражении комплекса целенаправленных поведенческих действий для их оценки наблюдателями как субъектами восприятия поведения и формирующие отношения между ними на основе интерпретации этих действий. Проанализированные лексемы в разной степени передают значение оценки поведения в отношениях и развивают свое потенциальное оценочное значение в контекстах. Анализ оценочных суждений о поведенческих действиях дает возможность выявить лингвокогнитивные и лингво-

культурные основания формирования восприятия и оценки поведения и отношений, а также увидеть своеобразие и лингвокультурный потенциал аксиологического подхода к постижению сложных феноменов окружающего нас мира.

Ключевые слова: категория *отношения*, поведение, лингвокультура, аксиология, оценка

Для цитирования: Савватеева И. Аксиологический аспект категории *отношения* в итальянском и английском языках // Филология и культура. Philology and Culture. 2025. № 1 (79). С. 109–117. DOI: 10.26907/2782-4756-2025-79-1-109-117

Введение

Актуальность исследования мотивируется необходимостью выявления лингвокогнитивных и лингвокультурных факторов, влияющих на сходное или различное языковое оценочное выражение, формирующее категорию *отношения* применительно к такому аспекту ее проявления, как поведение.

Целью сопоставительного исследования является анализ факторов, влияющих на особенности отражения аксиологических смыслов в поведенческом аспекте, в итальянской и английской лингвокультурах.

Объектом анализа выбраны лексемы итальянского и английского языков, содержащие аксиологическую интерпретацию поведенческих действий при выражении категории *отношения*, в семантическую структуру которых входят аксиологические и эмотивные элементы, выражающие понятия «поведение» и «отношения». *Предметом* анализа являются языковые средства интерпретации когнитивно-перцептивных и лингвокультурных аксиологических смыслов выражения категории *отношения* в поведенческом аспекте в сопоставляемых неблизкородственных языках.

В соответствии с поставленной целью в исследовании решаются следующие *задачи*:

- проанализировать дефиниции лексем, содержащие в семантике лингвокогнитивные смыслы оценки поведения и отношений;
- проанализировать поведенческие контексты с данными лексемами;
- на основе сопоставительного исследования охарактеризовать сходства, различия в способах выражения оценки поведенческих отношений в сопоставляемых языках.

Методом анализа эмпирического материала является исследование метаязыка словарных дефиниций: компонентный и концептуальный анализ послужил для выявления особенностей аксиологических смыслов при интерпретации поведения и отношений в сопоставляемых языках. В работе использован сопоставительный метод для выявления сходства и различия в дефинициях лексем и контекстах как маркеров выражения поведения и их дальнейшей интерпретации вы-

ражения оценки в контекстах. Контекстуальный анализ использовался при рассмотрении структурно-семантических и функциональных особенностей лексем в контекстах их употребления, в ходе которого полученные языковые данные подвергаются лингвокогнитивной и лингвокультурологической интерпретации.

Практическая значимость исследования заключается в использовании полученных результатов в лингводидактических целях, в области лингвокультурологических исследований, дальнейшей разработке метаязыка методологии когнитивно-семантических и аксиологических исследований.

Анализируемые примеры взяты из иллюстративного материала к соответствующим словарным статьям рассматриваемых лексем в сопоставляемых языках, а также из образцов предложений и текстовых фрагментов, предлагаемых электронными словарями и тезаурусами.

Базовые теоретические предпосылки для анализа составили лингвоаксиологические научные подходы (Арутюнова 1984, 1998, 1999, 2000; Вольф 1986, 2002; Ивин 1970, 2004; Малинович 2011; Серебренникова 2011; Телия 1986; Деррида 2000 и др.), поскольку «ряд базовых научных подходов к описанию ценностей в современной лингвистике подтверждает факт того, что лингвоаксиология и аксиологическая лингвистика важны, так как они помогают нам понять роль языка в формировании культуры, коммуникации и человеческого взаимодействия» [1, с. 118]. В свою очередь, «современные исследования по лингвоаксиологии и аксиологической лингвистике отражают процессы новых современных этапов в становлении лингвоаксиологической парадигмы гуманитарного знания» [2, с. 645]. Базовые теоретические предпосылки для анализа составляют также фундаментальные научные подходы в трудах по лингвистике, касающиеся познания языка и поведения (Maturana, 1970; 1978; Varela, Thompson, Rosch, 1991; Stewart, Gapenne, Di Paolo, 2011 и др.).

Теоретической основой анализа стали следующие аргументы в области аксиологии: 1. «Оценка в той же мере относится к области реакций, как и к области стимулов. Она столь же

неуловима, сколь и вездесуща» [3, с. 183]; 2. Аксиологический аспект поведения рассматривался на основе теории наблюдателя, где аксиологический потенциал концепта поведения становился объектом анализа с позиции наблюдателя-перцептора как субъекта восприятия поведения (Наблюдатель_п), который воспринимает, интерпретирует и оценивает знаковый потенциал действий субъекта поведения по самым различным параметрам [4, с. 41]. Язык открывает окно в сознание, и если существуют различия в индивидуальном сознании в результате различий в культурах, которые формируют это сознание, то язык также откроет окно в познание, специфичное для конкретной культуры [5], что аргументирует необходимость изучения аксиологического аспекта поведения при выражении отношений в исследованиях поведения в соотношении с культурой. В области межкультурной коммуникации: «человек структурирует окружающую его действительность исходя из особенностей менталитета, имеющегося опыта, сложившихся традиций, т. е. языковая картина мира всегда национально-культурно обусловлена. Именно поэтому проблема лексических соответствий всегда будет актуальной, ведь помимо собственно языкового значения слово несет еще и национально-культурную информацию. Особый интерес вызывают лексические соответствия в неблизкородственных языках в случае передачи универсальных понятий, поскольку в таких случаях во многом выбор эквивалента будет определять этнокультурная специфика исходного языка» [6, с. 453]. Теоретическая база для данного анализа в области познания языка резюмируется следующими утверждениями: 1. «Знание конструируется в ходе языковых взаимодействий между людьми как структурно детерминированными организмами в консенсуальной области. Консенсуальные процессы определяют социальный характер и ориентирующую природу языка как координацию поведения, которое зависит от предоставляемых средой возможностей в виде описаний, производимых нами в языке: языковое поведение как часть динамической системы „организм-среда“ налагает ограничения на наше интерактивное поведение как когнитивных систем в консенсуальной области» [7, с. 10]. 2. «Системный подход к человеку как живому организму основан на понимании того, что язык – это биологически, социально и экологически регулируемое интерактивное поведение как способ существования, эволюционно обуславливающий появление и развитие человеческого интеллекта» [Там же, с. 14].

Исследование данной категории в целях выявления лингвокогнитивных и лингвокультурных факторов, влияющих на сходное или различное языковое оценочное выражение, формирующее *отношения* в поведенческом аспекте, базируется на необходимости применения совокупности разных лингвистических подходов. Так, когнитивная лингвистика сегодня является многоязычным направлением деятельности. Поэтому неудивительно, что лингвисты проявляют все больший интерес к разнообразным культурным моделям и схемам, которые мотивируют семантику и грамматику разных языков [1, с. 21].

Современные исследования понятий «поведение» и «отношения» ([8], [9], [10], [11] и др.) в целом показывают развитие процесса их рассмотрения в аспекте оценки. Изучение языковых отношений в XX веке в значительной степени сводилось к изучению оценочных убеждений [11]. Отношения как оценочные реакции на что-либо остаются объектом изучения в современных гуманитарных дисциплинах, например, в социальной психологии [9]. Языковые отношения (*attitudes*) также изучаются как оценочные реакции, которые являются функцией основных убеждений людей об объекте отношения (например, итальянский – красивый) и оценки этих убеждений (например, красивый – это хорошо) [11].

В обзоре социолингвистических исследований [10] отмечается, что эмоциональная реакция на конкретных людей является доминирующей чертой отношений. Отношение предсказывает не только поведенческие паттерны, но и вызывает специфические поведенческие проявления. Когнитивный компонент данного понятия связан со знаниями, идеями, которые используются в процессе мышления. Аффективный компонент касается вопроса о том, нравится или не нравится что-либо. Волевой компонент касается поведения или выступает в качестве окончательного решения. С помощью этого компонента люди обычно пытаются угадать, как человек относится к обстоятельствам, с которыми он столкнулся. Эти три компонента обычно тесно связаны друг с другом [10, с. 28]. В исследовании по нейропсихологии и поведенческим наукам [12], где отношения (*attitudes*) изучаются как информационные процессы, также прослеживается существенная роль оценочной реакции. Оценочное отношение относится к воспринимаемым объектам и допускает их быструю, спонтанную оценку, но отношение к целям, связанным с планированием, зависит от более длительного количества времени. Отношение может быть определено фактически в общих чертах как автоматическая или во-

левая реакция человеческого организма, основанная на принятии решений на внутренние или внешние цели, либо созерцательная, оценивающая мотивация. Отношение является процессом оценки воспринимаемого объекта, ситуации, созерцания и вовлечения себя в операционный процесс, когда он соотносится с предлагаемой мысленной целью. Поведение – это концепция, сходная с отношением, но не идентичная ему, принимая во внимание, что при определенных обстоятельствах искреннее отношение не может быть выражено напрямую [12, с. 15–16]. Совокупность представленных исследований, на наш взгляд, отражает актуальность лингвоаксиологических и лингвокультурных сопоставительных исследований, способствующих научному объяснению сложных языковых феноменов в процессах становления новых современных подходов в гуманитарном знании.

Результаты исследования

В данной работе лингвокультурная специфика категории *отношения* интерпретируется как способность репрезентировать семиотические и аксиологические и культурные смыслы. Теоретическая предпосылка сопоставительного анализа основана на предположении о том, что проявления отношений в поведенческом аспекте во многом обусловлены различиями аксиологических ориентиров той или иной культуры. Аксиологический анализ поведенческих контекстов, основанный на лингвокогнитивном и лингвокультурном подходах, аргументируется следующим:

Во-первых, категория *отношения* аксиологична и связана с миром национальной культуры: она транспонирует ценностные смыслы, характерные для определенной культуры.

Во-вторых, отношения способны продуцировать культурные смыслы и ценности, благодаря чему являются моделями поведения и нравственными ориентирами.

В-третьих, отношения способны насыщаться новыми ценностными смыслами, в результате чего могут приобретать новую трактовку.

Выбор лексем обусловлен их значимостью в контексте аксиологических пространств и культурных различий между сопоставляемыми языками. Сопоставительный анализ этих лексем в контексте аксиологических пространств позволяет выявить различия и сходства в оценочных системах двух культур. Это может помочь в понимании того, как культурные нормы и ценности формируют восприятие и оценку поведения.

Слова *Personal / Personale* и *Attraction / Attrazione* представляют собой понятия, связан-

ные с оценкой индивидуальности и привлекательности. Словосочетания *Make an appearance / Fare un'apparizione* и *Personal interest / Interessi personali* акцентируют внимание на действиях и мотивах, которые могут быть оценены наблюдателями, поскольку оценка привлекательности может зависеть от личных интересов и того, как человек проявляет себя в обществе.

1. Оценка личное обаяние, привлекательность (personal attractiveness / attractive personali)

В семантике данных лексем обнаруживаются аксиологические и эмотивные элементы, указывающие на возможность их интерпретации как поведения и отношений, о чем свидетельствует наличие в их толкованиях компонентов *behaviour, to draw interest, manner: personal attractiveness – having qualities that delight the eye; the ability to draw interest or admiration from others based on one's personality, behavior, or charisma. personality traits* [13]; *providing pleasure or delight, esp. in appearance or manner; charming; alluring; having qualities that delight the eye* [14]. В примере 1) субъект поведения обуславливает свое поведение влиянием своей личной привлекательности: 1) *I was cheerful at finding Bill wasn't indifferent to my personal attractions, such as they were* [15]. – *Я порадовалась, обнаружив, что Билл не остался равнодушным к моему очарованию, каким бы оно ни было* (здесь и далее перевод наш – И.С.). Оценка поведения выражается в том, что словосочетание *personal attractions* описывает действия субъекта поведения, которые направлены на то, чтобы произвести совершенно конкретное впечатление на наблюдателей – показать свои лучшие качества, продемонстрировать что-либо. В примере 2) субъект поведения оценивает свою привлекательность и положительное отношение к нему дружелюбным характером: 2) *I have a friendly personality that attracts women, it's as simple as that* [Там же]. – *У меня дружелюбный характер, что привлекает женщин, все просто*. В примере 3) субъект поведения оценивает свое поведение по впечатлению, которое он производит на других наблюдателей: 3) *He noticed at the railroad station that here, too, his person attracted attention* [Там же]. – *На вокзале он убедился, что и здесь особа его производит впечатление*. В следующем примере показаны влияние совокупности личных качеств одного из субъектов поведения на развитие их отношений (влюбился и оценил по достоинству): 4) *The fact that he was not only personally attracted to her but also appreciated her clever nature had simplified matters* [Там же]. – *Тот факт, что он не только влюбил-*

ся в нее, но и по достоинству оценил ее ум и способности, только упростил дело.

В итальянском языке глагол *привлекать* (*attrarre*) трактуется как *притягивать*, *тянуть к себе*: *tirare, tirare a sé*; *заставить прийти, побудить хитростью или обманом*: *far venire, indurre con astuzia o con inganno*. Второе значение глагола «соблазнять, влюблять»: *allettare, invaghire, sedurre* [16]. Пример 5) показывает оценку взаимоотношений между субъектами как попытку одного из них нивелировать выдающиеся достоинства и продемонстрировать недостатки, то есть произвести на других потенциальных наблюдателей совсем не то впечатление, на которое рассчитывает сам субъект поведения. Оценка своего собственного поведения первого субъекта отношений высокая: 5) *Tuttavia insistete nell'evidenziare i miei difetti, tralasciando le mie ottime qualità e le mie molteplici attrattive* [15]. – *Но вы нацелены на то, чтобы выставить напоказ мои недостатки и затенить мои выдающиеся достоинства и обаяние*. В примере 6) оценивается совокупность качеств, выраженных в поведении, как привлекающих внимание и создающих положительное отношение: *E penso che fosse questo, unito alla gentilezza di Lissa, ciò che riusciva ad attrarre le persone verso di lei* [Там же]. – *И мне кажется, именно это, наряду с добротой Лиссы, привлекало к ней людей*. Примеры 7) и 8) демонстрируют словарное понимание поведенческих действий в значении «притягивать», а поведение субъектов, обладающих, по оценке толпы, личной притягательностью, – как искусные намеренные поведенческие действия: 7) *E quanto più mi allontanavo da Leonardo e dai confratelli, tanto più riuscivo ad attrarre le folle* [Там же]. – *И чем более отдалялся я от Леонарда и братьев, тем искуснее притягивал к себе толпу*. 8) *La gente si girava a guardarci e pensava: "Cos'avrà di speciale quello lì per attrarre una come lei?"* [Там же] – *Люди смотрели на нас и думали: «Что же в нем такого, что эта девушка приходит к нему?»*

2. Оценка *make an appearance* / *apparizione*

Проанализируем оценку с ключевым словом *внешность* (*make an appearance* / *apparizione*). Словосочетание *make an appearance* с ключевым словом *внешность* означает «появляться где-либо»: *to go to an event, gathering, etc., usually for a short period of time* [17]; *to put in an appearance*; *to appear publicly* [18]. В поведенческом контексте появление на публике может означать совокупность действий с целью произвести впечатление, создать определенное отношение: 9) *If you're going to make an appearance, she had once*

told Jennifer, make it a real statement [15]. – *Если уж ты куда-нибудь собралась, наставляла она как-то Дженифер, сделай из своего появления настоящее событие* и 10) *I make an appearance, shake hands, say the right things, and make friends for the paper* [Там же]. – *Я появляюсь, пожимаю руки, говорю все полагающиеся слова и приобретаю друзей для газеты*.

В итальянском языке эквивалентным английскому *make an appearance* является словосочетание *fare apparizione*, которое означает «появление», чаще всего внезапное или неожиданное: *l'apparire, per lo più improvviso o inatteso* [16]; *появление*: *comparsa, comparizione* [19]. В кинематографии *fare apparizione* означает трюк, с помощью которого люди или предметы внезапно появляются на сцене: *nel linguaggio cinem., trucco col quale si fanno apparire improvvisamente sulla scena* [16]; *видение сверхъестественного или фантастического существа*: *visione di un essere soprannaturale o fantastico apparire*; *выделиться, показать свои качества*: *mettersi in vista, mostrando i propri pregi* [19]. В примере 11) словосочетание *fare un'apparizione* (появиться на публике) также предполагает наличие наблюдателей поведения (публики): *Che mi ritenessero una leggenda vivente o una carogna, avevo l'obbligo di fare un'apparizione in tivù* [15]. – *Кем бы меня ни считали, живой легендой или подонком, мне надлежало явиться на публике*.

3. Оценка *personal interest* (личный интерес)

Сочетание *Personal interest* имеет значение «относящийся или принадлежащий к одному или конкретному человеку, а не к группе людей»: *relating or belonging to a single or particular person rather than to a group*; «забота о собственных интересах или выгоде, особенно с пренебрежением к другим»: *regard for one's own interest or advantage, especially with disregard for other* [20]. В экономике словосочетание трактуется как «действия в собственных интересах или выгоде могут также принести пользу обществу в целом (уважение собственных интересов или выгоды, особенно с пренебрежением к другим)»: *economics. the doctrine that acting to one's own benefit or advantage can also result in a benefit for society at large (regard for one's own interest or advantage, especially with disregard for others* [21]. В контексте следующего примера словосочетание *personal interest* передает значение искренней заинтересованности в создании и развитии отношений: 12) *Such modesty and personal interest may move the householder to invite you to return* [15]. – *Человек, видя твою скромность и искренний интерес к нему, возможно, согласится встретиться с то-*

бой снова. В примере отражается неуверенность и сомнения в оценке этих отношений: модальный глагол *may* в контексте *to invite you to return*. В примере 13) поведение субъекта (*поигрывала равнодушно веером*), напротив, передает значение незаинтересованности в развитии отношений: 13) *Fanny toyed indifferently with her fan; not one of all these persons interested her in the least*. [Там же]. – *Фанни поигрывала равнодушно веером, никто из них ее не интересовал*.

В итальянском языке *interesse* означает: «особое внимание обращено на что-то или кого-то»: particolare attenzione rivolta verso qulco. o qlcu; «способность возбуждать внимание, привлекать»: capacità di una persona o di una cosa di destare attenzione, di attrarre fascino, richiamo [19]. Значение лексемы *interesse* в итальянском языке представлено обширными словарными дефинициями. Лексема имеет латинские семы *inter* (между) и *esse* (быть) в значении «быть посередине; участвовать», а также *import*: dal verbo lat. *interesse* «essere in mezzo; partecipare; importare», comp. di *inter* «tra» e *esse* «essere». Первое значение данной лексемы – «цена, уплаченная или которая должна быть уплачена должником за использование предоставленного ему кредита»: il prezzo pagato, o che dev'essere pagato, dal debitore per l'uso del credito concessogli [19]. Другое ее значение – «любая деятельность, касающаяся надлежащего ведения бизнеса, управления своими активами, решения вопросов, влияющих на экономическое положение»: partecipazione agli utili e all'attività di una azienda; qualsiasi attività riguardante il buon andamento dei propri affari [Там же]. Кроме того, лексема означает *желание или жадность к выгоде, чувство, которое толкает человека на поиск собственной выгоды: над ним доминирует «я»; брак по интересу (в отличие от брака по любви), заключаемый главным образом по экономическим причинам: guadagno, utilità materiale, tornaconto individuale: il desiderio o l'avidità del guadagno, il sentimento che spinge a cercare il proprio tornaconto; matrimonio d'interesse (in contrapp. a matrimonio d'amore), contratto per motivi prevalentemente economici [Там же]. В более общем смысле лексема означает *полезность, преимущество, удобство не только в материальном и экономическом смысле, но также в духовном и моральном смысле; с более субъективной точки зрения, самая потребность в том, что кажется способным удовлетворить наши потребности, рассмотрение того, что может способствовать нашему благополучию или быть полезным, выгодным: più genericam., utilità, vantaggio, convenienza in senso non solo materiale ed economico ma anche spirituale, morale; da un**

punto di vista più soggettivo, l'esigenza stessa di ciò che appare atto a soddisfare i nostri bisogni, la considerazione di ciò che può contribuire al nostro benessere o esserci utile, vantaggioso [Там же]. Используется применительно к проблемам, возникающим в области права, к потребности во благе, в чем-то, пригодном для удовлетворения человеческой и индивидуальной потребности и, следовательно, имеющем не только экономическое, но и моральное, религиозное, научное, сентиментальное, гуманитарное содержание: in partic. con riferimento ai problemi che ne emergono nel campo del diritto e spec. del diritto soggettivo, l'esigenza di un bene, cioè di cosa atta alla soddisfazione di un bisogno umano e individuale e quindi a contenuto non solo economico, ma anche morale, religioso, scientifico, sentimentale, umanitario [Там же]. В словарных дефинициях обнаруживаются также следующие значения: *желание удовлетворить естественную, врожденную потребность: con riferimento all'avidità di guadagno, alla ricerca egoistica del proprio materiale tornaconto [Там же]; забота о человеке, обеспечивающая то, что мы с любовью участвуем во всем, что его касается, желая ему добра, а также стремясь к нему (это может быть чувство человеческого сочувствия или даже принцип любви): Sollecitudine, premura per una persona, che fa sì che si partecipi affettuosamente a tutto ciò che la riguarda, desiderando il suo bene e adoperandosi anche per esso (può essere un sentimento di umana simpatia o anche un principio d'amore) [16]; преимущество, удобство, полезность: non economico, convenienza, utilità [22]; внимание, влечение, любопытство к чему-л.: avere, provare, брать, проявлять интерес к чему-либо; пробудить чей-либо интерес, внимание, забота о ком-либо; проявление интереса к другим; любовное влечение: интерес к девушке: attenzione, attrazione, curiosità nei confronti di qcs.; avere, provare, prendere, mostrare interesse per qcs., leggere, ascoltare qcs. con grande interesse, risvegliare l'interesse di qcn. attenzione, sollecitudine nei confronti di qcn.: mostrare interesse per il prossimo; attrazione amorosa: provare interesse per una ragazza. В психоанализе означает *собственный импульс самосохранения эго: psic. in psicoanalisi, impulso di autoconservazione proprio dell'Io [Там же]*.*

Анализ примеров употребления словосочетания *interesse personale* показывает преимущественно оценку поведения и отношений в контексте выгоды: 14) *Significa che la gente ha fatto il primo passo, ovvero sta andando oltre il proprio interesse personale [15]. – Это означает, что люди начинают делать первый шаг к поведению в*

рамках своей личной выгоды. Пример 15) демонстрирует отрицательную оценку отношения в значении «отсутствие личного интереса»: 15) *Non ho interessi personali* [Там же]. – Я лично к нему не привязана. В следующем примере отношения оцениваются словосочетанием *interessi personali* как возможно необъективные, поскольку предполагают личную субъективную выгоду: 16) *Tu vedi ogni cosa dal punto di vista dei tuoi interessi personali, padre* [Там же]. – Вы смотрите на все с точки зрения ваших собственных интересов, отец.

Выводы

Таким образом, поведение и отношения как знаковые системы включают в себя внутренние когнитивные реакции субъектов поведения, что может служить основой для выявления особенностей контекстуального расширения словарных значений лексем, выражающих их оценку в сопоставляемых неблизкородственных языках.

В словарных статьях итальянского и английского языков, касающихся оценки личной привлекательности, появления на публике и личного обаяния, присутствуют компоненты, предопределяющие различный аксиологический потенциал при выражении комплекса целенаправленных поведенческих действий, что влияет на оценку этих действий наблюдателями как субъектами восприятия и формирует отношения между ними на основе интерпретации этих действий. Различия заключаются в смысловом объеме дефиниций. В итальянском языке в словарных толкованиях глагола *attrarre* как маркера *личная привлекательность* (*attrazione personale*) содержатся компоненты *притягивать, тянуть к себе; заставить прийти, побудить хитростью или обманом, соблазнять, влюблять*. В английском языке в словарных толкованиях лексем, выражающих оценку *личная привлекательность*, присутствуют аксиологические и эмотивные элементы *радовать глаз, шарм, харизма* и компоненты, выражающие поведение и отношения *behaviour, to draw interest, manner*. Словарные дефиниции и контексты употребления словосочетаний *make an appearance* и *fare apparizione* в целом схожи: в поведенческом контексте появление на публике может означать совокупность действий с целью произвести впечатление, создать определенное отношение. Однако *fare apparizione* означает *появление*, чаще всего внезапное или неожиданное; *трюк, с помощью которого люди или предметы внезапно появляются на сцене; видение сверхъестественного или фантастического существа; желание выделиться, показать свои качества*. Значение эф-

фектность появления также предполагает наличие наблюдателей поведения (публики). Анализ дефиниций и примеров оценки *personal interest* и *interesse personale* показывает преимущественно оценку поведения и отношений в контексте выгоды в итальянском языке. В английском языке в контексте выгоды поведенческие действия с данной оценкой могут означать действия в собственных интересах (уважение собственных интересов или выгоды, особенно с пренебрежением к другим), которые могут также принести пользу обществу в целом. Таким образом, сопоставив два языка, мы видим, что проанализированные лексемы в разной степени передают значение оценки поведения в отношениях и развивают свое потенциальное оценочное значение в контекстах. Реакции наблюдателей в виде оценки личности влияют на выбор поведенческих действий субъектами поведения, что отражается в прагматике сопоставленных языков. В контекстах приведенных примеров оценка поведения описывает совокупность внутренних ненаблюдаемых качеств, которые можно проследить по поведению и которые направлены на то, чтобы произвести совершенно конкретное впечатление на наблюдателей – показать свои лучшие качества, продемонстрировать что-либо. Лингвокультурная специфика подчеркивается зависимостью категории *отношения* от динамики ценностных ориентиров в сопоставляемых лингвокультурах.

Список источников

1. Терехова А. А. Подходы к изучению ценностей в современной лингвоаксиологии и аксиологической лингвистике // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. 2024. № 17 – 1. С. 112–120.
2. Радбиль Т. Б. Рецензия на коллективную монографию «Общая и русская лингвоаксиология» (отв. ред. М. С. Милованова). М.: Ярославль: канцлер, 2022. 390 с.) // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 3. С. 643–649.
3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
4. Верхотурова Т. Л., Савватеева И. А. Глагольные сочетания с наречным маркером семиотической значимости поведения // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер. Языкознание и литературоведение. 2015. Вып. 10 (721). С. 40–51.
5. Sinha, C. (2021). Chapter 37. Culture in language and cognition. The Routledge Handbook of Cognitive Linguistics / eds. Xu Wen, J. R. Taylor. New York: Routledge. Pp. 387 – 407.
6. Шамне Н. Л., Милованова М. В. Отдельные аспекты вариативности лексических соответствий в русском и немецком языках // Мир науки, культуры, образования. 2024. № 3(106). С. 453–455.

7. Кравченко А. В. Язык и природа человечности (приглашение к дискуссии) // Слово.ру: балтийский акцент. 2022. Т. 13. № 3. С. 7–24.

8. Fleck, C. (2015). *Attitude: History of concept*. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: in 25 vols., 2nd ed. Oxford: Elsevier, vol. 2. Pp. 175–177.

9. Albarracin, D., Shavitt, S. (2018). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, no. 69. Pp. 299–327.

10. Amin, A. (2020). Attitude towards language in sociolinguistic settings: A brief overview. *Journal of Research and Innovation in Language*, vol. 2, no. 1. Pp. 27–30.

11. Dragojevic, M., Fasoli, F., Cramer, J., Rakić, T. (2021). Toward a century of language attitudes research: Looking back and moving forward. *Journal of Language and Social Psychology*, vol. 40, no. 1. Pp. 60–79.

12. Gaiseanu, F. (2020). Attitude as an expressible info-operational reaction to a perceived/purposed object/objective. *International Journal on Neuropsychology and Behavioural Sciences*, vol. 1, no. 1. Pp. 12–16.

13. FineSentence. URL: <https://finesentence.com/> (дата обращения: 12.09.24).

14. The Free Dictionary by Farlex. URL: <https://www.thefreedictionary.com> (дата обращения: 13.09.24).

15. Glosbe. URL: <https://glosbe.com> (дата обращения 15.09.24).

16. Treccani. URL: <https://www.treccani.it/vocabolario> (дата обращения: 16.09.24).

17. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 18.09.24).

18. Collins. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (дата обращения: 20.09.24).

19. Dizionari di Italiano. URL: https://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano (дата обращения 22.09.24).

20. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 30.09.24).

21. Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com> (дата обращения: 01.10.24).

22. Dizionario Italiano di Mauro. URL: <https://dizionario.internazionale.it> (дата обращения: 02.10.24).

References

1. Terekhova, A. A. (2024). *Podkhody k izucheniyu tsennostei v sovremennoi lingvoaksiologii i aksiologicheskoi lingvistike* [Approaches to the Study of Values in Modern Linguoaxiological Linguistics]. *Professional'naya kommunikatsiya: aktual'nye voprosy lingvistiki i metodiki*, No. 17–1, pp. 112–120. (In Russian)

2. Radbil', T. B. (2022). *Retsenziya na kollektivnuyu monografiyu "Obshchaya i russkaya lingvoaksiologiya"* (otv. red. M. S. Milovanova) [Review of the Collective Monograph "General and Russian Linguoaxiology"]. *Kommunikativnye issledovaniya*, Vol.

9, No. 3, pp. 643–649. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(3). (In Russian)

3. Arutyunova, N. D. (1999). *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the World of Man]. 896 p. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury. (In Russian)

4. Verkhoturova, T. L., Savvateeva, I. A. (2015). *Glagol'nye sochetaniya s narechnym markerom semioticheskoi znachimosti povedeniya* [Verb Phrases with Adverbial Markers of Behavioral Semiotics]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, ser. Yazykoznanie i literaturovedenie, vyp. 10 (721), pp. 40–51. (In Russian)

5. Sinha, C. (2021). *Chapter 37. Culture in Language and Cognition*. The Routledge Handbook of Cognitive Linguistics / eds. Xu Wen, J. R. Taylor. Pp. 387–407. New York, Routledge. (In English)

6. Shamne, N. L., Milovanova, M. V. (2024). *Otdel'nye aspekty variativnosti leksicheskikh sootvetstviy v russkom i nemetskom yazykakh* [Certain Aspects of Variability of Lexical Correspondences in the Russian and German Languages]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, No. 3(106), pp. 453–455. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-3106-453-455. (In Russian)

7. Kravchenko, A. V. (2022). *Yazyk i priroda chelovechnosti (priglasenie k diskussii)* [Language and the Nature of Humanness (Invitation to a Discussion)]. *Slovo.ru: Baltic Accent*, Vol. 13, No. 3, pp. 7–24. DOI: 10.5922/2225-53462022-3-1. (In Russian)

8. Fleck, C. (2015). *Attitude: History of Concept*. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: in 25 vols., 2nd ed. Oxford, Elsevier, Vol. 2, pp. 175–177. DOI:10.1016/B978-0-08-097086-8.03146-9. (In English)

9. Albarracin, D., Shavitt, S. (2018). *Attitudes and Attitude Change*. *Annual Review of Psychology*, No. 69, pp. 299–327. (In English)

10. Amin, A. (2020). *Attitude towards Language in Sociolinguistic Settings: A Brief Overview*. *Journal of Research and Innovation in Language*, Vol. 2, No. 1, pp. 27–30. DOI: <https://doi.org/10.31849/reila.v2i1.3758>. (In English)

11. Dragojevic, M., Fasoli, F., Cramer, J., Rakić, T. (2021). *Toward a Century of Language Attitudes Research: Looking Back and Moving Forward*. *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 40, No. 1, pp. 60–79. DOI: <https://doi.org/10.1177/0261927X20966714>. (In English)

12. Gaiseanu, F. (2020). *Attitude as an Expressible Info-Operational Reaction to a Perceived/Purposed Object/Objective*. *International Journal on Neuropsychology and Behavioural Sciences*, Vol. 1, No. 1, pp. 12–16. DOI: <https://doi.org/10.51626/ijnbs.2020.01.00002>. (In English)

13. FineSentence. URL: <https://finesentence.com/> (accessed: 12.09.24). (In English)

14. The Free Dictionary by Farlex. URL: <https://www.thefreedictionary.com> (accessed: 13.09.24). (In English)

15. Glosbe. URL: <https://glosbe.com> (accessed: 15.09.24).

16. Treccani. URL: <https://www.treccani.it/vocabolario> (accessed: 16.09.24). (In Italian)

17. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com> (accessed: 18.09.24). (In English)

18. *Collins*. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (accessed: 20.09.24). (In English)

19. *Dizionario di Italiano*. URL: https://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano (accessed: 22.09.24). (In Italian)

20. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (accessed: 30.09.24). (In English)

21. *Dictionary.com*. URL: <https://www.dictionary.com> (accessed: 01.10.24). (In English)

22. *Dizionario Italiano di Mauro*. URL: <https://dizionario.internazionale.it> (accessed: 02.10.24). (In Italian)

The article was submitted on 10.02.2025

Поступила в редакцию 10.02.2025

Савватеева Ирина Анатольевна,
кандидат филологических наук,
доцент,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет,
Институт лингвистики и межкультурной
коммуникации,
664074, Россия, Иркутск,
Лермонтова, 83.
savvrina@mail.ru

Savvateeva Irina Anatolyevna,
Ph.D. in Philology,
Associate Professor,
Irkutsk National Research Technical University,
Institute of Linguistics and Intercultural
Communication,
83 Lermontov Str.,
Irkutsk, 664074, Russian Federation.
savvrina@mail.ru