

На правах рукописи



ТАСКАЕВА Анна Вячеславовна

**РЕАЛИЗАЦИЯ ГЕРОИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ
В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА**

Специальность 10.02.19 – Теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

доктора филологических наук

Челябинск – 2021

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет» на кафедре теоретического и прикладного языкознания.

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Питина Светлана Анатольевна

Официальные оппоненты: **Иванова Светлана Викторовна**, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина», зав. кафедрой романо-германской филологии и лингводидактики;

Леонтович Ольга Аркадьевна, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», зав. кафедрой межкультурной коммуникации и перевода;

Нахимова Елена Анатольевна, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного.

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет».

Защита состоится «21» марта 2022 г. в _____ часов на заседании объединенного диссертационного совета по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Д 999.233.02, созданного на базе ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный государственный университет)» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на официальном сайте ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», https://www.csu.ru/Shared%20Documents/Taskaeva_AV_Dissertation.pdf.

Автореферат разослан «__» _____ 20__ г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

 Н. В. Мамонова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Интерес к изучению феномена героизма обусловлен множеством социально значимых функций, которые выполняют героические образы. Концепт ГЕРОЙ является устойчивым мифологическим и идеологическим концептом, репрезентирующим героические образы в сложной открытой героической парадигме, интегрированной в систему общечеловеческих ценностей и в систему национальных ценностей. Реферируемое диссертационное исследование посвящено рассмотрению современной героической парадигмы в лингвокультурологическом, социолингвистическом и когнитивном аспектах.

Актуальность работы обусловлена тем, что образы героев отражают ценностные ориентиры общества и реализуют функцию передачи ценностей от поколения к поколению, участвуют в формировании идеологических установок общества, являются духовной опорой как для отдельного человека, так и для целой нации, воплощая лучшие морально-этические качества, значимые для представителей той или иной лингвокультуры, сохраняют этническую самобытность и национальную идентичность, отражают особенности исторических процессов и смену культурных парадигм. Трансформация героической парадигмы не может не отразиться на восприятии героев в сознании представителей конкретной лингвокультуры. Исследование тенденций героизации и дегероизации обнаруживает изменения в массовом сознании, способствует сохранению базовых общечеловеческих и национально-культурных ценностей.

Объект исследования – героическая парадигма в лингвокультурах России, Великобритании и США.

Предметом исследования выступают универсальные характеристики и национально-культурные особенности реализации героической парадигмы в национальной языковой картине мира.

В качестве **гипотезы** выдвигается тезис о том, что героическая парадигма как комплексная динамичная репрезентация героического в определенной лингвокультуре меняется в конкретной национальной языковой картине мира в соответствии с социально-культурными потребностями общества, сохраняя при этом универсальные характеристики.

Цель диссертационной работы – рассмотреть героическую парадигму как совокупность универсальных характеристик и национально-культурных особенностей репрезентации героического в русской, британской и американской лингвокультурах.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Проанализировать отечественные и зарубежные исследования феномена героизма.

2. Разработать терминологический аппарат для изучения героической парадигмы в национальной языковой картине мира.

3. На основе лингвокультурологического подхода к анализу героических образов представить таксономию героических личностей.

4. Исследовать реализацию героической парадигмы в национальной языковой картине мира на материале лексикографических источников, текстов массмедийного дискурса, коммеморативных топонимов и микротопонимов в рассматриваемых лингвокультурах.

5. Рассмотреть образ героя как воплощение общечеловеческих, национальных и индивидуальных ценностей.

6. Обобщить универсальные характеристики героических парадигм, выделить общие тенденции героизации в русской, британской и американской лингвокультурах.

7. Определить особенности репрезентации образа героя в национальной языковой картине мира в зависимости от сферы героизации: в профессиональной сфере, в сфере масс-медиа, в социальной сфере.

8. Выявить уникальные черты героических парадигм в русской, британской и американской лингвокультурах.

9. Проанализировать национально-культурные особенности героизации и дегероизации в русской, британской и американской лингвокультурах.

Материалом для исследования послужили данные русскоязычных и англоязычных лексикографических источников, тексты публицистического и массмедийного дискурсов, пространство сети Интернет, в том числе комментарии пользователей к интернет-сервисам. Считаем, что в публицистическом и массмедийном дискурсе наиболее полно репрезентированы современные тенденции героизации. В качестве единиц для анализа также выбраны названия коммеморативных топонимов русского и английского языков (коммеморативы-названия аэропортов, региональные коммеморативные топонимы и названия памятников и памятных досок Челябинской области, антропотопонимы Великобритании и США), поскольку в них отражается не только культурно-историческая память, но и идеологическая составляющая общества, его ценностные ориентиры и национально-культурная специфика.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. В научный оборот введены понятия «героическая парадигма», «героическая идеологема».

2. Героическая парадигма представлена как совокупность универсальных характеристик и национально-культурных особенностей репрезентации героического в русской, британской и американской лингвокультурах.

3. Разработана авторская таксономия героических личностей.

4. Доказано, что героические идеологемы представлены как универсальными, так и уникальными обобщающими и личностными коммеморативами.

5. Проанализирован образ героя как воплощение общечеловеческих, национальных и индивидуальных ценностей.

6. Применен комплексный подход к изучению героической парадигмы, что позволило получить новые результаты в рассматриваемой предметной области.

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в том, что опыт изучения языка как средства трансляции этнической культуры на примере описания универсальных и национально-культурных особенностей представлений о героическом, героизации и дегероизации в результате изменений идеологических установок, способен расширить круг исследований, посвященных поиску механизмов взаимодействия языка и культуры. Рассмотрение героической парадигмы как открытой, сложноорганизованной системы концептов национальной языковой картины мира может служить основой для описания закономерностей трансформации представлений о героизме и системы ценностей в целом.

Практическая значимость исследования обусловлена возможностью использовать полученные результаты в курсах по лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, социолингвистике, аксиологической лингвистике, политической лингвистике, межкультурной коммуникации. Результаты диссертации могут быть применены при разработке программ героико-патриотического воспитания современной молодежи.

Исследование носит полипарадигмальный характер, поэтому при изучении героической парадигмы был использован комплексный подход, включающий в себя в качестве **методов анализа** описательный метод, метод семантического анализа и анализа словарных дефиниций, метод контент-анализа и дискурс-анализа, методы лингвокультурологического, сопоставительного, контекстуального, статистического, компонентного, стилистического анализа, анкетирования, социологического опроса, направленного ассоциативного эксперимента, элементов этнографического описания. Сопоставительный лингвокультурологический анализ позволил выявить универсальные характеристики и уникальную специфику репрезентации героического в русской, британской и американской лингвокультурах. Применение критического дискурс-анализа способствовало описанию функции языка как социального инструмента и оценке происходящим в обществе процессам. Цель контент-анализа в контексте данной работы – собрать и систематизировать в численном выражении качественные данные о героической парадигме.

Считаем, что применение совокупности указанных методов обеспечивает достоверность результатов исследования и полноту изучения научной проблемы.

Степень разработанности темы. Существует достаточно широкий круг исследований, имеющих опосредованную и непосредственную связь с темой диссертационной работы. Исследователи феномена героизма самых разных областей гуманитарной науки обращаются к основополагающим трудам таких авторов, как Н. А. Бердяев, Дж. Бруно, С. Н. Булгаков, Дж. Вико, Д. А. Волкогонов, Г. В. Ф. Гегель, Р. Г. Гурова, В. М. Жирмунский, И. А. Ильин, Т. Карлейль, Дж. Кэмпбелл, А. В. Луначарский, Н. Макиавелли, Е. М. Мелетинский, Н. К. Михайловский, М. Оссовская, Г. В. Плеханов, В. Я. Пропп, О. Ранк, А. Д. Синявский, П. А. Сорокин, Л. Н. Толстой, Р. У. Эмерсон, К. Г. Юнг и др.

Автор диссертации опирается на фундаментальные исследования *по лингвокультурологии*: труды Н. Ф. Алефиренко, Н. Д. Арутюновой, А. П. Бабушкина, А. Вежбицкой, С. Г. Воркачевы, В. В. Воробьева, С. В. Ивановой, Ю. Н. Караулова, В. В. Красных, Е. С. Кубряковой, О. А. Леонтович, В. А. Масловой, С. А. Питиной, Г. Г. Слышкина, Ю. С. Степанова, С. Г. Тер-Минасовой, З. З. Чанышевой, В. М. Шаклеина; *по теории и практике изучения лингвокультурных типажей*: работы О. А. Дмитриевой, Т. А. Ивушкиной, В. И. Карасика, Е. А. Ярмаховой; *по когнитивной лингвистике*: труды Н. Н. Болдырева, А. Вежбицкой, Е. И. Головановой, В. З. Демьянкова, А. А. Залевской, Е. С. Кубряковой, З. Д. Поповой, И. А. Стернина и др.; *по лингвистической аксиологии*: работы Н. Д. Арутюновой, А. Вежбицкой, А. А. Ивина, В. И. Карасика, Ю. С. Степанова, В. Н. Телия.

Феномен идеологемы, рассмотрению которого уделено особое внимание в настоящем исследовании, подробно изучен И. Т. Вепревой, А. Р. Гизатуллиной, М. И. Гумеровой, Г. Ч. Гусейновым, С. А. Журавлевым, Н. И. Клушиной, Н. А. Купиной, Е. Г. Малышевой, М. М. Михайловской, Е. А. Нахимовой, Б. М. Пионтек, Т. Радбилем, А. П. Чудиновым, Т. А. Шадриной, М. И. Шкредовой. При анализе тенденций в наименовании топонимических объектов мы обращаемся к работам С. А. Питиной, Р. В. Разумова, О. М. Соколовой, А. В. Уразметовой и др.

Феномен героизма рассматривался учеными разных направлений гуманитарного профиля: философии, истории, культурологии, политологии, искусствоведения, психологии, педагогики. Среди множества исследовательских работ наибольший интерес у нас вызвали труды таких авторов, как Т. В. Алентьева, Р. Т. Алиев, Д. Е. Барабанов, Е. П. Белинская, С. С. Березовская, С. И. Борисов, Т. С. Вершинина, О. А. Джумайло, Д. В. Дорджиева, О. А. Дорохова, Е. Н. Евтушенко, Н. А. Зуева, Е. В. Иванова, Г. А. Ковалева, Н. Б. Ковалева, А. В. Кореневский, Е. С. Коршунова, Г. А. Кривошекова, О. Е. Кузнецова, М. А. Лошманова, Р. А. Лукьянова, Н. Б. Мында, В. Б. Петухов, В. Д. Плахов, Г. В. Рыльский, Е. В. Рягузова, П. А. Сапронов, Л. А. Серединская, С. Ю. Смирнов,

Б. Ю. Соколова, И. М. Суравнева, Б. А. Тилляев, И. В. Троцук, В. Г. Туркина, Т. А. Фетисова, С. В. Чернобровкина, М. А. Шарапова, Н. Г. Щербинина и др.

Психология героического поведения находится в центре исследовательского интереса зарубежных ученых, таких как S. T. Allison, S. W. Becker, J. K. Beggan, K. Blau, A. H. Eagly, O. Efthimiou, Z. G. Epstein, Z. E. Franco, G. R. Goethals, P. G. Zimbardo, E. L. Kinsella, M. R. Kramer, D. G. Rand.

В филологических исследованиях тема героизма мало изучена. К проблематике героизма обращались Е. Р. Боровская, Л. А. Васильева, Д. А. Голубев, П. А. Зиза, Е. О. Омеличкина, С. А. Питина, А. С. Самофалова, О. В. Томберг, Е. Г. Шевяков, Ю. А. Щеголева, О. Ю. Юшко.

Универсальные характеристики и национально-культурные особенности героической парадигмы до сих пор не являлись предметом изучения в лингвистике.

Положения, выносимые на защиту:

1. Формирование представлений о героизме происходит под влиянием исторических условий, обыденных и научных взглядов, характерных для определенной эпохи. Героизм – явление универсальное, сохраняющее на протяжении всей истории человечества сущностную основу и функциональную значимость образа героя как создателя, защитника, наставника, двигателя прогресса. Универсальность феномена героизма подтверждается эволюцией образа героя от мифического и легендарного до героя религиозного, в дальнейшем трансформирующегося в героя в рамках конкретной области профессиональной деятельности и героя массовой культуры.

2. Героизм – не только универсальное, но и уникальное явление, обладающее спецификой в каждой национальной культуре. Базовые представления о героях зафиксированы в корпусе текстов – от героического эпоса до современных художественных и публицистических текстов различных форм и жанров, а также в лексикографических источниках конкретного языка.

3. Героическая парадигма выступает открытой, сложноорганизованной системой концептов, в которой реализуются ценностные, историко-культурные, общественно-политические, идеологические и экономические особенности общества. Героическая парадигма формируется в результате двух взаимосвязанных процессов – героизации и дегероизации, непосредственно связанных с эволюцией общественных ценностей. Основу героической парадигмы составляет концепт ГЕРОЙ как отражение процессов героизации и концепт АНТИГЕРОЙ как отражение процессов дегероизации в конкретной национальной языковой картине мира.

4. Систематизация знаний и представлений о героях выражена в таксономии героев, согласно которой героические типы выделяются по сферам героизации (героизация в профессиональной сфере, героизация в сфере масс-медиа и

кинодискурсах, героизация в политической сфере, героизация в социальной сфере) и по уровням героизации (национальная героизация, локальная героизация, личная героизация), а также в зависимости от транслируемых ценностей (герой как воплощение общечеловеческих, национальных и индивидуальных ценностей).

5. Совокупность представлений о героическом в национальной языковой картине мира вербализована в виде устойчивых словесных формул – героических идеологем. Героическая идеологема – это идеологема особого типа, обладающая такими характеристиками, как аксиологичность, оценочность, контекстная обусловленность, национально-культурная специфичность, универсальность, открытость, суггестивность и динамичность. Героические идеологемы – это сформированные в сознании и актуализированные в языке коллективные представления о героическом в определенном временном и культурном контексте.

6. Героические идеологемы актуализируются в виде коммеморативов (названий топонимических и микротопонимических объектов), образованных в результате процесса коммеморации знаковых для общества личностей в целях закрепления в коллективном сознании образцов героического поведения и реализующих ценностные и идеологические установки общества.

7. Процесс героизации является универсальным и общезначимым для всех лингвокультур, при этом он обладает национально-специфическими чертами в каждой конкретной лингвокультуре. К универсальным характеристикам героической парадигмы относится героизация в профессиональной сфере, героизация в сфере масс-медиа и кинодискурсе, героизация в политической сфере, героизация в социальной сфере. К специфическим характеристикам героической парадигмы относятся национальная героизация, локальная героизация, личная героизация.

8. Героизация в профессиональной сфере предполагает обусловленность мотивов героического поведения рамками выполнения служебных обязанностей, что выражается в различных видах дискурса, креолизованных текстах, фото- и видеоматериалах, комментариях пользователей интернет-сервисов и пр.

9. Медийная героизация становится все более заметной частью процесса героизации. Героизация, не обусловленная подвигом, в настоящее время реализуется в новом формате: героические образы создает сетевая аудитория, а герой приобретает свой социальный статус только при соблюдении условий медийности. Медийные личности транслируют ценности, устанавливая образцы поведения (преимущественно для молодежи) посредством медийных образов и реального поведения.

10. Современной тенденцией героизации является конкретизация героического на примере повседневных героев или «героев среди нас». Концепция повседневного героизма, основанного на принципе гуманизма как абсолютного

приоритета ценности человеческой жизни, предполагает, что героем может стать любой человек, оказавшийся в определенное время в определенной ситуации.

11. В результате дегероизации героическая парадигма как открытая и гибкая система, «реагирующая» на изменения в массовом сознании, происходящие вследствие смены идеологических установок общества, трансформируется, однако некоторые мифологизированные фигуры (их имена и основной сюжет легенды-мифа), чаще вымышленные, чем реальные, остаются в центре героической парадигмы на протяжении веков, при этом сам образ подвергается трансформации в соответствии с потребностями социума и идеологией времени.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования изложены автором в докладах на 17 международных научных и научно-практических конференциях: «СМИ – общество – образование» (Челябинск, 2013 г.), «Современная лингвистика и исследования ментальности в XXI в.» (Челябинск, 2014 г.), «Русский язык в языковом и культурном пространстве Европы и мира: человек, сознание, коммуникация, Интернет» (Левен, Бельгия, 2014 г.), «Язык и культура» (Томск, 2014 г.), «Русский язык и культура в современном образовательном пространстве» (Москва, 2014 г.), «Судьбы национальных культур в условиях глобализации» (Челябинск, 2015 г.), «Языки профессиональной коммуникации» (Челябинск, 2015 г.), “GlobELT 2016” (Анталия, Турция, 2016 г.), «Взаимодействие языков и культур» (Челябинск, 2018 г.), «MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство» (Челябинск, 2019 г.), «MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность» (Челябинск, 2020 г.), «Актуальные проблемы современного языкознания и методики преподавания иностранных языков» (Челябинск, 2021 г.), «Передовые технологии и современные тенденции в образовании и культуре» (Барнаул, 2021 г.); «Язык и мышление в эпоху глобальных перемен» (Нижний Новгород, 2021 г.), «Культура в зеркале языка и литературы» (Тамбов, 2021 г.), «Мир культуры: искусство, наука, образование» (Челябинск, 2021 г.), «MEDIAОбразование: медиавключенность VS медиаизоляция» (Челябинск, 2021 г.), а также на II Международном научном конгрессе «Россия в международном диалоге» (Челябинск, 2019 г.), X Международном конгрессе по когнитивной лингвистике «Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и смежных науках: современные проблемы и методология исследования» (Екатеринбург, 2020 г.), на Всероссийском научно-практическом семинаре «Когнитивная лингвистика и когнитивное терминоведение» (Челябинск, 2013 г.) и IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Языки в диалоге культур: проблемы многоязычия в полиэтническом пространстве» (Уфа, 2021 г.).

По теме диссертационного исследования опубликована монография «Героическая лингвистика» (Челябинск, 2020 г.), лингвокультурологический

иллюстрированный словарь «Герои России, Великобритании и США» (Челябинск, 2021 г.), а также 38 статей в научных журналах и сборниках, в том числе 17 статей в изданиях из перечня ВАК Минобрнауки России и 1 статья в журнале, индексируемом в международной базе данных Web of Science.

Проведение исследования было поддержано премией Министерства образования и науки Челябинской области, Фондом поддержки молодых ученых Челябинского государственного университета, а также грантом РГНФ (проект «Героические идеологемы в ценностной картине мира русских и англичан») и грантом РФФИ (проект «Героическая парадигма в поликультурном пространстве Челябинской области (лингвокультурологический и социолингвистический аспекты)»).

Структура диссертации. Исследование состоит из введения, четырех глав, заключения, списка литературы, списка источников и двух приложений (разделы словаря «Герои России, Великобритании и США: лингвокультурологический иллюстрированный словарь»).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность диссертационного исследования, определены его объект, предмет, цель и задачи, изложена гипотеза, охарактеризована теоретическая база и методы исследования, сформулированы положения, выносимые на защиту, представлена научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, приведены сведения об апробации и структуре исследования.

В первой главе «**Теоретические предпосылки исследования феномена героизма**» приводится подробный обзор отечественных и зарубежных исследований феномена героизма, дающий достаточно полное представление о современном состоянии проблемы. Впервые детально систематизированы и проанализированы проведенные исследования по тематике героизма в различных областях отечественной и зарубежной гуманитарной науки: работы философов, культурологов, историков, политологов, социологов, педагогов, искусствоведов, психологов, филологов. В философии героизм понимается как фундаментальное свойство человеческого бытия. В исторических науках герой рассматривается как персонификация эпохи, поднимаются проблемы поиска исторической правды и сохранения исторической памяти, вопросы патриотизма и героико-патриотического воспитания. В психологии на первое место выходит проблема определения психологических основ героизма, мотивов героического поведения, изучаются феномены героического лидерства, сопоставляются героизм и альтруизм. Социологические аспекты героизации состоят в рассмотрении героизма

как особой формы социальной деятельности, подробно изучаются героические типы личности. В политологии образ героя принято рассматривать как идеологему и мифологему, изучается роль героического мифа в конструировании политической реальности. В лингвокультурологии и лингвоаксиологии герой рассматривается как лингвокультурный концепт, отражение коллективной самоидентификации народа и особенностей лингвоментальности, важнейший механизм формирования и трансляции системы ценностей.

В разделе «Проблема типологизации героев» указанная проблема рассмотрена с позиций исторического подхода (типология Т. Карлейля), социологического подхода (типология В. Д. Плахова, Е. В. Ивановой) и психологического подхода (типология Дж. Р. Гуталса и С. Т. Эллисона, Е. В. Рягузовой, З. Франко, К. Блау и Ф. Зимбардо). Многолетний анализ эмпирического материала позволил предложить авторскую таксономию героических типов на основе лингвокультурологического подхода к изучению героических личностей. **Таксономия героев** понимается в работе как результат систематизации знаний и представлений о героях с выделением героических типов на основе разнородных классификационных критериев. Под **героическим типом** подразумевается героическая личность, которая складывается и закрепляется в определенной национальной культуре или в рамках мировой культуры как обобщение характерных для героя черт. При этом указано, что в жизни редко встречаются «чистые» героические типы. Созданная таксономия дает основание для введения новых терминологических единиц, определения которых разработаны в ходе изучения прежде всего языкового материала и представлены в диссертации.

В разделе «Таксономия героев: лингвокультурологический подход» предложено различать героев универсальных и героев уникальных, обладающих национально-культурной спецификой. В рамках рассмотрения **универсальных характеристик** героических парадигм выделены следующие героические типы **по сферам героизации**:

– героизация в профессиональной сфере – герой-профессионал (великий ученый, выдающийся деятель искусств, герой-рекордсмен, герой-первооткрыватель, герой-военный, герой – медицинский работник, герой спорта, герой космоса);

– героизация в сфере масс-медиа и кинодискурсах – медийный герой (медийный герой-филантроп, знаменитость с предписанной известностью, знаменитость с достигнутой известностью, знаменитость с приписанной известностью);

– героизация в политической сфере – политический / идеологический герой;

– героизация в социальной сфере – социальный герой (герой-подвижник, герой повседневности, преодолевающий герой).

В авторскую таксономию героических типов по сферам героизации включены: **герой-профессионал** (герой-мастер, герой труда) – человек, достигший выдающихся результатов в своей профессиональной деятельности и получивший общественное признание;

великий ученый (влиятельная фигура в науке, двигатель прогресса) – ученый, внесший значительный вклад в науку, совершивший научное открытие, оказавшее влияние на развитие человечества, результаты обширной научной деятельности которого получили признание мировой научной общественности, а фундаментальные труды стали достоянием и предвосхитили современные представления в той или иной области научных знаний;

выдающийся деятель искусств (человек искусства) – человек, занимающийся какой-либо творческой деятельностью, плоды творчества которого являются культурным наследием человечества, а созданные им произведения способны влиять на души и умы людей, признаны широкой мировой общественностью;

герой-рекордсмен – человек, прославившийся формальными достижениями в какой-либо области, достигший рекордных показателей в профессиональной деятельности, зачастую в результате героических усилий;

герой-первооткрыватель (герой-первопроходец, великий путешественник) – путешественник, который первым открыл новые земли, страны, новые месторождения, совершил географическое открытие, изменившее представление о поверхности Земли и ее природных условиях;

герой-военный (герой войны, великий полководец) – человек, проявивший мужество, доблесть, самоотверженность во время военных действий, подвиг которого оценен потомками; военачальник, под командованием которого армия достигла успеха в бою, в войне;

герой – медицинский работник (герой-врач) – человек, посвятивший свою жизнь медицине, практическая и научная деятельность которого по профилактике, диагностике и лечению различных заболеваний оказала значительное влияние на развитие медицинских технологий;

герой спорта – спортсмен, достигший максимально возможных результатов в спорте высших достижений или побед на крупнейших спортивных соревнованиях, основа которых в преодолении собственных физических и психических возможностей;

герой космоса – человек, проявивший мужество, совершив полет в космос; **медийный герой** (звезда, селебрити, знаменитость, медиаличность, медийный персонаж, медийная персона, публичная личность, сетевая селебрити, сетевой

герой) – известная благодаря средствам массовой информации публичная личность, которая, в одном варианте, использует свою популярность в целях решения социально-значимых задач, вызывая общественное одобрение и восхищение, и, в другом варианте, решает исключительно собственные задачи, привлекая внимание неожиданными, даже эпатажными поступками, внешним видом, особенностями языковой личности;

политический герой (идеологический герой, культовая политическая фигура, великий политический лидер) – человек, наделенный властью и влиянием в обществе или стремящийся к ней; политический лидер, символизирующий идеологическое самосознание нации, объединяющий общество в единое целое. Отмечено, что в авторской таксономии политический герой рассматривается как самостоятельный героический тип, однако он может быть и разновидностью героя-профессионала;

социальный герой – человек, поступки которого являются социально значимыми и направлены на гуманизацию общества;

герой-подвижник (альтруист) – человек, который в течение всего жизненного пути является носителем важной для других людей и общества в целом миссии, тот, кто совершает социально-героические поступки, деятельность таких людей часто называют «служением»;

преодолевающий герой – человек, который преодолевает физические недуги и другие неблагоприятные обстоятельства, не сдается и не сгибается, продолжает ставить высокие цели и идет к их достижению, такие люди выступают как образец для всех, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, образец силы духа, воли, выдержки, любви к жизни;

герой повседневности – простой человек, рискующий жизнью ради спасения других людей, оказавшись в определенное время в определенном месте.

В рамках рассмотрения **уникальных характеристик** героических парадигм предложено выделять следующие героические типы **по уровням героизации**:

- национальная героизация (на уровне страны) – национальный герой;
- локальная героизация (на уровне области, региона, города, поселения) – локальный герой;
- личная героизация (на уровне малой социальной группы, конкретного индивида) – личный герой.

Национальный герой – выдающаяся личность (вымышленная или реальная), символизирующая своей прошлой или настоящей социальной ролью особо важные аспекты ценностей народа, культуры, цивилизации и выполняющая функцию передачи этих ценностей от поколения к поколению.

Локальный герой – выдающаяся личность, прославляемая в нередко поликультурном пространстве региона, который является местом ее / его рождения, жизни или творчества.

Личный герой (кумир) – вдохновляющий и мотивирующий человек, не обязательно известный широкой общественности, являющийся модельной личностью для отдельно взятого человека, представления о котором обусловлены личным опытом и субъективной оценкой поведения, которое может считаться героическим в связи с принесенной жертвой, самоотверженностью.

Кроме того, выделяются героические типы в зависимости от **транслируемых ценностей**.

– герой как воплощение общечеловеческих ценностей (герой повседневности, герой-профессионал, герой-подвижник, преодолевающий герой);

– герой как воплощение индивидуальных ценностей (личный герой);

– герой как воплощение национальных ценностей (персонифицированный символ нации, мифологизированный герой, национальный герой).

Мифологизированный герой – мифологический персонаж, воплощающий в себе важные черты национального мировосприятия, элемент традиционной культуры, неотъемлемая часть исторического наследия страны.

Персонифицированный символ нации – персонифицированный образ народа, нации или государства, используемый как средство формирования национальной идентичности, консолидации общества и государственной пропаганды.

Универсальной, общей составляющей героической парадигмы является реализация представлений о герое как воплощении общечеловеческих и индивидуальных ценностей, в то время как уникальность, национально-культурная специфичность проявляется в реализации представлений о герое как воплощении национальных ценностей.

В разделе «Героическая парадигма и героическая идеологема как новые научные термины в лингвокультурологии» героическая парадигма рассматривается как составляющая лингвокультурной парадигмы. **Героическая парадигма** – это универсальная система концептов, репрезентирующая героизм во всех языках, отражая глобальные социокультурные процессы и их национально-культурную специфику; это открытая сложная система концептов, в которой реализуются ценностные, историко-культурные, общественно-политические, идеологические и экономические особенности общества. Героическая парадигма включена в иерархию общечеловеческих и национальных ценностей, открыта для новых идеологических концептов и устойчива в плане сохранения традиционных мифологических героических концептов.

В подразделе «Героическая парадигма и способы ее моделирования» определяются составляющие героической парадигмы (Рисунок 1) на основе результатов исследования героической парадигмы русской и англоязычной лингвокультур.

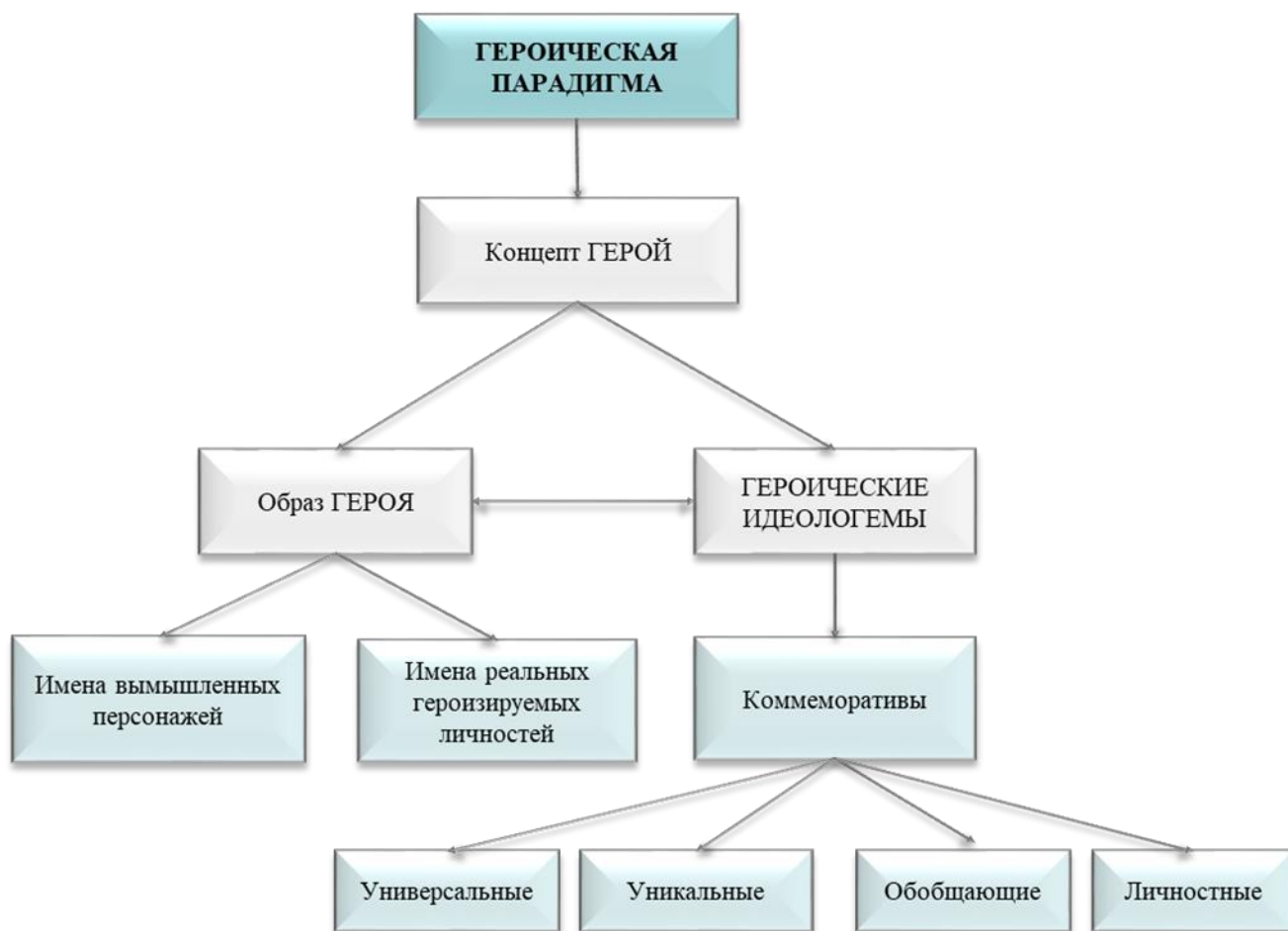


Рисунок 1 – Составляющие героической парадигмы

Концепт ГЕРОЙ – лингвокультурный концепт, в структуре которого преобладают мифологический и идеологический компоненты, репрезентирующие героические образы и героические идеологемы в сложной открытой героической парадигме, интегрированной не только в систему общечеловеческих ценностей, но и в систему национальных ценностей. Концепт ГЕРОЙ является базовой единицей картины мира, обладающей экзистенциальной значимостью как для отдельной языковой личности, так и для лингвокультурной общности в целом. Концепт ГЕРОЙ находит воплощение в единицах лексической (в том числе топонимической) системы языка и лексикографических источниках, реализуется в дискурсах разного типа (художественном, публицистическом, медийном и др.), а также в креолизованных текстах и существует в сознании отдельной языковой

личности и в коллективном сознании представителей определенной лингвокультуры.

Образ героя – лингвокультурный образ, в котором находят воплощение общечеловеческие, национальные и индивидуальные ценности; репрезентация концепта ГЕРОЙ в героической парадигме; базовая составляющая героической парадигмы любой лингвокультуры.

Героические идеологемы – это сформированные в сознании и актуализированные в языке коллективные представления о героическом в определенном временном и культурном контексте; устойчивая словесная формула, в которой реализовано героическое. Героические идеологемы также репрезентируют концепт ГЕРОЙ в героической парадигме, но образ героя – понятие более широкое, обобщающее, включенное в разветвленную сеть лингвокультурных образов, концепций, идей и символов, составляющих основу национальной идентичности, сохранения и укрепления государственности.

Раздел «Сущность понятия «идеологема» в лингвистических исследованиях» посвящен анализу различных подходов к пониманию идеологемы: идеологема как лингвокогнитивный феномен, когнитивно-стилистический феномен, как единица идеологической системы. Выделяются характерные признаки, функции и способы репрезентации идеологем, приводятся классификации идеологем, предложенные разными исследователями: С. А. Журавлевым, Н. И. Клушиной, Е. Г. Малышевой, Б. М. Пионтек, Т. Б. Радбилем, А. П. Чудиновым, сопоставляются понятия «идеологема» и «мифологема».

В заключительной части главы обосновывается введение термина «героическая идеологема» как идеологема особого типа, которой присущи следующие обязательные признаки:

1. Аксиологическая составляющая: образ героя не только олицетворяет национальные ценности, но и является способом формирования ценностной картины мира, идеологических установок общества. Эти установки могут значительным образом меняться вместе с изменениями в общественно-политическом строе страны, сменой режимов и власти, появлением новых исторических реалий.

2. Контекстная обусловленность: заключается в необходимости понимания метаконтекста, экстралингвистического фона, что является определяющим при рассмотрении героических идеологем.

3. Оценочность: поступок, действие либо определенное поведение может считаться героическим только в том случае, если таковым его считают другие члены общества, современники или потомки.

4. Национально-культурная специфичность: то, что считается героическим в одном обществе, может вызывать резкую негативную оценку в другом.

5. Универсальность: образ героя всегда востребован любой идеологией и общественно-политической системой.

6. Динамичность семантики: героической парадигме свойственен дуализм, который проявляется в бинарной оппозиции ГЕРОЙ – АНТИГЕРОЙ. Герой может превратиться в антигероя (см. примеры переименований в топонимике).

7. Суггестивность: понимается как способность героических образов воздействовать на чувства, эмоции и подсознание.

Героические идеологемы – это идеологемы особого типа, обладающие такими характеристиками, как аксиологичность, оценочность, контекстная обусловленность, национально-культурная специфичность, универсальность, динамичность семантики, суггестивность, и реализующиеся в дискурсах различного типа, преимущественно в публицистическом и медийном. Героические идеологемы как единицы, прежде всего, идеологической системы вписаны в идеологическую картину мира и выполняют важнейшую функцию фиксации и передачи ценностных норм и поведенческих установок.

Во второй главе **«Тенденции эволюции героической парадигмы и реализации героических идеологем в русской, британской и американской лингвокультурах»** героическая парадигма рассмотрена как совокупность универсальных и национально-культурных особенностей.

Героизм можно назвать феноменом общечеловеческим, наднациональным и повсеместно встречающимся на протяжении всего развития цивилизации. Понимание сущности героя и его функциональной значимости для общества как создателя, защитника, наставника, двигателя прогресса остается неизменным на протяжении всей истории человечества, в том числе на современном ее этапе. Такое понимание восходит к воззрениям Дж. Бруно, Г. Гегеля, Т. Карлейля. Во многом благодаря героям происходят значительные изменения историко-культурного контекста: культуры трансформируются, меняется способ мышления, появляются новые типы личности.

Представление о герое и понимание героического существенным образом различается в разные исторические периоды. Формирование представлений о героизме происходит под влиянием исторических условий и тенденций, обыденных и научных взглядов, характерных для определенной эпохи. Образ героя может быть представлен как явление определенного отрезка времени, раскрывающее своеобразие конкретного исторического периода развития общества.

С каждой исторической эпохой понятие «герой» претерпевает изменения. Истоки представлений о героическом складываются в Античности, формируются в Средневековье, трансформируются с эпохой Возрождения, Нового и новейшего времени. В античную эпоху появляется понятие «герой», формируется культ героя

как объекта поклонения и почитания. Из древнегреческой мифологии нам известны образы героев-полубогов, таких как *Антей*, *Ахиллес*, *Геракл*, *Дедал*, *Икар*, *Орфей*, *Парис*, *Персей*, *Прометей*, *Тесей*, *Ясон*. В античном представлении герой – исключительная личность, обладающая «божественной» храбростью.

В средневековых эпических произведениях стран Западной Европы появляются такие образы героев, как непобедимый воин *Беовульф* из эпической поэмы раннего средневековья «Беовульф» (Англия), а также герои средневекового эпоса принц *Зигфрид* из «Песни о Нибелунгах» (Германия), граф *Роланд* из «Песни о Роланде» (Франция), рыцарь *Сид* из «Песни о Сиде» (Испания). Отметим, что средневековый героический эпос соединяет языческие традиции с христианскими, тем самым формируя новый героический тип. Герой изображается рыцарем-защитником, королем, правителем.

В эпоху Возрождения формируется научная картина мира и концепция «универсального человека», профессионала. Героями Нового времени становятся путешественники, ученые, первооткрыватели, мореплаватели: *Марко Поло*, *Васко да Гама*, *Христофор Колумб*, *Леонардо да Винчи*.

В Новейший период истории с формированием массовой культуры и общества потребления меняется и образ героя. В современном обществе героями становятся медийные личности: спортсмены, музыканты, шоумены. Особое место занимают искусственные, вымышленные герои, такие как комиксные супергерои *Супермен* и *Бэтмен*, которые выступают в качестве героев-спасителей, пришедших извне.

Появление комиксной массовой литературы стало знаковым событием, так как созданные в ставших культовым явлением в Америке комиксах образы распространились за пределы США и оказали значительное влияние на формирование сознания современного человека. Искусственные образы являются продуктом современного мифотворчества, создаются средствами массовой информации и отражают особенности общественного сознания, его доминирующую идеологию, приписывающую сверхъестественные качества простым людям, превращая их в пример для подражания. Эти культовые и стереотипные фигуры создают целую индустрию производства героев. Они легко превращаются в идеологические концепты и не противоречат традиционной системе мифологических представлений.

Героические образы отражают смену культурных парадигм. Образы героев отражают ценностные ориентиры общества, в то же время они способны сами формировать идеологию общества, выстраивать шкалу ценностей. Подчеркивая наднациональный, универсальный характер феномена героизма и развития образа героя от мифического и легендарного до его превращения в героя религиозного, затем в героя конкретной профессиональной деятельности и в героя массовой культуры, отметим национально-культурную и историческую

детерминированность героических образов, их способность к сохранению национальной самобытности. Процессы и механизмы формирования героического сознания обладают определенной спецификой в каждой национальной культуре. В главе описаны тенденции эволюции русской, британской и американской героических парадигм от мифологии к идеологии.

Русская героическая парадигма имеет длительную историю развития от мифологических концепций к идеологическим. Первый период становления героев – мифологический. Описанные в текстах русских былин, легенд и песен старшие богатыри, древние герои русского былинного эпоса *Микула Селянинович*, *Вольга Святославич*, *Святогор* и младшие богатыри *Илья Муромец*, *Алеши Попович*, *Добрыня Никитич* – богатыри-великаны, в образах которых отражается групповой характер русского общества. Второй период – религиозный, отмеченный появлением религиозных героев. Русская православная церковь создала свой пантеон героев, представленных идеализированными образами монахов, правителей и военачальников, мучеников и святых: *Александр Невский*, *Сергей Радонежский*, *Ксения Петербургская*, *Иоанн Кронштадтский*.

Легендарные герои прошлого приобрели в советское время новые черты. Появились герои труда, герои пятилетки, герои науки и производства. Имя *Алексея Стаханова* стало символом выдающихся трудовых достижений. Летчик-испытатель *Валерий Чкалов* и первый космонавт *Юрий Гагарин*, проявив героизм в воздухе и космосе, стали символами достижений советской авиации и космонавтики. Герои были нужны до и после Великой Отечественной войны. Их имена были известны всем, их образы культивировались, чтобы продемонстрировать возможность подвига для многих советских граждан.

Британские герои образуют целостную мифологическую и идеологическую героическую парадигму. Мифические британские герои, в отличие от американских и русских, в равной степени представлены мужскими и женскими культовыми фигурами. Значимые для британской лингвокультуры герои мифического периода – *король Артур*, *рыцари Круглого Стола*, *Святой Георгий* и *король Альфред Великий*. Их образы популяризируются в литературе, искусстве, телепрограммах и фильмах.

В длинный список национальных британских героев входят монархи (*Генрих VIII*, *Елизавета I*, королева *Виктория*), политики и военные (*Уильям Гладстон*, *Артур Уэлсли Веллингтон*, *Горацио Нельсон*, *Уинстон Черчилль*), шпионы (*Лоуренс Аравийский*), пираты (*Фрэнсис Дрейк*), ученые (*Исаак Ньютон*), изобретатели (*Джеймс Ватт*), писатели (*Уильям Шекспир*), философы (*Томас Пейн*), музыканты (*Джон Леннон*) и др.

Современная британская героическая парадигма отражена в ежегодно обновляющихся списках величайших британцев. В них всегда упоминаются имена

сэра *Уинстона Черчилля*, инженера *Изамбарда Брюнеля*, принцессы *Дианы*. В списке «100 величайших британцев» по версии ВВС широко представлены короли, королевы и члены их семей, ученые и изобретатели, писатели и музыканты. Десять первых позиций занимают *Уинстон Черчилль*, *Изамбард Брюнель*, *принцесса Диана*, *Чарльз Дарвин*, *Уильям Шекспир*, *Исаак Ньютон*, *Елизавета I*, *Джон Леннон*, *Горацио Нельсон*, *Оливер Кромвель*.

В настоящее время существует тенденция героизировать деятелей кино и телевидения, публичных персон и знаменитостей, выдающихся спортсменов. Среди современных британских медийных героев *Кэрол Вордерман*, *Крис Эванс*, *Дэвид* и *Виктория Бекхэмы*, *Джейми Оливер*, *Стив Редгрейв* и др.

Американская героическая парадигма сложилась на основе христианских мифов и североамериканских легенд, сформировалась после Гражданской войны и провозглашения независимости. В ней можно выделить четыре типа героев. К первому типу относятся выдающиеся американцы, идеализированные политические и государственные деятели. Так, *Джордж Вашингтон* и *Бенджамин Франклин*, отцы-основатели США, *Томас Джефферсон*, архитектор Декларации независимости, *Авраам Линкольн*, освободитель американских рабов, – все еще находятся в центре американской героической парадигмы.

Ко второму типу относятся демократические герои, ставшие неотъемлемой частью американского фольклора. Они похожи на великанов классической мифологии. Назовем *Дэвида Крокетта*, короля фронта, охотника, конгрессмена, самого известного героя в период освоения западных американских территорий, и *Майка Финка*, американского лодочника, стрелка, разведчика.

К третьему типу относятся герои, созданные писателями и журналистами, среди которых *Пекос Билл*, герой-ковбой, придуманный Эдвардом О'Райли, или *Поль Баньян* – гигантский лесоруб, превратившийся в национального символа и героя США благодаря популяризации в массовой культуре и рекламе. Эти образы олицетворяют архетип героя труда, идеалы большинства населения, которые в дальнейшем модернизировались в мифологическую и идеологическую концепцию *Супермена*, составляющую основу для выделения четвертого типа героя американской культуры.

Супермен впервые появился в комиксах в 1938 г. как отражение идеологии среднего американца. Первый *Супермен* породил десятки более конкретных суперменов и суперженщин: *Капитан Америка*, *Железный человек*, *Человек-паук*, *Супергерл*, *Тор*, *Халк* и т.д. Так, к четвертому типу относятся герои – искусственные образы, созданные средствами массовой информации. Они отражают особенности общественного сознания, его доминирующую идеологию, приписывающую сверхъестественные качества простым людям, превращая их в пример для подражания.

Вторая часть главы посвящена изучению национальной специфики представлений о герое в русской и англоязычной лингвокультурах на материале лексикографических источников русского и английского языков. Обнаружено, что герой в рассматриваемых лингвокультурах наделяется исключительными характеристиками. Герой в языковом сознании русского человека обладает такими качествами, как *мужество, бесстрашие, стойкость, готовность к самопожертвованию, доблесть, храбрость, самоотверженность, смелость*; в сознании носителя английского языка и культуры – *great bravery* (большая храбрость), *great courage / noble courage / exceptional courage* (большое мужество / благородная смелость / исключительная смелость), *nobility* (благородство, великодушие), *strength* (сила), *godlike prowess* (доблесть, удаль, отвага), *beneficence* (милосердие, доброта, жертвенность), *intelligence* (ум, интеллект), *fortitude* (сила духа, стойкость).

Многочисленные репрезентации концепта ГЕРОЙ в лексикографических источниках предполагают разнообразие героических типов. Наиболее общеупотребительными в русском языке являются устойчивые языковые репрезентации, образованные путем конкретизации лексического значения. Среди них: *герой войны, герои-пионеры, неизвестный герой, национальный герой*. Уточняющими являются примеры, относящиеся к званиям, установленным в СССР и Российской Федерации: *герой СССР, герой РФ, герой социалистического труда, герой труда РФ, город-герой, крепость-герой, мать-героиня*. В английском языке также происходит уточнение значения лексемы ГЕРОЙ: *national hero* – национальный герой, *local hero / hometown hero* – локальный / местный герой, *folk hero* – фольклорный герой, *the frontier hero* – герой фронта, *hero of the masses / the people's hero* – народный герой, *day hero / the hero of the day / hour* – герой дня. Однако в англоязычных странах не реализуется система официального присвоения почетного звания героя (высшая награда в Великобритании – Крест Виктории и статус «кавалер Креста Виктории», в США – медаль Конгресса и Президентская медаль Свободы, статус медали не оформлен в виде закона).

Героизация является сложным социально обусловленным явлением, в центре которого находится человек, совершивший поступок, оцениваемый обществом как героический в зависимости от системы ценностных координат, что подтверждается анализом репрезентативности изучения лингвокультурного концепта ГЕРОЙ на материале национального корпуса русского языка и словарей лексической сочетаемости английского языка. В работе сделаны выводы о национально-культурной детерминированности и субъективности восприятия героических образов. В результате исследования доказано, что герой – это статус, которым наделяется человек только при условии оценки общественностью.

Когнитивная модель героизации представлена в виде схемы (Рисунок 2), которую можно описать следующим образом: в центре героизации находится человек (реальная личность или вымышленный персонаж), совершивший действие или поступок. Этот поступок может оцениваться обществом как героический в зависимости от системы ценностных координат. При оценке действия как героического (т.е. как социально-значимого, поддерживающего устоявшийся миропорядок и систему ценностей) общество наделяет человека статусом героя, происходит культивирование героя, в котором задействованы механизмы прославления и почитания героя. Приобретая статус героя, человек начинает выполнять функцию трансляции и одновременно формирования системы ценностных установок данного общества. Человек пребывает в этом статусе длительный или непродолжительный период времени в зависимости от потребностей времени и общественной идеологии. Отмечено также, что оппозиция СВОЙ – ЧУЖОЙ применительно к категории героического является ее понятийно-смысловым ядром.

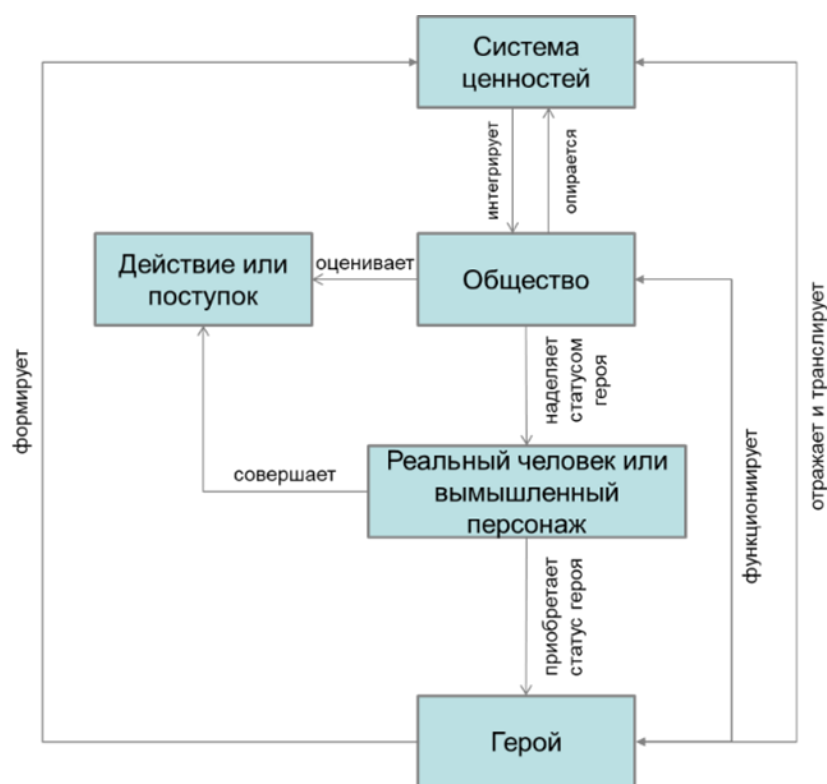


Рисунок 2 – Когнитивная модель героизации

Процесс наименования, переименования и доименования топонимических объектов представляется в диссертации идеологически обусловленным процессом, изучение которого является ценным источником для фиксации изменений героической парадигмы в той или иной лингвокультуре. Определяется понятие «коммеморатив» и выделяются его виды.

Коммеморативы – героические идеологемы, образованные как результат процесса коммеморации знаковых для общества личностей в целях закрепления в коллективном сознании образцов героического поведения и реализующие ценностные и идеологические установки общества. **Универсальные коммеморативы** – это коммеморативные названия топонимических объектов, не отличающиеся оригинальностью и встречающиеся повсеместно в лингвистическом ландшафте страны и отражающие официальную идеологию и историю. **Уникальные коммеморативы** – это коммеморативные названия локальных топонимических объектов, являющиеся частью регионального лингвистического ландшафта, в которых отражается идеология и история развития региона, позволяющие проследить особенности локальной героизации. **Личностные коммеморативы** – это коммеморативные названия памятных объектов в языковом ландшафте страны или региона, посвященные отдельным выдающимся личностям. **Обобщающие коммеморативы** – коммеморативные названия памятных объектов в языковом ландшафте страны или региона, в которых отсутствуют посвящения отдельным выдающимся личностям.

В разделе «Реализация героических идеологем в коммеморативах» анализируются коммеморативы – названия аэропортов, присвоенные по итогам конкурса «Великие имена России», проведенного в 2019 г. Установлено, что российские граждане остановили свой выбор при наименовании аэропортов на именах людей четырех сфер профессиональной деятельности:

1. Люди искусства: *Федор Абрамов, Иван Айвазовский, Виссарион Белинский, Владимир Высоцкий, Федор Достоевский, Мустай Карим, Борис Кустодиев, Михаил Лермонтов, Платон Ойунский, Александр Пушкин, Юрий Рытхэу, Габдулла Тукай, Дмитрий Хворостовский, Антон Чехов.*

2. Ученые: *Владимир Арсеньев, Иван Губкин, Николай Камов, Дмитрий Карбышев, Сергей Королев, Игорь Курчатов, Михаил Ломоносов, Дмитрий Менделеев, Фарман Салманов, Николай Урванцев, Константин Циолковский, Владимир Шухов.*

3. Государственные деятели, военные, мореплаватели: *Александр Суворов, Витус Беринг, Екатерина II Великая, Елизавета Петровна, Княгиня Ольга, Николай Лемаев, Виктор Муравленко, Николай Муравьев-Амурский, Геннадий Невельской, Николай II Романов, Петр I Великий.*

4. Летчики, космонавты: *Петр Истомин, Владимир Коккинаки, Алексей Маресьев, Андриян Николаев, Александр Покрышкин, Виталий Севастьянов, Андрей Туполев, Валерий Чкалов.*

Выявлено, что в коммеморативах – названиях аэропортов вновь героизируются дегероизированные в прошлом имена царей и цариц, реализуя

необходимость в создании и закреплении в массовом сознании новых идеологем и переосмыслении старых идеологем.

Далее в разделе проанализированы коммеморативные топонимы Челябинской области как региональные героические идеологемы, входящие в состав героической парадигмы. Доказано, что в уникальных региональных коммеморативах реализована как идеологическая, так и локальная составляющая, позволяющая проследить важные этапы истории региона, героизированные в именах ее участников. Так, в ходе исследования выделено несколько групп уникальных локальных коммеморативов-антропотопонимов.

1. Посвящения первопоселенцам: отыменные топонимы *Баландино* (от Баландин), *Бухарино* (от Бухарин), *Долгая* (от Долгий), *Исаково* (от Исаков), *Казанцево* (от Казанцев), *Костыли* (от Костылев), *Малышево* (от Малышевых), *Першино* (от Першин), *Полетаево* (от Полетаев), в названии пригорода Челябинска и одноименного озера *Синеглазово* (от Синеглазов) и др.

2. Посвящения казачьим атаманам и губернаторам: имена атаманов П. О. Агапова (*Агаповский*), К. Н. Боборыкина (*поселок Бабарыкинский* с измененной орфографией онима), А. А. Углицкого (*поселок Углицкий*) и др.

3. Посвящения башкирским старшинам: *Аязгулова*, *Байгазина*, *Махмудова* и др.

4. Посвящения горнозаводчикам и земледельцам: *Катав-Ивановск* (название содержит башкирское название реки, происходящее от этнонима *Катай*, вторая часть топонима связана с именами купцов и промышленников *Ивана Твердышева* и *Ивана Мясникова*), *Нязепетровск* (в названии города объединены башкирский гидроним *Нязя* и имя основателя завода *Петра Осокина*), *Клеопино* (от фамилии земледельца Н. Г. Клеопина) и др.

5. Посвящения предводителям восстаний: *Пугачевский*, *Степана Разина*.

В рамках исследования реализации героических идеологем в коммеморативах анализируются названия памятников и памятных досок Челябинской области. Обнаружено, что стереотипные названия памятников соответствуют государственной коммеморативной практике недавнего советского прошлого (памятники *Ленину*, *Павшим революционерам*, *Добровольцам-танкистам* и др.), в то время как в новых коммеморативах, с одной стороны, героизируются советские антигерои, а с другой стороны, расширяется сфера героизации, увеличивается число региональных коммеморативов. Личностные региональные коммеморативы посвящены героям войн, политикам, директорам крупных заводов области: героям-афганцам *Е. В. Бондаренко*, *С. Д. Вечкутову*, *А. В. Лукишину*, горному инженеру *П. П. Аносову*, создателю златоустовской гравюры на стали *И. Н. Бушуеву* в Златоусте, *Устроителю южноуральского края Ивану Неплюеву* в Троицке, физику *И. В. Курчатову* в Челябинске, создателю научно-конструкторской школы

морского стратегического ракетостроения *В. П. Макееву* в Миассе, директорам заводов *Я. П. Осадчому, В. М. Илейко* и др.

В большинстве обобщающих коммеморативов реализуется профессиональная, локальная и временная составляющие. Обобщающие коммеморативы свидетельствуют об участии южноуральцев в Великой Отечественной войне: *Выпускникам и учителям школы № 1, погибшим в годы Великой Отечественной войны, Памяти погибших работников кожевенного завода, Горнякам шахты 21-22-23, погибшим в годы Великой Отечественной войны* и др. К профессиональным коммеморативам относятся названия памятников представителям мирных профессий, закономерных для промышленного региона: *Доменщику, Металлургу, Кузнецу, Горнякам-шахтерам горноспасателям, Нефтедобытчикам, Ликвидаторам радиационных аварий и катастроф, Первым комсомольцам-строителям Магнитки.*

Новые региональные коммеморативы отражают тенденцию постепенного устранения дисбаланса между преобладающими в региональном лингвистическом ландшафте памятными названиями советского периода и новыми героическими идеологемами.

В англоязычной топонимической системе аналогичным образом находят отражение как универсальные, так и уникальные особенности героизации. В англоязычных коммеморативах происходит увековечение памяти мореплавателей-первооткрывателей, исследователей, первых поселенцев (*Columbia, Hudson River, Carson City, Buckingham*), выдающихся государственных и общественно-политических деятелей, военачальников, президентов (*Washington, Adams, Jefferson, Madison, Sherman, Dallas, Hamilton, Wellington*), королей и монархов (*King Alfred Avenue, Victoria Street, Prince Albert Road, Queen Elisabeth Road*), ученых и деятелей культуры и искусства (*Mount Einstein, Picasso Park, Flemingate, Telford*), святых (*Saint Pauls, Saint Matthews*), мифических персонажей (*Hercules, Achilles*), обычных, не выдающихся людей Великобритании и США (*Johnson*).

Репрезентация процесса героизации в языковом ландшафте страны или региона является универсальным явлением, характерными особенностями которого как в русской, так и в англоязычных лингвокультурах являются:

1. Идеологизированность процесса.
2. Стереотипность и повторяемость героических номинаций.
3. Связь с историческими событиями.
4. Узнаваемость имен героев и их признание большинством населения.
5. Открытый характер героической парадигмы, ее обновляемость.
6. Дегероизация и, как следствие, переименования в результате смены идеологии.

В третьей главе «Универсальные характеристики героических парадигм» образ героя рассматривается как воплощение общечеловеческих и индивидуальных ценностей. Отмечено, что образ героя представляет собой воплощение общечеловеческих ценностей, что подтверждается проявлениями героизма в повседневной жизни. В подразделе «Концепция «банальности героизма» и вербализация представлений о «герое повседневности» в русских и англоязычных текстах массмедийного дискурса» излагается концепция «банальности героизма», которая предполагает, что все являются потенциальными героями, которые ожидают определенного момента в жизни, чтобы совершить подвиг, то есть героизм рассматривается как некое универсальное качество, свойственное человеку по природе, а не как исключительная черта избранных; герои представляются простыми людьми, а не суперменами или людьми с особыми талантами. Подвиги обыкновенных людей рассматриваются как аксиогенные, то есть ценностно-порождающие ситуации.

В разделе «Герой как воплощение индивидуальных ценностей» вводится понятие «личный герой», которое соотносится с героическим типом «невоспетый герой» (“*unsung hero*”), согласно типологии С. Эллисона и Дж. Гуталса¹. В результате анализа ответов пользователей социального сервиса обмена знаниями Quora на вопрос о том, кто твой личный герой / кумир обнаружено, что статус личного героя могут приобретать родители, родственники, близкие люди, друзья. Личным героям приписываются характеристики, выраженные лексемами: *incredible* (невероятный), *inspiring* (вдохновляющий), *dynamic* (активный), *energetic* (энергичный), *fearless* (бесстрашный), *kind* (добрый), *loving* (любящий), *generous* (щедрый), *always helping people* (всегда помогающий людям), *patient* (терпеливый), *amazing* (удивительный), *brilliant* (выдающийся), *talented* (талантливый). Наиболее важным героическим свойством является самоотверженность, что находит подтверждение в анализируемых текстах.

В главе рассматриваются универсальные характеристики героической парадигмы: героизация в профессиональной сфере, героизация в сфере масс-медиа, героизация в социальной сфере. Трудовой героизм может встречаться во всех сферах профессиональной деятельности: в науке, образовании, политике, искусстве, спорте, на производстве и др. Раздел «Героизация в профессиональной сфере» посвящен изучению вербализации представлений о трудовом героизме в сознании современного русскоязычного человека на примере героя спорта и врача-героя.

Особенности героизации в спорте иллюстрируются на примере исследования трансформации образа фигуриста *Е. Плющенко* в сознании носителей русской

¹ <https://blog.richmond.edu/heroes/category/unsung-heroes/>

лингвоментальности (из героя в антигероя), происходящей в результате событий во время Олимпиады-2014, которые получили широкий общественный резонанс и неоднозначные оценки. Образ фигуриста *Е. Плющенко* в сознании носителей русской лингвоментальности представляется героическим и репрезентируется такими номинациями, как *абсолютный чемпион, человек с большой буквы, гениальный спортсмен, легенда, герой во всех смыслах этого слова, величайший фигурист всех времен и народов, идол, кумир* и др. Героической парадигме свойственен дуализм: герой может превратиться в антигероя за считанные минуты, а всенародная любовь и признание могут обернуться проявлением ненависти и злости. В ходе исследования обнаружено, что на языковом уровне это проявляется в следующих семантических оппозициях: *герой – предатель, герой – злодей, герой – жертва, герой – изгой, герой – враг народа, обожают – распинают (унижают), защищают – клеймят.*

В подразделе «Героизация в сфере медицины» описаны результаты исследования лингвистических особенностей героизации медицинских работников в массмедийном дискурсе в период пандемии коронавируса. Героический образ врача, находящегося на передовой борьбы с новой угрозой, в полной степени выражается в различных типах дискурса: массмедийном дискурсе, креолизованных текстах, фото- и видеоматериалах, комментариях пользователей интернет-сервисов и др. Основным лингвистическим средством героизации служит метафоризация. При анализе текстов массмедийного дискурса выявлено, что борьба с коронавирусом сравнивается с войной: медицинский персонал – это солдаты, сражающиеся с оружием в руках против страшного противника (вируса), стены медицинского учреждения, «красная зона» – это поле боя. В исследуемых текстах пандемия представлена как пространство военных действий: *идет настоящая война; напоминает все больше фронтную; абсолютно в военных условиях; проводить людей на войну, встретить людей с войны; они сражаются за каждого из нас; они сражаются за человеческие жизни; врачи вышли на фронт сражения; оказались на переднем крае борьбы с пандемией; они бесстрашно стоят на обороне; на войне с эпидемией; в самом эпицентре опасности.* Врачи, весь медицинский персонал, волонтеры предстают солдатами, которые сражаются с врагом: *врачи в полной экипировке по ту сторону стены; врачи и, правда, как солдаты, оставляют дом и добровольно уходят на фронт борьбы с коронавирусом; на передовой – медики; те, кто работает «на передовой»; врачи – маленькие солдатики на передовой, где идет война с коронавирусом; мобильный «спецназ».* Вирус – невидимый, но оттого не менее коварный враг: *это наш неопознанный враг, которого мы сейчас узнаем, и пытаемся выстроить ему барьер; коварный, невидимый враг; безжалостный и смертельный, угрожающий*

всем странам, нациям, людям всех вероисповеданий – COVID-19; типичный ласковый убийца.

В исследуемых текстах реализуется героический образ врачей, которые приравниваются к ангелам-хранителям: *ангелы-хранители; те, кто не останутся, несмотря на смертельную опасность и потери, которые несут каждый день; те, кто не жалея себя, забыв про усталость, пытаются помочь; они крутые у нас; герои в белых халатах; герои без масок; ангелы в белых халатах.*

Героизация медиков в период пандемии, выраженная в различных вербальных и визуальных конструктах, наглядно демонстрирует, что язык оперативно реагирует на все явления, происходящие в жизни общества. Канонизированные стереотипные герои перестают выполнять свою функцию. Текущее положение дел формирует запрос на определенный героический тип. В условиях пандемии на такой запрос может ответить образ врача-героя.

Универсальной характеристикой героической парадигмы является героизация в сфере масс-медиа. Медийная героизация становится все более заметной частью процесса героизации как в отечественной лингвокультуре в целом, так и в локальном пространстве, в частности. Героизация, не обусловленная подвигом, в настоящее время реализуется в новом формате. Изменился канал получения информации: большинство людей сегодня получают информацию через каналы СМИ, в том числе новые медиа (YouTube, TikTok, социальные сети), посредством которых осуществляется трансляция образов, образцов, ценностей. Героические образы создает сетевая аудитория, а герой приобретает свой социальный статус только при соблюдении условий медийности. Появляются и новые критерии вхождения в пантеон героев – количество просмотров, лайков, комментариев, число подписчиков. Новые медийные герои воплощают ценности современной молодежи.

В разделе «Героизация в сфере масс-медиа» определяется понятие «медийный герой»; по результатам исследования образов современных медийных героев России, Великобритании и США выделены основные героические типы в рамках медийной героизации, такие как медийный герой-филантроп, знаменитости с предписанной, достигнутой и приписанной известностью (согласно терминологии К. Роджека)².

Медийный герой-филантроп – известная публичная личность, которая использует свою популярность в целях решения социально-значимых задач, вызывая общественное одобрение и восхищение; звезда, занимающаяся благотворительностью, создающая фонды для поддержки тех, кто оказался в тяжелом положении не ради пиара, а исходя из ценностных ориентаций.

² Rojek, K. Celebrity / K. Rojek. – London: Reaktion Books, 2001. – 208 p.

Знаменитость с предписанной известностью – знаменитость, основа известности которой predetermined и звездный статус определен родословной.

Знаменитость с достигнутой известностью – знаменитость, звездный статус которой происходит от достижений человека в условиях конкуренции; человек, прославившийся благодаря художественному дарованию или спортивным победам и признаваемый обществом как одаренный и талантливый.

Знаменитость с приписанной известностью – знаменитость, известность которой получена в результате псевдособытия, то есть события, полностью созданного медиа, часто не имеющего ничего общего с реальностью; известная личность, причины популярности которой не очевидны для общественности.

Универсальный характер свойствен и героизации в социальной сфере, которая может быть выражена двумя героическими типами: герой-подвижник и преодолевающий герой.

В подразделе «Представление о герое-подвижнике в русском языковом сознании» рассматривается реализация представлений о герое-подвижнике в сознании русскоязычного человека на материале контента интернет-портала «Своя колея». В результате исследования обнаружено, что на языковом уровне представления о герое-подвижнике вербализуются в сознании носителя русской лингвоментальности следующим образом: мужественный человек, который посвятил свою жизнь подвижническому служению другим людям и проявляет верность выбранному пути. Самоотверженность и жертвенность сочетается в нем с профессионализмом и мастерством.

Подраздел «Представления о преодолевающем герое в англоязычном сознании» посвящен изучению вербализации представлений о спортсмене-паралимпийце как преодолевающем герое в английской лингвокультуре по материалам британской прессы о XXX Паралимпийских Играх в Лондоне. В результате исследования составлено лингвокультурологическое поле концепта, к центру и ближней периферии которого относятся номинации, представляющие паралимпийца героем, модельной личностью, образцом для подражания.

Ядро лингвокультурологического поля концепта СПОРТСМЕН-ПАРАЛИМПИЕЦ составляют номинации, передающие основное значение: *the athletes* (спортсмены), *the competitors* (участники соревнований), *the winners* (победители), *the world record holders* (рекордсмены мира), *the champions* (чемпионы). К центру лингвокультурологического поля относятся номинации, актуализирующие героический образ паралимпийца: *a hero* (герой), *the ultimate hero* (абсолютный герой), *the home hero* (герой домашней Олимпиады), *a proud hero* (гордый герой), *an unlikely hero* (невероятный герой). К ближней периферии относятся номинации, представляющие паралимпийца модельной личностью, образцом для подражания: *a really great idol* (действительно великий идол), *the role*

model (образец для подражания), *a great role model to look up to* (отличный образец для подражания, на который можно равняться). К дальней периферии относятся номинации, подчеркивающие исключительность спортсменов (метафорические представления, эпитеты, индивидуальные ассоциации, превосходные степени): *a great athlete* (великий спортсмен), *a fantastic guy* (фантастический парень), *a Grecian God with fab biceps* (греческий бог с потрясающими бицепсами), *a bird of paradise* (райская птица), *the superhuman participants* (участники со сверхчеловеческой силой), *the happiest guy on the planet* (самый счастливый парень на планете), *an elite competitor* (участник высшего класса), *an inspirational athlete* (вдохновляющий спортсмен), *the fastest man on the planet* (самый быстрый человек на планете), *absolutely incredible people* (совершенно невероятные люди). В исследовании продемонстрировано, что процесс героизации образа спортсмена-паралимпийца в сознании носителей английской лингвоментальности реализуется на лексическом и дискурсивном уровнях.

В разделе «Героизация в подростковой и молодежной среде» приводятся результаты исследования особенностей героизации среди подростков, согласно которым в юношеской среде значение лексемы «герой» синонимично понятиям «персонаж» и «кумир»; герой не демонстрирует выдающихся героических поступков, не совершает подвигов. В заключительной части главы описаны результаты цепочечного ассоциативного эксперимента, проведенного автором с целью диагностики представлений о герое в сознании современной российской молодежи. В ходе эксперимента установлено, что к ядру ассоциативного поля концепта ГЕРОЙ относятся лексемы *война* (22 / 2,86%)³, *сила* (21 / 2,73%), *подвиг* (19 / 2,47%) и *отвага* (18 / 2,34%) как наиболее частотные. К ближней периферии – *мужчина* (13 / 1,69%), *победа* (13 / 1,69%), *слава* (11 / 1,43%), *защита* (10 / 1,30%), *меч* (10 / 1,30%) и *честь* (10 / 1,30%). К дальней периферии – *мужество* (9 / 1,17%), *смелость* (9 / 1,17%), *помощь* (8 / 1,04%), *смерть* (8 / 1,04%), *человек* (8 / 1,04%), *воин* (7 / 0,91%), *медаль* (7 / 0,91%), *Отечество* (7 / 0,91%), *Родина* (7 / 0,91%). В результате выявлено, что при моделировании языкового сознания молодых людей – носителей русской лингвокультуры – актуализируются представления о герое как человеке, совершившем оцененный потомками военный подвиг во имя Родины.

В четвертой главе «**Уникальные характеристики героических парадигм в русской, британской и американской лингвокультурах**» национальный герой рассмотрен как средство воплощения и формирования национальных ценностей. Отмечается, что национальные ценности служат средством национальной идентичности и выступают регулятором общественного поведения людей одной этнической принадлежности. В системе ценностей находит отражение

³ Здесь и далее в скобках указаны частотность слова-реакции и процентное соотношение к общему количеству реакций.

историческое и культурное своеобразие того или иного народа. В каждой лингвокультуре существует стабильная шкала ценностей, посредством которой обеспечивается национальное единство, сохраняется самобытность и целостность культуры определённого этноса. В образе национального героя воплощается то, что ценно для представителей определенной лингвокультуры в конкретный исторический период. Объединяясь вокруг героя, люди одной этнической общности демонстрируют желание быть сопричастными к высшим проявлениям человеческой личности и идентифицировать себя с лучшими представителями своей нации.

В подразделе «Персонифицированный символ страны как средство формирования национальной идентичности» описываются персонифицированные символы Великобритании, США и России. *Россия-матушка / Родина-мать* – персонифицированный символ России, важный компонент русской национальной идентичности, получивший отражение в литературе, искусстве, политической риторике, массовой культуре и призванный сплотить и мобилизовать людей на коллективные действия в военное время. Самым известным воплощением образа *Родины-Матери* является статуя «Родина-мать зовёт!» на Мамаевом кургане в Волгограде.

Британия – персонифицированный символ Великобритании, представляющий собой образ сильной королевы; мифическая фигура женщины, часто изображаемая на колеснице с копьём и щитом. *Джон Буль* – персонифицированный символ Великобритании, собирательный образ типичного англичанина, нередко встречающийся в карикатурах, художественных произведениях и фольклоре; толстяк с бакенбардами и цилиндром на голове, во время Первой мировой войны изображавшийся на агитационных плакатах Великобритании. Образ олицетворяет английское упрямство, силу, презрительное отношение ко всему не английскому.

Дядя Сэм – персонифицированный символ США, получивший особую известность во время Первой мировой войны, когда он был изображен на плакате, призывавшем добровольцев вступить в американскую армию и принять участие в войне на территории Европы. В современном прочтении образ *Дяди Сэма* ассоциируется не с США в целом, а с правительством. *Колумбия* – персонифицированный символ США, женский образ, олицетворявший Америку после Американской революции; персонаж популярных в США в 1920-х гг. политических мультфильмов и комиксов, изображенный на заставке кинокомпании “Columbia Pictures”. *Либертас* – персонифицированный символ США, представляющий собой образ богини свободы *Либертас*, воплощенный в Статуе Свободы – величественном скульптурном монументе, посвященном обретению США независимости.

В рамках исследования образов национальных героев русской лингвокультуры рассматриваются мифологизированные герои русской национальной картины мира: богатыри русского героического эпоса – *Илья Муромец, Добрыня Никитич и Алеша Попович*, являющиеся выражением народной силы, бескорыстия, духовного братства, служения родине. Обращение к былинным образам является традиционным для русской лингвоментальности, а богатырь остается образцом для подражания в рамках современной культурной традиции. К образам богатырей обращались писатели, поэты, художники, композиторы прошлого века; они продолжают широко транслироваться в современной анимации, художественном творчестве, рекламе.

В подразделе «Проблема поиска национального героя России» выявлены репрезентации концепта ГЕРОЙ в сознании носителей русской лингвоментальности на материале современного публицистического дискурса: *люди особой судьбы; цвет нации; золотой фонд государства; наше секретное оружие; образцовый россиянин; вершины гражданской доблести; горный пик в рельефе; носители вечных ценностей; величайшая драгоценность любой страны; самое великое достояние России; высшее проявление гражданской доблести; люди, до конца выполнившие свой долг; люди, воплотившие в себе лучшие качества человека; святые люди.*

В подразделе «Национальная специфика представлений о трудовом героизме в русской лингвокультуре» исследуются репрезентации, объективирующие уникальный концепт русской лингвоментальности ГЕРОЙ ТРУДА, на материале современного публицистического и массмедийного дискурсов. В результате анализа обнаружено расхождение между официальным и обыденным пониманием данного концепта, неразрывно связанным с историческим опытом народа. Ядерную часть концепта ГЕРОЙ ТРУДА объективируют слова и словосочетания: *высшая степень отличия за особые трудовые заслуги перед государством и народом, новая государственная награда страны, знак высокой оценки заслуг граждан России, звание, награда, медаль.* Вместе с тем выявлены эмоционально окрашенные репрезентации: *медалька, побрякушки, всякие звания, значок, фанерка, звездочка, цацки, бирюльки, совершенно искусственные штучки, советские примочки* и др. Переосмысление и переоценка ценностей советского времени привела к тому, что данное понятие стало восприниматься в современном обществе негативно либо иронически.

В подразделе «Представления о национальном герое в русском языковом сознании» рассматривается образ космонавта *Юрия Гагарина* как русского национального героя. В результате исследования выявлены и обобщены представления современного русскоязычного человека о подвиге *Ю. Гагарина* на материале комментариев пользователей к документальным фильмам о первом

космонавте планеты. В большинстве комментариев зрители выражают гордость за Родину, восхищаются героем: *Великий человек Гагарин, помним и не забудем никогда. / Великий момент в истории человечества, замечательный, умный и смелый человек – Юрий Гагарин! / Горжусь за него – парень прожил не зря... / Гагарин – самый геройский герой всех времен и народов! / Гордость нации и человек мира. / Мой кумир, великий человек. / Настоящий Русский герой. / Человек рисковал своей жизнью, не зная наверняка, выживет или нет. Гагарин, ты настоящий герой!!! / Мой кумир!! Жаль я не родился в то время. / Великий человек!!* Результаты исследования продемонстрировали, что и в современном обществе Ю. Гагарин удерживает позиции культурного эталона, остается героем в глазах современных российских граждан. Мифологизация исторического события – первого в истории человечества космического полета – служит способом сохранения исторической памяти, а героизация образа Ю. Гагарина – способом сохранения и трансляции национальных ценностей, выражения патриотизма.

В рамках исследования образов национальных героев британской лингвокультуры рассматриваются мифологизированные герои британской национальной картины мира: легендарный вождь бриттов *король Артур* и благородный разбойник *Робин Гуд*. *Король Артур* является устойчивым мифологизированным героем британской и европейской культуры и представляет собой архетип мудрого правителя и воплощение рыцарских идеалов чести, доблести, отваги, благородства; это неутомимый борец за свободу и веру своего народа, защитник обиженных и униженных. О приключениях *Артура* и *рыцарей Круглого стола* написано множество книг, им посвящены картины, витражи, фрески, музыкальные произведения, компьютерные игры, комиксы, художественные и анимационные фильмы, сериалы; именем *короля Артура* названы тематические парки, туристические достопримечательности.

Робин Гуд – популярный герой средневековых английских народных баллад, образ которого трансформировался под потребности времени и новой аудитории, выразитель чувств и идеалов всех англичан, воплощающий мечты о социальной справедливости, свободе и приключениях. Образ *Робин Гуда*, как и других мифологизированных персонажей, менялся вместе со сменой эпох. Многовековая популярность *Робин Гуда* зафиксирована в топонимической системе Великобритании. В ходе исследования было обнаружено более 120 топонимов, посвященных легендарному стрелку и его разбойникам: *Robin Hood's Grave* (Могила Робин Гуда); *Robin Hood Airport* (аэропорт Робин Гуда); *Robin Hood Bay* (Залив Робин Гуда); *Robin Hood Village* (Деревня Робин Гуда); *Robin Hood Hills* (Холмы Робин Гуда).

В подразделе «Представления о национальном герое в языковом сознании британцев» изучены многочисленные репрезентации образа английской «королевы

сердец» *принцессы Дианы*, среди которых: *queen of style* (королева стиля), *queen of hearts* (королева сердец), *princess of the people* (народная принцесса), *an English rose* (английская роза), *icon* (икона), *a goddess* (богиня), *humanitarian* (филантроп), *an angel* (ангел), *a model princess* (образцовая принцесса) и др.

В рамках исследования образов национальных героев американской лингвокультуры рассматриваются легендарные герои американской национальной языковой картины мира, образы которых складывались в процессе формирования американского государства: гигантский лесоруб *Поль Баньян*, ковбой *Пекос Билл*, лодочник и стрелок *Майк Финк*, рабочий-путеец *Джон Генри*, охотник и политик *Дэви Крокетт*, фермер *Джонни Эпплсид*. Персонажи фронта представляют собой хвастливых гигантов, которым по плечу любая работа, и являются олицетворением нечеловеческой физической силы, отваги, выносливости и чувства юмора, которые были необходимы американским пионерам для освоения новых земель. Американские мифологизированные герои – это прежде всего труженики, герои труда, относящиеся к самым разным профессиям от агрария до железнодорожника. Отметим, что американские концепции успеха и индивидуализма, то есть американской мечты и идеала «человека, который сделал себя сам» находят свое отражение и берут начало в легендах фронта.

В подразделе «Представления о национальных героях в языковом сознании американцев» рассматриваются образы, составляющие основу героической парадигмы США: *Джордж Вашингтон*, *Бенджамин Франклин*, *Томас Джефферсон* и *Авраам Линкольн*, героический статус которых подтверждается многочисленными репрезентациями президентов, обнаруженными в текстах публицистического дискурса и в материалах энциклопедии *Britannica*. Репрезентации образа *Дж Вашингтона* характеризуют его как американского национального героя: *founding father* (отец-основатель), *first farmer* (первый фермер), *a genuine American hero* (настоящий американский герой), *icon* (икона), *a man of civic virtue* (человек гражданской добродетели), *victor* (победитель), *daddy* (папа), *indispensable man* (незаменимый человек), *what a guy* (какой парень), *who wrote the American story* (тот, кто написал американскую историю), *great American* (великий американец) и др. Значимость фигуры *Вашингтона* подтверждает большое количество топонимов и микротопонимов, функционирующих в языковом сознании американцев. Имя первого президента носят горы, реки, озера, школы и колледжи, мосты, деревни и города, его изображение помещено на монетах и банкнотах, почтовых марках и др. К ойконимам, образованным от имени *Дж. Вашингтона*, относятся названия 53 городов, 31 округа, а также 237 поселков⁴.

⁴ Подсчитано по спискам топонимических объектов сайта <https://batchgeo.com/map/washington>

Франклин является образцом капиталистического духа и сохраняет функцию эталона в США, которая на протяжении всей истории изображается как страна открытых возможностей, где упорным трудом каждый может добиться успеха. Приводятся обнаруженные в материалах публицистического дискурса номинации, характеризующие *Франклина* как профессионала: *printer* (печатник), *author* (автор), *public servant* (государственный служащий), *writer* (писатель), *diplomatic representative* (дипломат), *scientist* (ученый), *inventor* (изобретатель), как образцового американца: *the founding father* (отец-основатель), *the first American self-made-man* (первый американец, сделавший себя сам), *who shaped generations over the course of two centuries* (тот, кто формировал самосознание американцев в течение двух столетий), *the ideal American* (идеальный американец), *a new Adam* (новый Адам), *a severely temporally displaced person* (человек, явно пришедший из другого времени), *man of steel and tact* (человек, обладающим стальным характером и чувством такта).

В материалах энциклопедии *Britannica* образ *Франклина* репрезентирован рядом номинаций, подчеркивающих особое положение Франклина в ценностной картине мира американцев: *the most famous American in the 18th century* (самый известный американец XVIII в.), *one of the most famous figures in the Western world of the 18th century* (одна из самых известных фигур в западном мире XVIII века), *one of the most celebrated and influential Americans who has ever lived* (один из самых знаменитых и влиятельных когда-либо живших американцев), *a simple man from an obscure background who emerged from the wilds of America to dazzle the entire intellectual world* (простой человек из американской глубинки, который стал светилом всего интеллектуального мира), *a living example of the natural untutored genius* (живой пример естественного природного гения Нового Света), *America's greatest diplomat* (величайший дипломат Америки), *one of the most extraordinary and brilliant public servants in U.S. history* (один из самых выдающихся и блестящих государственных служащих в истории США).

Результаты анализа подтвердили особое положение отцов-основателей США в ценностной картине мира американцев: *Вашингтон* – отец нации, воплощение ее независимости, суверенитета и единства; *Франклин* – воплощение идеального американца, человека, который сделал себя сам; *Джефферсон* – символ демократии и борец за свободу; *Линкольн* – спаситель единства и демократии, освободитель рабов.

В разделе «Национально-культурные особенности героизации» описывается национальная специфика и механизмы политической героизации: в русской лингвокультуре происходит героизация верховных руководителей, в британской – английских монархов, в американской – отцов-основателей США. В рамках исследования национально-культурной специфики героизации в британской

лингвокультуре изучена вербализация представлений об английских монархах на материале идиоматических выражений английского языка. В ходе анализа обнаружено большое количество идиоматических выражений «королевской тематики», например, пословицы и поговорки:

Kings have long arms/hands, many ears and many eyes (У королей длинные руки, много ушей и глаз);

The King never dies (Король бессмертен);

The King is dead. Long live the King! (Король умер. Да здравствует король!);

The King can do no wrong (Король не может быть не прав);

Like King, like people (Каков король, такой и народ);

The King reigns, but does not govern (Король царствует, но не правит) и др.

Отмечен ряд устойчивых выражений, основанных на переносе лексического значения: *the king's / queen's English* (дословно «королевский английский» – о стандартной, правильной форме английского языка, на которой говорят образованные люди в Великобритании); *the sport of kings* («спорт королей» – о профессиональных скачках); *the uncrowned king / queen of something* («некоронованный король / королева» – о ком-то, кого обычно считают лучшим в определенной области или деятельности) и др.

Героизация монархов является не только традицией, но и современной тенденцией; она происходит на языковом уровне, реализуется в многочисленных идиоматических выражениях, подтверждая особый статус монарха в сознании представителей британской лингвокультуры, свидетельствуя о востребованности и актуальности в культуре, образе жизни, национальном мировидении англичан образа короля / королевы, что проявляется во включении имен монархов в ежегодно обновляемые списки выдающихся британцев.

В разделе «Национально-культурные особенности дегероизации» описываются современные тенденции дегероизации в русской, британской и американской лингвокультурах. Самым ярким проявлением дегероизации и переоценки общественных ценностей в США и Великобритании является процесс сноса памятников историческим личностям, связанным с рабством, переименования топонимических объектов, что свидетельствует о смене героических парадигм, когда новая идеология представляет статуи лидерам Конфедерации в США и другим культовым для американской и британской культур героям как воплощение старой идеологии, романтизирующей прошлое и замалчивающей ужасы рабства, популяризирующей концепцию превосходства белой расы.

В рамках исследования современных тенденций дегероизации в британской и американской лингвокультурах изучается процесс дегероизации английского филантропа и предпринимателя *Эдварда Колстона* и пирата *Фрэнсиса Дрейка*,

американских президентов *Дж. Вашингтона* и *Т. Джефферсона* на материале англоязычного публицистического дискурса.

Образы британских национальных героев и американских президентов представлены номинациями с противоположным оценочным модусом. В текстах публицистического дискурса (“The Gardian”, “BBC News”, “CNN News”, “The Conversation”, “Sky News”) обнаружены репрезентации образа *Эдварда Колстона* с положительным оценочным модусом: *a man with extraordinary status* (человек с исключительным статусом), *a figure who had symbolised generosity, kindness and philanthropy* (фигура, которая символизировала щедрость, доброту и благотворительность), *a philanthropist who donated to charitable causes such as schools and hospitals in Bristol and London* (филантроп, который жертвовал на благотворительные цели школам и больницам Бристоля и Лондона); репрезентации с отрицательным оценочным модусом: *a man who made his money from buying and selling people* (человек, который зарабатывал деньги на покупке и продаже людей), *a man who made his fortune through human suffering* (человек, сделавший состояние на человеческих страданиях), *a figure who had symbolised injustice, suffering and oppression* (фигура, которая символизировала несправедливость, страдание и угнетение), *a slave trader* (работорговец); а также репрезентации с нейтральной оценкой: *an active member of the governing body of the RAC, which traded in enslaved Africans* (действительный член правления Королевской африканской компании, которая занималась торговлей порабощенными африканцами), *member of an influential and selective group of Bristol businessmen* (член влиятельной и избранной группы бристольских бизнесменов), *a mixture of good and bad – as we all are – and he seems to be singled out* (смесь хорошего и плохого – как и все мы – но его, кажется, выделяют).

В статьях публицистического издания “The New York Times” обнаружены репрезентации образа *Джефферсона* с положительным оценочным модусом: *a hero to be celebrated* (герой, которого нужно прославлять), *the spokesman of liberty* (тот, кто провозглашал свободу), *a champion of the common people* (защитник простых людей), *who is memorialized for eternity in marble in Washington D.C.* (тот, кто увековечен в мраморе в Вашингтоне, округ Колумбия), *one of the greatest men in American history and everyone owes him an enormous debt* (один из величайших людей в истории Америки, и все в долгу перед ним); а также репрезентации образа *Джефферсона* с отрицательным оценочным модусом: *a villain to be condemned* (злодей, заслуживающий порицания), *a racist, enslaved people owner* (расист, рабовладелец), *a despicable hypocrite* (подлый лицемер). Нейтрализация отрицательных высказываний подтверждается следующими примерами: *a man of many contradictions* (противоречивый человек), *a complex man both a villain and a hero, depending on who’s looking* (сложный человек: и злодей, и герой, в зависимости

от точки зрения), *a gentleman farmer depended on the institution of slavery* (джентльмен-фермер, который зависел от института рабства).

Наличие примеров с противоположной оценкой свидетельствует о сложности и противоречивости процесса полной или частичной дегероизации в рассматриваемых национальных языковых картинах мира. Отмечается, что в настоящий момент происходит смена героических парадигм и пересмотр тех культовых личностей, которые героизировались на протяжении столетий. Героическая парадигма как открытая и гибкая система, реагирующая на изменения в массовом сознании, связанные со сменой идеологических установок общества, трансформируется и переформатируется, и этот процесс является закономерным, повторяющимся вместе со сменой одного поколения другим. В современную эпоху основу для дегероизации начинает составлять принадлежность знаковой личности к определенной категории или мировоззренческой позиции.

В заключении формулируются итоги и намечаются перспективы диссертационного исследования. Исходя из положения о том, что процесс героизации универсален для всех лингвокультур и национально-специфичен для каждой конкретной лингвокультуры, в представленной диссертации ставилась цель проанализировать героическую парадигму как совокупность универсальных характеристик и национально-культурных особенностей репрезентации героического в русской и англоязычной лингвокультурах. Героическая парадигма представлена составляющей лингвокультурной парадигмы как модели языковой картины мира, которая может быть выражена через весь спектр ментальных единиц, обладающих национально-культурной спецификой и находящих выражение в языке, и реализуется в конкретной национальной картине мира. Основу героической парадигмы составляет многоуровневый концепт ГЕРОЙ как отражение процессов героизации в конкретной национальной языковой картине мира и не всегда четкое противопоставление концептов ГЕРОЙ – АНТИГЕРОЙ при смене идеологии и непосредственно связанных с идеологией общественных ценностей. Героическая парадигма может быть представлена как многообразие героев конкретной лингвокультуры, как открытая, сложноорганизованная система концептов, в которой реализуются ценностные, историко-культурные, общественно-политические, идеологические и экономические особенности общества.

Универсальные характеристики героической парадигмы заключаются в реализации представлений о герое как воплощении общечеловеческих и индивидуальных ценностей, в то время как уникальность, национально-культурная специфичность проявляется в реализации представлений о герое как воплощении национальных ценностей.

В процессе рассмотрения особенностей героизации в социальной сфере обнаружено, что прославление повседневных героев или «героев среди нас», отказ от типизации образа героя и конкретизация героического на примерах реальных людей является универсальной тенденцией героизации в русской и англоязычных лингвокультурах, свидетельствует о приоритете человеческой жизни в системе ценностных координат представителей рассматриваемых лингвокультур.

Героизация в профессиональной сфере, особенно героизация профессионалов, чья деятельность связана с непосредственным риском для жизни (пожарные, спасатели, военные и др.), является общей составляющей героических парадигм. Героизация людей героических профессий также обусловлена общечеловеческими ценностями. Однако не меньшую общественную оценку получают и великие ученые, выдающиеся деятели культуры и искусства, первопроходцы и новаторы, деятельность которых способствует развитию не только отдельной страны, но и мира в целом.

Медийная героизация становится все более заметной частью процесса героизации как в русской, так и в англоязычных лингвокультурах, а медийные герои начинают выступать как трансляторы ценностей, приоритетов, образцов, что свидетельствует о трансформации и расширении героической парадигмы и смещении планки героического до уровня одаренности, успешности, узнаваемости.

В проведенном исследовании выявлены уникальные черты героических парадигм русской и англоязычных лингвокультур посредством представления героического образа как олицетворения национального мировидения и самосознания. Образ героя является отражением и способом формирования ценностной картины мира, реализуя уникальные характеристики героических парадигм.

Перспектива исследования заключается в дальнейшей разработке методики моделирования и интерпретации представлений о героическом в сознании носителей определенного языка и культуры.

Содержание диссертации отражено в следующих публикациях автора.

Статьи в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, определенных перечнем ВАК Минобрнауки России:

1. Таскаева, А. В. Лингвокультурный образ героя в современных англоязычных музыкальных композициях / А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2012. – № 32 (286). – С. 118–123.

2. Таскаева, А. В. Ценности английской лингвокультуры в образе национального героя / А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2013. – № 22 (313). – С. 191–195.

3. Таскаева, А. В. Героизация образа спортсмена-паралимпийца (по материалам британской прессы о XXX Паралимпийских Играх в Лондоне) / А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2013. – № 24 (315). – С. 157–161.
4. Таскаева, А. В. «Герой труда» в концептуальной системе русского человека / А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2013. – № 37 (328). – С. 104–107.
5. Таскаева, А. В. Медийные герои как явление нового времени / А. В. Таскаева // Когнитивные исследования языка. – 2014. – Вып. 18. – С. 733–736.
6. Таскаева, А. В., Кременскова, О. А. Герой глазами современной молодежи (по данным ассоциативного эксперимента) / А. В. Таскаева, О. А. Кременскова // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2014. – № 23 (352). – С. 88–92.
7. Таскаева, А. В. Подвиг как аксиогенная ситуация / А. В. Таскаева // Когнитивные исследования языка. – 2015. – Вып. 20. – С. 733–740.
8. Таскаева, А. В. Осмысление феномена героизма: лингвокогнитивный подход / А. В. Таскаева // Когнитивные исследования языка. – 2015. – Вып. 22. – С. 859–862.
9. Таскаева, А. В. Таксономия героических личностей: психолингвистический подход / А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филологические науки. – 2017. – № 11 (407). – С. 58–60.
10. Таскаева, А. В. «Герой космоса» в лингвокультурном пространстве современной России / А. В. Таскаева // Когнитивные исследования языка. – 2019. – Вып. 37. – С. 328–334.
11. Таскаева, А. В. Патриотизм в современной информационной среде / А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филологические науки. – 2019. – № 10 (432). – С. 172–176.
12. Таскаева, А. В. Личный герой: особенности конкретизации героического / А. В. Таскаева // Когнитивные исследования языка. – 2020. – № 2 (41). – С. 976–980.
13. Питина, С. А., Таскаева, А. В. Личностные идеологемы (на материале названий аэропортов) / С. А. Питина, А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филологические науки. – 2020. – № 12 (446). – С. 94–101.
14. Таскаева, А. В., Питина, С. А. Лингвокогнитивный подход к типологизации героев / А. В. Таскаева, С. А. Питина // Когнитивные исследования языка – 2021. – № 3 (46). – С. 657–661.
15. Таскаева, А. В., Питина, С. А. Трансформация образа героя в медийном дискурсе / А. В. Таскаева, С. А. Питина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – № 7. – С. 2215–2220.

16. Таскаева, А. В. Особенности героизации медицинских работников в масс-медийном дискурсе в период пандемии / А. В. Таскаева // Филология и человек. – 2021. – № 2 – С. 19–35.

17. Питина, С. А., Таскаева, А. В. Названия памятных объектов Челябинской области как составляющая героической парадигмы / С. А. Питина, А. В. Таскаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. Серия: Филологические науки. – 2021. – № 9 (455). – С. 120–127.

Статья в издании, входящем в международные базы данных:

18. Pitina, S. A., Taskaeva, A. V. Heroic Paradigm Realization in English and Russian / S. A. Pitina, A. V. Taskaeva // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2016. – Vol. 232. – P. 49–54. – URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816312459>.

Монография и словарь:

19. Таскаева, А. В. Героическая лингвистика: монография / А. В. Таскаева, С. А. Питина. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2020. – 179 с.

20. Таскаева, А. В. Герои России, Великобритании и США: лингвокультурологический иллюстрированный словарь / А. В. Таскаева. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2021. – 74 с.

Другие научные публикации:

21. Таскаева, А. В. Образ национального героя России (на материале публицистического дискурса) / А. В. Таскаева // VI Лазаревские чтения «Лики традиционной культуры в начале XXI столетия»: материалы междунар. науч. конф.; сост. Л. Н. Лазарева. – Челябинск: Челябинская академия культуры и искусств, 2013. – С. 233–237.

22. Таскаева, А. В. Реализация образа национального героя в публицистическом дискурсе / А. В. Таскаева // Судьбы национальных культур в условиях глобализации: сб. материалов II Междунар. науч. конф.: в 2 т. – Т. 2. – Челябинск: Энциклопедия, 2013. – С. 132–136.

23. Таскаева, А. В. Героический образ спортсмена-паралимпийца в материалах британской прессы / А. В. Таскаева // ЛОМОНОСОВ-2013: материалы междунар. молодежного науч. форума; отв. ред. А. И. Андреев и др. – М.: Макс Пресс, 2013. – URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2013/structure_27_2290.htm.

24. Таскаева, А. В. Образ медийного героя в английской и американской лингвокультурах / А. В. Таскаева // Мультимедийная журналистика Евразии – 2013: интертекстуальность новых медиа и феномены культуры в медиапрактике в едином

глобальном информационном пространстве Востока и Запада. Евразия молодая – 2013: сб. материалов и науч. ст. VII Междунар. науч.-практ. конф.; науч. ред. Е. С. Дорошук. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2014. – С. 63–69.

25. Таскаева, А. В. Проблема поиска национального героя России в материалах политического дискурса / А. В. Таскаева // Политический дискурс в парадигме научных исследований: сб. ст. междунар. науч. конф.; под ред. Д. В. Шапочкина. – Тюмень: Вектор Бук, 2014. – С. 67–74.

26. Таскаева, А. В. Образ Героя России в сознании носителя русского языка и культуры (на материале публицистического дискурса) / А. В. Таскаева // Русский язык в языковом и культурном пространстве Европы и мира: человек, сознание, коммуникация, интернет: материалы VI Междунар. науч. конф. – Лёвен, 2015. – С. 1738–1746.

27. Таскаева, А. В. Национально-маркированные репрезентации концепта «герой» в русском языке / А. В. Таскаева // Русский язык и культура в современном образовательном пространстве: тезисы докладов V Междунар. науч.-практ. конф. – М.: МАКС Пресс, 2014. – С. 128–130.

28. Таскаева, А. В. «Герой повседневности» в системе общечеловеческих ценностей / А. В. Таскаева // Судьбы национальных культур в условиях глобализации: сб. материалов III Междунар. науч. конф.; под. ред. М. Г. Смирнова. – Челябинск: Энциклопедия, 2015. – С. 209–212.

29. Таскаева, А. В. Национальная специфика представлений о герое в английской лингвокультуре / А. В. Таскаева // Лингвокультурология: ежегодный сб. науч. тр.; гл. ред. А. П. Чудинов. – 2015. – Вып. 9. – С. 224–230.

30. Таскаева, А. В. Образ героя в ценностной картине мира англичан / А. В. Таскаева // Лингвокультурология: ежегодный сб. науч. тр.; гл. ред. А. П. Чудинов. – 2016. – Вып. 10. – С. 354–362.

31. Таскаева, А. В. Героизация спортсменов как лингвокультурный феномен / А. В. Таскаева // Язык и культура: сб. ст. XXVI Междунар. науч. конф.; отв. ред. С. К. Гураль. – Томск: Издательский Дом Томского гос. ун-та, 2016. – С. 86–90.

32. Таскаева, А. В. Социальный героизм в контексте русской лингвокультуры / А. В. Таскаева // Человек. Общество. Государство; науч. ред. Е. А. Куштым. – 2016. – № 1 (2). – С. 43–45.

33. Таскаева, А. В. Концепт ГЕРОЙ в лексикографическом представлении / А. В. Таскаева // Взаимодействие языков и культур: материалы междунар. науч. конф. / под ред. О. А. Турбиной. – Челябинск: Издательский центр Южно-Урал. гос. ун-та, 2018. – Т. 1. – С. 139–143.

34. Таскаева, А. В. Исследование героических образов в рамках теории идеологем / А. В. Таскаева // Художественное произведение в современной культуре: творчество – исполнительство – гуманитарное знание: сб. ст. и

материалов. – Челябинск: Южно-Урал. гос. ин-т искусств им. П. И. Чайковского, 2019. – С. 216–222.

35. Питина С. А., Таскаева, А. В. Особенности локальной героизации в СМИ / С. А. Питина, А. В. Таскаева // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV Междунар. науч. конф.; сост. А. А. Морозова. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. – С. 134–140.

36. Таскаева, А. В. Новый подход к таксономии героев / А. В. Таскаева // Художественное произведение в современной культуре: творчество – исполнительство – гуманитарное знание: сб. ст. и материалов; сост. А. С. Макурина. – Челябинск: Южно-Урал. гос. ин-т искусств им. П. И. Чайковского, 2020. – С. 316–322.

37. Таскаева, А. В., Питина, С. А. Медиа как инструмент героизации / А. В. Таскаева, С. А. Питина // MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность: материалы V Междунар. науч. конф.; под ред. А. А. Морозовой. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2020. – С. 139–145.

38. Питина, С. А., Таскаева, А. В. Особенности героизации и дегероизации в региональном языковом ландшафте / С. А. Питина, А. В. Таскаева // Языки в диалоге культур: проблемы многоязычия полиэтническом пространстве: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. уч.; отв. ред. А. С. Самигуллина. – Уфа: РИЦ Башкир. гос. ун-та, 2021. – С. 137–143.

39. Таскаева, А. В., Питина, С. А. Универсальные и национально-культурные представления о героическом / А. В. Таскаева, С. А. Питина // Художественное произведение в современной культуре: творчество – исполнительство – гуманитарное знание: сб. ст. и материалов; сост. А. С. Макурина. – Челябинск: Южно-Урал. гос. ин-т искусств им. П. И. Чайковского, 2021. – С. 220–223.

40. Таскаева, А. В. Дегероизация выдающейся личности в медийном дискурсе (на примере Джорджа Вашингтона) / А. В. Таскаева // MEDIAОбразование: медиавключенность vs медиаизоляция: материалы VI Междунар. науч. конф.; под ред. А. А. Морозовой. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2021. – С. 58–63.