



Значимость и содержательная специфика базовой ценности «любовь»: экспериментальное исследование

Н. И. Степыкин

Национальный исследовательский университет «МЭИ», Москва, Россия
Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
nick1086@mail.ru

Аннотация. Цель исследования – выявить степень значимости и психологически актуальное содержание базовой ценности «любовь» на основе разработанной нами комплексной экспериментальной методики, предполагающей три этапа исследования: опрос, ранжирование и свободный ассоциативный эксперимент. По данным опроса, ценность «любовь» занимает третье место в списке, содержащем 35 базовых ценностей. Эксперимент на ранжирование позволил установить весомость ценности «любовь» и подтвердить достоверность и валидность результатов опроса. Анализируя признаки предиктирования и вероятность продуцирования речевых действий в составе полученных в обследованных городах ассоциативных полей «любовь», мы пришли к выводу об актуальности признака предикации «субъекты и объекты любви» и о сближении содержания ценностей «любовь» и «семья» в сознании россиян.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, опрос, ранжирование, речевое действие, признак предиктирования, базовая ценность «любовь»

Для цитирования: Степыкин Н. И. Значимость и содержательная специфика базовой ценности «любовь»: экспериментальное исследование // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 8 (902). С. 28–34.

Original article

The Significance and Meaningful Specificity of the Basic Value of “Love”: Experimental Research

Nikolay I. Stepykin

National Research University “Moscow Power Engineering Institute”, Moscow, Russia
Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
nick1086@mail.ru

Abstract. The paper is devoted to identifying the degree of significance and psychologically relevant content of the value of “love”. The study is based on a specially designed complex experimental procedure which includes a survey, ranking and a free association test. According to the survey, love is the third basic value in the list of 35 names. The ranking experiment revealed the importance of the value of “love” and confirmed the reliability and validity of the survey results. Analyzing the predication features and the probability of producing speech actions in the association fields of love obtained in the studied cities we came to the conclusion about the relevance of the predication feature “subjects and objects of love” and the convergence in the content of such values as “love” and “family” in the minds of Russians.

Keywords: association experiment, survey, ranking, speech action, predication feature, the basic value of “love”

For citation: Stepykin, N. I. (2025). The significance and meaningful specificity of the basic value of “love”: experimental research. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 8(902), 28–34. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Одним из актуальных направлений работы лаборатории психолингвистики Московского государственного лингвистического университета (далее МГЛУ) является изучение психологического значения базовых ценностей России. В настоящее время опубликованы ассоциативные словари базовых ценностей и морально-этических категорий¹, обоснована методология психолингвистического исследования базовых ценностей [Пищальникова, 2019], рассмотрены параметры анализа и интерпретации речевого действия на материале ассоциативных данных [Пищальникова, 2020; Степыкин, 2024], а также проводятся исследования психологически актуального содержания аксиологических единиц [Ладоса, Хлопова, 2021; Хлопова, Ладоса, 2021].

В 2024 году сотрудниками лаборатории психолингвистики разработана карта базовых ценностей России. Данные по каждому из девяти обследованных городов РФ (Москва, Тверь, Курск, Брянск, Киров, Барнаул, Якутск, Мирный и Нерюнгри), отраженные на карте, включают информацию об иерархии базовых ценностей (по данным опроса и ранжирования), а также сформированные в результате свободного ассоциативного эксперимента (далее САЭ) ценностные поля.

Цель нашего исследования – установить значимость и психологически актуальное содержание ценности «любовь» для россиян на основе эмпирических данных, собранных в рамках работы над проектом «Интерактивная карта базовых ценностей России». Материал исследования получен в результате трех взаимосвязанных экспериментальных этапов. Опрос (2000 заполненных анкет), проведенный на первом этапе в письменной форме, позволил выявить десять наиболее важных ценностей для жителей разных регионов РФ. Вторым этапом стал эксперимент на ранжирование (2500 бланков), позволивший установить степень значимости ценности «любовь». На третьем этапе в результате проведения свободного ассоциативного эксперимента (2500 бланков) были сформированы ассоциативные поля (далее АП), отражающие психологическое содержание анализируемого слова-стимула. Общее количество участников проведенных экспериментальных процедур составило 7 тыс. человек, большинство из которых являются студентами российских вузов. Анализ вероятности актуализации

речевых действий в составе сформированных в различных городах РФ ассоциативных полей «любовь» применяется с целью выявления универсальных признаков предсказания, отражающих психологически актуальное содержание базовой ценности «любовь».

Научная новизна исследования состоит в разработке междисциплинарного подхода к исследованию ценностей, интегрирующего достижения теории речевой деятельности и современных лингвистических парадигм, а также в получении новых данных о степени значимости и специфике психологического содержания базовой ценности «любовь» в сознании россиян.

Практическая ценность работы заключается в том, что разработанный нами исследовательский подход может быть использован для изучения специфики психологического содержания базовых ценностей различных лингвокультур, а полученные результаты могут быть использованы при создании тезауруса или карты базовых ценностей различных регионов России и мира, а также для совершенствования учебных курсов по психолингвистике, лингвоаксиологии, ассоциативной лексикографии.

ЗНАЧИМОСТЬ ЦЕННОСТИ «ЛЮБОВЬ», ПО ДАННЫМ ОПРОСА И ЭКСПЕРИМЕНТА НА РАНЖИРОВАНИЕ

Первым этапом исследования стал опрос. Согласно инструкции, участники опроса должны были выбрать 10 наиболее важных ценностей из 35 наименований: безопасность, богатство, вера, власть, гармония, демократия, деньги, доверие, достаток, дружба, жизнь, здоровье, интеллект, истина, комфорт, любовь, милосердие, патриотизм и др. Список был составлен на основании Указа Президента Российской Федерации «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» от 09.11.2022 № 809², а также сравнения и объединения данных социологии [Rokeach, 1973; Рындина, 2021], социальной психологии [Rohan, 2000; Schwartz, 1994; Schwartz, 2012; Refining the theory of basic individual values, 2012], философии [Момджян, 2015], лингвистики [Карасик, 2002; Арутюнова, 1988] и психолингвистики [Пищальникова, 2020].

¹См.: Двухязычный ассоциативный словарь базовых ценностей / В. А. Пищальникова и др. М.: Спутник+, 2020; Степыкин Н. И., Миронова Д. М. Проект мультилингвального ассоциативного тезауруса вежливости. Курск: Университетская книга, 2020; Пищальникова В. А., Хлопова А. И., Адамова З. Г. Австрийско-немецко-русский ассоциативный словарь базовых ценностей. М.: Наука, 2024.

²Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей: Указ Президента Российской Федерации № 809 от 09.11.2022. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 20.04.2025).

Результаты опроса о значимости ценности «любовь»

По данным опроса, в каждом из обследованных городов, любовь является одной из важнейших базовых ценностей россиян (см. табл. 1).

Таблица 1

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА СРЕДИ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДОВ РФ О ЗНАЧИМОСТИ БАЗОВОЙ ЦЕННОСТИ «ЛЮБОВЬ»

Город	Доля опрошенных, выбравших любовь в списке из 35 базовых ценностей, %	Место в списке по итогам опроса
Москва	71	2
Тверь	67,2	2
Курск	65,1	3
Брянск	67	2
Киров	72,4	3
Барнаул	63,2	3
Мирный	68,7	3
Нерюнгри	64	3
Якутск	62,7	4

Минимальная доля опрошенных, выбравших любовь как одну из десяти важнейших базовых ценностей (полный список включал 35 базовых ценностей), составила 62,7 % (г. Якутск), 4 позиция в общем списке. Проанализировав долю респондентов, отметивших ту или иную базовую ценность как важнейшую, мы обнаружили, что ценность «любовь» занимает 3-е место в пяти из девяти городов (Курск, Киров, Барнаул, Мирный, Нерюнгри). Самые высокие показатели в пределах 67–71 % выявлены при опросе жителей Москвы, Твери и Брянска. В этих городах ценность «любовь» была поставлена респондентами на второе место.

Результаты ранжирования ценности «любовь»

На втором этапе исследования был проведен эксперимент на ранжирование с целью выявления весомости ценности «любовь» и присвоения ей соответствующего ранга. Испытуемым были предъявлены бланки со списком из 10 наиболее часто выбираемых в результате опроса базовых ценностей, которые было необходимо расположить в порядке возрастания степени их важности для индивида. Данные ранжирования по ценности «любовь» отражены в таблице 2.

Результаты ранжирования подтверждают значимость ценности «любовь» для жителей различных регионов РФ. Самый высокий второй ранг был выявлен в результате эксперимента с жителями Москвы, а самый низкий (седьмой) был зафиксирован по итогам ранжирования в Брянске. Большинство испытуемых поставили ценность «любовь» на четвертую позицию (жители Курска, Кирова, Нерюнгри и Якутска) из тридцати пяти. Пятый ранг был присвоен по данным ранжирования в Твери и Мирном, а шестой – в Барнауле.

Таблица 2

РЕЗУЛЬТАТЫ РАНЖИРОВАНИЯ ПО БАЗОВОЙ ЦЕННОСТИ «ЛЮБОВЬ»

Город	Весомость любви в общем списке ценностей	Результирующий ранг
Москва	0,002	2
Тверь	0,011	5
Курск	0,008	4
Брянск	0,005	7
Киров	0,006	4
Барнаул	0,002	6
Мирный	0,023	5
Нерюнгри	0,013	4
Якутск	0,030	4

СОДЕРЖАНИЕ ЦЕННОСТИ «ЛЮБОВЬ», ПО ДАННЫМ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Значимость ценности определяется не только данными опроса и ранжирования, но и ее содержанием, поэтому на третьем этапе исследования был проведен САЭ и сформированы АП, представляющие собой модели ментальной репрезентации содержания базовых ценностей.

Анализ речевых действий в составе АП «любовь»

АП «любовь», полученное в эксперименте с жителями Москвы, включает следующие ассоциаты:

семья¹ 77, сердце 50, счастье 30, мама 29, тепло 23, девушка 21, доверие 20, жизнь 17, забота 17, отношения 11, нежность 10, верность 9, партнер 9,

¹Здесь и далее орфография и пунктуация даны в авторской редакции.

поддержка 8, привязанность 8, родители 8, человек 8, love 7, вечная 7, мир 7, морковь 7, чувства 7, бог 6, страсть 6, чувство 6, дружба 5, мужчина 5, настоящая 5, парень 5, принятие 5, сильная 5, спокойствие 5, близкие 4, взаимопонимание 4, дом 4, жена 4, искренность 4, кот 4, красный 4, любовь 4, моя 4, ненависть 4, смысл жизни 4, я 4, брак 3, вера 3, комфорт 3, красота 3, люди 3, навсегда 3, огонь 3, ответственность 3, радость 3, секс 3, сила 3, смысл 3, ум 3, безответная 2, близость 2, боль 2, бывает 2, важность 2, вечность 2, гармония 2, душа 2, женщина 2, зла 2, зло 2, игры 2, к делу 2, к жизни 2, кайф 2, мечта 2, на всю жизнь 2, он 2, пара 2, понимание 2, прекрасно 2, приятно 2, работа 2, свадьба 2, свет 2, теплота 2, тяжело, «-_-», ..., 0, 10, 7/10, amor, black, lexus ls460, αγάπη, а она есть, Амур, бабушка, батя, без границ, безгранична, безграничная, безмерная, безопасность, безумие, безусловная, безусловная любовь, белая девочка, бесконечна, близкие люди, больно, борьба, братья, бред, бремя, брс, в крови, в Париже, важно, вар, Варя, великое чувство привязанности к другому человеку, весна, вечна, взаимность, Вика, витает в воздухе, Вконтакте, влечение, внутри, все, всевластная, всегда, вселенная, главное, го..но, грусть, да, Даня, двое, девочка, девушка Юля, дедушка, дело, дельфин, деньги, дети, Диана, Дима, для всех, добро, доверия, доверить, честность, долгая, друг, друзья, ее не существуют, ещкере, жажда, женщины, жертва, жестока, здоровая, Земфира, значимое, игра, идеальная, Илья, имя партнера, интеллект, интерес, искренняя, истинная, й, к себе, каждому, касание, Кирилл, книги, комп, концепт, Костя, коты, кошка, кошки, красное сердце, как в эмодзи, крепкая, Купидон, лоб, Люба, любовь жестока, мальчик, мамина, миф, Миша, мой парень, мой партнер, молодой человек, море, мочь, мы, навеки, наверное, надежность, Настя, не вечна, не для всех, не знаю, не ощущаю, невзаимная, нежность, недостижимость, нет, нельзя описать словами, но можно действиями, необходимо каждому, необходимость, неразделенная, нет, нет такого, номер 1, обманчива, опасность, осень, открытость, парень и девушка, парк, партнерство, перемены, переоценена, пиво, Платон, побеждает все, повсюду, поглощать, подарок, поле, поступки, поцелуй, почему, правит миром, привлечение, присутствует, путаница, Пушкин, ратбезы, роботы, родитель, родной, родные, родственная душа, розовый свет, с первого взгляда, самопожертвование, светлый, свобода, выбор, связь, партнер, животные, силы, симпатия, сложна, сложная, сложно, смерть, собака, солнце, сотрудничество, спасение, спасет мир, справедливость, стимул, судьба, счастье, мама, счастье, доверие, поддержка, Титаник, том шиллинг, труд, трудности, условна, уют, хабиби, хобби, цель, черствость, честность, чистая, шалость, это бред, ямб.

Статистика по ассоциативному полю:
802 + 288 + 203 + 15.

Распределим ассоциаты по группам, отражающим различные признаки предсказания речевых действий, репрезентированных в полученных соотношениях «стимул – реакция».

- **Объекты (кого или что любят) и субъекты (те, кто любят) любви:**
семья 77, мама 29, девушка 21, жизнь 17, партнер 9, родители 8, человек 8, мир 7, Бог 6, мужчина 5, парень 5, близкие 4, дом 4, жена 4, кот 4, я 4, красота 3, люди 3, сила 3, ум 3, душа 2, женщина 2, игры 2, к делу 2, к жизни 2, он 2, пара 2, работа 2.
Итого: 240 ассоциатов, **40 %**.
- **Проявления и формы любви**
доверие 20, забота 17, отношения 11, нежность 10, верность 9, поддержка 8, привязанность 8, дружба 5, принятие 5, спокойствие 5, взаимопонимание 4, искренность 4, ответственность 3, вера 3, секс 3, безответная 2, близость 2, вечность 2, мечта 2, понимание 2, свет 2.
Итого: 125 ассоциатов, **21 %**.
- **Эмоции, чувства и оценки**
счастье 30, тепло 23, чувства 7, страсть 6, чувство 6, настоящая 5, сильная 5, смысл жизни 4, ненависть 4, комфорт 3, огонь 3, радость 3, смысл 3, боль 2, важность 2, гармония 2, зло 2, кайф 2, прекрасно 2, приятно 2, теплота 2, тяжело 2.
Итого: 120 ассоциатов, **20 %**.
- **Символы любви**
сердце 50, красный 4.
Итого: 54 ассоциата, **9 %**.
- **Устойчивые сочетания со словом «любовь»**
вечная 7, морковь 7, моя 4, навсегда 3, бывает 2, зла 2, на всю жизнь 2.
Итого: 85 ассоциатов, **4,5 %**.
- **Слово «любовь» в разных языках**
love 7, любовь 4.
Итого: 11 ассоциатов, **2 %**.
- **Законный союз**
брак 3, свадьба 2.
Итого: 5 ассоциатов, **1 %**.

Согласно данным признакового анализа речевых действий в составе АП, в настоящее время наиболее актуально предсказание на основе

объектов и субъектов любви (40 %), формируемое вокруг самого частотного ассоциата *семья* (17 %) и других связанных с ним реакций (*мама, родители, близкие, дом, жена*, 8 %). Современные исследования субъективной семантики на основе САЭ с респондентами в возрасте от 30 до 40 лет также показывают, что реакция *семья* на стимул *любовь* является наиболее частотной [Бутакова, 2022]. Отметим, что в русском ассоциативном словаре (РАС)¹, включающем сведения о реакциях испытуемых, собранные и опубликованные в 90-е годы XX века, содержится информация всего лишь об одном речевом действии с этим признаком (*любовь к женщине*), что свидетельствует о значительных изменениях в содержании анализируемой базовой ценности за прошедшие 35 лет. Очевидно, что в настоящее время происходит сближение базовых ценностей «любовь» и «семья» в сознании россиян. Отметим, что ценность «семья» заняла первое место среди предлагаемых 35 базовых ценностей в результате опроса и ранжирования в большинстве обследованных нами городов. Кроме того, по данным ВЦИОМ, наибольшее количество опрошенных (45 %) выбрали ценность «семья» в качестве традиционной для России².

Практически одинаково релевантны признаки предикции «проявления и формы любви» и «эмоции, чувства и оценки» (21 и 20 % соответственно). Из проявлений любви, актуализированных испытуемыми, наиболее сильны доверие (3,3 %), забота (2,8 %), нежность (1,7 %), верность (1,5 %), поддержка (1,3 %) и привязанность (1,3 %). В признаковой группе «эмоции, чувства и оценки» частотны ассоциаты *счастье* (5 %) и *тепло* (3,8 %).

Взаимосвязанные ассоциаты *сердце* (8 %) и *красный* (0,7 %), выявленные в САЭ, символизируют любовь.

Речевые действия, представленные устойчивыми сочетаниями со словом «любовь», составляют менее 5 %. В АП «любовь», представленном в РАС, речевые действия подобного плана, напротив, преобладают (59 % ассоциатов), а самые частотные реакции *с первого взгляда* (17,6 %) и *до гроба* (15,7 %) в эксперименте 2024 года не выявлены. Столь значимые различия свидетельствуют о деактуализации устойчивых сочетаний со словом «любовь».

Анализ речевых действий в составе полей «любовь», сформированных в результате САЭ в

других обследованных городах, показал, что реакции испытуемых практически не отличаются, что свидетельствует об универсальности содержания базовой ценности «любовь» в различных регионах РФ, при этом «объекты и субъекты любви» – доминантный признак предикции, а самый частотный ассоциат – *семья*, что полностью подтверждает сделанный ранее вывод о сближении психологического значения базовых ценностей «любовь» и «семья».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе экспериментальных данных, полученных нами в результате опроса, ранжирования и анализа ассоциативных полей, была выявлена содержательная специфика и значимость базовой ценности «любовь» для россиян.

По данным опроса, в большинстве обследованных городов (Курск, Киров, Барнаул, Мирный, Нерюнгри) ценность «любовь» заняла третье место в списке из 35 базовых ценностей. Самые высокие показатели зафиксированы в Москве (71 %, 2-е место), а самые низкие – в Нерюнгри (62,7 %, 4-е место). Результаты опроса были подтверждены данными ранжирования, согласно которым любовь является значимой ценностью для жителей Москвы (второй ранг) и других регионов РФ (ранги 4–7).

Анализ речевых действий в составе ассоциативного поля «любовь» позволил выявить универсальные признаки предикции и упорядочить их по совокупной вероятности активации соответствующих соотношений «стимул – реакция»: «объекты и субъекты любви» (40 %); «проявления и формы любви» (21 %); «эмоции, чувства и оценки» (20 %); «символы любви» (9 %); «устойчивые сочетания со словом «любовь»» (4,5 %); «слово «любовь» в разных языках» (2 %); союз мужчины и женщины (1 %). Сопоставив данные САЭ 2024 года и РАС, мы обнаружили, что наиболее типичное на данный момент предикции на основе признака «объекты и субъекты любви» не характерно для 90-х годов XX века (всего одна реакция *к женщине*). Речевое действие *любовь – семья* с самой высокой вероятностью актуализации (17 %) в РАС не обнаружено, что свидетельствует о тенденции сближения базовых ценностей «любовь» и «семья» в сознании россиян. Также выявлена деактуализация устойчивых сочетаний со словом «любовь», вероятность активации которых снизилась на 55 %.

¹Русский ассоциативный тезаурус / Ю.Н. Караулов. URL: <http://thesaurus.ru/dict/> (дата обращения: 11.04.2025).

²Традиционные ценности в российском обществе. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/tradicii-v-ehpokhu-peremen> (дата обращения: 11.04.2025).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Пищальникова В. А. Интерпретация ассоциативных данных как проблема методологии психолингвистики // Russian Journal of Linguistics. 2019. Т. 23. No 3. С. 749–761. DOI 10.22363/2312-9182-2019-23-3-749-761.
2. Пищальникова В. А. Базовые ценности: методологические проблемы психолингвистического исследования // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. Вып. 3 (832). С. 20–35.
3. Степыкин Н. И. Количество опосредований и ассоциативная сила опосредования как параметры анализа речевого действия // Этнопсихолингвистика. 2024. № 3(18). С. 46–55. DOI 10.31249/epl/2024.03.03.
4. Ладоса О. М., Хлопова А. И. Модель базисного концепта “Wahrheit” в немецкой лингвокультуре // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2021. № 1 (272). С. 67–78.
5. Хлопова А. И., Ладоса О. М. Лексико-семантическое содержание ценности “Erfolg” в немецкой лингвокультуре // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Т. 7. № 2. С. 135–151. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_2_135_151.
6. Rokeach M. The nature of human values. New York: Free Press, 1973.
7. Рындина А. С. Истоки теории ценностей в социологии и направления ее развития // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3. С. 590–609. DOI 10.22363/2313-2272-2021-21-3-590-609.
8. Rohan M. J. A rose by any name? The values construct // Personality and Social Psychology Review. 2000. № 4. P. 255–277. DOI 10.1207/S15327957PSPR0403_4.
9. Schwartz S. H. Are there universal aspects in the content and structure of values? // Journal of Social Issues. 1994. № 50. P. 19–45. DOI 10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x.
10. Schwartz S. H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values // Online Readings in Psychology and Culture. 2012. № 2 (1). P. 11–20. DOI 10.9707/2307-0919.1116.
11. Refining the theory of basic individual values / Schwartz S. H. et al. // Journal of Personality and Social Psychology. 2012. Vol. 103. № 4. P. 663–688. DOI 10.1037/a0029393.
12. Момджян К. Х. Универсальные потребности и родовая сущность человека // Вопросы философии. 2015. № 2. С. 3–14.
13. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
14. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988.
15. Бутакова Л. О. Объекты лингвоантропологии в аспекте исследования субъективной семантики (на примере возрастной вариативности лексемы любовь) // Новейшая филология: динамика речевых и текстовых форм: сборник научных статей. Омск: Издательство Омского государственного университета, 2022. С. 144–153.

REFERENCES

1. Pishchalnikova, V. A. (2019). Interpretation of associative data as a methodological issue of psycholinguistics. Russian Journal of Linguistics, 23(3), 749–761. DOI 10.22363/2312-9182-2019-23-3-749-761. (In Russ.)
2. Pishchalnikova, V. A. (2020). Basic values: methodological problems of psycholinguistic research. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 3(832), 20–35. (In Russ.)
3. Stepykin, N. I. (2024). Number of mediators and association mediated strength as parameters of speech action analysis. Ethnopsycholinguistics, 3(18), 46–55. DOI 10.31249/epl/2024.03.03. (In Russ.)
4. Ladosha, O. M. Khlopova, A. I. (2021). “Wahrheit” Basic Concept Model in German Linguoculture. Bulletin of the Adygea State University. Series 2: Philology and Art Criticism, 1(272), 67–78. (In Russ.)
5. Khlopova, A. I., Ladosha, O. M. (2021). Lexical and semantic content of the “Erfolg” value in German linguistic culture. Theoretical and Applied Linguistics, 7(2), 135–151. DOI 10.22250/24107190_2021_7_2_135_151. (In Russ.)
6. Rokeach, M. (1973). The nature of human values. New York: Free Press.
7. Ryndina, A. S. (2021). The origins of the theory of values in sociology and directions of its development. RUDN Journal of Sociology, 21(3), 590–609. DOI 10.22363/2313-2272-2021-21-3-590-609. (In Russ.)
8. Rohan, M. J. (2000). A rose by any name? The values construct. Personality and Social Psychology Review, 4, 255–277. DOI 10.1207/S15327957PSPR0403_4.
9. Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values? Journal of Social Issues, 50, 19–45. DOI 10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x.
10. Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1), 11–20. DOI 10.9707/2307-0919.1116.
11. Schwartz, S. H., et al. (2012). Refining the theory of basic individual values. Journal of Personality and Social Psychology, 103(4), 663–688. DOI 10.1037/a0029393.

12. Momdzhyan, K. (2015). Universal needs and a generic human essence. *Voprosy filosofii*, 2, 3–14. (In Russ.)
13. Karasik, V. I. (2002). *Jazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs* = Language circle: personality, concepts, discourse. Volgograd: Peremena. (In Russ.)
14. Arutyunova, N. D. (1988). *Tipy jazykovyh znachenij: Ocenka. Sobytie. Fakt* = Types of linguistic meanings: Assessment. Event. Fact. Moscow: Nauka. (In Russ.)
15. Butakova, L. O. (2022). *Obekty lingvoantropologii v aspekte issledovaniya subyektivnoy semantiki (na primere vozrastnoy variativnosti leksemy lyubov')* = Objects of linguoanthropology in the aspect of the study of subjective semantics (on the example of the age variability of the lexeme 'love'). In *Novejshaja filologija: dinamika rechevyh i tekstovyh form* (pp.144–153): collection of scientific articles. Omsk: Omsk State University Publ. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Степыкин Николай Иванович

доктор филологических наук, доцент

профессор кафедры иностранных языков национального исследовательского университета «МЭИ»

ведущий научный сотрудник лаборатории психолингвистики

Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Stepykin Nikolay Ivanovich

Doctor of Philology (Dr. habil.), Associate Professor

Professor of the Department of Foreign Languages,

National Research University "Moscow Power Engineering Institute"

Leading Researcher at the Laboratory of Psycholinguistics

Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

11.06.2025
02.07.2025
18.08.2025

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication