



Татјана В. Леонтјева^[1]

Уралски федерални универзитет назван
по првом председнику Русије Б. Н. Јељцину
Јекатеринбург (Русија)

УДК 316.752:[316.472.4:004.738.5(470:497.11)

Оригинални научни рад

Примљен 19/6/2026

Прихваћен 1/8/2026

Doi: 10.5937/napredak7-68094

Вредности као предмет дискусије у руско-српским онлајн заједницама^[2]

Сажетак: Рад је посвећен изучавању аксиологије текстова представљених у онлајн заједницама. Истраживање је засновано на материјалу група на друштвеној мрежи ВКонтакте која се позиционира као платформа за међународну комуникацију у контексту расправе о руско-српским темама. Обављена је анализа садржаја корпуса текстова на руском језику у периоду 2022–2026. године према критеријумима присутности речи *ценности* (вредности) у објавама или коментарима. Утврђено је да су сви записи у узорку посвећени расправи о вредностима у контексту међународне агенде која се односи на Србију, Русију, Европу и САД. Сprovedена је анализа контекстуалне употребе речи „вредности“. Показано је да овој публици концепт ВРЕДНОСТИ представља и срж културног идентитета и темељ политичког погледа на свет.

Кључне речи: аксиологија, вредности, Срби, Руси, културни идентитет, трансформација вредности, војна метафора

Увод

У савременом информационом простору онлајн заједнице служе као платформе за дискусију о актуелним питањима. У исто време, концепт ВРЕДНОСТИ, који је централни концепт у социолошкој анализи културе и идентитета, парадоксално ретко се јавља као експлицитна тема у свакодневним наративима корисника интерне-

та. Ова студија посвећена је анализи механизма представљања вредности у дигиталном окружењу, где су они профилисани кроз директно именовање (на руском *ценности*, односно вредности) с различитим степенима интензитета, у зависности од врсте онлајн заједнице.

Значај проучавања специфичности представљања вредности на медијским платформама неоспоран је, нарочито у међународном контексту,

[1] t.v.leontieva@urfu.ru ; <https://orcid.org/0000-0002-7213-1582>

[2] Ову студију је подржала Руска научна фондација у оквиру пројекта бр. 25-28-01168 „Значења вредности у личним наративима младих руских блогера“, <https://rscf.ru/project/25-28-01168/>

што је и наглашено у научним радовима, нпр. у раду „Друштвене мреже као главна платформа комуникације између медија и друштва обликују слику о некој држави на међународном нивоу“ (Kunić, Muzykant & Panasenko, 2022, p. 184). Наиме, З. Кунич и сарадници скрећу пажњу на „специфичности формирања и промоције слике о Русији на *дигиталној територији* сродног народа“ (Kunić, Muzykant & Panasenko, 2022, p. 171).

Наставићемо с анализом дискусија о српској култури и политици које воде корисници друштвене мреже на руском језику ВКонтакте.

Методолошка основа овог рата формирана је према кључним концептима из социологије знања, анализе дискурса и когнитивне анализе. Пре свега, ослањамо се на теорију П. Бергера и Т. Лакмана која вредности сматра производима друштвене изградње стварности: „Вредности и погледи на свет имају друштвено порекло“ (Berger & Luckmann, 1995, p. 15). Осим тога, узимамо у обзир то што социолошка теорија вредности коју је поставио Емил Диркем претпоставља разне врсте вредности: „Постоје разне врсте вредности. Економска вредност је једно; моралне, верске, естетске и метафизичке вредности су нешто сасвим друго“ (Durkheim, 1995, p. 291). Он прави разлику између „стварних судова“ и „вредносних судова“, дефинишући ове друге помоћу идеала: „Вредносни судови засновани су на идеалима“ (Durkheim, 1995, p. 302).

Вредности се огледају у језику, нарочито у метафорама; стога смо се ослонили на теорију о метафорама Г. Лакофа и М. Џонсона, који наводе снажну повезаност метафора и вредности: „Најосновније културне вредности уклапају се кохерентно у метафоричку структуру

најосновнијих концепата у тој култури“ (Lakoff & Johnson, 2004, p. 46). У исто време, као што истраживачи наводе, културни слој је примаран у поређењу с индивидуалним искуством јер нека особа иницијално препознаје свет кроз призму културе заједнице којој припада: „Културни модели, вредности и ставови не могу се посматрати као концептуално ћебе којим произвољно покривамо своје искуство. Тачнији поглед јесте то да наше искуство чини месо наше културе; *свећ* доживљавамо тако да је наша култура већ део сваког сазнајно-искуственог чина“ (Lakoff & Johnson, 2004, p. 94).

Осим тога, да би се операционализовао концепт, употребљене су алатке анализе садржаја, чиме се омогућава превођење апстрактних идеолошких конструкта у мерљиве емпиријске показатеље.

Специфичност препознавања вредносног профила неког текста састоји се у учесталости употребе одређених лингвистичких јединица, као и колокација кључне речи са осталим номинацијама; због тога је распрострањеност речи „вредности“ и низа кључних лингвистичких јединица у ширем текстуалном окружењу представљала предмет истраживања у овом чланку. Примењене методе су анализа учесталости и анализа колокација.

Емпиријска анализа показује да су један од најрелевантнијих типова онлајн заједница за проучавање датог проблема ресурси с међународним фокусом. Постоји неколико разлога за то. С једне стране, по својој природи међународна агенда претпоставља специјалан, упоредни поглед на свет. У ситуацији колизије између разних друштвено-културолошких

простора контраст вредности добија препознатљиве и дефинисане особине. Говорећи о међународним питањима учесници у комуникацији присиљени су да прибегавају директном именовању да би означили цивилизацијске разлике, политичке режиме или моделе економског развоја, чиме дискурс о вредностима чине експлицитним. Самим тим проучавање овог сегмента омогућава да се препозна која се семантичка поља и аксиолошки показатељи користе за прављење разлике између „нас“ и „њих“ у глобалном контексту.

О. Н. Новак примећује неслагање у семантичком обиму руске речи *ценности* и српске речи вредност (Novak, 2017, р. 100); због тога, да би се постигло заједничко схватање кључног израза, напомињемо да се у овом раду вредност схвата као културолошки значајна чињеница из стварности (појава, предмет, когнитивни став).

Пољски научник Ј. Бартмињски, који је покренуо пројекат систематског описивања вредности код словенских народа, изјавио је да „не би требало покушавати да се за сваки језик (сваки културолошко-лингвистички круг) нађу његове урођене вредности; треба покушати одредити њихов ранг и значај, њихов међусобни однос и однос према осталим вредностима; реконструисати њихов начин разумевања – и тек онда их треба упоредити са ситуацијом у другим језицима“ (Bartmiński, 2008, р. 64). Данас је рад научника на описивању вредности етничких заједница у току и има дугорочну перспективу.

У овом чланку фокусирали смо се на описивање аксиологије српског и руског народа као једног и комплементарног вредносног поља, које

одређује заједништво цивилизацијског кода и историјских судбина.

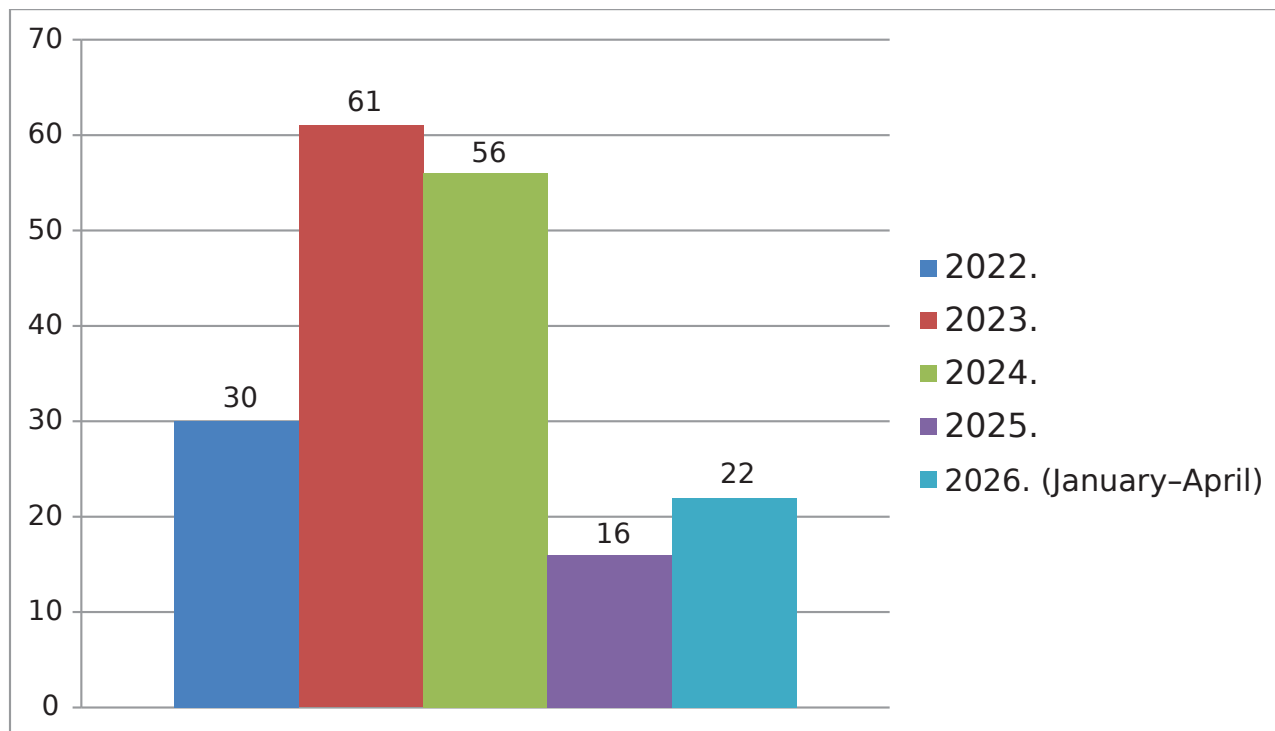
2. Материјал и методе

Истраживачки материјал састојао се од контекста који садрже руску реч *ценности*, односно вредности (на руском се једнина ове речи, *ценность*, ређе јавља), извучену из објава и коментара у две руско-српске групе на друштвеној мрежи ВКонтакте: (1) РУСКО-СРПСКИ ПОРТАЛ / Србија / Балкан / Русија (више од 29.000 претплатника); (2) Србија (више од 44.000 претплатника).

Обе групе су посвећене Србији и првенствено су усмерене на циљну групу говорника руског језика која дискутује о култури, традицији, историји и политици у Републици Српској и Србији, а понекад и шире – на Балкану. Сакупљање података обављено је помоћу алатки на веб-сајту који тражи циљну публику на друштвеним мрежама и обрађује објаве, а које је развио Иља Барков (vk.barkov.net).

Узорак се састојао искључиво од текстова на руском језику јер се тражила руска реч *ценности*, односно вредности. Почетни резултати истраживања у овој претрази ограничени на период 2022–2026. године (до овог тренутка), обухватили су 202 текста, од којих је њих 185 укључено у коначни узорак после уклањања дупликата.

Од анализираних текстова више од половине (107) њих су из 2023. и 2024. године (в. слику 1), што указује на то да се овај период одликује наглим порастом директних дискусија о вредносним категоријама.



Слика 1. Број објава које садрже руску реч *ценности*, односно вредности, у анализираним руско-српским блогovima из 2022–2026. године

Према статистици, старосна и родна структура учесника који дискутују о вредностима (тј. аутори одабраних навода) одликује се следећим: 12,07% од укупног броја учесника припадају категорији омладине (14–35 година), 43,1% њих припада групи старијих (од 36 година навише), док преосталих 56,9% на профилима није навело свој пол. Међу претплатницима који помињу вредности у објавама и коментарима већина су мушкарци (60%) (vk.barkov.net).

Наведени проценат младих учесника у комуникацији (млађих од 35 година) у укупном

броју људи укључених у тематску онлајн заједницу, према нашим опсервацијама, представља просечан показатељ за сваку заједницу на друштвеној мрежи ВКонтакте (10–15%).

Формирани корпус текстова даље ће бити анализиран из две перспективе. Прво, анализира се садржај корпуса да би се одредили семантички „врхови“ (категоријско-тематски слотови) путем препознавања и тумачења кључних речи на основу њихове учесталости. Друго, анализира се колокација руске речи *ценности*, односно вредности представљене у узорку текста.

3. Резултати и дискусија

3.1. Учесталост лингвистичких јединица у корпусу објава руско-српске онлајн заједнице: контекст дискусија о вредностима

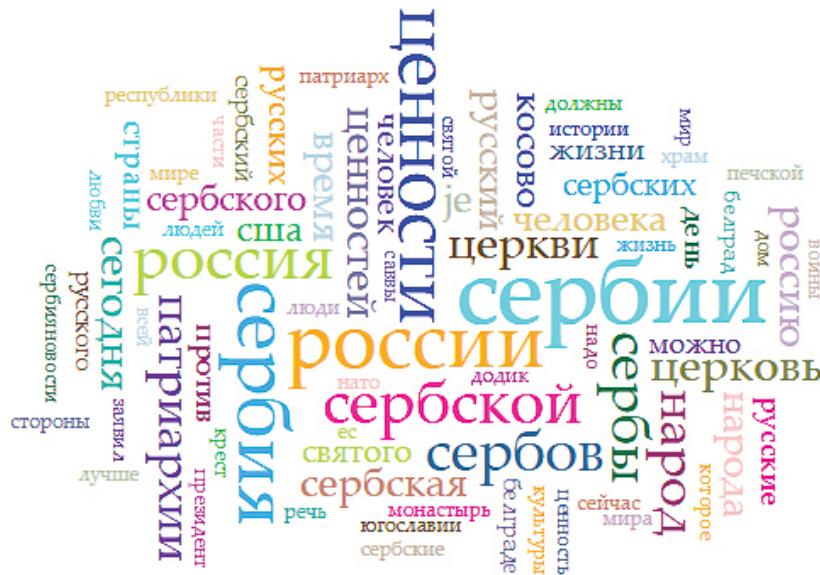
Корпус текстова сакупљених за анализу, са укупним бројем од приближно 250.000 словних места, заједно са кључном речју *ценности*, односно вредности, употребљеном приликом избора, садржи следеће речи с највећом учесталошћу (више од 25 пута), према подацима веб-сајта за анализу текста Voyant Tools (<https://voyant-tools.org>):

- на руском: *сербский* – српски (252),
- на руском: *Сербия* – Србија (241),
- на руском: *Россия* – Русија (239),
- на руском: *ценности* – вредности (204),
- на руском: *русский* – руски (167),
- на руском: *сербы* – Срби (139),
- на руском: *народ* – народ/нација (112),
- на руском: *церковь* – црква (109),
- на руском: *человек* – особа/човек (90),
- на руском: *жизнь* – живот (69),
- на руском: *Белград* – Београд (69),
- на руском: *люди* – људи (61),
- на руском: *святой* – свети/светац (60),
- на руском: *патриархия* – патријаршија (58),
- на руском: *сегодня* – данас (54),
- на руском: *время* – време (49),
- на руском: *Косово* – Косово (47),
- на руском: *США* – САД (46),
- на руском: *страна* – земља (43),
- на руском: *день* – дан (41),
- на руском: *против* – против (40),

- на руском: *сейчас* – сада / у овом тренутку (33),
- на руском: *НАТО* – НАТО (31),
- на руском: *республика* – република (30),
- на руском: *война* – рат (30),
- на руском: *крест* – крст (29),
- на руском: *Додик* – Додик (29),
- на руском: *Савва* – Сава (28),
- на руском: *культура* – култура (28),
- на руском: *ЕС* – ЕУ (28),
- на руском: *надо* – треба/мора (26),
- на руском: *заявил* – изјавио је / тврди (26).

Овај списак учесталости пружа прелиминарну лексичко-семантичку мапу дискурса усредсређеног на вредности, наглашавајући кључне тематске чворове као што су национални идентитет, вера и геополитички ентитети.

Алатка Cirrus, део веб-сајта за анализу текста Voyant Tools заснованој на интернету, даје визуелни приказ учесталости речника у неком тексту. То омогућава препознавање концепата који представљају непосредно семантичко окружење руске речи *ценности*, односно вредности. Пребројавањем колико пута се свака реч појавила, прави се „облак речи“ у којем се величина фонта директно повезује са учесталошћу те речи (што је нека реч чешћа, то се јавља у крупнијем фонту). Треба напоменути да се различити облици исте речи не свде на један облик, а да је фонт нормализован у смислу великих и малих слова. Самим тим, властите именице не задржавају велико слово, па се појмови *НАТО*, *Россия* (*Русија*) и *ЕС* (*ЕУ*) јављају као *нато*, *россия* и *ес*. Ово визуелно рангирање омогућава брзо одређивање најзначајнијих језичких јединица ($n = 75$) које чине семантичко језгро анализираног корпуса (в. слику 2).



Слика 2. Учесталост речи у корпусу текстова који комбинују наводе с руском речју *ценности*, односно вредности из руско-српских онлајн заједница: „облак речи“

Очигледно је да учесталост речи омогућава препознавање кључних тема и интересовања међу учесницима дискусије. На основу обављене анализе учесталости корпуса текстова посвећених дискусији о вредностима у оквиру руско-српских заједница на мрежи ВКонтакте и тумачења семантичких веза између њих могуће је донети следеће главне закључке који откривају методе концептуализације вредности у складу са идеолошким профилем публике.

Идентитет као самоодређивање људом у позицији. Висока учесталост речи као што су *Россия* (Русија), *Сербия* (Србија), *сербский* (српски), *русский* (руски) и њихово присуство у текстовима у непосредној близини ознаке концепта „вредности“ указује на то да вредно-

сни систем учесника није нејасно универзалан. Наиме, разговор о вредностима увек ублажава нејасноћу коју ствара глобализација, самим тим, национална агенда (лексеми *страна* – земља, *республика* – република, *народ* – народ) добија јасан обрис и суштинску оригиналност када се посматра кроз аксиолошку призму. Она поседује специфичност која одговара тематском пољу онлајн заједнице и гради се на чврстом темељу колективног идентитета, где су руска и српска култура заједнички означене као једно поље, тј. „своје, сопствено“ – насупрот „другом“. У оквиру дискурса интернет групе апел на заједничку вредносну основу ова два словенска народа мање је директна изјава о културолошкој блискости, а више друштвено-политички и идеолошки

чин самоодређивања. Дискусија о вредностима служи као инструмент за грађење и учвршћивање слике уједињеног цивилизацијског простора насупрот спољним утицајима. Стога, дискурс заснован на вредностима постаје ознака припадности одређеној заједници.

Црква као институционални носилац вредности. Учесници анализираних онлајн заједница сагласни су у погледу заштитничке улоге цркве када је реч о вредностима. Значајно квантитативно присуство речника који се у анализираним текстовима односи на религију (*црковь*, односно *црква*, *святой*, односно *свети*, *патриархия*, односно *патријаршија*) показује да се у оквиру заједнице религија сматра једном од кључних вредности и функционише као друштвена институција, која служи као примарни преносилац и гарант очувања вредности. Заузврат, ово указује на потребу за традиционалним, провереним моралним начелима и ослањањем на ауторитет упркос данашњој несигурности. Вредности су сакрализоване, дат им је свети статус.

Вредности као инструменти разумевања геополитичког поља. Често спомињање лингвистичких јединица као што су *НАТО*, *США* (САД), *ЕС* (ЕУ), *Косово* и *война* (рат) као вредности у истом семантичком пољу открива њихову прагматичну функцију. Овде вредности служе не само као унутрашњи морални компас већ и као аналитичка алатка за оцењивање глобалних догађаја. Поступци глобалних актера (нпр. НАТО) разматрају се кроз призму њихове усаглашености или неусаглашености с наведеним руско-српским вредностима. Сукоб вредности постаје примарна призма кроз коју учесници посматрају међународну политику. Последице,

одбрана вредности утемељена је као посебан геополитички став и солидарност.

Вредности као показатељ просторно-временског континуума. Аксиологија не постоји ван друштвених група; она је по природи релативна. Вредност се дефинише са становишта културе неке заједнице коју одређују два фактора – простор и време. У том контексту хрононими (*время*, односно време, *день*, односно дан, *сегодня*, односно данас, *сейчас*, односно сада / у овом тренутку) служе као ознаке релевантности одређеног система вредности, повезујући његову променљивост са одређеним историјским тренутком. Имајући у виду дефинишућу улогу хронотопа, вредности су истовремено стабилне и променљиве. Дајући некој друштвеној групи заједнички темељ за постојање, оне служе као гаранција предвидљивости људског понашања, стабилности будућег поретка и чврстине друштвене структуре (етнос, нација). Међутим, простор и време, по самој природи њихових конститутивних „размера“, подразумевају промену парадигме и друштвених трансформација, после којих су и вредности подложне промени. Овај процес је готово увек болан јер утиче на темеље групног идентитета, доводећи до друштвених сукоба и криза.

Деонтолошка суштина вредности. Укључивање имена било које вредности у дискурс претпоставља логичан прелазак с њеног онтолошког статуса („шта је то?“) на модални статус прескрипције („како би требало да буде?“). Другим речима, вредност поседује императивну силу и покреће позив на друштвену норму унутар текста. Њена деонтолошка природа открива се кроз присуство, међу честим контекстуалним суседима речи *ценности*, односно вредности,

лингвистичких јединица као што су *надо* – треба/мора, *заявил* – изјавио је и *против*, које у наративу актуализују категорије обавезе, поштовања норме и неслагања с туђим нормама. Самим тим, семантика обавезе садржана у руској речи *надо*, која изражава значења „потребно је“, „треба“ и „препоручује се“, изражава нормативно-императивни регистар у дискусијама о вредностима. Наиме, наглашава се да свака вредност функционише као норма, друштвени став или правило. Ако се нешто препозна као вредност, логично следи да постоји пропис да се делује у складу с тим. Ова веза трансформише вредносни суд у практични водич за деловање. Заузврат, присуство речи *заявил*, односно изјавио је, указује на то да изјаве вођа и истакнутих личности (*Додик*, *Вучић* – Вучић, *Сийярто* – Сийярто, *Рейнке* – Рејнке, *Ховенђер* – Ховенијер, *Милошевић* – Милошевић, *Путин*, *митрополит*, *академик Бабурин*, *посол Србије при ЕС Апостоловић* – амбасадор Србије у ЕУ Апостоловић, *актер Биковић* – глумац Биковић, *венецијанска комисија* – Венецијанска комисија, *академија наук* – Академија наука) означавају јавно позиционирање особе или државе (чин самопрепознавања) у оквиру аксиоматски означеног простора и критеријума нормативне чињенице која намеће обавезу, дужности придржавања норме-вредности. Напослетку, учесталост речи *против* као вршиоца негације за „друго/туђе“ у анализираном корпусу текстова потврђује поларизовану природу вредносног простора, непоклапање погледа на свет и сукоба уверења.

Стога вредности дају структуру друштвеној егзистенцији у времену и простору, док њихова деонтолошка суштина трансформише

ову структуру у морални и етички оквир. Овај оквир састоји се од обавеза (*надо*, односно мора/треба), изјава (*заявил*, односно изјавио је) и противљења кршењу консензуса или неслагања са ометањем/мешањем (*против*).

3.2. Колокацијски профил речи *ценности*, тј. *вредности* у корпусу евиденције руско-српске онлајн заједнице

На основу података корпуса из две руско-српске групе на друштвеној мрежи ВКонтакте анализираћемо комбиновање речи *ценности*, односно *вредности* с другим лингвистичким јединицама. У наведеном корпусу препознато је 136 јединствених колокација с овом речи у значењу „предмети или појаве од великог културног значаја“ (елиминисана је употреба ове речи у другим значењима, нпр. *скупати ценности* – куповати драгоцености, *ценность коллекции* – вредност/значај збирке), а текстуалне реализације достигле су укупан број од 283. Корпус садржи следеће комбинације речи настале у складу с моделом „придев + именица“ које уопштено показују типичну компатибилност именице у руском језику, али показују и посебне особине у смислу састава и квантитативног критеријума (висока учесталост) у складу с тематским дискусијама у оквиру две тематске групе на мрежи ВКонтакте. Највећи број спомињања (> 10) забележен је за следеће атрибутивне комбинације:

- *традиционные ценности* (23) // традиционалне вредности,
- *евроатлантические* (5) / *европейские* (10) *ценности* (=15) // евроатлантске/европске вредности,

- *свои ценности* (12) // властите/сопствене вредности,
- *семейные / семейно-родственные ценности* (12) // породичне/сродничке вредности,
- *духовные ценности* (10) // духовне вредности,
- *культурные ценности* (10) // културне вредности.

У комбинаторним својствима речи *ценности*, односно вредности, препознати су кључни смерови за концептуализацију идеја о вредностима.

Традиционалистичка етиизација дискурса. Симптоматично је то што у корпусу анализираних текстова не постоји дискусија о инструменталним вредностима као што су богатство, каријера, популарност, успех итд. Предмет дискусије су изричито етички императиви и виталне вредности, односно комбинације: *традиционные/христианские/непреходящие ценности* // традиционалне/хришћанске/вечне вредности.

Онтологија вредности. У дискурсу се реализују предикативне конструкције које указују на присуство или одсуство вредности код некога, примарно у оквиру одређене људске заједнице: *(у кого) есть ценности* // (неко) поседује вредности, *(у кого) нет ценностей* // (неко) не поседује вредности, *(у кого) не приняты такие ценности* // (неко) не прихвата такве вредности, *никаких ценностей (нет)* // не поседује апсолутно никакве вредности, *человек с ценностями* // особа с вредностима.

Хијерархијско рангирање вредности. Збир (низ) вредности формира систем, па је зато локација *система ценностей*, односно систем

вредности, стабилна. Језик илуструје хијерархизацију вредности у оквиру система – *высшие ценности стоят над (чем)*, односно више вредности стоје изнад (нечега), *(какие) ценности должны быть в приоритете*, односно (које) вредности треба да буду приоритет, кроз увођење атрибута са семантиком градације и суперлатива. Дакле, значајно место неке вредности на одређеној апстрактној скали концептуализује се помоћу метафоре величине – *большая/огромная ценность*, односно велика/огромна вредност, или процене вредности, у ком случају настају плеонастичке конструкције – *значимые ценности*, односно значајне вредности, *самая дорогая ценность*, односно најдрагоценија вредност. Ово су релативне процене јер се имплицитно претпоставља контекст поређења иако су комбинације **меньшая / *незначимая / *менее значимая / *дешевая ценность* – *мања вредност, *безначајна вредност, *мање значајна вредност, *јефтина вредност, неидиоматске или генерално немогуће; у корпусу анализираних текстова постоји само једна комбинација која актуализује ниже нивое хијерархије: *более низкие ценности*, односно ниже вредности.

С друге стране, комбинације као што су *главная ценность*, односно главна вредност, *базовые/основные/высшие ценности*, односно основне/фундаменталне/врховне вредности, *величайшая ценность*, односно највећа вредност, *высочайшие ценности*, односно највише вредности, служе да покажу апсолутну позицију унутар одређене хијерархијске структуре. У исто време, користе се различите методе вербализације врха вредносне пирамиде: *главная, высшая, базовые, основные*, односно главна,

врховна, основна, фундаментална – а ово су лексичко-семантичке ознаке које показују формативни елемент система у односу на који све остале вредности заузимају подређену позицију, док су *величайшая* и *высочайшая* облици суперлатива, тј. лексичко-граматичке ознаке. Уопштено узев, овај низ комбинација одликује се тиме што у њиховим контекстуалним реализацијама предност има облик једине. Облик множине (*высочайшие/базовые/основные ценности*, односно највише/основне/фундаменталне вредности) указује на присуство неколико несводливих доминанти које чине срж система вредности.

Консолидација снаге вредности. Одређени број колокација одражава конститутивну (фундаменталну) карактеристику – њихову способност уједињавања људи, тј. то што служе као друштвени интегратор и когнитивна подршка колективном идентитету. Пре свега, реч *общий*, односно уобичајен и њене изведенице активно су укључене: *общие/общечеловеческие ценности*, односно уобичајене/универзалне људске вредности, *приобщиться к ценностям*, односно придружити се / претплатити се на вредности. Идеја апсолутности отелотворена је у семантици „појединачан/уједињен“: *универсальная ценность*, односно универзална вредност (на латинском, *unus* – један). Актуелизована су значења коинциденције: *схожие / одни и те же ценности*, односно сличне/исте вредности. Реч *человек*, односно човек/особа, такође служи као лексичка ознака интеграције, обележавајући истовестност основних вредности: *человеческие ценности, ценности человека*, односно људске вредности, вредности неке особе. На крају, међу лингвистичким средствима описивања дру-

штвене интеграције и солидарности на основу вредности не постоје само атрибутивни већ и предиктивни дескриптори – глаголи који повезују: *ценности связывают (кого)*, односно вредности повезују (некога) / *разделять ценности (с кем)*, односно делити вредности (с неким); глагол *разделить*, између осталог, значи и „придружити се нечему, изразити слагање, показати солидарност с неким у нечему“ (Kuznetsov, 1998, p. 1067).

Поларизација страна на основу вредносних приориитета. Концептуализација погледа на свет кроз категорију поседовања – антиномија „сопственог/властитог“ наспрам „другог/туђег“ (*свои/другие/чужие/их/ваши/наши/аутентичные ценности*, односно сопствених/других/туђих/њихових/ваших/наших/аутентичних вредности) – предодређује претпоставку сукоба између носилаца поменутих вредности.

У односу на идеју поларизованих страна језик има добро обликован оквир борбе – војну метафору, унутар које се јавља неколико кључних група комбинација с речју *ценности*, стварајући оквир идеолошке конфронтације употребом следећих лексичких јединица:

– Глаголи директне конфронтације: *выступать против (каких-либо) ценностей*, односно противити се (одређеним) вредностима, *бороться за ценности*, односно борити се за вредности, *бросать вызов (каким-либо) ценностям*, односно изазивати (одређене) вредности. Ова група означава активни сукоб где је субјекат позициониран као актер који покреће контраакцију.

– Глаголи одбране и очувања: *стоять за (свои) ценности*, односно залагати се за (своје)

вредности, *отстаивать/защищать ценности*, односно бранити/штитити вредности, *защита ценностей*, односно одбрана вредности, *во имя ценностей*, односно у име вредности. Ове јединице формирају одбрамбени сценарио где се вредности представљају као предмет који треба заштитити од спољне опасности, а субјект деловања је бранилац.

– Номинализација процеса: *крестный ход* за (традиционные) ценности, односно крсни ход верска поворка за (традиционалне) вредности, *борьба за ценности*, односно борба за вредности. Употреба девербативних именица претвара динамичан процес у статичку категорију, што доприноси опредељивању сукоба.

– Глаголи уништења: *ниспровержение ценностей*, односно рушење вредности, *уничтожение ценностей*, односно уништавање вредности, *уничтожить / уничтожены ценности*, односно уништити вредности / уништене вредности, *разрушать ценности*, односно рушити вредности, *подрывать (какие-либо) ценности*, односно поткопавати (одређене) вредности, *отнимать ценности*, односно одузимати вредности, *лишить ценностей*, односно ускратити вредности, *попира́ть ценности* (у дословном значењу: газити, ходати по), односно уништити, згазити вредности. Ова група описује антагонистичко деловање усмерено ка елиминисању противниковог система вредности и стварања вакуума у вредностима.

– Глаголи тријумфа: *ценности должны победить*, односно вредности морају њобедити/ојсћити.

Идентифици и самоодређивање народа у односу на вредности. И појединци и друштвене

заједнице доносе личне или заједничке изборе у погледу вредности – прихватање или одбацавање.

Негативна лична перцепција одређених вредности одражава се у колокатима са семантиком одбијања, негације, одбацавања или сумње: *неприемлемые ценности*, односно неприхватљиве вредности, *не нужны (какие) ценности*, односно (неке) непотребне вредности, *отказ / отказываться от ценностей*, односно одбацавање / одбацити вредности, *поставить под сомнение ценности*, односно довести вредности у питање.

Позитиван став појединца према појавама које имају статус вредности у оквиру неке групе резултат је сложеног менталног поступка. Статус вредности приписује се одређеној чињеници идеала или стварног постојања кроз процес критичке процене, што је довело до метафоре менталне радње (знање, препознавање, разумевање): *признание ценности*, односно признање неке вредности, *осознать ценность*, односно схватити/признати вредност, *всё что нужно знать про (европейские) ценности*, односно све што треба знати о (европским) вредностима. Ова когнитивна операција нераскидиво је повезана с процесима одлучивања и интелектуалном рефлексијом, што се у језику одражава кроз присуство контекстуалних суседа који означавају доношење одлука (*определи́ться с ценностями*, односно одредити своје вредности) и визију (*пересмотреть взгляд на ценности*, односно ревидирати свој поглед на вредности – визуелна метафора је типична за концептуализацију интелектуалне активности).

Даље бављење асимилованим вредностима такође претпоставља континуирано деловање

свести, која функционише у смислу вере, памћења и поштовања. Ово се види у лингвистичким конструкцијама које описују дубоку личну повезаност између субјекта и објекта: *предан/верен (каким) ценностям*, односно одан/веран (некој) вредности, *(не) забыть (свои) ценности*, односно (не) заборавити (своје) вредности, *читутся ценности*, односно вредности се поштују. Опасни процеси одступања или постепеног губитка ове везе такође су концептуализовани кроз концепт сећања: *напомнить о ценностях*, односно подсећати на вредности.

82 | Осим менталних операција, лингвистички подаци сведоче и о идеји аксиолошке прагматике, која се састоји у тези да су неопходне практичне акције појединца (или заједнице) усмерене на чување вредности. Одговоран став према вредностима изражен је колокатима са значењем похрањивања, подржавања, бриге и праћења: *соблюдение ценностей*, односно поштовање вредности, *хранить ценности*, односно чувати/одржавати вредности, *сохранение ценностей*, односно чување вредности, *сохранены (будут) ценности*, односно вредности се чувају (биће сачуване), *забота/заботиться о ценностях*, односно брига / бринути о вредностима. Ово без сумње активира метафору наслеђа, значајне имовине и ресурса за будуће генерације.

Лична одлука такође је концептуализована кроз просторне метафоре – оријентација (*ориентировалась на (какие) ценности*, односно бити оријентисан према (неким) вредностима), налажење на одређеном месту или сегменту условног простора (*быть на стороне (каких-л.) ценностей*, односно бити на страни (одређених) вредности, *приверженность / приверженный*

(*каким-л.) ценностям*, односно посвећеност / бити посвећен (одређеним) вредностима), подршка (*опирающийся на ценности*, односно ослањање на вредности) и кретање према конвергенцији (*стремление к (истинным) ценностям*, односно тежити (правим) вредностима). У лингвистичком погледу на свет вредности су онтолошки замишљене тако да их карактеризује „екстралокалност“ у односу на особу и, самим тим, стабилност, док је особа покретна; то је особа која се креће у области менталитета, померање између условних локација или објеката фиксираних у простору: *переходить на (какие) ценности*, односно пребацивати се на (неке) вредности, *оторвать от ценностей*, односно одвојити се од вредности, *возвращать (человека) к ценностям*, односно вратити (некога) вредностима.

Динамика вредности. Колокабилност ове речи указује на два могућа вектора трансформације вредности: њихову природну интернализацију и намерни утицај. Динамика се може описати као нешто што се дешава спонтано (*упадок ценностей*, односно опадање вредности). Друга опција је добровољна промена у вредностима, концептуализована кроз активну метафору поседовања и метафорички моделована помоћу глагола *взять*, односно узети, што наговештава свестан избор и својевољан напор: *перенять ценности*, односно усвојити/прихватити вредности. Међутим, у руско-српским онлајн заједницама централна тема дискусије јесте трећи тип трансформације вредности, односно утицај (западњачки) – *ценности дают о себе знать*, тј. „имати утицај, „учинити се утицајним, или спољашњи утицај који покрећу разни актери.

Стога се идеја о интернализацији вредности у дискурсу окреће према циљној децјој публици путем образовања и васпитања, што је важно за схватање распона механизма који су укључени у преношење и сврсисходну трансформацију погледа на свет утемељеног на вредностима: *воспитывать в / воспитываться на (каких) ценностях*, односно образовати/васпитавати на (неким) вредностима.

Други метод спољашњег утицаја јесте усађивање сопствених вредности у туђем друштву: *ввести / интегрировать (какие) ценности*, односно увести/интегрисати (неке) вредности, *лезть с (какими) ценностями*, односно наметати (своје) вредности (некоме), *транслировать ценности*, односно објављивати/преносити вредности, *продвижение ценностей*, односно промоција вредности, *пропагандировать (какие) ценности*, односно промовисати (неке) вредности, *навязывать ценности*, односно наметати вредности, *ценности навязываются*, односно вредности се намећу, *насаждать ценности*, односно присиљавати на / оснаживати вредности.

Ствара се конструкт непријатеља, спољашњег злонамерника који извршава чин интелектуалне саботаже, уништавајући аутентичну вредносну матрицу и уводећи стране елементе. Ово се ради кроз оквир варке, где се један предмет (оригинални) тајно или преваром замењује другим (фалсификовање): *подмен/подмена ценностей*, односно замена вредности.

Квалификавање њојава и својства као вредности. Процена се врши на основу нечијег сопственог погледа на свет, утемељеног у опозицији „лаж–истина“: *ложные ценности*, односно лажне вредности – *правильные/настоящие/*

истинные ценности, односно исправне/стварне/праве вредности, *верны ли ценности*, односно да ли су вредности праве/исправне.

Вредности као њредмеј јавних изјава и њолемика. На нивоу контекстуалне анализе речи *ценности* бележи се присуство колоката као што су глаголи: *говорить/заговорить про ценности*, односно говорити / почети говорити о вредностима“, *речь шла о ценностях*, односно говорило се о вредностима, *декларировать ценности*, односно дефинисати вредности. Овај индикатор је повезан с високом учесталошћу глагола *заявить*, односно тврдити у корпусу анализираних текстова онлајн заједнице. Уопштено узев, ове лингвистичке ознаке указују на висок симболички капитал концепта вредности, који функционише као сигнални регулатор комуникације и као основ за друштвени ритуал изражавања сопственог идентитета.

Вредности као инсџрументџ за мерење и оцену свеџа око нас. У одређеном броју комбинација догађај из стварног живота који постане предмет дискусије подложен је етичкој оцени, а учесници у онлајн комуникацији често се позивају на вредности као на стандард или меру: *на весах (христианских) ценностей*, односно на скали (хришћанских) вредности, *противоречащий (каким) ценностям*, односно супротно (којим) вредностима. Језик концептуализује систем вредности неког субјекта као личну скалу која се уопштено схвата као систем квантитета поређаних у падајућем или растућем редоследу, прихваћених за мерење, одређивање или оцењивање нечега: *шкала ценностей*, односно скала вредности (напокон ми је синило да је време да променим своју животну скалу „вредности“).

Аксиолошка разноврсност. Мноштво вредности условљено је њиховом антиномском природом и профилисањем – њиховом корелацијом с разним идеалним категоријама и сферама стварности. На основу тога се препознају врсте система вредности који су такође утемељени у стабилној колокабилности речи *ценности*, односно вредности:

- према двојности света: *духовные/моральные/нравственные/этические ценности*, односно духовне/моралне/етичке вредности – *материальные ценности*, односно материјалне вредности;
- према временској референци (прошлост – садашњост – будућност): *исторические/современные ценности*, односно историјске/савремене вредности;
- према геополитичким границама с њиховим повезаним идеолошким конструктима (као што су цивилизација, земља, нација): *западные ценности*, односно западне вредности, *национальные ценности*, односно националне вредности, *социальные ценности*, односно друштвене вредности, *ценности (нашего, сербского) народа / (русского) общества / России / (этой) страны*, односно вредности (нашег, српског) народа / (руског) друштва / Русије / (ове) земље;
- према корелацији са неком друштвеном институцијом (породица, црква, световна држава, култура и уметност): *православные/религиозные/библейские/небесные ценности*, односно православне/верске/библијске/божанске вредности, *атеистические ценности*, односно атеистичке

вредности, *семейные ценности*, односно породичне вредности, *культурные ценности*, односно културне вредности;

- према политичко-идеолошкој припадности (некој друштвено-политичкој групи, партији): *демократические ценности*, односно демократске вредности;
- према припадности некој супкултури: *ценности футбола, футбольные ценности*, односно вредности фудбала, фудбалске вредности.

Закључци

Дакле, посматрање учесталости речи у сакупљеном корпусу текстова, који уједињује исказе корисника интернета и припадника руско-српских заједница на друштвеној мрежи ВКонтакте показује да је овој публици концепт вредности вишедимензионалан, те да истовремено представља срж културног идентитета и темељ политичког погледа на свет.

На основу спроведене анализе може се закључити да кључни контрапунктови, реконструисани кроз контекстуалне антонимске парове у комбинацији са лексемом *ценности*, односно вредности, служе за показивање основне аксиолошке дихотомије „свог, сопственог“ наспрам „другог, туђег“. Специфичност контекстуалних антонима лежи у томе што они у језику нису антоними већ добијају логичку корелацију у контексту, одражавајући субјективну, личну визију аутора текста. Пре свега, препознати су следећи парови: *европейские ценности vs национальные ценности*, односно европске наспрам

националних вредности, *европейские ценности vs сербские ценности*, односно европске наспрам српских вредности, *западные ценности vs православные ценности*, односно западне наспрам православних вредности, *европейские ценности vs традиционные ценности*, односно европске наспрам традиционалних вредности. Као што се може видети, глобалистички пројекат (Европа) концептуализован је као „други“ у односу на локални идентитет (нација, Србија). Стога лексичка колокабилност функционише не само као ознака семантичког поља већ и као инструмент дискурзивног грађења идентитета кроз његово одвајање од простора алтернативних вредности.

У корпусу анализираних текстова се, с једне стране, потврђује да су вредности објективно динамичан систем координата. Међутим, значајан нагласак у разумевању њихових националних, историјски утврђених вредности у контексту геополитичке агенде јесте то што учесници дискусије полажу наде у очување традиционалних вредности.

Идући ван анализе колокабилности речи *ценности*, односно вредности, можемо набројати вредности које су биле изричито именоване у корпусу анализираних текстова и, самим тим, одражавају категорије које су значајне за претплатнике у тематским руско-српским заједницама: људско биће, људски живот, православна вера, породица, безбедност, старе српске песме (које изводе гуслари), традиционално народно коло, матерњи језик, богојављенска вода.

Други пол вредности, који карактерише простор „туђег“ и осуђеног, уједињује категорије као што су глад за потрошњом, новац, корист, хегемонија и фашистичка идеологија.

Први списак обухвата антропоцентричне, духовне и друштвене/домаће вредности и елементе национално-културолошког кода. Други списак одликује се доминантним утилитарним вредностима и супериорним ставовима. Важно је нагласити да овај списак не представља кохерентан и коначан аксиолошки систем; он само наводи обресе кључних вредности које су важне за дискурзивну заједницу.

References / Литература

- Bartmiński, J. (2008). What values participate in shaping the linguistic worldview of the Slavs? P. Piper, Lj. Radenković (Eds.). *Ethnolinguistic Explorations of the Serbian and other Slavic Languages: In honour of Academician Svetlana Tolstaya* (60-70). Beograd: SANU: Odeljenje za jezik i književnost. [In Russian]
- Berger, P., & Luckmann, T. (1995). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (2nd ed.). Anchor Books. [In Russian]
- Durkheim, É. (1995). Sociology and its scientific domain. In K. E. Gould (trans.), *Sociology: Its Subject Matter, Method and Purpose* (3-48). Routledge. (Original work published 1895). [In Russian]

- Kunić, Z., Muzykant, V. L., & Panasenکو, N. (2022). Specific features of Russia's image formation on Serbian media platforms. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 27(1), 171-188. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-1-171-188>. [In Russian]
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2004). *Metaphors We Live By* (with a new afterword). University of Chicago Press. [In Russian]
- Novak, O. N. (2017). Analysis of the semantic scope of the lexemes “value” / “vrednost” in Russian and Serbian languages. *Mova*, 28, 98-102. <https://doi.org/10.18524/2307-4558.2017.28.115850> [In Russian]
-

Tatyana V. Leontyeva

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

86 |

Values as a Subject of Discussion in Russian-Serbian Online Communities

Summary

The paper examines the axiology of texts presented in online communities. The study is based on material from groups on the social network VKontakte that position themselves as platforms for international communication in the context of discussions of Russian-Serbian issues. The content of a corpus of Russian-language texts published between 2022 and 2026 was analysed according to the criterion of the presence of words denoting ценности (values) in posts or comments. The analysis established that all the entries in the sample are devoted to the discussion of values in the context of an international agenda concerning Serbia, Russia, Europe and the USA. The contextual use of the word “value” was analysed. The findings demonstrate that, for this audience, the concept of VALUE constitutes both the core of cultural identity and the foundation of a political worldview.

Keywords: axiology, values, Serbs, Russians, cultural identity, transformation of values, military metaphor