

УДК 811.161.1

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2022.1.22

**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ
ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА «ПРАЗДНИК»**

© А. С. Леонова

*Бакирский государственный медицинский университет
Россия, Республика Башкортостан, 450008 г. Уфа, ул. Ленина, 3.**Email: anna-leonova93@rambler.ru*

В данной статье рассмотрено ассоциативное поле концепта «праздник», представляющего собой важную часть языкового сознания людей. Исследование находится в русле актуальных направлений межкультурной коммуникации, посвященных осмыслению картины мира, изучению культурных и языковых категорий и пониманию того, какую культурную информацию несет в себе то или иное слово. Автор приходит к выводу, что ассоциативное поле концепта «праздники» в сознании представителей разных культур в конце XX-начале XXI в. является практически однородным. Ключевыми и наиболее часто встречающимися ассоциациями являются семья, друзья и отдых. Отличие ассоциаций у испытуемых связано с их культурной и языковой принадлежностью, а также с возрастной группой опрашиваемых.

Ключевые слова: картина мира, концепт, ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, праздник.

Языковое сознание отражает существенные для социума понятия. По словам А. В. Коногоровой, «образ мира является структурообразующим компонентом культуры этноса» [8, с. 147]. Исследования национально-культурной специфики невозможны без освоения концептов, отражающих ключевые понятия коллективного сознания народа. Вслед за Н. Н. Болдыревым, О. П. Касымовой, З. Д. Поповой, И. А. Стерниным и др. в данной статье мы рассматриваем концепт как принадлежность сознания человека, глобальную единицу мыслительной деятельности (см. [1; 6, с. 87–88; 7, с. 5; 14, с. 29; 18–19]). Анализ зависимости восприятия того или иного концепта от национально-культурных особенностей испытуемых интересен как с точки зрения культурологии, так и с точки зрения языковой актуализации концепта, что может послужить базой для дальнейших исследований.

Необходимость в исследовании специфики концепта «праздник» и реконструкции его семантической структуры определила проведение свободного ассоциативного эксперимента (САЭ) с целью установления ассоциативных связей. Данная методика универсальна и широко распространена в современной когнитивной лингвистике (см., например, [3–7; 14; 18–19]). Как отметил Ю. Н. Караулов, «когнитивная структура ассоциативного поля, суммируя единицы хранения знаний и оперирования ими и отражая языковую картину мира, как бы воссоздает структуру мысли и репрезентирует тем самым отношение „язык и человек“, ибо нет знаний без их носителя, как не существует „картины мира“ без воспринимающего ее» [8, с. 19]. Для изучения концепта, как отмечает О. П. Касимова, недостаточно описания номинативного поля, «необходимо рассмотреть и то, как то или иное понятие представлено в ментальном мире, в языковом сознании человека» [7, с. 28].

Особый интерес представляет проведение ассоциативного эксперимента с учетом национально-культурной специфики испытуемых. Совокупность собранных и изученных в ходе эксперимента реакций дает возможность составить более подробное представление о том, что включает в себя концепт «праздник» у россиян и инофонов в XXI в.

Точкой отсчета для оценки результатов нашего эксперимента послужили результаты ассоциативного опроса, представленные в «Русском ассоциативном словаре» под ред. Ю. Н. Караулова, опрос для которого проводился в три этапа с 1986 по 1997 гг. среди студентов 1–3-х курсов [17]. Статья на слово «праздник» в словаре дает следующее распределение реакций. Всего реакций на стимул 654, различных реакций на стимул – 234, одиночных реакций на стимул – 149, отказов – 2. Реакции на стимул «праздник» выглядят следующим образом: веселый – 59, Новый год – 37, веселье – 28, 1 Мая – 24, детства – 21, души – 21, радость – 18, каждый день – 16, весны – 11, весело – 10, Октября – 10, демонстрация – 9, большой – 8, 8 Марта – 7, будни – 7, жизни – 7, радостный – 7, счастье – 7, день рождения – 6, новогодний – 6, 7 Ноября – 5, всенародный – 5, выходно – 5, май – 5, Первое мая – 5, пьянка – 5, удался – 5, яркий – 5, 9 Мая – 4, весенний – 4, день – 4, отдых – 4, Победы – 4, торжество – 4, вечер – 3, грустный – 3, каникулы – 3, красный – 3, любимый – 3, на улице – 3, настроение – 3, наступил – 3, наш – 3, Нептуна – 3, общий – 3, Первомай – 3, скоро – 3, скучный – 3, снегопада – 3, труда – 3, урожая – 3, флаги – 3, цветы – 3, шумный – 3, великий – 2, выпивка – 2, горе – 2, города – 2, детский – 2, друзья – 2, застолье – 2, знаний – 2, испорченный – 2, лета – 2, любви – 2, мира – 2, мой – 2, на нашей улице – 2, настоящий – 2, непослушания – 2, песни – 2, пришел – 2, прошел – 2, радостный день – 2, Рождество – 2, светлый – 2, святой – 2,

сердца – 2, солнце – 2, стол – 2, улица – 2, фейерверк – 2, хорошо – 2, шарик – 2 [17]. В данной публикации мы не привели 149 одиночных реакций на стимул. Это обусловлено тем, что во многом они совпадают с вышеперечисленными реакциями (например, Первомайский – 1, победа – 1, счастья – 1, улицы – 1), кроме того, перечисление всех уникальных одиночных реакций не позволяет объём статьи.

С целью определения изменения содержания концепта «праздник» за последние три десятилетия нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент (САЭ), в котором приняло участие 108 обучающихся первого курса Башкирского государственного медицинского университета (май 2020 г.). Эксперимент проводился следующим образом: после предъявления стимула (ключевого слова «праздник») обучающимся необходимо было как можно быстрее, до команды «стоп», написать одну любую пришедшую в голову ассоциацию. Этот способ помогает актуализировать, по мнению исследователей, «не только осознаваемые причинные связи, но и интуитивные, неосознаваемые компоненты данного категориального понятия; в высказываниях проявляются как когнитивные научные понятийные структуры, стоящие за языковыми значениями, так и индивидуальные особенности испытуемых, их личностные смыслы» [11, с. 262].

Респонденты были поделены на две группы: российские обучающиеся и иностранные (преимущественно из Индии и Египта). По итогам проведенного эксперимента было составлено ассоциативное поле изучаемого концепта для каждой группы. Результаты опроса для стимула «праздник» среди российских обучающихся выглядят следующим образом.

Веселье – 9, отдых – 8, друзья – 5, семья – 4, радость – 4, сон – 4, выходной – 4, солнце – 3, шары – 2, встречи – 2, смех – 2, еда – 2, торт – 2, родные люди – 1, шарик – 1, шампанское – 1, застолье – 1, шашлыки – 1, песни – 1, поздравление – 1, подарки – 1, эйфория – 1, хорошее настроение – 1, атмосфера – 1, гости – 1, Сабантуй – 1, оливье – 1, по календарю – 1, отдых на природе – 1, плов – 1, природа – 1, движ – 1, фейерверк – 1, карнавал – 1, Новый год – 1, компания – 1.

Иностранцами обучающимися были представлены следующие ассоциации для того же стимула: friends (друзья) – 5, family (семья) – 5, rest (отдых) – 4, vacation (каникулы) – 1, a new chance (новый шанс) – 1, fun (веселье) – 1, hope (надежда) – 1, changing your mood (смена настроения) – 1, relatives (родственники) – 1, charge energy (подзарядиться энергией) – 1, trip (поездка) – 1, sleep (сон) – 1, go out (ходить гулять) – 1, sport (спорт) – 1, habits (привычки) – 1, meal (еда) – 1, exercise (упражнения) – 1, watch the movies (смотреть фильмы) – 1, break (перерыв) – 1, recess (перемена) – 1, leave (отпуск) – 1, off day (выходной) – 1, travel (путешествие) – 1, Eid (Ид) – 1.

Обобщив зафиксированные реакции обучающихся, мы выделили шесть тематических групп по следующим критериям, следуя принципам моделирования ассоциативного поля [16]:

1) *Слова, отражающие родственные и дружеские связи*: друзья, семья, родные люди, встречи, гости, компания, friends (друзья), family (семья), relatives (родственники).

2) *Слова, называющие положительные чувства и понятия к слову-стимулу*: веселье, радость, смех, эйфория, хорошее настроение, атмосфера, движ, fun (веселье), hope (надежда), changing your mood (смена настроения), a new chance (новый шанс).

3) *Слова, непосредственно связанные с отдыхом от основной деятельности*: отдых, сон, выходной, по календарю, rest (отдых), vacation (каникулы), charge energy (подзарядиться энергией), sleep (сон), break (перерыв), recess (перемена), leave (отпуск), off day (выходной).

4) *Слова, связанные с едой и атрибутами праздника*: шары, шарик, фейерверк, еда, торт, шампанское, застолье, песни, поздравление, шашлыки, плов, оливье, подарки, meal (еда).

5) *Слова, относящиеся к наименованию праздников*: Новый год, Сабантуй, карнавал, Eid (Ид).

6) *Слова, относящиеся к досугу и отдыху*: природа, отдых на природе, trip (поездка), go out (ходить гулять), sport (спорт), habits (привычки), exercise (упражнения), watch the movies (смотреть фильмы), travel (путешествие).

Многие ассоциации, связанные с понятием праздник, совпадают в восприятии как российских, так и иностранных обучающихся. Так, ключевыми и наиболее часто встречающимися ассоциациями являются семья, друзья и отдых. Первая тематическая группа, отражающая родственные и дружеские связи, чаще всего встречается среди ассоциаций в обеих группах. Отметим, что в «Русском ассоциативном словаре» (2002 г.) реакция *друзья* встречается всего два раза, а *в семье* – один. Поскольку САЭ проводился исключительно среди студентов первого курса, большинство из которых (включая российских граждан) обучаются вдали от дома, то вполне вероятно, что праздники в их представлении – это прежде всего возможность провести время с близкими людьми, что и было отражено в наиболее частотных реакциях.

Стоит предположить, что вторая по величине семантическая группа, связанная с положительными эмоциями, также универсальна, поскольку подобные реакции достаточно часто встречаются и у россиян, и у инофонов. Более того, в «Русском ассоциативном словаре» реакция *веселый* и однокоренные слова также являются наиболее распространенными (веселый – 59, веселье – 28, весело – 10).

Реакции, связанные с отдыхом от основной деятельности и разнообразным досугом, практически одинаково часто встречаются в обеих группах испытуемых, но ограничено представлены в «Русском

ассоциативном словаре». При этом в последнем присутствует большое количество различных реакций, связанных именно с поводами для праздника (Новый год – 37, 1 Мая – 24, Октября – 10, 8 Марта – 7, день рождения – 6, новогодний – 6, 7 Ноября – 5, 9 Мая – 4, Победы – 4). Этому можно дать два возможных объяснения. Во-первых, вследствие огромного стресса, связанного с условиями обучения в последние два года, и непривычной для первокурсников нагрузки праздник – это повод отдохнуть, а причина данного повода является второстепенной. Во-вторых, опрашиваемые были ограничены одной возрастной группой, как и в процессе работы над «Русским ассоциативным словарем» [17], в то время как для советского поколения именно сам праздник представляет большую ценность. Причина заключается в том, что советская праздничная культура была весьма устойчива, это является маркером идентичности для людей старшего возраста, не принимавших участие в нашем опросе.

Реакции, связанные с едой и атрибутами праздника, весьма разнообразны среди российских участников САЗ (торт, шампанское, застолье, шашлыки, оливье, плов) и практически не встречаются среди опрошенных иностранцев. В «Русском ассоциативном словаре» они также имеются и представлены следующими реакциями: пьянка (5), выпивка (2), застолье, стол (2), большая пьянка, водка, еда, обжорства, пьяный (1).

Проведенный анализ позволяет заключить, что ассоциативное поле концепта «праздники» в сознании представителей разных культур является практически однородным. Данный концепт имеет преимущественно положительную коннотацию среди всех опрошенных, при этом ядро ассоциативного поля (по мнению К. А. Бурнаевой, это «значимые частотные ассоциации, повторенные как минимум дважды» [2]) у российских и иностранных обучающихся во многом совпадают. Как показал анализ результатов исследования, при изучении данного концепта и использовании свободного ассоциативного эксперимента важно учитывать не только культурную и языковую принадлежность опрошенных, но и возрастную группу, т.к. этим обусловлены расхождения в их реакциях.

ЛИТЕРАТУРА

- Болдырев Н. Н. Интерпретация мира и знаний о мире в языке // Когнитивные исследования языка. 2014. Вып. XIX. С. 20–28.
- Бурнаева К. А. Ассоциативное поле как способ моделирования фрагмента языкового сознания // *Lingua mobilis*. 2011. №6(32). С. 51–58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/assotsiativnoe-pole-kak-sposob-modelirovaniya-fragmenta-yazykovogo-soznaniya> (дата обращения: 29.03.2021).
- Виноградова О. Е., Стернин И. А. Психолингвистические методы в описании семантики слова. Воронеж: Истоки, 2016. 157 с.
- Залевская А. А. Значение слова через призму эксперимента. Тверь: ТверГУ, 2011. 240 с.
- Исламова Э. А., Болгарова Р. М. Человек в зеркале ассоциативного эксперимента // Вестник ТГГПУ. 2019. №1(55). С. 13–17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-v-zerkale-assotsiativnogo-eksperimenta> (дата обращения: 29.03.2021).
- Касымова О. П. Позиционные свойства языковых единиц. Системное исследование языка. Saarbrücken, Germany: LAP LAMBLER Academic Publishing, 2011. 161 с.
- Касымова О. П. Концепты *русские*, *запад* и *восток* в русской языковой картине мира: монография. Уфа: РИЦ БашГУ, 2018. 160 с.
- Караулов Ю. Н. Ассоциативный анализ: новый подход к интерпретации художественного текста // Вопросы психолингвистики. 2015. №3(25). С. 14–35.
- Караулов Ю. Н., Филиппович Ю. Н., Романова Т. В., Черкасова Г. А. Информационная технология создания когнитивного тезауруса носителя русского языка и культуры: учеб. пособие. Сер. «Инфо-когнитивные технологии». М.; Н. Новгород, 2013. 241 с.
- Косогорова А. В. Ассоциативный эксперимент как метод когнитивного исследования // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. №6. С. 146–148.
- Кудрина О. В. Ассоциативный эксперимент как метод исследования восприятия студентами понятия «стресс» // Вестник Самарского муниципального института управления. 2006. №4. С. 261–263.
- Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / пер. с англ. Т. А. Нестика. М.: Дело, 1999. 440 с. URL: <https://studfile.net/preview/7871892/page/5/> (дата обращения 20.03.2021).
- Льюис Р. «Как вести бизнес с русскими». Журнал «Эксперт Урал». 2008. №27. URL: <https://expert.ru/ural/2008/27/roziciya/> (дата обращения 20.03.2021).
- Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М., АСТ; Восток–Запад, 2007. 314 с.
- Романова Т. В. Речевая самоидентификация по данным ассоциативного эксперимента // Политическая лингвистика. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevaya-samoidentifikatsiya-po-dannym-assotsiativnogo-eksperimenta> (дата обращения: 29.03.2021).
- Руль Н. Н., Гуц Е. Н., Куруленок А. А. Принципы моделирования ассоциативного поля: лексикографический аспект (на мат-ле ассоциативных экспериментов с респондентами, изучающими русский язык как иностранный) // Филология и культура. *Philology and Culture*. 2018. №4(54). С. 74–80.
- Русский ассоциативный словарь. В 2-х тт. / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. Т. I. От стимула к реакции: Более 100 000 реакций. М.: АСТ-Астрель, 2002. 992 с. URL: <http://thesaurus.ru/dict/dict.php> (дата обращения 29.03.2021).
- Стернин И. А. Когнитивная интерпретация результатов сопоставительных исследований // Сопоставительные исследования. 2020. Вып. 17 / под ред. М. А. Стерниной. Воронеж: ООО «РИТМ», 2020. С. 11–21.
- Стернин И. А. Проблемы интерпретации результатов ассоциативных экспериментов // Вопросы психолингвистики. 2020. №3(45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-interpretatsii-rezultatov-assotsiativnykh-eksperimentov> (дата обращения: 29.03.2021).
- Уфимцева Н. В., Черкасова Г. А. Русский региональный ассоциативный словарь–тезаурус ЕВРАС // Институт языкознания РАН. М., 2014. URL: http://iling-ran.ru/library/evras/evras_1.pdf (дата обращения: 02.03.2021).
- Шелховская М. Р. Ассоциативный эксперимент как источник изучения языковой картины мира современного студента // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2008. №3. С. 160–164.

Поступила в редакцию 25.11.2021 г.

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2022.1.22

NATIONAL-CULTURAL COMPONENT OF THE LINGUISTIC CONCEPT “HOLIDAY”

© A. S. Leonova

*Bashkir State Medical University
3 Lenin Street, 450008 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.*

Email: anna-leonova93@rambler.ru

The author of the article studies the associative field of the concept “holiday”, which is an important part of the linguistic consciousness of Russians and foreign speakers. The work was carried out in line with the current trends of intercultural communication. It is dedicated to understanding the picture of the world, studying cultural and linguistic categories, and understanding what cultural information a particular word carries. Conducting a free associative experiment and establishing associative connections is determined by the need to study the specifics of the concept of “holiday” and reconstruct its semantic structure. The associative experiment was conducted taking into account the national and cultural specifics of the subjects, including Russian students and students from India and Egypt. The author concluded that the associative field of the concept of “holiday” in the minds of representatives of different cultures at the end of the 20th – the beginning of the 21st century is almost homogeneous. The key and most common associations are family, friends, and recreation. The difference in the associations of the subjects is connected with their cultural and linguistic affiliation, as well as with the age group of the respondents. Comparison with the results of a similar experiment conducted from 1986 to 1997 showed that the former Russian subjects had more names of holidays in the structure of the associative field, which is due to the fact that the Soviet holiday culture was very stable.

Keywords: picture of the world, concept, associative experiment, associative field, holiday.

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at bulletin_bsu@mail.ru if you need translation of the article.

REFERENCES

1. Boldyrev N. N. Kognitivnye issledovaniya yazyka. 2014. Vyp. XIX. Pp. 20–28.
2. Burnaeva K. A. Lingua mobilis. 2011. No. 6(32). Pp. 51–58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/assotsiativnoe-pole-kak-sposob-modelirovaniya-fragmenta-yazykovogo-soznaniya> (data obrashcheniya: 29.03.2021).
3. Vinogradova O. E., Sternin I. A. Psikholingvisticheskie metody v opisaniy semantiki slova [Psycholinguistic methods in describing the semantics of a word]. Voronezh: Istoki, 2016.
4. Zalevskaya A. A. Znachenie slova cherez prizmu eksperimenta [The meaning of the word through the prism of experiment]. Tver': TverGU, 2011.
5. Islamova E. A., Bolgarova R. M. Vestnik TGGPU. 2019. No. 1(55). Pp. 13–17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-v-zerkale-assotsiativnogo-eksperimenta> (data obrashcheniya: 29.03.2021).
6. Kasymova O. P. Pozitsionnye svoystva yazykovykh edinit. Sistemnoe issledovanie yazyka [Positional properties of language units. System study of language]. Saarbrücken, Germany: LAP LAMBLER Academic Publishing, 2011.
7. Kasymova O. P. Kontsepty russkie, zapad i vostok v russkoi yazykovoi kartine mira: monografiya [The concepts “the Russians”, “west” and “east” in the Russian linguistic picture of the world: monograph]. Ufa: RITs BashGU, 2018.
8. Karaulov Yu. N. Voprosy psikholingvistiki. 2015. No. 3(25). Pp. 14–35.
9. Karaulov Yu. N., Filippovich Yu. N., Romanova T. V., Cherkasova G. A. Informatsionnaya tekhnologiya sozdaniya kognitivnogo tezaurusu nositelya russkogo yazyka i kul'tury: ucheb. posobie [Information technology for creating a cognitive thesaurus of a carrier of the Russian language and culture: textbook]. Ser. «Info-kognitivnye tekhnologii». M.; N. Novgorod, 2013.
10. Konogorova A. V. Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk. 2010. No. 6. Pp. 146–148.
11. Kudrina O. V. Vestnik Samarskogo munitsipal'nogo instituta upravleniya. 2006. No. 4. Pp. 261–263.
12. L'yuis R. Delovye kul'tury v mezhdunarodnom biznese. Ot stolkoveniya k vzaimoponimaniyu / per. s angl. T. A. Nestika. Moscow: Delo, 1999. 440 pp. URL: <https://studfile.net/preview/7871892/page:5/> (data obrashcheniya 20.03.2021).
13. L'yuis R. «Kak vesti biznes s russkimi». Zhurnal «Ekspert Ural». 2008. No. 27. URL: <https://expert.ru/ural/2008/27/poziciya/> (data obrashcheniya 20.03.2021).
14. Popova Z. D., Sternin I. A. Kognitivnaya lingvistika [Cognitive linguistics]. M., AST; Vostok–Zapad, 2007.

15. Romanova T. V. Politicheskaya lingvistika. 2017. No. 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevaya-samoidentifikatsiya-po-dannym-assotsiativnogo-eksperimenta> (data obrashcheniya: 29.03.2021).
16. Rul' N. N., Guts E. N., Kurulenok A. A. Filologiya i kul'tura. Philology and Culture. 2018. No. 4(54). Pp. 74–80.
17. Russkii assotsiativnyi slovar'. V 2–kh tt. [Russian associative dictionary. In 2 volumes] / Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasov. T. I. Ot stimula k reksii: Bolee 100 000 reaktsii. Moscow: AST-Astrel', 2002. 992 pp. URL: <http://thesaurus.ru/dict/dict.php> (data obrashcheniya 29.03.2021).
18. Sternin I. A. Sopostavitel'nye issledovaniya. 2020. No. 17. Ed. M. A. Sterninoi. Voronezh: ООО «RITM», 2020. Pp. 11–21.
19. Sternin I. A. Voprosy psikholingvistiki. 2020. No. 3(45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-interpretatsii-rezultatov-assotsiativnyh-eksperimentov> (data obrashcheniya: 29.03.2021).
20. Ufimtseva N. V., Cherkasova G. A. Institut yazykoznaniya RAN. Moscow, 2014. URL: http://iling-ran.ru/library/evras/evras_1.pdf (data obrashcheniya: 02.03.2021).
21. Shelkhovskaya M. R. Vestnik Chelyabinskogo gos. un-ta. 2008. No. 3. Pp. 160–164.

Received 25.11.2021.