

Тохтобина Наталья Викторовна

БАЗОВЫЕ СЕМАНТИЧЕСКИЕ ЗОНЫ АССОЦИАТИВНЫХ ПОЛЕЙ СТИМУЛА ДЕНЬГИ В РУССКОМ, КИТАЙСКОМ И ХАКАССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ

Данная статья представляет собой попытку выявить и описать ведущие семантические зоны концепта "деньги", общие и специфические особенности восприятия данного концепта в русском, хакасском и китайском языковом сознании на основе анализа соответствующих ассоциативных полей, полученных по итогам свободного ассоциативного эксперимента.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/10-2/47.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 10 (40): в 3-х ч. Ч. II. С. 178-180. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/10-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81'23

Филологические науки

Данная статья представляет собой попытку выявить и описать ведущие семантические зоны концепта «деньги», общие и специфические особенности восприятия данного концепта в русском, хакасском и китайском языковом сознании на основе анализа соответствующих ассоциативных полей, полученных по итогам свободного ассоциативного эксперимента.

Ключевые слова и фразы: концепт «деньги»; языковое сознание; образ мира; свободный ассоциативный эксперимент; ассоциативное поле; семантические зоны.

Тохтобина Наталья Викторовна

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова
tohtobinanata89@mail.ru

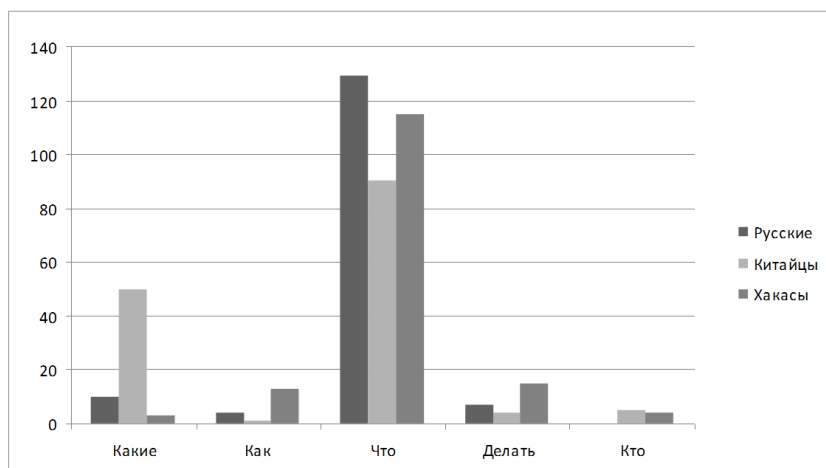
БАЗОВЫЕ СЕМАНТИЧЕСКИЕ ЗОНЫ АССОЦИАТИВНЫХ ПОЛЕЙ СТИМУЛА *ДЕНЬГИ* В РУССКОМ, КИТАЙСКОМ И ХАКАССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ[©]

В современных психолингвистических исследованиях центральной проблемой становится исследование этнокультурной специфики языкового сознания [5, с. 208]. Языковое сознание – это опосредованный языком образ мира, формируемый на основе того или иного языка и определяемый его спецификой [3, с. 176] в совокупности «перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителя культуры об объектах реального мира» [4, с. 7].

Одним из важнейших объектов социальной действительности являются деньги. В обыденном сознании носителей того или иного языка образ денег далеко не всегда ассоциируется только с экономическими понятиями, в нем также присутствует и психологическое содержание. В данной статье предлагаются предварительные итоги сопоставительного анализа семантических зон (СЗ) концепта *деньги / 钱 / ахча* в языковом сознании (ЯС) русских, китайцев и хакасов. Привлечение контрастивных данных позволяет более адекватно конструировать смыслы слов, объективированных ассоциациями носителей языка, корректировать данные об универсальном и уникальном в образе мира разных народов [1, с. 25].

Материалом для анализа послужили данные свободного ассоциативного эксперимента (САЭ), проведенного нами в 2012-2013 гг., с участием 150 русских (РР), 150 китайских (КР) и 150 хакасских респондентов (ХР). Из всего массива ассоциаций в данной работе мы рассматриваем только первые реакции с использованием метода «семантического гештальта» Ю. Н. Караулова. Объединение типичных признаков слова-стимула в СЗ позволяет выйти на характеристику «некоторого существенного признака, из совокупности которых и складывается интенционал данного стимула, обобщенный образ частички мира, стоящий за данным словом» [2, с. 107]. Четыре местоименные СЗ «Какие», «Как», «Что» и «Делать» оказались общими для ассоциативных полей (АП), полученных по итогам САЭ в трех группах респондентов. Еще одна дополнительная СЗ «Кто» выявлена в АП КР и ХР.

Рейтинг СЗ, выстроенный по итогам количественного анализа реакций в трех АП, представлен ниже в Диаграмме.

Диаграмма.**Рейтинг СЗ стимула деньги / qian / ахча**

Лидером оказалась СЗ «Что», состоящая из парадигматических реакций: 86% в русском АП, 76,7% – в хакасском и 60% – в китайском. На втором месте – СЗ «Какие» для АП КР, составив более трети (33,3%) полученных реакций и для АП РР (6,7%). У ХР на втором месте оказалась СЗ «Делать» (10%). В данной статье мы остановимся на содержательном анализе именно первых двух СЗ в АП трех групп респондентов для выявления общих и специфических реакций, отражающих ассоциативные связи в совокупности перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителей разных культур о *деньгах* как объекте современной социальной действительности.

СЗ «Что» в АП РР представлена 60 разными реакциями.

Анализ показывает, что позитивные ассоциации преобладают как в частотных реакциях (Богатство 13, Покупка 9, Достаток 6, Счастье 6, Власть 6, Возможности 3, Успех 3, Радость 2, Благополучие 2, Доход 2, Стабильность 2, Образование 2, Сбережения 2, Машина 2, Дом 2, Одежда 2, Магазин 2), так и в категории единичных (Автомобиль *Bugatti*, Карьера, Капитал, Путешествие, Отдых, Мальдивы, Независимость, Слава, Свобода, Блага, Выгода, Вложения, Грант). Стимул «деньги» в основном ассоциируется с тем, что с их помощью можно приобрести, включая материальные блага, социальный статус, а также вызываемые положительные эмоции и ощущения.

Группа негативных ассоциаций представлена только двумя частотными реакциями (Зло 4 и Бумага 3). Все остальные встречаются один раз и часто являются метафорами, отражающими отрицательное отношение к деньгам и их отрицательному влиянию на человека (Жалкие бумажки, Наркотик, Черствость, Тщеславие, Ненависть, Коррупция, Несчастье, Мусор, Микробы, Бедность, Нужда, Вода, Долг).

Нейтральные частотные реакции представлены: а) разновидностями денег (Доллар 3, Купюра 3, Валюта 2, Евро 2, Наличные, Монета); б) указанием на место их хранения или способ получения (Работа 5, Банк 4, Заработная плата 2, Кошелек, Кредит, Стипендия, Бизнес, Время). В целом преобладают положительные и нейтральные ассоциаты, составляя в данной СЗ 67%. К негативным ассоциатам можно соответственно отнести 33%.

СЗ «Что» АП КР представлена 32 разными реакциями.

Две ассоциации делают первое место: 采购 *caigou* (Покупка) 12 и 必需品 *bixupin* (Необходимость) 12. Значительно меньше выявлено реакций, с конкретным указанием покупки: 房子 *fangzi* (Дом), 跑车 *paoche* (Спортивный автомобиль). Однако такие позитивные реакции как 财富 *caifu* (Богатство) 9, 幸福 *xingfu* (Счастье) 4, 资金 *zijin* (Капитал) 4, 权利 *quanli* (Власть) 2, 金 *jin* (Золото) 2, 银 *yin* (Серебро), 连接 *lianjie* (Связи), 头脑 *tounao* (Ум) и возможно даже 爱 *ai* (Любовь) можно отнести к компонентам, влияющим на оценку социального статуса или самочувствия человека, которые либо приобретаются вместе с деньгами, либо необходимы в дополнение к ним. Заметное количество реакций подчеркивает важность и необходимость денег: 必需品 *bixupin* (Необходимость) 12, 必要的 *biyaode* (Предмет первой необходимости) 7, 物质基础 *wuzhi jichu* (Материальная основа), 生活的基础 *shenghuo de jichu* (Основа жизни).

Группа негативных реакций на стимул 钱 *qian* (деньги) представлена шестью ассоциациями, которые лишены яркой образности русской СЗ и связаны, в основном, с отрицательной ролью денег и трудностями их получения: 邪恶 *xie'e* (Зло) 3, 纸 *zhi* (Бумага) 3, 利润 *lirun* (Корысть), 腐败 *fubai* (Коррупция), 困难 *kunnan* (Трудности), 疲劳 *pilao* (Усталость).

Нейтральные реакции представлены: а) разновидностями денег: 货币 *huobi* (Валюта) 5, 人民币 *renminbi* (Юань) 3, 大团结 *da tuanjie* («Великое сплочение»). Последняя реакция отражает социокультурную специфику Китая, означая 10-юаневую банкноту, бывшую в хождении до недавнего времени, на которой изображены представители разных народов Китая; б) указанием на место их хранения или способ получения: 劳动 *laodong* (Труд) 2, 银行 *yinhang* (Банк) 2, 金库 *jinku* (Сейф); в) функциональной стороной денег: 商品流通 *shangpin liutong* (Товарообращение), 交流 *jiailiu* (Обмен), 数字 *shuzi* (Цифры).

В целом преобладают положительные и нейтральные ассоциаты, составляя в данной СЗ 72% от общего числа реакций. К негативным ассоциатам можно соответственно отнести 28%.

СЗ «Что» в АП ХР является самой большой, включая 40 реакций.

Положительно-нейтральные ассоциации ХР на слово-стимул *Ахча* оказались доминирующими, составляя 90% от общего числа реакций в данной СЗ. Они связаны с: а) широким спектром возможностей, которые открываются с помощью денег: *Пай* (Богатство) 11, *Тура* (Дом) 5, *Прай ниме пар* (Достаток), *Сили тура* (Красивый дом), *Санаторий*, *Машина*, *Парыс* (Прибыль), *Алтын* (Золото), *Материальная ценность*; б) эмоциями, оценкой жизни, возможностей и состояния человека: *Лринис* (Радость) 8, *Елге* (Власть) 2, *Хазых чуртас* (Полная жизнь); в) возможностью удовлетворить минимальные потребности: *Кип-азах* (Одежда) 5, *Чиис* (Еда) 5, *Ас-тамах* (Пища), *Халас* (Хлеб), *Наа джик* (Новая обувь); г) источником получения, видом, местом хранения, предназначения и расходования: *Тоуыс* (Работа) 14, *Садыи туразы* (Магазин) 8, *Зарплата* 4, *Бизнес*, *Стипендия*, *Кредит*, *Садыи* (Продажа), *Сјбіреніу бюджеті* (Бюджет семьи), *Валюта*, *Чахын ахча* (Бумажные деньги), *Сан* (Счет), *Копилка*.

Негативные реакции сравнивают деньги с: *Суи* (Водой) 7, *Чахын* (Бумагой) 4, *Алымнар* (Долгами) 4, *Хорадыи* (Убытком) и *Тизек* (Навозом).

СЗ «Какие» в русском АП представлена 4 ассоциациями.

Лидером является отрицательное определение – *грязные* 6. Остальные реакции относятся к разряду аудио-визуальных с опорой на цвет доллара – *зеленый* 2 и хруст новых купюр – *звонящие, шуршащие*.

В китайское АП в СЗ «Какие» входят 15 ассоциаций.

Первое место занимает группа положительных оценок «qian». В нее входят такие реакции как: *好东西 hao dongxi* (Хорошие) 14, *有用 youyong* (Полезные) 11, *重要 zhongyao* (Важные) 2 и *很重要 hen zhongyao* (Очень

важные), 万能的 *wannengde* (Всесильные) 2, 美好 *meihao* (Прекрасные). Деньги в ЯС китайцев ассоциируются с тремя видами перцептивных характеристик: зрительными и тактильными – с толстыми (厚的 *houde*) юанями розового (粉红色的 *fenhongsede*) цвета, которые иногда бывают мятыми (揉皱的 *rouzhoude*), но мягкими (软的 *ruande*) на ощупь, железными (铁的 *tiede*), а также с вкусовой характеристикой – Вкусные (好吃的 *haochide*).

Негативное отношение передается с помощью ассоциаций – 脏脏的 *zangzangde* (грязные) 3, 不是万能的 *bu shi wannengde* (не всесильные) 2, 坏 *huai* (плохие).

К СЗ «**Какие**» в АП ХР относятся 3 реакции – *Харам* (Скупой), *Часкалыи* (Счастливый), *Тадылыг ниме* (Вкусные).

Если у РР и КР реакции относились к характеристике самих денег, то у ХР лишь одно слово характеризует деньги как «вкусные» (как и у китайцев), а два других ассоциируются с человеком: *скупой* и *счастливый*.

Таким образом, парадигматическая ассоциативная модель, представленная СЗ «**Что**», является ведущей в АП представителей трех культур. Позитивно-нейтральная характеристика денег преобладает во всех трех АП: у ХР составила 89% , у КР – 72%, а у РР – 67% от общего числа реакций в данной СЗ.

Среди трех АП в СЗ «**Что**» общими позитивными словами оказались: *Богатство*, *Счастье*, *Власть*, *Дом*, *Машина*; нейтральными – *Работа / Труд*, *Валюта*; негативными – *Бумага*.

В СЗ «**Что**» у китайцев с русскими совпала позитивная реакция на слово-стимул «деньги» – *Покупка*, а с хакасами – *Золото*. У русских и хакасов больше общих положительных ассоциаций, таких как *Радость*, *Достаток*, *Зарплата*, *Стипендия*, *Магазин*, *Одежда*. Реакции, представляющие специфику ЯС: для РР деньги – это *блага*, а именно, *благополучие*, *благополучие*, возможно *путешествие* на *Мальдивы*, а также *возможность* добиться *славы* и *успеха*, *стабильности*, *свободы* и *независимости*. Для китайцев деньги – прежде всего, *основа жизни* (生活的基础), *связи* (连接), создающие взаимную обусловленность в жизнедеятельности людей, где присутствуют такие способности и чувства человека как *ум* (头脑) и *любовь* (爱). Для хакасов деньги ассоциируются с такой положительно окрашенной эмоцией как *надежда* (njgeri), устремленная в хорошее будущее: *полная жизнь* (толдыра чуртас), *богатые мысли*, *здоровье* (хазых), *покупка новой обуви* (наа jdik).

Среди негативных слов в СЗ «**Что**» у русских и китайцев совпадают реакции – *Зло*, *Коррупция*, у русских и хакасов – *Вода*, *Долги*. Реакции, представляющие специфику ЯС: у русских возникают ассоциации с отрицательными человеческими качествами и чувствами, такими как *черствость*, *тщеславие*, *ненависть*, а также с весьма негативным сравнением денег с *наркотиком*, *мусором* и *микробами*. У китайцев деньги ассоциируются с негативным моментом их зарабатывания – *трудностями* (困难) и *усталостью* (疲劳). У хакасов возникла ассоциация с отрицательным финансовым результатом – *убыток* (хорады).

Среди трех АП в СЗ «**Какие**» отсутствуют общие слова. Однако в данной СЗ у русских и китайцев совпадает негативная характеристика денег – *грязные* (показывающая нечестный путь их добывания), у хакасов негативным признается человеческое качество – *скупой* (*харам*). У китайцев и хакасов совпадает положительная ассоциация «*вкусные*» (好吃的 / *тадылыг ниме*), показывающая, что деньги у них вызывают весьма приятные ощущения. В данной СЗ отличаются зрительные реакции: у русских деньги ассоциируются с *зеленым* цветом американской валюты, а у китайцев только с китайскими юанями *розового* цвета. Такое же отличие можно отметить и в СЗ «**Что**», где РР связывали деньги с *долларом* и *евро*, а китайцы только с национальной валютой – *юанями*.

Таким образом, нами были выявлены и описаны ведущие семантические зоны концепта «деньги», общие и специфические особенности восприятия данного концепта в русском, хакасском и китайском языковом сознании.

Список литературы

1. **Боргоякова Т. Г., Пелевина Н. Н.** Базовые ассоциативные стратегии репрезентации образа человека в ядре языкового сознания русских и хакасов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 3. С. 25-27.
2. **Караулов Ю. Н.** Семантический гештальт ассоциативного поля и образы сознания // Языковое сознание: содержание и функционирование. XIII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. Тезисы докладов (Москва, 1-3 июня 2000 г.) / ред. Е. Ф. Тарасов. М.: Институт языкознания РАН и МГЛУ, 2005. С. 107-108.
3. **Леонтьев А. А.** Основы психолингвистики. Изд-е 4-е, испр. М.: Смысл; ИЦ «Академия», 2005. 288 с.
4. **Тарасов Е. Ф.** Межкультурное общение – новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М.: Институт языкознания РАН, 1996. С. 7-22.
5. **Уфимцева Н. В.** Языковое сознание и образ мира славян // Языковое сознание и образ мира. М.: Ин-т языкознания РАН, 2000. С. 207-219.

BASIC SEMANTIC ZONES OF ASSOCIATIVE FIELDS OF STIMULUS MONEY IN THE RUSSIAN, CHINESE AND KHAKASS LANGUAGE CONSCIOUSNESS

Tokhtobina Natal'ya Viktorovna
Khakass State University named after N. F. Katanov
 tohtobinanata89@mail.ru

This article is an attempt to identify and describe the leading semantic zones of the concept «money», the general and specific features of this concept perception in the Russian, Khakass and Chinese language consciousness on the basis of the analysis of associative fields obtained according to the results of free association experiment.

Key words and phrases: concept «money»; language consciousness; image of the world; free association experiment; associative field; semantic zones.