

Яковлев Андрей Александрович, Манхирова Виктория Викторовна,
Случаева Екатерина Константиновна

ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ ДНЕЙ НЕДЕЛИ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ И ИСПАНСКИХ СТУДЕНТОВ

В статье рассматриваются результаты ассоциативного эксперимента, проведённого с целью выявления особенностей языкового сознания русских и испанских студентов, в частности, того, как в нём представлены наименования дней недели. Разграничиваются понятия "языковое сознание" и "языковая картина мира" с акцентуацией различия заложенной в них методологии. Проведённый с позиций предложенных определений анализ результатов эксперимента показал, что в языковом сознании испанских и русских студентов средства репрезентации наименований дней недели испытывают влияние со стороны культуры.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/11-2/49.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 11(65): в 3-х ч. Ч. 2. С. 174-178. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/11-2/

© 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

В статье рассматриваются результаты ассоциативного эксперимента, проведённого с целью выявления особенностей языкового сознания русских и испанских студентов, в частности, того, как в нём представлены наименования дней недели. Разграничиваются понятия «языковое сознание» и «языковая картина мира» с акцентуацией различия заложенной в них методологии. Проведённый с позиций предложенных определений анализ результатов эксперимента показал, что в языковом сознании испанских и русских студентов средства репрезентации наименований дней недели испытывают влияние со стороны культуры.

Ключевые слова и фразы: языковая картина мира; языковое сознание; обыденная картина мира; ассоциативный эксперимент; русская лингвокультура; испанская лингвокультура.

Яковлев Андрей Александрович, к. филол. н.

Манхирова Виктория Викторовна

Случаева Екатерина Константиновна

Сибирский федеральный университет

mr.koloboque@rambler.ru; mankhirova.v@mail.ru; katyasluchaeva@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ ДНЕЙ НЕДЕЛИ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ И ИСПАНСКИХ СТУДЕНТОВ

Дни по самой своей природе являются, конечно, отрезками времени, что сближает их с такими понятиями, как секунда, час, год и т.д., но уже то, какие названия они имеют в разных языках, показывает их тесную связь с культурой. В толковых словарях, как правило, культурная специфика слов – наименований дней недели не выражается достаточно рельефно. Так, слова «вторник» и «пятница» толкуются соответственно как второй и пятый день недели [5, с. 107, 637]. Бросается в глаза формальность, даже бессодержательность такой дефиниции, что, впрочем, характерно для толковых словарей. В связи с этим закономерно возникает вопрос: какое содержание стоит за этими словами в сознании пользующегося языком человека? Неужели и для него вторник – это всего лишь второй день недели и ничего более? Ответ на эти вопросы и обусловил цель описываемого ниже исследования. Сопоставление данных разных языков позволит, как представляется, более ярко высветить характерные для каждой культуры особенности, поэтому наше исследование изначально носило сопоставительный характер.

Изучение таких языковых феноменов, как наименования дней недели, связано обычно с встраиванием их в более широкий контекст – языковую картину мира или языковое сознание – с последующим анализом с позиций именно этого широкого ментального контекста. Понятия «языковая картина мира» и «языковое сознание» не получили пока однозначной интерпретации и определения, поэтому, не вдаваясь в подробное рассмотрение разных точек зрения на них, обозначим лишь в самом общем плане принимаемые нами в рамках данной статьи трактовки.

Понятие «языковая картина мира» представляется нам менее приемлемым, так как о нём говорится чаще всего в работах, материалом которых является лексика и фразеология. Языковая картина мира понимается обычно как закреплённые в языковой системе способы, процессы и результаты познания действительности, совокупность знаний о мире, способов их получения и интерпретации [3, с. 17; 4, с. 75, 187; 6, с. 64-66]. Это понятие апеллирует в большей мере к языковой системе, чем к сознанию носителя языка. Языковое сознание – это знания человека, ассоциированные с языковыми знаками и используемые для овнешнения в процессе общения образов сознания, вырабатываемых в процессе познания мира и используемых в качестве перцептивных эталонов [7, с. 20]. Это понятие связано с понятием «образ мира» и позволяет говорить о значении слова в его связи с другими явлениями сознания и психики [2, с. 256-264].

В качестве метода выявления особенностей языкового сознания наибольшее распространение получил свободный ассоциативный эксперимент, который и использовался в нашем исследовании. В нём был задействован 61 испытуемый (далее – Ии.) в возрасте от 17 до 25 лет, все они на период проведения эксперимента обучались в высших учебных заведениях: 30 русскоговорящих Ии. – в Сибирском федеральном университете (г. Красноярск) и 31 испаноговорящий Ии. – в Университете г. Кадис, гендерная принадлежность Ии. не учитывалась. Важно отметить, что Ии. были не просто студентами, обучающимися в России и Испании, но уроженцами этих стран с соответствующим родным языком. Ии. было предложено дать от одной до трёх ассоциаций на предъявленный в письменной форме ряд слов. Во избежание влияния на реакцию на стимул со стороны реакции на предыдущий стимул список состоял из слов разных частей речи, в котором в хаотичном порядке были расположены интересующие нас слова – названия дней недели: ПОНЕДЕЛЬНИК, ВТОРНИК, СРЕДА, ЧЕТВЕРГ, ПЯТНИЦА, СУББОТА, ВОСКРЕСЕНЬЕ, соответственно исп.: *LUNES, MARTES, MIÉRCOLES, JUEVES, VIERNES, SÁBADO, DOMINGO*, а также слово, обозначающее родовое понятие по отношению к названным, – НЕДЕЛЯ, *SEMANA*. Предлагалось дать не одну, а несколько ассоциаций с тем, чтобы охватить как можно более широкий «участок» соответствующего ассоциативного поля. И хотя каждая последующая

реакция связана со словом-стимулом через предыдущую, всё же эта последняя входит в более ядерную часть того же ассоциативного поля, что позволяет учесть и ядерные, и более периферийные смысловые элементы образа, стоящего за данным словом.

В результате были получены 774 реакции, а также 14 отказов от ответа. В дальнейшем изложении цифра в скобках после реакции означает количество повторяющихся ответов среди Ии., отсутствие цифры означает, что такой ответ встречается единожды.

Полученные реакции были разделены на группы по смысловому сходству. В итоге были получены следующие группы:

- темпоральный аспект (ассоциации, которые, как и стимул, связаны со временем);
- оценка (положительные и отрицательные эмоционально окрашенные реакции);
- характеристика (ассоциации, дающие характеристику названному стимулу);
- деятельность (реакции, обозначающие различные типы времяпрепровождения в течение учебного/рабочего времени и во время досуга).

В работе А. А. Залевской [1, с. 140-141] приводится несколько видов связи между стимулом и реакцией и указывается, что некоторые из них могут быть объединены как отношения координированности, субординации и т.п. и что однозначная трактовка связи между стимулом и реакцией не всегда возможна. В нашем исследовании была сделана попытка переложения названной системы на полученные нами реакции. Таким образом, в группе реакций «темпоральный аспект» было выделено три подгруппы: координация, субординация, суперординация. В первую группу вошли реакции, синонимичные стимулу или имеющие сопоставимую предметную отнесённость (СРЕДА – *день недели* (6); *четверг* (3); *день* (2); *MIÉRCOLES* ‘СРЕДА’ – *sábado* (2) ‘суббота’; *día* (2) ‘день’; *lunes* ‘понедельник’), вторая вбирает в себя реакции, выражающие гипонимические или меронимические отношения к стимулу (СУББОТА – *утро*; *SÁBADO* ‘СУББОТА’ – *tarde* ‘поздно’), третья включает в себя, наоборот, реакции, являющиеся по отношению к стимулу гиперонимами или холонимами (ПОНЕДЕЛЬНИК – *неделя*; *время*; *LUNES* ‘ПОНЕДЕЛЬНИК’ – *semana* (3) ‘неделя’; *tiempo* ‘время’).

Следует отметить, что группы реакций «характеристика» и «оценка» отличаются тем, что реакции первой из них связаны в большей степени с самим обозначаемым феноменом (ЧЕТВЕРГ – *обычный*; *серьёзность*; *JUEVES* ‘ЧЕТВЕРГ’ – *intermedio* ‘средний’), реакции второй связаны с переживаниями и эмоциями самого испытуемого (ПОНЕДЕЛЬНИК – *грусть*; *обида*; *DOMINGO* ‘ВОСКРЕСЕНЬЕ’ – *aburrimiento* (2) ‘скука’; *absurdo* ‘абсурд’).

Ниже все данные приведены в таблице, охватывающей общую количественную картину по полученным реакциям.

Таблица 1.

Количество реакций на стимулы – наименования дней недели по выделенным группам

Группа Стимул	Темпоральный аспект			Оценка		Характеристика	Деятельность		Прочее	Отказ от ответа
	Координация	Субординация	Суперординация	Положительная	Отрицательная		Учёба/работа	Досуг		
ПОНЕДЕЛЬНИК	6	2	2	1	13	7	7	3	5	1
ВТОРНИК	14	–	–	1	1	7	13	1	4	2
СРЕДА	12	–	4	1	1	2	9	1	24	1
ЧЕТВЕРГ	13	–	–	–	3	5	8	2	9	5
ПЯТНИЦА	13	–	–	2	3	5	4	12	13	–
СУББОТА	10	1	–	5	1	1	5	22	6	2
ВОСКРЕСЕНЬЕ	8	1	–	1	3	4	3	22	10	–
НЕДЕЛЯ	–	11	5	–	1	19	2	2	4	–
LUNES	15	–	4	1	10	7	3	5	1	–
MARTES	20	1	4	1	4	3	7	3	5	–
MIÉRCOLES	20	1	3	3	2	3	9	3	3	1
JUEVES	16	–	4	–	2	3	6	9	3	1
VIERNES	22	1	1	6	–	6	1	12	1	1
SÁBADO	23	1	3	2	–	–	–	21	–	–
DOMINGO	18	1	1	–	4	4	–	20	–	–
SEMANA	–	18	9	2	1	14	1	–	6	–

Бросается в глаза, что Ии. обеих лингвокультур указывали в качестве реакции на стимулы – дни недели – другие дни недели. Так, например, среди русскоговорящих Ии. на стимул ПОНЕДЕЛЬНИК были даны реакции: *вторник* (3), *среда*, *четверг* и т.д.; на стимул ВТОРНИК – *среда* (4), *понедельник* (2), *четверг* и т.п.; СРЕДА – *четверг* (3), *день* (2), *пятница* и т.д. Такая же ситуация складывается и среди ассоциаций, возникших у испаноговорящих Ии.: *LUNES* ‘ПОНЕДЕЛЬНИК’ – *martes* (8) ‘вторник’, *miércoles* (3) ‘среда’, *jueves* (2) ‘четверг’ и пр.; *MARTES* ‘ВТОРНИК’ – *miércoles* (7) ‘среда’, *jueves* (3) ‘четверг’, *lunes* (2) ‘понедельник’, *viernes* (2) ‘пятница’ и т.д.; *MÉRCOLES* ‘СРЕДА’ – *jueves* (7) ‘четверг’, *viernes* (5) ‘пятница’, *martes* (3) ‘вторник’ и т.д. Однако из Таблицы 1 видно, что в отличие от русских студентов испанцы практически в два раза чаще приводят подобного рода реакции как ассоциации на стимулы – дни недели. Это может говорить о том, что в значении данных слов не представлено никакое культурно обусловленное содержание.

Кроме того, среди Ии. как из Испании, так и из России прослеживается тенденция изменения числа реакций группы «деятельность». Видно, как по мере приближения к выходным уменьшается число ассоциаций подгруппы «учебное/рабочее время» и соответственно увеличивается количество реакций подгруппы «досуг». В начале недели содержание дня Ии. обусловлено в основном университетскими занятиями: ВТОРНИК – *учёба* (3), *начерталка*, *черчение*, *экономика*, *2 пары*, *много пар*, *пары* и пр.; СРЕДА – *проект* (3), *учёба* (2), *учёба до вечера*, *сдача проекта*, *английский язык*, *4 пары* и т.п.; *MARTES* ‘ВТОРНИК’ – *clase* ‘занятие’, *clases* ‘занятия’, *entrenamiento* ‘обучение’, *volley* ‘волейбол’, *alemán* ‘немецкий’ и т.д.; *MÉRCOLES* ‘СРЕДА’ – *clases* (2) ‘занятия’, *facultad* ‘факультет’, *Uni* ‘универ’, *francés* ‘французский’, *historia* ‘история’, *estudiar* ‘учиться’ и пр. Тем не менее уже на стимул ЧЕТВЕРГ у испаноговорящих Ии. и на стимул ПЯТНИЦА у русскоговорящих появляются реакции, связанные с внеучебным временем, что вполне логично (в большинстве испанских вузов суббота – выходной день). У обеих групп Ии. вторая половина недели больше ассоциируется со временем досуга: ПЯТНИЦА – *отдых* (5), *клуб*, *бар*, *танцы*, *свобода* и пр.; СУББОТА – *отдых* (5), *дом* (2), *домой*, *семья*, *бабушка*, *баня*, *дача*, *друзья*, *спать*, *гулять*, *отдыхать* и т.д.; ВОСКРЕСЕНЬЕ – *отдых* (10), *сон* (5), *спать*, *чай горячий*, *семья* и т.д.; *JUEVES* ‘ЧЕТВЕРГ’ – *cerveza* (2) ‘пиво’, *relax* ‘отдых’, *libre* ‘свободный’, *pasear* ‘гулять’, *bachata* ‘бачата’, *nadar* ‘плавать’ и т.п.; *VIERNES* ‘ПЯТНИЦА’ – *viaje* ‘путешествие’, *descansar* ‘отдыхать’, *beber* ‘пить’, *cerveza* ‘пиво’, *bacadillos* ‘бутерброды’, *cantar* ‘петь’ и пр.; *SÁBADO* ‘СУББОТА’ – *diversion* (2) ‘веселье’, *partido* ‘матч’, *beber* ‘пить’, *dormir* ‘спать’, *comer* ‘есть’, *película* ‘фильм’, *cerveza* ‘пиво’, *amigos* ‘друзья’, *paseo* ‘прогулка’, *playa* ‘пляж’, *mar* ‘море’, *bailes* ‘танцы’ и т.д.

Вообще, группа «деятельность» является, на наш взгляд, наиболее показательной, так как в значительной степени выявляет те образы, которые стоят в языковом сознании студента за каждым наименованием дня недели. Реакции типа ЧЕТВЕРГ – *физ-ра*; *военка*; *чтение*; *JEUVES* ‘ЧЕТВЕРГ’ – *alemán* ‘немецкий’; *nadar* ‘плавать’; *socina* ‘кухня’ говорят о том, что каждый день недели уникален за счёт деятельности, которая осуществляется человеком и переживается как важная для него самого. Можно сказать, что в языковом сознании человека слово живёт жизнью этого человека, т.е. среда, например, для студента – это не просто третий день недели, это день, в который у него учёба до вечера, или сдача проекта, или французский язык.

Примечательно, что все эти реакции довольно ярко разграничивают культурные особенности России и Испании. Большинство русскоговорящих Ии. предпочитает проводить выходные дома, с семьёй (*дом* (2), *домой*, *семья*, *бабушка*, *баня*, *дача*), в то время как испаноговорящие Ии. чаще посещают бары и кафе с друзьями, проводят время на улице и, в частности, на побережье (*beber* ‘пить’, *cerveza* ‘пиво’, *bacadillos* ‘бутерброды’, *partido* ‘матч’, *paseo* ‘прогулка’, *playa* ‘пляж’, *mar* ‘море’, *bailes* ‘танцы’). Очевидно, что такие различия объясняются, прежде всего, культурными (реалии и традиции двух стран), а также климатическими (адаптация досуга к погодным условиям) факторами.

Стоит обратить внимание на тот факт, что стимул ПОНЕДЕЛЬНИК вызвал у Ии. крайне негативные эмоции (13 реакций у Ии. из России и 10 – из Испании), в то время как на остальные стимулы Ии. редко давали эмоционально-окрашенные ассоциации. Начало недели у многих Ии. вызывает отрицательные ассоциации: ПОНЕДЕЛЬНИК – *день тяжёлый* (4), *тяжело* (2), *тяжёлый*, *тяжесть*, *ненависть*, *грусть* и пр.; *LUNES* ‘ПОНЕДЕЛЬНИК’ – *horror* ‘ужас’, *depresión* ‘депрессия’, *dolor* ‘боль’, *odio* ‘ненависть’, *tristeza* ‘грусть’, *llanto* ‘плач’ и т.п. Мы полагаем, это отражает не столько реальное отношение Ии. к этим дням, сколько устойчивый в обществе стереотип. Иначе говоря, стереотип определяет отношение человека к понедельнику и выражается в реакциях вне зависимости от того, какая деятельность осуществляется человеком в этот день.

Начало недели вызывает большее количество негативных ассоциаций как у испаноговорящих Ии., так и у русскоговорящих. Наибольшие различия выявляются в отношении русских и испанских студентов к выходным дням. Кроме этого, существенны различия реакций, обусловленных культурой, т.е. таких, в которых культурный контекст проявляется наиболее рельефно. Важность эти слова приобретают в связи с важностью для человека деятельности, осуществляемой в соответствующие отрезки времени. Здесь можно констатировать, что значение слова в сознании носителя лингвокультуры отражает не только жизнь культуры, но и жизнь самого этого человека.

Ассоциации группы «досуг» разнонаправленно указывают на культурные различия двух стран (традиции, реалии, привычки и т.п.): ср. ВОСКРЕСЕНЬЕ – *отдых* (10); *сон* (5); *спать*; *чай горячий*; *уборка*; *свобода*; *семья*; *спаать!!! до обеда*; *батониться*; *DOMINGO* ‘ВОСКРЕСЕНЬЕ’ – *relax* (2) ‘релаксация’; *sueño* (2) ‘сон’; *desidia* ‘вялость’; *pelí* ‘кино’; *película* ‘фильм’; *misa* ‘месса’; *iglesia* ‘церковь’; *descansar* ‘отдыхать’; *alameda* ‘проспект’; *café* ‘кафе’; *libertad* ‘свобода’; *amigos* ‘друзья’; *descanso* ‘отдых’; *familia* ‘семья’; *dormir* ‘спать’; *jogging* ‘бег’; *paro* ‘прекращение работы’; *cama* ‘кровать’.

Как было сказано, среди реакций на стимулы было 14 отказов от ответа, большинство из них дали Ии. из России (11). Больше всего отказов было дано на стимул ЧЕТВЕРГ – 5. Кроме того, на этот стимул были даны такие реакции, как: *пустота, ничего особенного, обычный*, которые также свидетельствуют о затруднении, вызванном у Ии. этим стимулом. При этом количество «пустых» реакций, не отражающих никаких занятий (наподобие ПОНЕДЕЛЬНИК – *среда; четверг*), значительно выше у испанских Ии., чем у русских. Создается впечатление, что студент живёт полноценной жизнью только в выходные, так как именно на наименования этих дней больше всего реакций, связанных с какими-либо занятиями, будто для самих студентов будние дни пусты, и лишь выходные наполнены какой-то активностью: количество реакций в подгруппах «учёба/работа» и «досуг» группы «деятельность» изменяются прямо пропорционально от начала недели к концу. Это может быть обусловлено скоростью информационных потоков современного общества и шаблона жизни в целом, ведь ясно, что другие дни полны всяческих происшествий, но они не замечаются людьми в силу их схожести и не откладываются в значении слова. Интересно также, что у испанцев таких «пустых» реакций вдвое больше.

Отдельно следует сказать о стимуле НЕДЕЛЯ – *SEMANA*. Оно неоднократно фигурирует в качестве реакций на другие стимулы, особенно в группе испаноговорящих Ии., где эта реакция встречается хотя бы раз на все стимулы. Но в реакциях на это слово как стимул нет вовсе реакций типа *понедельник* или *пятница*. Не велико число и реакций, связанных с деятельностью, соответственно: *учёба; до проекта; отдыха; Dota 2; trabajo* 'работа'. Больше всего реакций в группе «характеристика», причём русские Ии. дали разные характеристики (*быстрая* (2); *быстро; длинная; однообразно; долго; долгая; обычная; короткая*), в то время как их испанские сверстники – более однозначные характеристики (*corre* 'бежит'; *rápido* 'быстрая'; *corta* 'короткая').

Словарь определяет это слово так: «Единица исчисления времени, равная семи дням, вообще срок в семь дней» [5, с. 403]. Хотя реакции, соответствующие этому определению, нередки (*7 дней* (6); *días* (4) 'дни'; *7 días* '7 дней'), нельзя всё же сказать, что неделя в языковом сознании русских и испанских студентов равна семи дням, из которых состоит. Она равна скорее всем деятельности, осуществляемым в течение недели; это не единица исчисления времени, а в большей мере «единица исчисления» деятельностей, жизни. В данном случае значение холонима не сводится к значениям соответствующих меронимов. Если «сложить» словарные дефиниции дней недели, получится примерно дефиниция слова «неделя», но, сложив даже ядерные реакции на стимулы – наименования дней недели, невозможно получить ассоциативное поле стимула НЕДЕЛЯ. Можно предположить, что человек осмысляет каждый день как отдельный, уникальный, в зависимости от осуществляемых действий, занятий, хотя он и понимает, что каждый день входит в состав недели. Значение же слова «неделя» не редуцируется к сумме значений всех дней недели.

Анализ реакций русскоговорящих и испаноговорящих Ии. на стимулы – наименования дней недели приводит к следующим выводам. В целом можно сказать, что отношение к отрезкам времени, обозначаемым днями недели, судя по средствам его репрезентации в ментальном лексиконе, в исследованных лингвокультурах различается незначительно. Это обусловлено, как представляется, тем, что обе исследуемые лингвокультуры развивались в течение своей истории в общеевропейском культурном контексте. Кроме того, видно, что значения наименований дней недели, рассматриваемые с позиций языкового сознания носителей языка, совсем не идентичны. Значения, например, слов «вторник» и «пятница» совсем не одинаковы и различаются не только количественно, но и качественно, содержание одного не может быть сведено к другому.

Словарное определение слова – наименования дня недели, как указывалось выше, страдает бессодержательностью, значение же в языковом сознании наполнено разнообразным и многомерным содержанием, отражающим (или, наоборот, фиксирующим, кристаллизующим) жизнь человека, значение слова наполнено жизнью пользующегося им человека и живёт не столько по законам языка (и тем более не по законам лексической семантики), а по «законам жизни» сознания данного индивида. Уместно здесь вспомнить Л. В. Щербу, писавшего, что языковой материал вне процессов понимания (то есть отвлечённо от сознания пользующегося языком человека) является мёртвым [8, с. 26], а лингвист, изучающий живой язык по принципу мёртвых (т.е. накапливающий тексты и затем анализирующий их с позиций языковой системы), неминуемо получает мёртвые словарь и грамматику [Там же, с. 31].

Однако значения некоторых наименований дней недели в языковом сознании тоже можно считать в некоторой степени пустыми, и реакции типа ВТОРНИК – *среда* (4) подтверждают эту точку зрения. Но, как представляется, эта «пустота» объясняется как раз шаблоном и скоростью современной жизни, т.е. отсутствием в эти дни лично значимой для человека деятельности.

Таким образом, словарные значения наименований дней недели существенным образом отличаются от значений в языковом сознании индивидов, что подтверждается результатами нашего эксперимента. Значения наименований дней недели, рассматриваемые с позиций языкового сознания, несут на себе большую личностную и культурную нагрузку, что свидетельствует в пользу многомерности и разнообразия образов, стоящих за этими словами и обуславливающих отношение людей к обозначаемым этими словами явлениям и их поведение, в том числе и межкультурное общение. Видно, что даже в случае совпадения словарных дефиниций рассматриваемых нами слов в испанском и русском языке их значения в языковом сознании носителей двух лингвокультур в целом различаются в плане культурных факторов, оказывающих влияние на их формирование, и также в целом сходятся в плане личностных факторов. Более точно, однако, можно сказать, что значения наименований дней недели имеют сходные и различные личностные «составляющие», равно как и сходные и различные культурные «составляющие». Но при этом сходных личностных «составляющих»

значений наименований дней недели оказывается больше, чем других, что и обуславливает общее сходство слов в языковом сознании носителей двух лингвокультур.

Всё тот же Л. В. Щерба считал, что «слова вообще» не существует [Там же, с. 43], что относительно разных языков это понятие следует определять по-разному. Представляется, что ту же логику правомерно применить и к значениям наименований дней недели: дня недели «вообще» не существует, равно как и вторника или четверга «вообще» тоже не существует. Оперирование этими понятиями возможно при известной доле абстракции от их конкретного содержания или при выделении какого-то одного их аспекта. В языковом сознании носителя той или иной культуры значения этих слов будут отличаться в зависимости от культурных особенностей этноса или социальной группы и в зависимости от опыта данного человека. То, что обозначается словами «вторник», «четверг» и т.п. и содержится в языковом сознании русского, китайца, испанца, студента, слесаря, продавца и т.д., имеет множество взаимосвязанных общих и различных черт, не остающихся неизменными в процессе развития общества и жизни человека. Причём социальные факторы тесно связаны (почти слиты) с личностными, одни преломляются через другие, подвергаются эмоциональному переживанию, (пере-)оценке и т.д., результатом чего становится динамическая система характеристик и опор, помогающих человеку использовать данные слова в сильно различающихся ситуациях общения. Задача психолингвистических исследований в данном случае состоит в выявлении общего и частного в значениях таких слов и в их разностороннем сопоставлении.

В свете описанного выше перспективным представляется сравнение наших данных с данными, полученными в исследованиях других европейских культур и особенно в исследованиях азиатских культур. В дополнение к этому необходимым представляется более детальное изучение отношений гиперонимов и гипонимов (холонимов и меронимов) с привлечением более широкого экспериментального материала с целью выявления общих связей в языковом сознании между словами большего и меньшего объёма значения.

Список литературы

1. Залевская А. А. Значение слова через призму эксперимента: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011. 240 с.
2. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избранные труды. М.: Гнозис, 2005. 543 с.
3. Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелёв А. Д. Константы и переменные русской языковой картины мира. М.: Языки славянских культур, 2012. 696 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. Изд-е 4-е, доп. М.: ООО «А ТЕМП», 2006. 944 с.
6. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток – Запад, 2007. 314 с.
7. Уфимцева Н. В., Тарасов Е. Ф. Проблемы изучения языкового сознания // Вопросы психолингвистики. 2009. № 10. С. 18-25.
8. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. Изд-е 2-е, стереотип. М.: Едиториал УРСС, 2004. 432 с.

THE PECULIARITIES OF WEEK DAYS NAMES IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF THE RUSSIAN AND SPANISH STUDENTS

Yakovlev Andrei Aleksandrovich, Ph. D. in Philology

Mankhirova Viktoriya Viktorovna

Sluchaeva Ekaterina Konstantinovna

Siberian Federal University

mr.koloboque@rambler.ru; mankhirova.v@mail.ru; ktyasluchaeva@gmail.com

The article discusses the results of the associative experiment conducted in order to identify the peculiarities of the linguistic consciousness of the Russian and Spanish students, in particular, the way of the representation of the week days names in it. The authors draw the line between the notions “linguistic consciousness” and “linguistic worldview” accentuating the difference of the methodology contained in them. The analysis of the experiment results conducted from the perspective of the proposed definitions showed that in the linguistic consciousness of the Spanish and Russian students the means of representation of the week days names are influenced by culture.

Key words and phrases: linguistic worldview; linguistic consciousness; naive worldview; associative experiment; the Russian linguistic culture; the Spanish linguistic culture.