

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.12.9>

Петрова Анастасия Аркадьевна

**Репрезентация концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской лингвокультуре: гендерный аспект (на материале ассоциативного эксперимента)**

Цель исследования - определение различий в представлении концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской лингвокультуре с позиций гендерных групп (мужчины и женщины). Научная новизна: на основе данных проведенного ассоциативного эксперимента выявляются характерные для каждой группы категории восприятия концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ, основные сходства и различия. Результатом проведенного исследования стала идентификация как общих черт в понимании концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ мужчинами и женщинами (грубость, эстетическая непривлекательность, табуированность, большая враждебность при высокой сложности/опосредованности/завуалированности высказываний), так и существенно различающихся компонентов данного концепта для представителей групп респондентов (для мужчин-респондентов характерным является понимание невежливости как бесцеремонности и враждебности, оскорбление трактуется мужчинами как прямолинейный коммуникативный акт; женщинами-респондентами невежливость воспринимается как оскорбление, неприемлемый и мало распространенный акт коммуникации).

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2020/12/9.html](http://www.gramota.net/materials/2/2020/12/9.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 12. С. 45-53. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2020/12/](http://www.gramota.net/materials/2/2020/12/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phii@gramota.net](mailto:phii@gramota.net)

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.12.9>

Дата поступления рукописи: 10.10.2020

**Цель исследования** – определение различий в представлении концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской лингвокультуре с позиций гендерных групп (мужчины и женщины). **Научная новизна:** на основе данных проведенного ассоциативного эксперимента выявляются характерные для каждой группы категории восприятия концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ, основные сходства и различия. **Результатом** проведенного исследования стала идентификация как общих черт в понимании концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ мужчинами и женщинами (грубость, эстетическая непривлекательность, табуированность, большая враждебность при высокой сложности/опосредованности/завуалированности высказываний), так и существенно различающихся компонентов данного концепта для представителей групп респондентов (для мужчин-респондентов характерным является понимание невежливости как бесцеремонности и враждебности, оскорбление трактуется мужчинами как прямолинейный коммуникативный акт; женщинами-респондентами невежливость воспринимается как оскорбление, неприемлемый и мало распространенный акт коммуникации).

**Ключевые слова и фразы:** концепт НЕВЕЖЛИВОСТЬ; ассоциативный эксперимент; гендерные различия; русское коммуникативное пространство.

**Петрова Анастасия Аркадьевна**

Российский университет дружбы народов, г. Москва

[petrova\\_aa@pfur.ru](mailto:petrova_aa@pfur.ru)

## Репрезентация концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской лингвокультуре: гендерный аспект (на материале ассоциативного эксперимента)

### Введение

Лингвистическая невежливость является важным элементом коммуникативного поведения человека, напрямую влияющим на успешность общения индивидов между собой.

**Актуальность** данной работы обусловлена возрастающим интересом к гендерным исследованиям и выявлению различий между восприятием различных концептов в культуре народа со стороны мужчин и женщин, а также присутствием феномена невежливости в коммуникативном сознании личности в качестве неотъемлемой части эмоциональной сферы [1, с. 30].

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие **задачи**: проведение ассоциативного эксперимента, призванного определить персональные ассоциации респондентов с понятием «невежливость»; выявление общих и различных черт в восприятии невежливости мужчинами и женщинами; определение связей между полученными дихотомичными компонентами для каждой из групп респондентов; выделение специфических черт в понимании концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ для каждой из анализируемых групп путем качественного сравнения полученных от респондентов ответов.

Материалом исследования послужили ответы респондентов, полученные в ходе проведения ассоциативного эксперимента.

В работе использовались следующие **методы исследования**: метод ассоциативного эксперимента, метод лингвистического анализа, описательно-аналитический метод.

**Теоретической базой** исследования послужили публикации отечественных ученых С. Г. Воркачева [2], В. И. Жельвиса [5], Т. В. Лариной [7], В. В. Леонтьева [8], З. Д. Поповой, И. А. Стернина [12], М. Л. Харловой [18-20].

Теоретическая значимость статьи заключается в возможности использовать полученные результаты в ходе дальнейшего анализа различий восприятия концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ внутри рассмотренных в данном исследовании групп (мужчины и женщины) с опорой на иные критерии. Также существует возможность выявить гендерно-значимые различия в восприятии языковой картины мира в представлении мужчин и женщин.

**Практическая значимость** работы: материалы исследования могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при изучении спецкурсов по когнитивной лингвистике, семасиологии, русского языка как иностранного.

### Проблема лингвистической невежливости в русской лингвокультуре

На сегодняшний день проблеме лингвистической невежливости в русской лингвокультуре уделяется пристальное внимание со стороны отечественных [3; 4; 6; 10-13] и зарубежных лингвистов [1].

Исследователями предлагаются различные, во многом взаимно дополняющие друг друга, подходы к анализу данного феномена. Так, М. Л. Харлова рассматривает невежливость через призму культурной составляющей народа, отмечая конструируемость коммуникативного поведения «в определенном контексте и в соответствии с приобретенным социокультурным опытом...» [18, с. 119]. И. А. Стернин, в свою очередь, предлагает рассматривать данное явление в русле коммуникативного поведения [15, с. 98]. Сопоставление невежливости с другим важным социопрагматическим и культурным феноменом – вежливостью, выступающей базой «при формировании межличностных отношений» [8, с. 27], – позволяет выявить черты неприемлемого поведения индивида в обществе с точки зрения установленных в нем правил, а также определить степень их нарушения. Лингвисты также отмечают способность невежливости и невежливого поведения быть своеобразной нормой общения [Там же].

Анализ невежливости представляется целесообразным проводить с позиции когнитивной лингвистики, рассматривая исследуемый феномен в качестве базовой единицы данной отрасли знания – концепта, определяемого З. Д. Поповой и И. А. Стерниным как «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [12, с. 24]. Подобный подход уже применяется в ряде работ отечественных исследователей. Так, М. Л. Харлова выделяет возможность исследования феномена невежливости в качестве составляющей когнитивной лингвистики, трактуя анализируемое явление как «отрицательное отношение к определенному поведению в определенном контексте, которое можно представить в виде схемы или концепта, включающего оценочное мнение» [20, с. 86].

Формирование и последующее функционирование концепта тесным образом связаны с культурой народа. А. Вежицкая отмечает способность концепта к отражению основных идей этноса и отдельно взятой личности [1, с. 286]. С. Г. Воркачев также подчеркивает способность анализируемого феномена к передаче высших ценностей этноса, обусловленных национальной спецификой [2, с. 70]. З. Д. Попова и И. А. Стернин среди многочисленных свойств концепта выделяют его национальные особенности содержания и структуры, лакунарность и эндемичность [12, с. 15], отмечая, что этнокультурная специфика не всегда является обязательной характеристикой рассматриваемого явления [Там же, с. 25]. Исследователи также отмечают ряд специфических особенностей концепта, основными из которых выступают национальная, социальная, групповая и индивидуальная [Там же, с. 15]. Анализ приведенных положений позволяет сделать вывод о культурной и национально-ориентированной обусловленности концепта, его тесной связи с системой ценностей народа, этноса или отдельно взятой личности.

Таким образом, концепт НЕВЕЖЛИВОСТЬ обладает четко обозначенными для конкретного народа этноспецифическими особенностями. Русская культура не является исключением. Ю. Е. Прохоров и И. А. Стернин отмечают ряд особенностей русской коммуникативной культуры, связанных с проявлением вежливости и невежливости к собеседникам: так, общая вежливость к незнакомым со стороны русских является значительно более низкой, чем к знакомым; вежливость в педагогическом процессе носит однонаправленный характер; перебивание говорящего в процессе общения не рассматривается в качестве грубого поведения и др. [13, с. 111-113].

#### Методология исследования

Анализ репрезентации концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской коммуникативной культуре детально рассматривается в работах М. Л. Харловой [20]. Обширные исследования отечественного лингвиста позволяют представить основные определения концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ, характерные для современного представителя русского коммуникативного пространства, а также составить представление о семантической репрезентации данного явления в словарях русского языка и Национальном корпусе русского языка (НКРЯ). Тем не менее в упомянутых работах не наблюдается дифференциация ответов респондентов по гендерному признаку. В данной исследовательской работе нами будет произведен анализ репрезентации концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в сознании представителей русской коммуникативной культуры с дифференциацией по гендерной составляющей (мужчины и женщины) путем рассмотрения лексических ассоциатов, полученных в результате свободного и направленного ассоциативного эксперимента.

Ассоциативный эксперимент представляет собой «метод, направленный на обнаружение ассоциаций, языковых клише, сложившихся в сознании испытуемого в процессе его жизнедеятельности» [9, с. 53]. Основным материалом, получаемым исследователем в процессе ассоциативного эксперимента, является ассоциация, понимаемая в психологии как «связь между психическими явлениями, при которой актуализация (восприятие, представление) одного из них влечет за собой появление другого» [14]. Реакции респондентов, полученные в результате ассоциативного эксперимента, могут с высокой точностью свидетельствовать о представлениях испытуемых о каждом из концептов культуры [17]. В рамках данного исследования нами будут использованы свободный и направленный типы ассоциативного эксперимента как наиболее подходящие для выявления необходимых ассоциатов. Свободный ассоциативный эксперимент представляет собой анализ моментальной реакции на слово-стимул [9, с. 53]; в задачу испытуемого входит дать наиболее быстрый ответ на предъявленную ему лексему. В результате проведения свободного эксперимента исследователь получает материал, семная интерпретация которого «заключается в осмыслении полученных на стимул ассоциативных реакций как языковых репрезентаций (объективаций, актуализаций) семантических компонентов слова-стимула – сем» [16, с. 133]. При направленном ассоциативном эксперименте, являющемся получением реакции респондента на предъявленное ему слово-стимул, исследователь направляет ассоциации исследователей в нужное ему направление [13, с. 25-26]. При этом основная трудность в проведении направленного ассоциативного эксперимента заключается в грамотном формулировании вопросов-стимулов [Там же, с. 26].

Итак, с целью проведения исследования репрезентации концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской лингвокультуре и поиска различий между разными гендерными группами (мужчины и женщины) нами был проведен ассоциативный эксперимент, организованный в несколько этапов. На первом этапе исследования респондентам предлагался свободный ассоциативный эксперимент: в течение трёх минут опрашиваемым необходимо было записать на чистый лист любые персональные ассоциации со словом «невежливость», используя любые лексико-семантические единицы. Далее на другом листе респондентам предлагалось написать все понятия, которые были ассоциативно-антонимичны понятию «невежливость». Полученные результаты были внесены

нами в общий бланк и распределены по частотности, что позволило создать два дихотомичных номинативных поля: одно из них номинировало концепт НЕВЕЖЛИВОСТЬ, а второе – антонимичное ему понятие (предположительно, «вежливость»).

Опираясь на полученные от респондентов единицы, нами были сформированы дихотомичные шкалы значений, результаты которых были внесены в таблицы для последующего корреляционного анализа. После статистической обработки нами были выделены связи между выявленными дихотомичными компонентами для каждой из групп респондентов, что, в свою очередь, позволило провести качественное сравнение полученных значений для групп мужчин и женщин и выделить специфические черты в понимании концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ для каждой из анализируемых групп.

#### **Анализ репрезентаций концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ для групп мужчин и женщин**

В ходе проведенного анализа нами были получены следующие данные о лексико-семантических категориях репрезентации концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в языковой картине мира современного носителя русской культуры для указанных групп (мужчины и женщины).

**Таблица 1.** Репрезентация концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ для группы мужчин

	<b>Частотность / 500 чел.</b>
Грубость	720
Бесцеремонный	880
Не уважать	713
Непрямой	691
Сложно	818
Неприятный	739
Некрасивый	625
Оскорбление	584
Резкость	447
Неуважение	446
Плохо	368
Нельзя	373
Редко использую	292
Враждебность	286
Недружба	188
Грубить	158
Агрессия	129

**Таблица 2.** Репрезентация концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ для группы женщин

	<b>Частотность / 500 чел.</b>
Грубость	898
Бесцеремонный	870
Не уважать	862
Непрямой	725
Сложно	707
Неприятный	718
Некрасивый	670
Оскорбление	662
Резкость	666
Неуважение	649
Плохо	521
Нельзя	464
Редко использую	388
Враждебность	297
Недружба	281
Грубить	288
Агрессия	89

При этом можно отметить, что всего респондентами-женщинами было представлено 408 уникальных лексических репрезентаций концепта, а респондентами мужчинами – 387, однако для проведения статистического анализа словоизменительные формы были нами упрощены до инфинитивных значений и уравнены, а формы, встречавшиеся менее чем в 5% случаев, не принимали участия в дальнейшей обработке.

Принимая во внимание положения отечественных и зарубежных лингвистов о возможности вербализации концептов при помощи лексических, синтаксических и фразеологических средств языка [1, с. 58; 12, с. 15], для анализа нами были выбраны лексические репрезентации концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ как наиболее частотные (96%) в ответах респондентов. Рассматривая лексический состав концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ, можно выделить, что основную часть (80% приведённых ассоциатов) составили существительные, ещё 10% представлены прилагательными, 8% – глаголами и отглагольными формами, а 2% – словосочетаниями.



		грубость – корректность	бесцеремонность – тактичность	неуважение – уважение	опосредованность – прямолинейность	сложный – простой	некрасивый – красивый	плохой – хороший	недозволенный – принятый	малоупотребимый – употребимый	враждебный – дружественный	оскорбление – поощрение	резкость – мягкость
бесцеремонность – тактичность	Корреляция Пирсона	,306**	1	,678**	-,020	,282**	-,035	,541**	,570**	,286**	,233*	-,255*	,025
	Знч. (2-сторон)	,004		,000	,858	,009	,748	,000	,000	,008	,032	,018	,819
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
неуважение – уважение	Корреляция Пирсона	,294**	,678**	1	,112	,326**	,047	,364**	,314**	,221*	,197	-,241*	-,131
	Знч. (2-сторон)	,006	,000		,306	,002	,672	,001	,003	,042	,071	,026	,231
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
опосредованность – прямолинейность	Корреляция Пирсона	-,018	-,020	,112	1	-,050	,328**	,128	,029	,262*	,205	-,217*	,125
	Знч. (2-сторон)	,873	,858	,306		,648	,002	,243	,794	,015	,060	,046	,254
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
сложный – простой	Корреляция Пирсона	,277*	,282**	,326**	-,050	1	,133	,273*	,098	,121	,023	-,093	,068
	Знч. (2-сторон)	,010	,009	,002	,648		,226	,011	,371	,271	,836	,396	,538
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
некрасивый – красивый	Корреляция Пирсона	-,102	-,035	,047	,328**	,133	1	,107	,163	,144	,141	-,001	-,122
	Знч. (2-сторон)	,353	,748	,672	,002	,226		,330	,137	,190	,196	,992	,268
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
плохой – хороший	Корреляция Пирсона	,174	,541**	,364**	,128	,273*	,107	1	,481**	,119	-,028	-,182	-,044
	Знч. (2-сторон)	,111	,000	,001	,243	,011	,330		,000	,280	,797	,096	,689
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
недозволенный – принятый	Корреляция Пирсона	-,048	,570**	,314**	,029	,098	,163	,481**	1	,264*	,166	-,189	-,063
	Знч. (2-сторон)	,665	,000	,003	,794	,371	,137	,000		,015	,130	,083	,564
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
малоупотребимый – употребимый	Корреляция Пирсона	-,020	,286**	,221*	,262*	,121	,144	,119	,264*	1	,744**	-,174	,224*
	Знч. (2-сторон)	,859	,008	,042	,015	,271	,190	,280	,015		,000	,112	,039
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
враждебный – дружественный	Корреляция Пирсона	-,033	,233*	,197	,205	,023	,141	-,028	,166	,744**	1	-,077	,194
	Знч. (2-сторон)	,765	,032	,071	,060	,836	,196	,797	,130	,000		,485	,076
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
оскорбление – поощрение	Корреляция Пирсона	-,031	-,255*	-,241*	-,217*	-,093	-,001	-,182	-,189	-,174	-,077	1	-,076
	Знч. (2-сторон)	,780	,018	,026	,046	,396	,992	,096	,083	,112	,485		,489
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
резкость – мягкость	Корреляция Пирсона	,057	,025	-,131	,125	,068	-,122	-,044	-,063	,224*	,194	-,076	1
	Знч. (2-сторон)	,607	,819	,231	,254	,538	,268	,689	,564	,039	,076	,489	
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500

\* Корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторон).

\*\* Корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторон).



		грубость – корректность	бесцеремонность – тактичность	неуважение – уважение	опосредованность – прямолинейность	сложный – простой	некрасивый – красивый	плохой – хороший	недозволенный – приятный	малоупотребимый – употребимый	враждебный – дружественный	оскорбление – поощрение	резкость – мягкость
резкость – мягкость	Корреляция Пирсона	,113	,102	-,016	,077	,165	,015	,119	,241*	,072	,098	-,076	1
	Знч. (2-сторон)	1	,352	,883	,481	,132	,893	,279	,026	,515	,373	,489	
	N	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
* Корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторон).													
** Корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторон).													

В ходе проведения анализа, направленного на выявление связей между обозначенными гендерно-специфическими категориями концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ, был идентифицирован ряд гендерно обусловленных тенденций. Так, рассмотрение взаимодействия различных категорий концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ с точки зрения восприятия мужчинами-респондентами позволило прийти к следующим *выводам*:

1. Чем более грубым является высказывание, тем более оно бесцеремонное, нарушающее личное пространство респондента, неуважительное и при этом простое в репрезентации.

2. Категория бесцеремонности в когнитивной картине мира мужчин-респондентов имеет прямую связь с такими понятиями, как неуважение, недозволенность, агрессивность/враждебность, а также воспринимается более «плохим» и «сложным» по мере непосредственного выявления респондентом прямого оскорбления.

3. Неуважение для респондентов-мужчин семантически связано с категориями недозволенности, редкого употребления в речи, а также «плохого» тона коммуникации.

4. Чем более опосредованным, непрямым является коммуникативное выражение, тем более оскорбительным, эстетически непривлекательным и малоупотребимым оно воспринимается.

5. Сложность выражения мысли в когнитивной картине мира мужчин-респондентов напрямую связана с категорией «плохо»: чем более простым для репрезентации является коммуникативное послание, тем более социально приемлемым оно воспринимается.

6. Трактовка высказывания с точки зрения агрессивности/враждебности находится в прямой двусторонней связи с такими понятиями, как оскорбление, бесцеремонность (как вмешательство в личное пространство коммуниканта) и резкость конкретного коммуникативного акта (Таблица 5).

Иные тенденции можно наблюдать в процессе восприятия различных категорий концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ со стороны женщин-респондентов:

1. Грубость и бесцеремонность высказываний напрямую обусловлены в большей степени оскорбительными, нарушающими границы социальной приемлемости, а также содержащими наибольший оттенок эстетической непривлекательности лексико-семантическими категориями.

2. Категория оскорбления напрямую семантически связана с понятиями неуважения, социальной неприемлемости, недозволенного поведения, а также малой употребимости в социальной жизни.

3. Чем более неуважительным является высказывание, тем более оно сложно в репрезентации и тем менее оно эстетично для респондентов.

4. Резкие высказывания воспринимаются женщинами-респондентами как бесцеремонные, однако без однозначной трактовки в качестве неприемлемых.

5. Враждебными воспринимаются сложные в репрезентации и опосредованные, завуалированные высказывания (Таблица 6).

Проведенный анализ также позволил выявить общие черты в восприятии концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ и его значимых составляющих в русской культуре мужчинами и женщинами (Таблицы 5, 6).

1. Невежливость семантически двусторонне связана с категориями грубости, неуважения, бесцеремонности и вмешательства в личное пространство (нарушение личного пространства).

2. Невежливые высказывания характеризуются респондентами как достаточно прямолинейные, соответственно, простые в репрезентации, но при этом эстетически непривлекательные в процессе коммуникации.

3. Невежливость не всегда представляет собой и воспринимается как оскорбление. Однако невежливые высказывания характеризуются определенной степенью социальной табуированности, в основном связанной с категорией недозволенности.

4. Русскоязычная лингвокультура отличается широким распространением невежливых коммуникативных актов (что показано нами посредством аспекта «употребимости»). Вместе с тем не все невежливые коммуникативные акты представляют собой проявление враждебности и демонстрацию агрессии по отношению к коммуниканту. Некоторые из них в сознании представителей русского коммуникативного пространства не определяются как невежливые/грубые (62% респондентов не отмечают взаимосвязь концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ с аспектами враждебности, агрессивности, грубости).

### Заключение

Таким образом, подводя итог анализу гендерного восприятия концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ в русской коммуникативной культуре, мы приходим к следующим **выводам**. В соответствии с проведенными типами ассоциативного эксперимента (свободный, направленный) были выявлены персональные ассоциации респондентов с понятием «невежливость» (*грубость, бесцеремонный, не уважать, не прямой, сложно, неприятный, некрасивый, оскорбление, резкость, неуважение, плохо, нельзя, редко использую, враждебность, агрессия, недружба, грубить*). Проведенный анализ позволил обнаружить общие черты концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ, характерные для двух рассматриваемых групп респондентов (мужчины и женщины): грубость, эстетическая непривлекательность, табуированность, большая враждебность при высокой сложности/опосредованности/завуалированности высказываний. На основе сопоставления дихотомичных компонентов концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ также были выявлены следующие гендерно-специфические черты в его понимании указанными группами респондентов: мужчины-респонденты воспринимают невежливость не в контексте неуважения или оскорбления, а в контексте бесцеремонности и враждебности, в чем можно наблюдать черты маскулинности (коммуникативное соперничество, соблюдение границ личного коммуникативного пространства). Оскорбление как проявление невежливости воспринимается мужчинами как прямолинейный и простой для коммуникативного выражения акт. Женщины-респонденты, напротив, воспринимают невежливость как оскорбление, нечто неприемлемое и мало распространенное; оскорбление расценивается как завуалированная, опосредованная коммуникативная категория с явными чертами эстетической непривлекательности. Результатом проведенного исследования стало выявление как общих черт в понимании концепта НЕВЕЖЛИВОСТЬ мужчинами и женщинами, так и существенно различающихся компонентов данного концепта для представителей групп респондентов.

В качестве **перспективы дальнейших исследований** целесообразно будет провести всесторонний анализ каждой из выделенных в данной работе категорий применительно к рассмотренным группам (мужчины и женщины), а также рассмотреть частотность обращения к каждой из категорий со стороны респондентов разных возрастов.

### Список источников

1. **Вежицкая А.** Семантические универсалии и базисные концепты. М.: Языки славянских культур, 2011. 568 с.
2. **Воркачев С. Г.** Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64-72.
3. **Даль В. И.** Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля: в 4-х т. / под ред. проф. И. А. Бодуэна-де-Куртенэ. М.: Т-во М. О. Вольф, 1903. Т. 3. 1019 с.
4. **Евсеева О. В.** Ассоциативный эксперимент как исследовательская процедура в психолингвистике // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2009. № 2 (135). С. 82-84.
5. **Жельвис В. И.** Грубость как регулятор коммуникативного поведения // Бытие в языке: сб. науч. тр. к 80-летию В. И. Жельвиса. Ярославль: ЯГПУ, 2011. С. 258-289.
6. **Кузнецов С. А.** Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2000. 1563 с.
7. **Ларина Т. В.** Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. 258 с.
8. **Леонтьев В. В.** Грубость грубости рознь: к 20-летию исследований речевой невежливости в лингвистике // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2016. Т. 15. № 4. С. 26-38.
9. **Митяева А. П., Щитова О. Г.** Языковая объективация концепта «бизнес» в русской и английской лингвокультурах (по данным ассоциативного эксперимента) // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2016. № 3 (168). С. 53-58.
10. **Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.** Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ozhegov.org> (дата обращения: 16.09.2020).
11. **Петрова А. А.** К изучению концепта «невежливость» // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: материалы XVI Студенческой научно-практической конференции. М.: Российский университет дружбы народов, 2019. С. 30-33.
12. **Попова З. Д., Стернин И. А.** Семантико-когнитивный анализ языка: монография. Воронеж: Истоки, 2007. 250 с.
13. **Прохоров Ю. Е., Стернин И. А.** Русские: коммуникативное поведение: монография. М.: Флинта, 2006. 238 с.
14. **Психология: словарь** / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. Изд-е 2-е, испр. и доп. М.: Политиздат, 1990. 494 с.
15. **Стернин И. А.** Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания: сборник научных статей / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М., 1996. С. 97-112.
16. **Стернин И. А., Рудакова А. В.** Психолингвистическое значение слова и его описание. Воронеж: Ламберт, 2011. 192 с.
17. **Уфимцева Н. В.** Языковая картина мира: проблемы моделирования // Вопросы психолингвистики. 2016. № 1 (27). С. 238-249.
18. **Харлова М. Л.** Концептуализация невежливости в английском и русском языках // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2014. № 4. С. 119-131.
19. **Харлова М. Л.** Невежливость и грубость в коммуникативном сознании русских и американцев // Функционально-когнитивный анализ языковых единиц и его аппликативный потенциал: материалы II Международной научной конференции. Барнаул: Алтайская государственная педагогическая академия, 2014. С. 290-294.
20. **Харлова М. Л.** Эмоции в невежливой и грубой коммуникации // Russian Journal of Linguistics. 2015. № 3. С. 84-98.

## Representation of the Concept IMPOLITENESS in the Russian Linguoculture: Gender Aspect (by the Material of Associative Experiment)

Petrova Anastassia Arkadievna

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow  
petrova\_aa@pfur.ru

The study aims to determine differences in representation of the concept IMPOLITENESS in the Russian linguoculture from the positions of gender groups (men and women). Scientific novelty: basing on the data of a conducted associative experiment, the researcher singles out the categories of perception of the concept IMPOLITENESS peculiar to each group, as well as the basic similarities and differences. The research findings amount to determination of commonalities in understanding the concept IMPOLITENESS by men and women (rudeness, aesthetic unattractiveness, tabooing, greater hostility associated with high complexity/indirectness/covertness of utterances), as well as determination of the components of this concept that differ considerably for representatives of the respondent groups (male respondents tend to understand impoliteness as impudence and hostility, men interpret offence as a direct communicative act; female respondents perceive impoliteness as an offence, an unacceptable and uncommon communicative act).

*Key words and phrases:* concept IMPOLITENESS; associative experiment; gender differences; Russian communicative space.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.12.10>

Дата поступления рукописи: 02.11.2020

**Цель исследования** – определить особенности метафор животных в баснях И. А. Крылова. В статье прояснены характерные черты образов волка, лисицы, льва, собаки и осла в баснях, представлен структурный анализ метафорических образов, описаны их характеристики. **Научная новизна** заключается в установлении доминирующего способа метафорического переноса, а также в определении продуктивной модели его создания. **В результате** проведения исследования доказано, что большинство косвенных номинаций в баснях И. А. Крылова строятся на основе сопоставления поведения человека с животными повадками, а уникальная особенность донесения до читателя морали строится на переосмыслении глагольного компонента метафоры – на предикативности.

**Ключевые слова и фразы:** басни И. А. Крылова; метафора животных; предикативность; метафорические образы.

Сюй Чжэнюй

Ван Лэ-лэ

Российский университет дружбы народов, г. Москва  
xzuu3121@163.com; 2514751775@qq.com

## Особенности метафоры животных в баснях И. А. Крылова

### Введение

**Актуальность** темы исследования обусловлена тем, что описание современного этапа исследования метафоры, ее интерпретации в рамках существующей картины мира и описание продуктивных моделей производства является необходимостью для современного языкознания. Так как восприятие и оценка метафоры меняются с течением времени, возникает необходимость зафиксировать современный взгляд на своеобразие метафоры, в частности в творчестве И. А. Крылова.

Метафора – одна из наиболее распространенных фигур художественной речи, вскрывающих креативный потенциал. Истоки ее изучения лежат в древности, одно из первых определений дано в трактате «Поэтика» Аристотеля: «Переносное слово (metaphora) – это несвойственное имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на род, или с вида на вид, или по аналогии» [2, с. 669].

Метафора (от греч. metaphora – ‘перенос, образ’) – «вид тропа, в основе которого лежит ассоциация по сходству или по аналогии» [7].

Сегодня метафора вышла далеко за рамки традиции, ее изучают не только лингвисты, писатели, поэты, критики, но и ученые из самых разных областей науки. Современные лингвисты, такие как Н. Д. Арутюнова, Дж. Лакофф, М. Джонсон, В. Г. Гак и др. в своих трудах раскрыли природу метафоры, описали её структуру и функции. Материалы их научных работ послужили **теоретической базой** для данного исследования.

В изучении метафоры стали видеть «путь к пониманию образа мышления и принципов создания не только национально-специфической картины мира, но и его универсального образа» [3, с. 5-6]. Хотя иногда «различия между разными языковыми картинами мира внутри одного языка оказываются больше, чем межъязыковые различия» [10, с. 15].

Метафора – это особая «техника» и «способ косвенного и образного выражения смысла» [Там же, с. 7, 9]. Метафора часто содержит точную и яркую характеристику описанного объекта. Изучение метафоры позволяет «увидеть то сырье, из которого делается значение слова» [Там же, с. 10].