

М.В. Зими́на, А.С. Байкова

СПЕЦИФИКА АССОЦИАТИВНОЙ
СОСТАВЛЯЮЩЕЙ КОНЦЕПТОВ “НОМЕ” И «ДОМ»
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Проводится сопоставление содержания концептов “Home” и «Дом» в американской и русской языковых картинах мира. Актуальное содержание концептов моделируется на основе данных свободного ассоциативного эксперимента. Выявляется полевая структура концептов и тематические группы. Устанавливаются сходства и различия. Показано, что изучаемый концепт имеет ярко выраженную аксиологическую направленность. Доказано, что в обеих лингвокультурах наблюдается разрыв между понятиями «дом» и «семья». Наиболее многочисленными являются ассоциации с домом как жилым строением и предметами быта. В русском языковом сознании исследуемый концепт является более сформированным.

Ключевые слова: концепт, ассоциативный эксперимент, ассоциация, ядро, периферия, тематическая группа.

M.V. Zimina, A.S. Baykova

THE SPECIFICS OF THE ASSOCIATIVE COMPONENT OF THE CONCEPT
“HOME” (ON THE MATERIAL OF ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES)

The article compares the content of the concepts “Home” in English and Russian language pictures of the world. The actual content of the concepts is modeled on the basis of data from a free associative experiment. The field structure of concepts and thematic groups are revealed. Similarities and differences are established. The concept under study has a pronounced axiological orientation. In both linguistic cultures, there is a gap between the concepts of “Home” and “Family”. The most numerous are the associations with the house as a residential structure and household items. In the Russian language consciousness, the concept under consideration is more formed.

Keywords: concept, associative experiment, association, core, periphery, theme group.

Вводные замечания

Концепт является ментальным образованием и культурным явлением, которое трансформируется вместе с развитием социума. В языковом сознании все знания о мире соотнесены с теми или иными формами их языкового представления и систематизированы в языковой картине мира (ЯКМ) [2, с. 38]. Концепт является основной единицей ЯКМ. В данном исследовании под концептом, вслед за Ю.С. Сте-

пановым, понимается «сгусток культуры в сознании человека... то, посредством чего человек... сам входит в культуру» [9, с. 40].

С целью установления современного содержания концептов “Home” и «Дом» был проведен ассоциативный эксперимент с носителями американского английского и русского языка в возрасте 20–25 лет на восприятие стимулов “Home” и «Дом». Свободный ассоциативный эксперимент – это доступный и эффективный ин-

Зими́на Мария Викторовна

кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики иностранных языков и лингводидактики Нижегородского государственного педагогического университета им. К. Минина (Мининского университета). Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, психолингвистика, лингвокультурология. Автор 36 опубликованных научных работ.

E-mail: zimina2312@yandex.ru

Байкова Анастасия Сергеевна

магистрант факультета психологии и педагогики Нижегородского государственного педагогического университета им. К. Минина (Мининского университета). Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, психолингвистика, лингвокультурология.

E-mail: baykova.ans@yandex.ru

струмент выявления содержания концепта и его актуальности для современного носителя лингвокультуры [4, с. 80]. Как отмечает В.А. Маслова, «чрезвычайно важно для концепта ассоциативное поле, с которым он связан. <...> Изучая ассоциации в ассоциативном эксперименте, мы, таким образом, апеллируем к неосознаваемому, глубинному слою нашей психики» [6, с. 117, 192]. Изучение ассоциативной составляющей концепта позволяет обнаружить, какую семантическую нагрузку «несет» тот или иной концепт в данный момент времени.

Концепт «Дом» является базовым для каждого этноса. Это архетипический образ. С древних времен он имеет первостепенное значение в системе ценностных ориентиров людей. По мнению исследователей, «центром концепта всегда является ценность, поскольку концепт служит исследованию культуры, а в основе культуры лежит именно ценностный принцип» [1, с. 11]. Дом – это явление общечеловеческой культуры. С другой стороны, понятия «Дом» и «Быт» принадлежат к концептам, которые отмечены этнической

спецификой [3, с. 30]. Поэтому представляется интересным изучить, что вкладывают в концепт «Дом» такие две разные лингвокультуры, как русская и американская, насколько он универсален или отличен для обеих наций, имеющих неоспоримое влияние во всем мире.

*Распределение реакций респондентов
на стимул "Home"*

На стимул "Home" получено 375 реакций, повторяющихся – 288 (77%), единичных – 87 (23%). К ядру (4 повтора и более) относится 58% от общего количества (219), к периферии (3 и 2 повтора) – 18% (69). На втором этапе полученные ассоциации были разделены на 5 тематических групп:

1) **Дом как жилое строение, место проживания, уют, комфорт и отдых в доме:** *comfort* (22), *warm* (19), *house* (16), *comfortable* (8), *cozy* (7), *warmth* (7), *food* (6), *bed* (5), *sleep* (5), *couch* (4), *friends* (4), *America* (3), *cooking* (3), *dog* (3), *fire place* (3), *holidays* (3), *kitchen* (3), *rest* (3), *cat* (2), *computer* (2), *hearth* (2), *hospitality* (2), *lamp* (2), *light* (2), *play* (2), *quiet* (2),

Язык как феномен культуры

relax (2), *relaxation* (2), *relaxing* (2), *yard* (2).
Итого: 148 (39%);

2) **Дом как семья:** *family* (42), *children* (9), *mom* (6), *dad* (4), *husband* (3).
Итого: 64 (17%);

3) **Дом как чувства:** *love* (13), *heart* (8), *peace* (7), *happiness* (6), *happy* (6), *calm* (2), *good* (2), *peaceful* (2), *sweet home* (2). Итого: 48 (13%);

4) **Дом как убежище:** *safe* (15), *safety* (3), *shelter* (3), *refuge* (2), *security* (2).
Итого: 25 (7%);

5) **Окружающая природа:** *trees* (3).
Итого: 3 (1%) [5, с. 169].

*Распределение реакций респондентов
на стимул «Дом»*

На стимул «Дом» также получено 375 реакций, из них повторяющихся – 326 (87%), единичных – 49 (13%). К ядру относится 71% (267), к периферии – 16% (59).

Распределим повторяющиеся реакции на выделенные выше 5 групп:

1) **Дом как жилое строение, место проживания, уют, комфорт и отдых в доме:** *уют* (37), *тепло* (32), *еда* (21), *кровать* (9), *отдых* (9), *кот* (8), *здание* (7), *свет* (4), *сон* (4), *выходные* (3), *животные* (3), *квартира* (3), *Родина* (3), *атмосфера* (2), *встреча* (2), *вкусная вода* (2), *друзья* (2), *камин* (2), *кухня* (2), *музыка* (2), *очаг* (2), *печка* (2), *праздник* (2), *свое жилье* (2), *собака* (2). Итого: 167 (44,5%);

2) **Дом как семья:** *семья* (38), *родители* (10), *родные* (10), *мама* (6), *брат* (2), *папа* (2), *сестра* (2). Итого: 70 (19%);

3) **Дом как чувства:** *любовь* (25), *забота* (8), *спокойствие* (6), *поддержка* (5), *покой* (5), *помощь* (3), *понимание* (3), *радость* (3), *красота* (2), *счастье* (2). Итого: 56 (15%);

4) **Дом как убежище:** *безопасность* (8), *защита* (7), *убежище* (2). Итого: 17 (4,5%);

5) **Окружающая природа:** *природа* (2).
Итого: 2 (1%).

*Сопоставительный анализ результатов
ассоциативного эксперимента*

Среди всех полученных ассоциаций преобладают парадигматические. Наличие данного вида ассоциаций является признаком сформированности семантического поля понятия [10, с. 13]. При сравнении полевой структуры данных концептов выявлено, что для концепта «Дом» к ядру относится 71% реакций, для концепта «Home» – 58% реакций. Периферия различается незначительно: 16% для концепта «Дом», 18% – «Home». Ядро/периферия/единичные: «Дом» 71/16/13%, «Home» 58/18/24%. Процент единичных ассоциаций у концепта Home почти в два раза выше, чем у концепта «Дом». Таким образом, тяжеловесное ядро, небольшая периферия и немногочисленные единичные ассоциации свидетельствуют о более консолидированном представлении о концепте «Дом» у русских респондентов по сравнению с американскими, о большей сформированности данного базового концепта в русском языковом сознании.

Сравним, каким образом произошло наполнение тематических групп обоих концептов по содержанию и принципу частотности. Ассоциации с домом и предметами быта являются наиболее многочисленными. При этом воспринимаемое в качестве дома пространство практически всегда ограничивается территорией внутри жилища. Концепты «Home» и «Дом» практически не вызывают ассоциаций с окружающей природой. Данная группа представлена 1% ассоциаций у обоих концептов. В **первой группе** присутствуют практически одни и те же ассо-

циаты: для человека любой национальности дома должно быть комфортно, уютно, тепло. Дом – это место, где его ждут вкусная еда и отдых. Обязательны ассоциации с кухней, которая является центром притяжения как для членов семьи, так и для гостей. В обоих случаях присутствуют такие ассоциации, как камин, диван, очаг, домашние животные, свет, музыка – все то, что делает дом по-настоящему уютным. Также присутствуют ассоциации с праздником, когда традиционно вся семья собирается вместе. Интересно, что Дом – это Родина у русских и Америка у американцев всего в 1% случаев (по 3 ассоциации), то есть концепт «Дом» чаще воспринимается как свое небольшое освоенное жилое пространство, а не как вся страна. Следует также отметить, что у носителей американского английского концепт "Home" ассоциируется с домом (в значении «жилое здание»), а у носителей русского – с квартирой, поскольку большинство россиян живут в квартирах, а не частных домах.

Наполняемость второй группы **Дом как семья** практически одинакова, что, вероятно, объясняется ограниченным набором членов семьи. Самой частотной ассоциацией является *семья, родители, братья и сестры*. Необходимо подчеркнуть, что если традиционно понятия «Дом» и «Семья» были неотделимы друг от друга, то в современном мире у человека при наличии жилья (неважно, собственного или арендованного) не обязательно должна быть семья. У американских респондентов группа «Дом как жилое строение, место проживания, уют, комфорт и отдых в доме» по частотности более чем в два раза шире, чем группа «Дом как семья» (39% и 17%). Данную разницу можно объяснить тем, что, как известно, американцы сначала делают карьеру и только потом об-

заводятся семьей и детьми, а с родителями не живут, начиная с учебы в колледже. Неожиданным оказался тот факт, что разрыв между упомянутыми группами у русских респондентов оказался больше, чем у американских (44,5% и 19%). Таким образом, уклад жизни российских граждан стал похожим на американский, то есть принцип соборности, общинности, свойственный русскому народу испокон веков, претерпевает изменения, разрушается и приближается к американскому стилю жизни, который характеризуется индивидуализмом и неприкосновенностью частной жизни (privacy).

В группе **Дом как чувства** в обоих случаях на первом месте стоит любовь, но у русских данная ассоциация встречается в два раза чаще. Далее обязательны счастье и покой в доме. В русской лингвокультуре дом является в большей степени отражением внутреннего, психического состояния его жителей [7, с. 233], именно поэтому с русским концептом «Дом» связаны также забота, понимание, поддержка, помощь. Отсутствие подобных ассоциаций у американцев свидетельствует об их большей автономности и независимости. Американцы уже после школы начинают жить отдельно от родителей, а в русских семьях очень часто живут вместе несколько поколений, где члены семьи помогают и заботятся друг о друге.

Наполняемость группы **Дом как убежище** идентична в обеих лингвокультурах. Дом – это убежище и пристанище, где человек чувствует себя безопасно. Однако у американцев на данную группу приходится больше ассоциаций (7% и 4,5%). Как известно, для граждан США священно понятие «частная собственность». Американский концепт "Home" обычно связывают с такими ценностями, как *American way, American dream, self-help concept, privacy* [8, с. 215].

Выводы

Таким образом, представления о концептах «Дом» в русской лингвокультуре и «Home» – в американской – в целом схожи. Дом – это, прежде всего, место для уютной и комфортной жизни, место отдыха и общения с родственниками и друзьями. Однако проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что в современном мире понятие семьи уже не так неразрывно связано с домом, как раньше. Человек может быть независимым и жить без семьи по тем или иным причинам, но не может жить без дома. Интересным представляется данное наблюдение относительно русских респон-

дентов, что свидетельствует о влиянии американского образа жизни на россиян благодаря процессу глобализации и культурной унификации. На чувственном уровне дом связан с любовью, счастьем и спокойствием. В русском доме также важны забота и помощь. Американцы больше рассчитывают на свои силы. Дом обязательно коррелирует с такими понятиями, как безопасность и защита. Не выявлено ассоциаций с отрицательными коннотациями, что свидетельствует о положительной оценке исследуемых концептов в обеих лингвокультурах и общей аксиологической направленности концептов «Home» и «Дом» в американском и русском языковом сознании.

Литература

1. Антология концептов / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. Т. 1. Волгоград: Парадигма, 2005. 352 с.
2. Болдырев Н.Н. Доминантный принцип организации языкового сознания // Когнитивные исследования языка. 2019. № 37. С. 37–44.
3. Воркачев С.Г. Любовь как лингвокультурный концепт: монография. М.: Гнозис, 2007. 285 с.
4. Зими́на М.В., Ва́шунина И.В. Концепт “Russia” в американском языковом сознании // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. 2020. № 2. С. 79–84. DOI: 10.25586/RNU.V925X.20.02.P.079
5. Зими́на М.В., Лю́ляева Н.А. Структура концепта “Home” в американской лингвокультуре // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 12-1. С. 168–172.
6. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Академия, 2001. 208 с.
7. Плисов Е.В. Методологические подходы к изучению концепта Дом в отечественной германистике // Образ Родины: содержание, формирование, актуализация: Мат. IV Междунар. науч. конф. 2020. Москва, 18 сентября 2020 г. М.: Изд-во Московского художественно-промышленного ин-та, 2020. С. 231–235.
8. Привалова И.В. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации): монография. М.: Гнозис, 2005. 472 с.
9. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Языки русской культуры, 1997. 824 с.
10. Шурупова Е.Ю., Карабущенко Н.Б. Речь как отражение когнитивного статуса личности в поздней взрослости // Вестник Мининского университета. 2019. Т. 7, № 2. С. 9. DOI: 10.26795/2307-1281-2019-7-2-9

References

1. Karasik V.I., Sternin I.A. (eds.) (2005) *Antologiya kontseptov* [Anthology of Concepts]. Vol. 1, Volgograd, Paradigma Publishing. 352 p. (in Russian).
2. Boldyrev N.N. (2019) Dominantnyj printsip organizatsii yazykovogo soznaniya [Dominant Principle of Linguistic Cognition Organization]. *Cognitive Studies of Language*, no. 37, pp. 37–44. (in Russian).
3. Vorkachev S.G. (2007) *Lyubov' kak lingvokul'turnyj kontsept: monografiya* []. Moscow, Gnozis Publishing. 285 p. (in Russian).
4. Zimina M.V., Vashunina I.V. (2020) Kontsept “Russia” v amerikanskom yazykovom soznanii [The Concept of “Russia” in the American Linguistic Consciousness]. *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya: Chelovek v sovremennom mire*, iss. 2, pp. 79–84. p. DOI: 10.25586/RNU.V925X.20.02.P.079 (in Russian).
5. Zimina M.V., Lyulyaeva N.A. (2017) Struktura kontsepta “Home” v amerikanskoj lingvokul'ture [The Structure of the Concept of Home in American Linguistic Culture]. *International Journal of Applied and Fundamental Research*, no. 12-1, pp. 168–172. (in Russian).
6. Maslova V.A. (2001) *Lingvokul'turologiya: ucheb. posobie dlya studentov vysshikh uchebnykh zavedenij* [Linguoculture: Textbook]. Moscow, Publishing House Academia. 208 p. (in Russian).
7. Plisov E.V. (2020) Metodologicheskie podkhody k izucheniyu kontsepta Dom v otechestvennoj germanistike [Methodological Approaches to the Study of the Concept of the House in Russian German Studies]. *Obraz Rodiny: sodержanie, formirovanie, aktualizatsiya: Mat. IV Mezhdunar. nauch. konf.* [The Image of the Motherland: Content, Formation, Actualization: Proceedings of IVth International Scientific Conference], Moscow, 18 of September 2020, Moscow, Moscow Art and Industry Institute Publishing, pp. 231–235. (in Russian).
8. Privalova I.V. (2005) *Interkul'tura i verbal'nyj znak (lingvokognitivnye osnovy mezhkul'turnoj kommunikatsii): monografiya* [Interculture and Verbal Sign (Linguo-Cognitive Basis of Intercultural Communication)]. Moscow, Gnozis Publishing. 472 p. (in Russian).
9. Stepanov Yu.S. (1997) *Konstanty. Slovar' russkoj kul'tury. Opyt issledovaniya* [Constants. Dictionary of Russian Culture]. Moscow, Languages of Slavic Cultures Publishing House. 824 p. (in Russian).
10. Shurupova E.Yu., Karabushchenko N.B. (2019) Rech' kak otrazhenie kognitivnogo statusa lichnosti v pozdnej vzroslosti [Language as a Reflection of Person's Cognitive Status in Late Adulthood]. *Vestnik of Minin University*, vol. 7, no. 2, p. 9. DOI: 10.26795/2307-1281-2019-7-2-9 (in Russian).