

УДК 811.161.1-119(045)

СИТНИКОВА Елена Владимировна,

кандидат филологических наук, доцент, докторант кафедры русского языка Киевского национального университета им. Тараса Шевченко; Киев, Украина;

e-mail: alyonasitnikova@mail.ru; тел.: +38(0629)52-89-55; моб.: +38-050-685-27-69

ВАРИАТИВНОСТЬ АССОЦИАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ ЯЗЫКОВЫХ МАРКЕРОВ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СОЗНАНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПА

Аннотация. На современном этапе развития науки о языке актуальной является проблема соотношения языкового и этнокультурного сознания. Этнокультурная специфика образа языкового сознания детерминирована реальной действительностью, так как явления реальной действительности, воспринимаемые человеком в структуре деятельности и общения, отображаются в его сознании таким образом, что это отображение фиксирует причинные и пространственные связи явлений и эмоций, вызываемых восприятием этих явлений, и образ мира меняется от одной культуры к другой. Образ языкового сознания оформляется с помощью языковых средств, отражающих перцептивные и концептуальные знания языковой личности о культурных предметах реального мира. Любые изменения образа мира, неизбежно происходящие в процессе развития этноса/нации, отображаются и фиксируются в языковых маркерах национально-культурного сознания.

В данной статье представлен сопоставительный анализ ассоциативного материала, полученного в результате анкетирования носителей русской культурной традиции, проживающих на территории этнической родины и выехавших за рубеж. Выявлены сходства и различия в составе ассоциативных полей языковых маркеров национально-культурного сознания, выделенных И. В. Приваловой и предложенных информантам в качестве стимулов.

Ключевые слова: свободный ассоциативный эксперимент; ассоциативное поле; ядро ассоциативного поля; периферийная зона ассоциативного поля; частотность реакций.

Совокупность всех реакций, полученных от участников свободного ассоциативного эксперимента, образует ассоциативное поле слова-стимула. Каждое ассоциативное поле имеет ядро и периферию. Ядро ассоциативного поля содержит наиболее значимые, многократно повторяющиеся ассоциаты. Менее частотные реакции относятся к периферийной зоне поля. При анализе ассоциативного поля следует учитывать даже единичные реакции, так как большинство из них продолжает те направления ассоциирования, которые намечены реакциями центральной ассоциативной зоны, поэтому необходимым представляется комплексный учет всех ассоциатов.

Ассоциативное поле слова раскрывает всё многообразие его смысловых возможностей. В нём находят отражение знания информантов о языковых свойствах слов-стимулов и особенностях их реализации в речевой практике: фонетические и словообразовательные особенности, специфика лексического значения, особенности словоупотребления, участие в процессах метафоризации, способность к образованию новых событийных номинаций, функционирование в составе речевых формул, стилистическая маркированность и другие дистрибутивные особенности. Кроме того, значительную часть ассоциативного поля представляют реакции, в которых содержится информация экстралингвистического характера и проявляется творческая активность респондента, в сознании которого актуализируются различные тематические, ситуативные или культурно обусловленные представления об обозначаемых стимулами явлениях.

Получаемое в результате эксперимента ассоциативное поле является не только фрагментом вербальной памяти человека, но и фрагментом мира данного этноса, отраженного во внутреннем лексиконе носителей данной культуры и проявляющегося в системе мотивов, оценок и культурных стереотипов.

Сопоставительный анализ ассоциативных полей, составленных в результате анкетирования представителей русской этнолингвокультуры, проживающих на территории этнической родины, а также в Украине, США, в странах Европейского союза (Греция, Кипр, Италия, Нидерланды, Германия) и Азии (Индия, Израиль), позволил выявить изменения в знаниях и представлениях, касающихся восприятия языковых маркеров национально-культурного сознания (далее ЯМНКС) лингвокультурного, лингвокультурного и лингвоэкологического типов [1; 2], которые произошли во внутреннем лексиконе информантов под влиянием гетерогенного языкового окружения. В данной статье влияние иноязычной среды на респондентов, проживающих за пределами России, проиллюстрировано наиболее показательными примерами реагирования участников эксперимента на ЯМНКС лингвокультурного типа.

Анализ ассоциативного поля колоремы *вороной* выявил совпадение наиболее частотных ассоциатов. Так, носители русской этнолингвокультуры, проживающие на территории этнической родины, предоставили следующие реакции: *конь* (36,24 %), *чёрный* (10,63 %), *масть* (4,36 %). Данные реакции также составили ядерную зону ассоциативного поля указанного стимула во внутреннем лексиконе представителей русской этнолингвокультуры, находящихся в гетерогенном окружении: *конь* (34,92 %), *чёрный* (5,59 %), *масть* (3,91 %). Наибольшую группу ответов россиян составили реакции, обусловленные ассоциированием стимула со словом *конь* (45,44 %): *конь* (36,23 %), *лошадь* (2,45 %), *жеребец* (1,36 %), *грива* (0,54 %), *запрягать* (0,54 %), *порода* (0,54 %), *скажун* (0,54 %), *гарцевание* (0,27 %), *ипподром* (0,27 %), *коневодство* (0,27 %), *конюшня* (0,27 %), *мус-*

танг (0,27 %), ржание (0,27 %), сбруя (0,27 %), Сивка-Бурка (0,27 %), скакать (0,27 %), уздечка (0,27 %), упряжь (0,27 %), шелковая грива (0,27 %). Жители зарубежья предоставили 51,43 % подобных реакций: конь (34,92 %), лошадь (2,51 %), грива (1,68 %), жеребец (1,68 %), красивый конь (1,68 %), рысак (1,12 %), упряжка лошадей (1,12 %), скакун (0,84 %), галоп (0,56 %), конезавод (0,56 %), подкова (0,56 %), породистый (0,56 %), седло (0,56 %), гарцевание (0,28 %), ипподром (0,28 %), конь красноармейца (0,28 %), конь черного цвета (0,28 %), копыта (0,28 %), лошади вороны (0,28 %), мерин (0,28 %), мустанг (0,28 %), резвый жеребец (0,28 %), табун (0,28 %), хвост (0,28 %). Значительное количество реакций (11,76 %) свидетельствует об изменениях в восприятии данного стимула, вызванных пребыванием этнических русских в иноязычной среде. Некоторыми информантами слово *вороной* было воспринято не как прилагательное со значением цвета, а как форма творительного падежа существительного *ворона*: *ворона* (1,12 %), *белая ворона* (0,84 %), *ворон* (0,84 %), *глаз* (0,84 %), *вороново крыло* (0,56 %), *кабанчиком* (0,28 %), *карканье* (0,28 %), *молнией* (0,28 %), *невнимательность* (0,28 %), *полет* (0,28 %), *стрелой* (0,28 %), что позволяет сделать предположение об утрате содержания данного стимула в сознании ряда участников эксперимента. Часть реакций была вызвана соотношением слова *вороной* со словосочетанием *воронёная сталь*: *сталь* (1,4 %), *железный* (0,28 %), *клинок* (0,28 %), *снаряд* (0,28 %), *стальной* (0,28 %), *цвет пистолета* (0,28 %). В ассоциативном поле данного стимула были обнаружены реакции, не связанные с содержанием слова *вороной*: *дорогой* (0,28 %), *другой* (0,28 %), *книга* (0,28 %), *козёл* (0,28 %), *персонаж* (0,28 %), *самоцветы* (0,28 %). Кроме того, 5 информантов (1,4 %) отказались предоставить реакции на данный стимул, что можно объяснить затруднениями в восприятии и понимании ими данного слова.

Анализ реакций на стимул *щи*, обозначающий блюдо национальной русской кухни, выявил определенные различия в составе ассоциативных полей при сохранении ядерной зоны: *капуста* (14,09 %), *суп* (8,67 %) — у жителей России, *капуста* (13,48 %), *суп* (7,87 %) — у информантов, выехавших за рубеж. Примечательно, что у второй группы участников эксперимента третьей наибольшей по частоте реакцией стал ассоциат *борщ* (7,3 %), который составил 1,9 % реакций у информантов, проживающих на территории этнической родины. Такую разницу можно объяснить принадлежностью данного блюда к украинской национальной кухне и значительным количеством информантов, проживающих в Украине. Разница наблюдается также в частоте реакций, относящих данное блюдо к русской этнолингвокультуре. Так, жители России предоставили следующие реакции: *русское национальное блюдо* (1,36 %), *русская кухня* (0,81 %), *русские* (0,54 %), *русский суп с овощами* (0,27 %), которые в целом составляют 2,98 % от всех ответов. Количество подобных реакций у информантов, находящихся в иноязычной среде, значительно выше, чем у первой группы респондентов: *Россия* (3,09 %), *русское блюдо* (1,97 %), *русская еда* (1,12 %), *русские* (1,12 %), *Древняя Русь* (0,28 %), *духовка в русской печи* (0,28 %), *крепостная Россия* (0,28 %), *крестьянская Россия* (0,28 %), *овощной суп по-русски* (0,28 %), *рысак* (0,28 %), *русская похлебка без мяса* (0,28 %), *Урал* (0,28 %), всего — 9,55 %. Подобную разницу можно объяснить тем, что информанты воспринимают данный стимул, прежде всего, как особенность русского культурного пространства, связанную с их жизнью до переезда за границу и в настоящее время осознаваемую как часть их прошлого, а потому имеющую особую ценность. Некоторые реакции носителей русской этнолингвокультуры, проживающих за пределами России, стали следствием сопоставления реалий различных национально-культурных пространств: *русский борщ* (0,84 %), *борщ с кислой капустой* (0,56 %), *борщ вкуснее!* (0,28 %), *борщ лучше!* (0,28 %), *зеленый борщ* (0,28 %), *легкий борщ* (0,28 %), *невкусный белый борщ* (0,28 %), *украинская кухня лучше!* (0,28 %). Интерес представляют эмоционально-оценочные реакции на стимул *щи*. Так, носители русской этнолингвокультуры, проживающие на территории этнической родины, предоставили 5,42 % реакций, характеризующихся положительной оценкой: *вкусно* (3,25 %), *аппетит* (0,27 %), *аромат* (0,27 %), *душистые* (0,27 %), *красивый суп с зеленью* (0,27 %), *ням-ням* (0,27 %), *объедение!* (0,27 %), *приятный запах* (0,27 %), *хороши!* (0,27 %). У информантов, выехавших за рубеж, отмечено меньше подобных реакций — всего 1,12 %: *вкусно* (0,84 %), *вкусный запах* (0,28 %), однако присутствуют реакции с отрицательной оценкой, отсутствующие у жителей России: *невкусно* (2,25 %), *фу!* (0,84 %), *баланда* (0,28 %), *гадость!* (0,28 %), *не еда* (0,28 %), *не люблю* (0,28 %). Отмеченный факт свидетельствует о том, что нахождение человека в пределах чужеродного национально-культурного пространства отражается не только на составе единиц его внутреннего лексикона, но и, как в данном случае, на определенных кулинарных предпочтениях.

Ассоциативные поля слова *перестройка*, обозначающего период в истории СССР с 1985 по 1991 гг., характеризуются отличиями в ядерных зонах. Так, в обеих группах информантов наиболее частотными явились реакции *Горбачев* (23,45 % в первой группе, 22,91 % во второй группе) и *СССР* (соответственно 6,44 % и 4,31 %). Однако в следующих ассоциатах наблюдаются расхождения: жители России предоставили реакцию *девятистые годы* (2,84 %), а у респондентов, проживающих за рубежом, третьей по частоте стала реакция *развал СССР* (3,5 %). Вероятно, именно такое следствие перемен в обществе оказалось более значимым для второй группы участников эксперимента, потому что для большинства из них оно ассоциируется с их переездом в другое государство. Данное предположение может быть также подтверждено следующими реакциями информантов второй группы: *выезд за границу* (0,81 %), *заграница* (0,27 %). Кроме того, носители русской культурной традиции, проживающие за рубежом, предоставили большее количество реакций с отрицательной коннотацией: *развал* (2,43 %), *разруха* (1,62 %), *бардак* (1,35 %), *дефицит* (1,35 %), *все плохо* (0,81 %), *разбой* (0,81 %), *ужас* (0,81 %), *анархия* (0,54 %), *безработица* (0,54 %), *грязь* (0,54 %), *пустые полки*

(0,54 %), разгром (0,54 %), совок (0,54 %), гласность — чушь собачья (0,27 %), голодные годы (0,27 %), грабёж (0,27 %), инфляция (0,27 %), и что они перестроили? (0,27 %), крах (0,27 %), кризис (0,27 %), начало конца (0,27 %), негативное явление (0,27 %), недовольство (0,27 %), непонимание (0,27 %), неприятно (0,27 %), нервы (0,27 %), нехорошее время (0,27 %), обман (0,27 %), обнищание (0,27 %), очереди (0,27 %), ошибки (0,27 %), паника (0,27 %), погром (0,27 %), пойти туда, не знаю куда (0,27 %), потерянное время (0,27 %), предательство народа (0,27 %), пропади она пропадом (0,27 %), развал общества (0,27 %), тревога (0,27 %), трудности (0,27 %). Часть реакций информантов второй группы показали незнание ими временных рамок и основных государственных деятелей данного периода: шестидесятые (0,27 %), Хрущев (1,08 %), Брежнев (0,81 %), Сталин (0,27 %). Очевидно, пребывание в течение длительного времени за пределами русского этнолингвокультурного пространства привело к частичной утрате культурно значимого содержания данного стимула во внутреннем лексиконе респондентов.

В ассоциативных полях стимула *матрешка* — одного из символов русской культуры — нашло отражение пребывание информантов за пределами русского национально-культурного пространства. Так, если русские, проживающие на территории этнической родины, в реакциях чаще всего указывали *Россию* (10,88 %), то для респондентов, выехавших за рубеж, *матрешка* — это прежде всего *сувенир* (10,76 %), что также подтверждают следующие реакции: *магазин сувениров* (0,57 %), *аэропорт* (0,28 %), *дорогой сувенир* (0,28 %). Многие участники эксперимента второй группы подчеркивали принадлежность данной реалии к русской культуре, что отразилось в следующих реакциях: *Россия* (10,2 %), *русская народная игрушка* (3,97 %), *русский сувенир* (1,98 %), *Москва* (1,42 %), *русская* (1,42 %), *Арбат* (1,13 %), *символ России* (1,13 %), *СССР* (1,13 %), *Красная Площадь* (0,85 %), *русская визитка* (0,85 %), *русская потеха* (0,28 %), *Русь* (0,28 %). Подобные реакции были даны и жителями России (22,02 %), однако их частотность ниже, чем у респондентов, проживающих за ее пределами (27,48 %). Реакция *СССР* (1,13 %), отсутствующая в анкетах русских, проживающих на территории этнической родины, говорит о том, что информанты, выехавшие за рубеж, воспринимают некоторые реалии как часть прошлого, не характерную для их современной жизни в условиях иностранного национально-культурного пространства. В анкетах обеих групп информантов были выявлены реакции, которые являются показателем употребления слова-стимула в качестве обозначения девушки или женщины определенного внешнего вида. Так, респонденты, проживающие за рубежом, дали следующие реакции: *вырядилась, как матрешка* (0,08 %), *размалеванная девушка* (0,08 %), *закутанная красавица* (0,28 %). Информанты, живущие в России, дали почти вдвое больше подобных реакций: *полная женщина* (0,52 %), *девочка, закутанная в платок* (0,26 %), *девушка из глухой деревни* (0,26 %), *деревенская девушка в городе* (0,26 %), *дурочка* (0,26 %), *женщина в многослойных одеяниях* (0,26 %), *пёстро одетая женщина* (0,26 %), *размалёванная девушка* (0,26 %), *ярко накрашенная девушка* (0,26 %), что может свидетельствовать о постепенной утрате такого употребления данного слова среди информантов, находящихся в гетерогенном языковом окружении.

Анализ реакций, полученных на стимул *святки*, показал совпадение ядерных зон ассоциативных полей в двух группах респондентов. Наиболее частотными у россиян стали реакции *гадания* (22,93 %), *праздник* (9,39 %), *Рождество* (8,56 %), *зима* (7,73 %). Перечисленные реакции составили ядро ассоциативного поля и во внутреннем лексиконе информантов, проживающих за рубежом: *праздники* (20,57 %), *гадания* (10,86 %), *зима* (9,14 %), *Рождество* (6,29 %). Изменения в восприятии и понимании данного стимула респондентами второй группы проявились в некоторых ассоциациях периферийной зоны. Реакции *новогодние праздники* (0,57 %), *Новый год* (0,57 %), *неделя перед Рождеством* (0,29 %) свидетельствуют о том, что знания респондентов ограничиваются отнесением святок к зимним праздникам. Ассоциаты *Пасха* (0,86 %), *А. С. Пушкин* (0,57 %), *яйца* (0,29 %), а также основанная на созвучии реакция *пьятки* (0,29 %) позволяют сделать вывод о более существенной утрате культурного содержания данного стимула вследствие влияния гетерогенного языкового окружения на внутренний лексикон информантов.

Изучение ассоциативного материала, полученного на стимул *бить баклуши*, показывает изменения в закреплённости данной фразеологической единицы в сознании носителей русской этнолингвокультуры, находящихся в иноязычной среде. Наиболее частотные реакции на данный стимул говорят о сохранении ядра его ассоциативного поля во внутреннем лексиконе обеих групп участников эксперимента. Информанты, проживающие на территории этнической родины, предоставили следующие наиболее частотные реакции: *бездельничать* (14,09 %), *ничего не делать* (12,43 %), *лентяй* (9,39 %), *лень* (8,29 %). Ядро ассоциативного поля данного стимула во внутреннем лексиконе жителей зарубежья представлено следующими реакциями: *ничего не делать* (12,57 %), *бездельничать* (9,71 %), *лень* (7,14 %). Заслуживает внимания тот факт, что реакции некоторых иностранных респондентов свидетельствуют о знании ими этимологии рассматриваемой фразеологической единицы: *заготовки для ложек* (0,57 %), *вырезать деревянные ложки* (0,29 %), *древесина* (0,29 %). Значительное количество реакций, предоставленных информантами второй группы, также являются фразеологизмами, передающими содержание данного стимула: *валять дурака* (3,14 %), *плевать в потолок* (1,43 %), *убивать время* (1,14 %), *прожигать жизнь* (0,57 %), *считать ворон* (0,29 %), *считать мух* (0,29 %). Однако были выявлены реакции, обусловленные тем, что информанты не воспринимают данный фразеологизм как целостную и неразделимую единицу языка и реагируют лишь на один из ее компонентов — *бить*: *барабан* (0,29 %), *отбивные* (0,29 %). Реакции *паниковать* (0,29 %) и *выходить из себя* (0,29 %), вероятно, были вызваны соотношением рассматриваемого стимула с фразеологизмом *бить тревогу*, который не имеет никакой семантической связи со стимулом, а лишь содержит общий

с ним глагол *бить*. Об утрате содержания предложенного в качестве стимула фразеологизма говорит и наличие таких реакций, как *злиться* (0,29 %), *перемена обстановки* (0,29 %), *маршасы* (0,29 %), *печь* (0,29 %), *ругать* (0,29 %). Результатом влияния украиноязычной среды стала реакция *байдьки* (0,86 %), которая объясняется структурно-семантическим сходством русского фразеологизма, предложенного информантам в качестве стимула, и украинской фразеологической единицы *бити байдьки*.

Рассмотрение ассоциативных полей речевой формулы *до скорого!* выявило определённые различия в их структуре. Во внутреннем лексиконе информантов, проживающих за границей, сохраняется ядро ассоциативного поля данного стимула, о чем говорит наиболее часто указываемая ими реакция *прощание* (19,72 %), однако периферийная зона претерпевает ряд изменений. Так, 6,02 % ассоциатов передают ситуацию отъезда: *вокзал* (1,43 %), *отъезд* (1,43 %), *дорога* (0,86 %), *поезд* (0,86 %), *провода* (0,57 %), *даль* (0,29 %) *платформа* (0,29 %), *путь* (0,29 %). Подобные реакции составляют меньшую часть ответов россиян (4,05 %): *дорога* (1,08 %), *провода* (1,08 %), *вокзал* (0,54 %), *отъезд* (0,54 %), *поезд* (0,54 %), *чемодан* (0,27 %). Кроме того, большей частотностью характеризуются реакции носителей русской культурной традиции, находящихся за рубежом, которые выражают отрицательные эмоции, связанные с расставанием: *печаль* (1,14 %), *слезы* (0,57 %), *скушать* (0,29 %). Их общее количество составляет 2 %, тогда как подобные реакции респондентов, живущих в России, не превышают 1 %: *грусть* (0,27 %), *обида* (0,27 %), *слезы* (0,27 %). Описанные изменения в составе ассоциативного поля второй группы информантов очевидно являются отражением перемены их жизненных условий, связанной с выездом за пределы России и с последующими неоднократными зарубежными поездками. Следствием влияния гетерогенного языкового окружения на внутренний лексикон данных респондентов стали не отмеченные в анкетах россиян иноязычные реакции на данный стимул, переданные буквами кириллицы: *чао!* (0,57 %), *бай-бай!* (0,29 %), *гудбай!* (0,29 %). Особенностью ассоциативного поля, составленного по результатам опроса этнических русских, проживающих в России, является наличие цитатных реакций: *«До скорого, брат!»* (0,54 %), *«Прощай! Пока! До скорого!»* (0,54 %), а также реакции *Макаревич* (0,54 %), которые можно объяснить постоянным пребыванием респондентов в условиях русского культурного пространства.

В результате сопоставления ассоциативных полей нумерологемы *три* было выявлено совпадение ядерных зон, представленных следующими ассоциатами: *цифра* (10,63 %), *поросенка* (8,99 %), *число* (8,45 %), *богатыря* (6,81 %) — у информантов первой группы; *число* (11,4 %), *поросенка* (10,54 %), *цифра* (7,69 %), *богатыря* (5,99 %) — у информантов второй группы. Чаще всего участники обеих групп указывали прецедентные реакции, которые представляют собой названия различных произведений искусства или часть таких названий, где началом выступает слово-стимул, а также цитаты из таких произведений. Так, респонденты, проживающие на территории этнической родины, представили следующие реакции: *поросенка* (8,99 %), *богатыря* (6,81 %), *толстяка* (4,63 %), *медведя* (1,63 %), *танкиста* (1,63 %), *девицы под окном* (1,36 %), *мушкетера* (1,36 %), *«Три орешка для Золушки»* (1,36 %), *товарища* (1,09 %), *«Три тополя на Плющихе»* (1,09 %), *тридевятое царство* (0,82 %), *«Пижовая дама»* (0,54 %), *сына* (0,54 %), *три грации* (0,54 %), *белых коня* (0,27 %), *за тридцать земель* (0,27 %), *сестры* (0,27 %), *танкиста и собака* (0,27 %), *три кита* (0,27 %), *«Три плюс два»* (0,27 %), *«Три полуграции»* (0,27 %), *три царицы под окном* (0,27 %), *«Трое в лодке, не считая собаки»* (0,27 %), *тройка*, *семерка*, *туз* (0,27 %); носители русской культурной традиции, находящиеся в иноязычной среде, дали подобные реакции: *поросенка* (10,54 %), *богатыря* (6,27 %), *толстяка* (4,27 %), *«Три тополя на Плющихе»* (1,99 %), *танкиста* (1,42 %), *товарища* (1,42 %), *«Три орешка для Золушки»* (1,42 %), *мушкетера* (1,14 %), *белых коня* (0,85 %), *желания* (0,85 %), *медведя* (0,85 %), *девицы* (0,57 %), *корочки хлеба* (0,57 %), *сестры* (0,57 %), *сына* (0,57 %), *«Три плюс два»* (0,57 %), *«Трое в лодке, не считая собаки»* (0,57 %), *«года ты мне снилась»* (0,28 %), *колодца* (0,28 %), *тридевятое царство* (0,28 %), *тройка*, *семерка*, *туз* (0,28 %). Особенностью периферийной зоны ассоциативного поля рассматриваемого стимула, составленного по анкетам жителей зарубежья, стала более высокая частотность реакций, связанных с приписыванием числу *три* магических характеристик: *символическое число* (0,57 %), *счастливое число* (0,57 %), *ходовое число* (0,57 %), *волшебное число* (0,28 %), *святое число* (0,28 %), *счастье* (0,28 %), *хорошее число* (0,28 %). В анкетах информантов обеих групп были выявлены реакции, представляющие собой фразеологические и паремиологические единицы: *Бог любит Троицу* (0,82 %), *знать в три шеи* (0,82 %), *любовный треугольник* (0,54 %), *навать с три короба* (0,54 %), *согнута в три погибели* (0,54 %), *от горшка три вершка* (0,27 %), *сообразить на троих* (0,27 %) — у жителей России; *сообразить на троих* (1,71 %), *Бог любит Троицу* (0,57 %), *третий лишний* (0,28 %) — у респондентов, выехавших за рубеж. Меньшее количество подобных реакций у жителей зарубежья является следствием их длительного пребывания за пределами русского этнолингвокультурного пространства. Участники второй группы реже указывали и реакции, свидетельствующие о восприятии ими слова-стимула не как числительного, а как повелительной формы глагола *тереть*: *тереть* (1,14 %), *дырка* (0,57 %), *очищать от грязи* (0,28 %). Информанты, проживающие в России, дали в два раза больше подобных реакций: *морковь на терке* (0,54 %), *терка* (0,54 %), *дырка* (0,27 %), *тереть ластиком* (0,27 %), *тереть спину* (0,27 %), *три, три и будет дырка* (0,27 %), что, вероятно, объясняется их постоянным нахождением в условиях русскоязычного дискурса.

Таким образом, ассоциативное поле является отображением внутреннего лексикона носителя определенной этнолингвокультуры и указывает на форму и способы хранения ЯМНКС в сознании информантов.

ЯМНКС лингвокультурного типа свойственна высокая степень закрепленности во внутреннем лексиконе представителей русской этнолингвокультуры, находящихся за пределами этнической родины. Тем не менее, были отмечены изменения в восприятии стимулов данной группы, зафиксированные в периферийных зонах. Так, вследствие влияния гетерогенного языкового окружения наблюдаются утрата семантики и культурного значимого содержания некоторых стимулов, затруднения в восприятии и понимании отдельных ЯМНКС, постепенное уменьшение объема знаний, касающихся фразеологического и паремнологического фондов русского языка. Особенностями реакций информантов, проживающих за рубежом, на ЯМНКС данного типа стали подчеркивание их принадлежности к русскому национально-культурному пространству; сопоставление с реалиями той культурной среды, в которой находятся участники эксперимента; отражение событий, связанных с периодом эмиграции респондентов; высокая частотность эмоционально-оценочных ассоциатов.

Литература

1. *Привалова И. В.* Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации): [монография] / И. В. Привалова. — М.: Гнозис, 2005. — 472 с.
2. *Привалова И. В.* Языковое сознание: этнокультурная маркированность: Теоретико-экспериментальное исследование: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / И. В. Привалова. — М., 2006. — 50 с.

References

1. *Privalova I. V.* Interkul'tura i verbal'nyj znak (lingvokognitivnye osnovy mezhkul'turnoj kommunikacii): [monografija] / I. V. Privalova. — M.: Gnozis, 2005. — 472 s.
2. *Privalova I. V.* Jazykovoje soznanie: jetnokul'turnaja markirovannost': Teoretiko-jeksperimental'noe issledovanie: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk: spec. 10.02.19 «Teorija jazyka» / I. V. Privalova. — M., 2006. — 50 s.

Ситникова Елена Владимировна,

кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри російської мови Київського національного університету ім. Тараса Шевченка; Київ, Україна;
e-mail: alyonasitnikova@mail.ru; тел.: +38(0629)52-89-55; моб.: +38-050-685-27-69

ВАРІАТИВНІСТЬ АСОЦІАТИВНИХ ЗВ'ЯЗКІВ МОВНИХ МАРКЕРІВ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ СВІДОМОСТІ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПУ

Анотація. На сучасному етапі розвитку науки про мову актуальною є проблема співвідношення мовної та етнокультурної свідомості. Етнокультурна специфіка образу мовної свідомості детермінована реальною дійсністю, оскільки явища реальної дійсності, що сприймаються людиною в структурі діяльності і спілкування, відображаються в її свідомості таким чином, що це відображення фіксує причинні і просторові зв'язки явищ і емоцій, що викликаються сприйняттям цих явищ, і образ світу змінюється від однієї культури до іншої. Образ мовної свідомості оформлюється за допомогою мовних засобів, що відображають перцептивні та концептуальні знання мовної особистості про культурні предмети реального світу. Будь-які зміни образу світу, що неминуче відбуваються в процесі розвитку етносу/нації, відображаються і фіксуються в мовних маркерах національно-культурної свідомості.

У даній статті представлено зіставний аналіз асоціативного матеріалу, отриманого в результаті анкетування носіїв російської культурної традиції, які проживають на території етнічної батьківщини та які виїхали за кордон. Виявлено подібності та відмінності у складі асоціативних полів мовних маркерів національно-культурної свідомості, виділених І. В. Приваловою та запропонованих інформантам в якості стимулів.

Ключові слова: вільний асоціативний експеримент; асоціативне поле; ядро асоціативного поля; периферійна зона асоціативного поля; частотність реакцій.

Yelena V. Sitnikova,

Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor, doctoral candidate in the Russian Language Department of Taras Shevchenko National University of Kiev; Ukraine;
e-mail: alyonasitnikova@mail.ru; tel.: +38(0629)52-89-55; моб.: +38-050-685-27-69

VARIATION OF THE ASSOCIATIVE CONNECTIONS OF LANGUAGE MARKERS OF NATIONAL AND CULTURAL CONSCIOUSNESS OF LINGUOCULTURAL TYPE

Summary. At the present stage of development of linguistics the problem of relation of language, ethnic and cultural consciousness is of current concern. Ethnocultural specificity of linguistic consciousness image is determined by the reality, since the phenomena of reality, perceived by a person in the structure of activity and communication, are reflected in his mind so that this reflection fixes the causal and spatial connections between phenomena and emotions caused by the perception of these phenomena, and the image of the world changes from one culture to another. The image of linguistic consciousness is created by using linguistic devices which reflect perceptual and conceptual knowledge of a linguistic personality about cultural objects of the real world. Any changes in the image of the world, inevitably happening during the development of the ethnos/nation, are reflected and fixed in the linguistic markers of national and cultural consciousness.

This paper presents a comparative analysis of the associative material obtained as a result of a survey of the Russian cultural tradition representatives, who live in ethnic homeland and abroad. It defines the similarities and differences in the associative areas of language markers of national and cultural consciousness, pointed out by I. V. Privalova and offered to the informants as stimuli.

Key words: free associative experiment; associative area; the center of associative area; periphery of associative area; frequency of responses.

Статтю отримано 19.09.2013 р.