

*Медведева А.В.* Многозначность русских существительных в когнитивном аспекте (на материале ЛСГ «продукты питания, еда») // Когнитивные исследования языка. 2015 (б). Вып. XXII. С. 650-652.

*Медведева А.В.* Метафора и семантический потенциал слова в развитии многозначности // Когнитивные исследования языка. 2015 (в). Вып. XXIII. С. 651-661.

Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru>

*Никитин М.В.* Курс лингвистической семантики. СПб.: Научный центр проблем диалога, 1996.

*Попова З.Д., Стернин И.А.* Общее языкознание. М., АСТ: Восток Запад, 2007.

*Ричардс А.* Философия риторики // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 44-67.

*Стернин И.А.* Моделирование концепта в концептологии // Международный конгресс по когнитивной лингвистике. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2006. С. 77-79.

*A.V. Medvedeva (Voronezh, Russia)*

## **METAPHORS BASED ON HUMAN MILITARY ACTIVITIES IN THE WORD MEANING DEVELOPMENT**

The paper considers metaphors based on human military activities as a mechanism of the word meaning development due to different types of semes actualization. Semantic derivation is regarded as the result of cognitive processes of categorization and conceptualization of the reality.

*Key words:* metaphor, semantic analysis, semantic word formation, conceptualization, categorization.

*Д.А. Морель Морель (Белгород, Россия)*

## **ОБРАЩЕНИЕ К АССОЦИАТИВНОМУ МАТЕРИАЛУ ПРИ КОНТРАСТИВНОМ АНАЛИЗЕ ИМЕН КОНЦЕПТОВ**

В статье показаны преимущества привлечения анализа данных ассоциативных экспериментов при исследовании случаев, когда две или более лексические единицы могут претендовать на роль имени концепта, особенно, когда

необходимо сопоставить подобный мини-комплекс с иноязычным именем аналогичного концепта. Материалом послужили ассоциативные поля слов-стимулов *security / safety / безопасность, comfort / cosiness / комфорт / уют, home / house / дом, city / town / город, food / еда / пища, drink / напиток / питье.*

*Ключевые слова:* контрастивный анализ, межъязыковое векторное соответствие, контрастивная пара, ассоциативное поле, концепт, периметр безопасности.

DOI: 10.20916/2071-9639-2016-25-213-219

Анализ наименования, репрезентирующего концепт (имени, дескриптора, ключевого слова концепта), является важным этапом лингвокогнитивного исследования (см., например: [Попова, Стернин 2007: 177-178]). При этом в силу развитости в современных языках синонимии, нередки случаи, при которых таких наименований может быть несколько [Привалова 2005; Морель Морель 2008; Пименова, Кондратьева 2011: 119]. В случаях, когда подобным синонимам в другом языке соответствует только одна лексическая единица, С.Г. Воркачев говорит о «дублетных лингвоконцептах», «не находящих аналогов в других языках» [Воркачев 2006: 7].

Здесь мы имеем дело с векторными межъязыковыми соответствиями, исследование которых предполагает анализ и сопоставление контрастивных пар, для чего исследованиях традиционно (и весьма эффективно) используется метод семантического анализа [Стернин 2011]. Однако, на наш взгляд, высокую познавательную ценность имеет привлечение анализа данных ассоциативного эксперимента, поскольку тот позволяет дополнительно выявлять ряд аспектов организации и функционирования концепта, особенно, когда речь идет о «наивной», «бытовой» картине мира.

Объектом настоящего исследования выступают эквивалентные концепты, представляющие в национальных русской и английской картинах мира ряд составляющих сложного концепта «периметр безопасности»: «безопасность», «комфорт», «дом», «город», «пища», «напиток» [Морель Морель 2015: 58-59]. Выбор данных концептов был обусловлен наличием у их имен близких синонимов. Непосредственным предметом являются английские и русские ассоциативные поля имен данных концептов и их синонимов: *security / safety / безопасность, comfort / cosiness / комфорт / уют, home / house / дом, city / town / город, food / еда / пища, drink / напиток / питье.* Материалом послужили данные “Edinburgh Word Association Thesaurus” [EWAT]

и «Русского ассоциативного словаря» [РАС], полученные по результатам массовых ассоциативных экспериментов, проведенных над испытуемыми одной возрастной категории по идентичной методике.

Отобранные материалы подверглись семантической кластеризации, позволяющей выявить наиболее релевантные для языкового сознания когнитивные признаки и связи концептов (см.: [Морель Морель 2015: 60-61]), после чего был проведен анализ контрастивных пар. Поскольку исследование имеет контрастивный характер, *внутриязыковые* соответствия не анализируются.

Перейдем к рассмотрению полученных результатов.

Русские респонденты стереотипно ассоциируют *уют* с домом, а *комфорт* – с его синонимами (главным образом, с уютом). Английские испытуемые стереотипно ассоциируют *comfort* с мебелью (главным образом стульями), а *cosiness* – с теплом.

Русский *уют*, в целом, оказывается несколько ближе к английскому *cosiness*, нежели к *comfort*. Основным его отличием от английских аналогов является акцентированность на связи с домом, семьей, а также то, что его создают, он реализуется в определенной обстановке, окружении.

Русский *комфорт* ближе к английскому *comfort*, отличаясь при этом отсутствием акцентуации на обеспечивающих (и воплощающих) его предметах повседневного быта, высокой релевантностью положительных характеристик и связью с транспортными средствами.

Русские *комфорт* и *уют* связываются в языковом сознании с домом заметно сильнее, а с предметами домашнего обихода – существенно слабее, чем их английские аналоги. Еще одной спецификой ответов русских респондентов является то, что уют и комфорт создают, при этом с другими видами деятельности эти два слова, в отличие от их английских аналогов, не ассоциируются. Национально специфичной является устойчивая связь английского *comfort* с облегчением и утешением.

Анализ ответов русских респондентов показывает, что для них доминантной является ассоциативная связь *безопасности* с дорожным движением (остальные признаки репрезентированы довольно слабо). Английские респонденты стереотипно ассоциируют *safety* с необходимой ценностью («*safety first*»), а также устойчиво связывают его с дорогой и ремнями безопасности. *Security* демонстрирует несколько основных «векторов ассоциирования» и относится, по всей видимости, к семантическим гештальтам.

Русская *безопасность* оказывается несколько ближе к английскому *safety*, чем к *security*. Это обусловливается акцентированностью ее связи с дорожным движением, низкой релевантностью связи с обеспечивающими ее людьми и организациями и отсутствием средств репрезентации безопасности как свойства.

Спецификой восприятия безопасности русскими респондентами является ее привязка к человеку как к ее цели (безопасность жизни, конкретной персоны, народа, человечества в целом). Еще одной особенностью является наличие в ответах данной группы испытуемых значительного числа глагольных реакций, репрезентирующих обеспечение безопасности. Отличием ассоциативных полей обоих английских аналогов является репрезентация связи безопасности с домом и финансовым состоянием, а также наличие перекрестных ассоциаций. Национально специфичной является трактовка английского *security* как состояния.

Для русских респондентов *дом*, прежде всего, родной, тогда как для ответов английских испытуемых стереотипной (и национально специфичной) является перекрестная ассоциативная связь между *home* и *house*. Помимо этого первый из этих стимулов устойчиво ассоциируется с семьей, а второй – с садом и какой-либо конструкционной частью дома (главным образом, дверью), что нехарактерно для ответов русских респондентов.

В данном случае анализ ассоциативного материала не позволяет четко выявить пару межъязыковых соответствий. Согласно полученным результатам *дом* обнаруживает сходства как с *home* (стереотипная связь с местоположением в пространстве, низкая релевантность холомеронимических связей), так и с *house* (высокая релевантность гиперогипонимических связей, соотносительность со строительными материалами и внешним видом, низкая релевантность связей с семьей).

Национально специфичной является высокая релевантность кластеров, репрезентированных в русском ассоциативном поле адъективными и посессивными реакциями (главным образом отражающими эмоционально-личностное отношение респондентов к дому), а также репрезентация того факта, что дом строят. Присущей только английским ассоциативным полям является репрезентация связи дома с отдыхом, экономической сферой и работой по дому.

Для русских респондентов *город*, в первую очередь, «большой», а кроме того – «герой», «родной», противопоставляемый деревне.

Англичане стереотипно ассоциируют *city* с крупными городами (главным образом с Лондоном), а *town* – с сельской местностью.

Русский *город* несколько ближе к английскому *city*, чем к *town*. В основном это обеспечивается высокой релевантностью характеристики *большой*, а также устойчивой репрезентацией в ответах репрезентантов таких характерных черт крупного города как загрязненная окружающая среда, шум, толчея.

Национальной особенностью оказывается восприятие русскими респондентами *города* как своего, родного, его метафорическое представление в виде живого организма, а также ассоциирование его с войной. Спецификой английских ассоциативных полей является очень высокая доля перекрестных ассоциаций.

Для русских респондентов *еда* и *пища* стереотипно *вкусные* (а последняя – еще и духовная), английские же испытуемые стереотипно связывают *food* с действием по потреблению пищи (глагольная реакция “eat”) и устойчиво – с напитками (и/или их потреблением).

*Food* соотносится в примерно равной мере с обоими русскими аналогами (которые обнаруживают мало значимых отличий друг от друга), однако по ряду второстепенных показателей оказывается несколько ближе к *пище*, чем к *еде*.

Английские респонденты устойчиво ассоциируют *drink* с конкретными напитками (главным образом водой и пивом), тогда как русские стереотипно связывают *напиток* и *питье* с их свойствами (главным образом вкусовыми и температурными).

Английский *drink* оказывается несколько ближе к русскому *питью*, нежели к *напитку*. Это было ожидаемо, поскольку оба эти слова обозначают также и действие по потреблению напитков, что нашло свое отражение в наборе выявляемых кластеров и их количественных показателях.

Специфической особенностью ответов русских респондентов является их сфокусированность на различных свойствах напитков (причем вкусообразительные характеристики в ответах британских респондентов вообще не представлены), а также меньшая релевантность конкретных обозначений напитков. Национально специфичной является устойчивая связь английского *drink* с различными психофизиологическими состояниями кроме жажды (любопытно, что частотная для английских респондентов отсылка к состоянию алкогольного опьянения в ответах русских испытуемых не актуализирована) и местом приобретения и распития алкогольных напитков (“pub”).

Итак, как показал проведенный анализ, обращение к ассоциативному материалу в ходе контрастивного исследования позволяет:

1) выявить как структурно-содержательные (наборы выявляемых семантических кластеров, а, соответственно, и наиболее релевантных когнитивных признаков и связей концептов), так и функционально-значимостные (степень релевантности и прототипичности тех или иных признаков и связей) национальные отличия концептов;

2) более четко определиться с характером и степенью межъязыковых соответствий;

3) получить данные, которые могут существенно, а самое главное качественно дополнить картину, выстраиваемую по результатам традиционно проводимого анализа лексикографических, текстовых или корпусных материалов;

4) избежать явления языковой интерференции на этапе выбора и анализа исследователем иноязычного имени концепта в случае синонимии (данная возможность открывает также широкие перспективы практического применения рассматриваемого метода в процессе преподавания иностранных языков и переводоведения).

### Литература

*Воркачев С.Г.* «Из истории слов»: лингвокультурный концепт // Новое в когнитивной лингвистике: материалы I Международной научной конференции «Изменяющаяся Россия: новые парадигмы и новые решения в лингвистике». Кемерово: КемГУ, 2006. С. 3-14.

*Морель Морель Д.А.* Динамика устойчивых фрагментов наивной картины мира на переломе эпох // Литература и лингвистика: прошлое, настоящее, будущее. Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2015. С. 56-78.

*Морель Морель Д.А.* Многоуровневая модель лексического значения наименований французского языка. М.: СГА, 2008.

*Пименова М.В., Кондратьева О.Н.* Концептуальные исследования. Введение. М.: Флинта: Наука, 2011.

*Попова З.Д., Стернин И.А.* Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток-Запад, 2007.

*Привалова И.В.* Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации). М.: Гнозис, 2005.

РАС – Русский ассоциативный словарь. URL: <http://thesaurus.ru/dict/dict.php>

Стернин И.А. Контрастивная лингвистика. Воронеж: Истоки, 2004.

EWAT – Edinburgh Word Association Thesaurus. URL: <http://www.eat.rl.ac.uk>

*D.A. Morel Morel (Belgorod, Russia)*

### USING ASSOCIATIVE MATERIAL FOR CONTRASTIVE ANALYSIS OF CONCEPT NAMES

The article shows advantages of implementing analysis of association experiments data while studying cases when two or more lexical units can be descriptors of a concept, especially when we need to contrast such a mini-complex with the similar concept descriptor belonging to another language. Associative fields of stimuli *security / safety / bezopasnost', comfort / cosiness / komfort / уют, home / house / dom, city / town / gorod, food / eda / pishcha, drink / napitok / pit'e* are used as data for this study.

*Key words:* contrastive analysis, interlingual vector correspondence, contrastive pair, associative field, concept, security perimeter.

*Н.В. Немирова (Сыктывкар, Россия)*

### ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ В ЗЕРКАЛЕ ТЕОРИИ ПРОТОТИПОВ

В статье на примере использования прецедентных феноменов в газетном дискурсе рассмотрены разновидности идеализированных когнитивных моделей – метонимические модели, в основе которых лежат разнообразные прототипические эффекты, созданные взаимодействием различных концептов.

*Ключевые слова:* прецедентность, теория прототипов, метонимия, газетный дискурс, концепт.

DOI: 10.20916/2071-9639-2016-25-219-225

Теория прототипов, по мнению Дж. Лакоффа, – это новая теория категоризации [Лакофф 2011]. В.З. Демьянков подчеркивает, что «свойственный человеку набор языковых средств конечен», а возмож-