

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ В КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКЕ¹

Тамара И. Ерофеева

Пермский государственный педагогический университет, Россия

Psycholinguistics horizons are stretched far beyond this science. The method of associative experiment applied in traditional linguistics, cognitive linguistics etc is especially popular. In article describes experiment in which the concept "Love" is recreated by means of an associative method. Actual meanings of the concept are represented in the cognition of male and female citizens of two age groups (till 35 years and after 35 years).

Горизонты психолингвистики простираются далеко за пределы только этой науки. Особенно популярен метод ассоциативного эксперимента, применяемый в традиционной лингвистике, когнитивной лингвистике и др.

Опишем эксперимент, в котором концепт «Любовь» воссоздается с помощью ассоциативного метода.

Исследование концепта в русской лингвистике проводится на самом различном материале в пределах самых различных научных направлений. Причиной такого пристального интереса является, по-видимому, то обстоятельство, что информация, заключенная в концепте, чрезвычайно многогранна. Она дает сведения не только об обозначаемом объекте со всех сторон, во всем многообразии его проявлений и связей с другими объектами, но и о носителях концепта – обществе и индивиде.

Цель данной работы – анализ концепта *любовь* как одного из ключевых концептов ментальности вообще и русской, в частности. Исследование проводится на основе данных свободного ассоциативного эксперимента, проведенного с уроженцами г. Перми (32 человека), представленными четырьмя группами: две группы мужчин и женщин до 35 лет; две группы мужчин и женщин после 35 лет. Эксперимент производился в письменной форме: анкетирваемым

¹ Исследование выполнено при поддержке гранта РГНФ № 08-04-0040а.

следовало написать, какие ассоциации вызывает у них слово *любовь*, ограничившись 20-25 словами. В результате собран достаточно представительный материал – более 400 реакций. Обработка реакций велась следующим образом. Полученные ассоциаты с помощью метода контент-анализа объединялись в более крупные смысловые единицы, определяющие актуальные смыслы ключевого слова.

Рассмотрим ассоциативные реакции, полученные в каждой из четырех групп.

1. Информанты-женщины. Возрастная группа до 35 лет.

Выявлены следующие актуальные смыслы концепта *любовь*, которые приводятся в порядке убывания количества употреблений.

1. Секс, сексуальность – 12
2. Красота – 9
3. Самопожертвование, самоотдача – 9
4. Преданность, верность – 8
5. Радость, счастье – 8
6. Страсть – 7
7. Жизнь, необходимость – 6
8. Гармония, личностный рост – 6
9. Родные, близкие, ребенок – 5
10. Болезнь – 4
11. Возвышенность, полет – 4
12. Смелость, свобода – 3
13. Сентиментальность, переживания – 3
14. Восхищение, восторг – 3
15. Краткость, мимолетность – 2
16. Цвет.
17. Святость – 2
18. Другое:
 - истина – 1
 - желание – 1
 - страх – 1
 - гордость – 1
 - судьба – 1

Отвечая на вопрос анкеты, женщины пытаются составить связный рассказ, цитируют, используют метафоры. Например, ответ информанта №3 (26 лет, высшее филологическое образование): *«Любовь – это близкий человек, которому можно простить все, для которого можно сделать все. Это мама, материнская любовь – счастье на всю жизнь. Любовь мужчины – относительна. Любовь к*

детям – хотелось бы испытать на себе. Любовь – прекрасное чувство, розовые очки, ощущение полета, страх потерять это счастье». Информантом отмечаются различные объекты любви – мама, мужчина, дети – с оценочной их характеристикой.

Информант №8 (28 лет, высшее медицинское образование) при ответе на вопрос обращается к цитации, сравнению и метафоре: «Вертинский сказал, что любить – это отдавать себя на милость изначального врага; отдавать себя по частям»; «как будто перед тем как налететь и разбиться о стекло» (сравнение); «птица с высоким полетом», «крылья белые», «два ангела с печальными глазами» (метафоры).

Несомненно, что многие информанты используют синонимы, объясняя смысл концепта *любовь*. См. ответ информанта №7 (25 лет, незаконченное высшее образование): «нежность, нега, блаженство», для информанта №2 (28 лет, высшее филологическое образование) – «болезнь, обреченность, безумие». Есть попытка описать любовь при помощи цветовых ощущений: «крово-красный» (инф. №2).; «белый снег» (инф. №8). При возникновении таких ассоциаций имеет место личный опыт испытуемого.

Для информанта №6 (30 лет, неоконченное высшее юридическое образование) важное значение имеют тактильные ощущения: «губы, руки, тепло, котенок, обнять, теплый песок». Здесь же описание своих ощущений, связанных с чувством любви: «минуты счастья», «взаимопонимание, легкость».

Обобщая полученные данные, отмечаем, что для этой группы информантов наиболее важными представлениями, заложенными в концепте *любовь*, являются *секс, красота, самоотдача, верность, радость*.

2. Информанты-женщины. Возрастная группа после 35 лет.

Актуальные смыслы концепта *любовь* в этой группе распределились следующим образом:

1. Преданность, взаимопонимание – 10
2. Страсть, нежность – 8
3. Самопожертвование, забота – 6
4. Радость, счастье – 6
5. Возвышенность, полет, иллюзия (мечта) – 5
6. Гармония, личностный рост – 5
7. Секс, сексуальность – 4
8. Красота – 3
9. Жизнь, солнце – 3

10. Родные, близкие, ребенок – 3
11. Желание – 3
12. Созидание – 3
13. Сентиментальность – 2
14. Восхищение, восторг – 2
15. Болезнь, безумие – 2
16. Доброта – 2
17. Другое:
 - свобода – 1
 - гордость – 1
 - судьба – 1
 - ожидание – 1
 - уют, комфорт – 1
 - святость – 1

При обработке результатов ассоциативного эксперимента в данной группе во многом выделяются те же ключевые ассоциаты. Однако расстановка приоритетов иная, как показывает частотность их употребления.

На первом месте теперь ассоциат *преданность* и *взаимопонимание*, а ассоциат *секс* и *сексуальность* занимает седьмое место среди ключевых ассоциатов этой группы. Стабильно третье место занимает в обеих группах ключевой ассоциат *самопожертвование, забота*. На втором месте – ассоциат *страсть, нежность*, а не *красота*, как мы определили в первой группе.

Общим отмечается и ассоциат *радость, счастье* (5 и 4 место соответственно в 1 и 2 группах женщин).

Более значимыми для этой группы женщин оказывается ключевой ассоциат *страсть, нежность* (второе место), а также *гармония, личностный рост* (шестое место). Вводятся новые ключевые смыслы: *иллюзия (мечта)* (инф. №14 – 45 лет, высшее техническое образование; инф. №15 – 40 лет, высшее техническое образование); *созидание* (инф. №10 – 36 лет, высшее гуманитарное образование) и как противоположное – *хаос* (инф. №15); *уют, комфорт* (инф. №10), *доброта* (инф. №11 и №14), *ожидание* (инф. №10). Появилась в ответах на анкету попытка описать идеал мужчины, который вызвал бы чувство любви: *«умный, приятный, нежный, чистый, бескорыстный, внимательный, верный, достойный, аккуратный, знающий меру, понимающий, имеющий свою точку зрения и свое мнение, коммуникабельный, ласковый»* (инф. №11 – 42 г., среднее гуманитарное образование); *«внимательный, заботливый,*

обходительный, любимый» (инф. №13 – 42 г., неоконченное высшее образование); *милый, прекрасный, заботливый, умный, любимый, единственный, необычный, ласковый*» (инф. №14).

В поведенческих характеристиках есть попытка описать любовь как некое действие: *«обнять, поцеловать, покорить, удивить, побаловать, делать сюрпризы, дарить подарки, обольщать»* (инф. №13); *«гореть, желать, ждать, бежать, делать, любить, стараться, быть, отвечать, обещать»* (инф. №15); *«безусловная поддержка в любой жизненной ситуации»* (инф. №16).

Итак, пять первых ключевых ассоциатов в этой группе женщин – *преданность, страсть, самопожертвование, радость, иллюзия*. Анализ результатов анкетирования демонстрирует и общие, и индивидуальные особенности актуальных смыслов концепта *любовь*, обусловленные возрастом в одной биосоциальной группе.

3. *Информанты-мужчины. Возрастная группа до 35 лет.*

Актуальные ключевые ассоциаты группы мужчин в данной возрастной группе следующие:

1. Уют, комфорт, деньги, блага – 11
2. Страсть, эмоции, переживания – 10
3. Секс – 10
4. Законность отношений, ответственность, забота – 10
5. Партнерство – 6
6. Радость, счастье – 4
7. Компоненты любви (поступки, цветы, подарки) – 4
8. Родные, друзья – 4
9. Любовь к Родине, Отчизне – 2
10. Верность, преданность – 2
11. Другие:
соперничество – 1

Как видим, приоритетными ассоциатами концепта *любовь* в группе мужчин до 35 лет являются *комфорт, страсть, секс, законность отношений, партнерство*. Появляются и также такие смыслы концепта, как *любовь к Родине, Отчизне* (инф. №4 – 31 год, высшее юридическое образование); *соперничество* (инф. №8 – 28 лет, среднее специальное образование; инф. №7 – 21 год, высшее техническое образование); *деньги* (инф. №3 – 31 год, высшее экономическое образование); *разочарование, скука* (инф. №6 – 22 года, высшее техническое образование; инф. №8).

Если сравнивать ответы мужчин и женщин по одной возрастной страте, то общим актуальным ассоциатом для исследуемого концепта

является ассоциат *секс*, в ответах женщин обозначенный как *сексуальность, близость, соблазн, жар* и др. В отличие от женщин, для которых актуален смысл *красота* в этом концепте, в ответах мужчин нет ни одной такой ассоциации. Зато мужчины этой возрастной группы придают большое значение *законности отношений*, поэтому в ответах информантов встречаем ассоциаты *свадьба, жена, семья*; часто упоминаются сопровождающие компоненты любви: *«цветы, подарки, солнце, вода, звезды, прогулки»*, *«музыка, цветы, природа, сок, отдых, лето»*. Если для женщин такой же возрастной группы характерна попытка составить связный рассказ, то ответы мужчин отличаются потоком ассоциаций, связанных с ощущениями, чувствами: *«нежность, чувства»* (инф. №1 – 21 год, неполное высшее экономическое образование); *«тело, уверенность»* (инф. №3); *«доверие, переживания, радость»* (инф. №4). Или попытка разъяснить чувство: *«ответственность за близкого человека»*, *«самопожертвование во имя любимого человека»* (инф. №4); *«чувство дома»* (инф. №5 – 22 года, незаконченное высшее образование, товаровед).

Итак, для мужчин данной возрастной группы *любовь* – это прежде всего долг, ответственность, «чувство дома», узаконенность отношений, стабильность, самореализация.

4. Информанты-мужчины. Возрастная группа после 35 лет.

Ответы 8 информантов этой возрастной группы представлены следующими ключевыми ассоциатами:

1. Страсть, нежность – 9
2. Верность, постоянство, законность отношений – 6
3. Женщина, женственность – 6
4. Эмоции, переживания – 5
5. Секс, сексуальность – 5
6. Компоненты любви – 4
7. Жизнь, необходимость – 4
8. Самопожертвование – 3
9. Уют, комфорт – 3
10. Самореализация, деньги – 3
11. Радость, счастье, восторг – 3
12. Партнерство, дружба – 2
13. Красота – 2
14. Другое:
любовь к Родине, долг – 1

Стандартными реакциями являются *жизнь, секс, взаимопонимание, компоненты любви*. С возрастом меняется отношение к любви, появляются в ответах такие ассоциаты, как *доброта, жизнь, необходимость, вечность*. Некоторые информанты-мужчины, как и женщины, дают реакции через цветовое восприятие: *«белое, розовое»* (инф. №10 – 43 года, высшее гуманитарное образование). Появляется описание концепта с помощью синонимического ряда: *«радость, счастье», «печаль, тоска», «муки терзания, страдания», «вечное или постоянное», «доминирующее над “ЭГО”», «самоотдача, самопожертвование»*. Концепт наполняется таким смыслом, как *раскованность: «без запретов», «безрассудство»*.

Для мужчин младшей возрастной группы актуальны такие способы проявления любви, как *поступки, долг*; для представителей старшей возрастной группы любовь соотносится с эмотивной окраской, пережитыми чувствами.

Сопоставление реакций мужчин и женщин выявляет смысловые нюансы изучаемого концепта. Для женщин, например, *страсть* – это *ласки, нежность, поцелуи*; для мужчин – главное *раскованность, свобода*. Если для женщин *сексуальность* представлена такими реакциями, как *«двое, близость, теплые руки, жар, ночь, соблазн»*, то у мужчин – это *«женщины, любовницы»*. Для женщин *преданность* – *«верность, дружба, доверие»*; для мужчин – *«взаимопонимание, надежность»*. Важное значение для мужчин имеет *самореализация*, которая связана у них с материальными благами – *«деньги, машина»*. У женщин ассоциат *реализация* не включает материальные блага; для них – это *«прелесть, блеск, утонченность»*.

Итак, исследование корпуса ассоциаций биосоциальной группы городских жителей двух возрастных страт выявило как общие, универсальные слои концепта *любовь*, так и специфику его преломления у разных индивидов. Являясь ключевым в языковой картине мира говорящих, данный концепт отражает дифференцированные представления индивидов об окружающей социальной сфере, выявленные с помощью методики свободного ассоциативного эксперимента.