



УДК 811.161.1  
ББК 81.411.2-003

## АССОЦИАТИВНЫЕ ПОЛЯ ЯЗЫКОВЫХ МАРКЕРОВ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СОЗНАНИЯ ЛИНГВОЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТИПА КАК ОТРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО ЛЕКСИКОНА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РУССКОЙ ЭТНОЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

Ситникова Елена Владимировна

Кандидат филологических наук, доцент,  
доцент кафедры русской филологии и перевода  
Мариупольского государственного университета;  
докторант кафедры русского языка Института филологии  
Киевского национального университета им. Тараса Шевченко  
AlyonaSitnikova@mail.ru  
пр. Будівельників, 129а, 87500 м. Маріуполь, Україна

**Аннотация.** Статья посвящена актуальной проблеме соотношения языкового и этнокультурного сознания. 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, языковые маркеры национально-культурного сознания.

Сегодня в лингвистике нет однозначного ответа на вопрос, что эксплицирует ассоциативное поле. По мнению Е.Ф. Тарасова, ассоциативное поле «овнешняет» знания, ассоциированные со словом-стимулом в данной конкретной национальной культуре. «Слова-реакции – суть те слова, которые, вероятно, непосредственно связаны в ассоциативной вербальной сети, охватывающей с определенной полнотой весь лексикон современного среднестатистического носителя русского языка, другие слова этой сети связаны со словом-стимулом уже опосредовано» [3, с. 38].

Согласно Н.В. Уфимцевой, получаемое в результате эксперимента ассоциативное поле является фрагментом не только вербаль-

ной памяти человека, но и представления о мире определенной этнической группы, отраженного во внутреннем лексиконе носителей данной культуры и проявляющегося в системе мотивов, оценок и культурных стереотипов [4, с. 140].

Данная мысль Н.В. Уфимцевой развивается И.С. Хохоловой в работе «Образ мира в якутской и русской культурах» [5], где автор отмечает, что вербальные реакции информантов отображают некоторый инвариант, вариантами которого является языковое сознание каждого конкретного носителя того или иного языка и культуры. Рассматривая сознание носителей определенной национальной культуры как идеальную форму культуры на-

ряду с предметной (материальной), И.С. Хохолова приходит к выводу, что эта идеальная форма культуры является источником общности сознаний отдельных носителей данной культуры. Такая общность сознания, никогда не осознаваясь и не присваиваясь отдельным индивидом полностью, позволяет им общаться при помощи знаков. Таким образом, «ассоциативное поле отображает некую абстракцию, принципиально отличающуюся от простой суммы индивидуальных сознаний и аналогичную абстракциям “коллективное сознание”, “общественное сознание”, “массовое сознание”» [5, с. 189]. Иными словами, ассоциативное поле можно понимать как обозначение культурно заданных границ понятия, в пределах которых оперирует внутренний лексикон говорящего.

Ассоциативные поля моделируются на основе вербальных реакций информантов, полученных в результате свободного ассоциативного эксперимента.

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 и единичные реакции, так как большинство из них продолжают те направления ассоциирования, которые намечены реакциями ядерной ассоциативной зоны, поэтому необходимым представляется комплексный учет всех ассоциатов.

Ассоциативное поле слова раскрывает все многообразие смысловых возможностей слова и отражает знания информантов о языковых свойствах слов-стимулов и особенностях их реализации в речевой практике: фонетических и словообразовательных, лексических, стилистических, особенностях словоупотребления, участия в процессах метафоризации, способности к образованию новых событийных номинаций, функционированию в составе речевых формул и др.

Кроме того, значительную часть ассоциативного поля слова представляют реакции, в которых содержится информация экстралингвистического характера и проявляется творческая активность респондента, в сознании которого актуализируются различные тема-

тические, ситуативные или культурно обусловленные представления об обозначаемых стимулами явлениях.

Сопоставительный анализ ассоциативных полей, структурированных в результате анкетирования представителей русской этнолингвокультуры, проживающих (группа 1) на территории этнической родины, а также (группа 2) в Украине, США, в странах Европейского союза (Греция, Кипр, Италия, Нидерланды, Германия) и Азии (Индия, Израиль), позволил выявить изменения в знаниях и представлениях, выраженных языковыми маркерами национально-культурного сознания (далее ЯМНКС) лингвоструктурного, лингвокультурного и лингвоэкологического типов<sup>1</sup>, сформировавшиеся во внутреннем лексиконе информантов под влиянием гетерогенного языкового окружения.

В эксперименте приняли участие 712 человек: из них 362 человека проживают в России, 350 человек выехали за рубеж на постоянное место жительства. Возраст испытуемых варьируется от 15 до 85 лет. Всего было получено 112 485 ассоциативных реакций на 150 слов-стимулов: 57 553 – от информантов первой группы, 54 932 – от информантов второй группы.

По результатам анкетирования двух групп участников были составлены ассоциативные рейтинговые словники, выдержки из которых приводятся в данной статье. Влияние иноязычной среды на респондентов, проживающих за пределами России, проиллюстрировано наиболее показательными примерами реагирования участников эксперимента на ЯМНКС лингвоэкологического типа.

Согласно И.В. Приваловой, данные ЯМНКС содержат языковые единицы, появившиеся в русском языке в результате заимствований из иностранных языков [1, с. 75–76].

Нами в качестве стимулов-ЯМНКС лингвоэкологического типа были рассмотрены слова, появившиеся в русском языке в начале XXI в., находящиеся на разных стадиях освоения их носителями языка и зафиксированные словарями иностранных слов последних изданий.

Анализ ассоциативных полей стимула *паркинг* позволил определить степень усвоения данного неологизма в языковом сознании

представителей русской этнолингвокультуры. Предложенное слово-стимул, как и обозначаема им реалья, является заимствованием. Во внутреннем лексиконе информантов, проживающих на территории России, в настоящее время происходит процесс восприятия и постепенного закрепления данной языковой единицы. Примерно одинаковое количество реакций в обеих группах респондентов было основано на созвучии стимула со словом *паркур*, которое обозначает *экстремальный вид спорта, сочетающий бег, акробатику, преодоление препятствий. Так, информанты, проживающие в России, предоставили следующие реакции: род занятий (0,83<sup>2</sup>), веселье (0,28), молодежь (0,28), наколенники (0,28), развлечение (0,28), ролики (0,28), скейт (0,28), танцы (0,28), увлечение (0,28); русскоязычными жителями зарубежных стран были даны реакции: экстрим (1,14), паркур (0,57), адреналин (0,29), акробатика (0,29), где-то лазить (0,29), группы (0,29), кульбит (0,29), разновидность паркура (0,29), танцы (0,29). Некоторые реакции россиян, не отмеченные в анкетах второй группы участников эксперимента, были основаны на созвучии стимула со словом *парк*: парк (1,1), газоны (0,28), зеленая трава (0,28), лавочка (0,28). Наибольшее количество (15,75) ответов информантов, проживающих в России, составили отказы от предоставления реакции на указанный стимул. У респондентов, проживающих за рубежом, отказы от предоставления реакции составили лишь 0,86, что объясняется их знакомством со словом-стимулом и называемым им явлением.*

**ПАРКИНГ** (из ассоциативного рейтингового словника представителей русской этнолингвокультуры, проживающих на территории этнической родины):

отказ от ответа (57<sup>3</sup>), машины (42), стоянка (40), парковка (28), автомобили (25), шлагбаум (15), освещение (13), платная стоянка (12), синий знак (5), видеонаблюдение (4), охрана (4), парк (4), аэропорт (3), иностранное слово (3), место (3), место для стоянки машин (3), многоуровневый (3), род занятий (3), удобно (3), безлюдно (2), безопасность (2), гипермаркет (2), гонки (2), движение (2), знак (2), мегаполис (2), Москва (2), оплата (2), парковщик (2), подземный гараж (2), пропуска (2), торговый центр (2), этажи (2), Аксенов; Америка; «Ашан»; бизнес-центр; большой; буркнг; быстро; веселье; водитель; газоны; гараж; город; дорога;

езда; есть в коробке-автомате на авто; загазованность; занятие; зарубежные фильмы; здание; зеленая трава; клевые машины; коробка передач; круглосуточно; лавочка; магазин; маркентг; маркетинг; места заняты; место, куда можно поставить машину; много рядов; многоэтажная парковка; молодежь; наколенники; нет мест; оборудованная стоянка автомобилей; остановка; отель; охраняемое место; Питер; площадка; подземный; покой; поп; развлечение; раздражение; разметка на асфальте; ролики; сигнализация; сити; скейт; служебный; спящий охранник; ставить машины; столбики; стоянка автомашин; супермаркет; танцы; тормоз на автомобиле; тротуар; увлечение; умение припарковать машину в труднодоступном месте; фары; штраф; элитные дома.

Общее число ассоциативных реакций	362	Общее количество ассоциатов	97
Число повторяющихся реакций	298	Число повторяющихся ассоциатов	33
Единичные реакции (ассоциаты)	64	Количество отказов	57

**ПАРКИНГ** (из ассоциативного рейтингового словника представителей русской этнолингвокультуры в гетерогенном языковом окружении):

машины (63), стоянка (45), парковка (30), автомобиль (21), стоянка автомобилей (18), гаражи (8), много машин (7), охрана (6), вид спорта (5), нет мест (5), разметка (5), город (4), магазин (4), место (4), место стоянки (4), супермаркет (4), экстрим (4), для автомобилей (3), место парковки (3), парк (3), синий значок парковки (3), отказ от ответа (3), асфальт (2), велосипед (2), нервы (2), оплата (2), паркур (2), подземная стоянка (2), подземные гаражи (2), проблемы (2), ругань (2), сторож (2), территория (2), штраф (2), аварийка; адреналин; акробатика; Англия; безопасность; большая площадь; будка; водители; временная стоянка; где-то лазить; группы; грязь; гулять; давка; дальнбойщики; Дания; движение; деньги; для велосипедов; для инвалидов; дом; дорогой; драки; женщина за рулем; забор; занято; интенсивное движение; квитанция; колеса; круглосуточно; кульбит; машины в ряд; много; много грузовиков; многоэтажный; мусор; нахожу всегда; не там поставил машину; облагороженная автостоянка; объединение; осторожность; парковка для состоятельных; платить; платный; площадка; подземка; подземный; помещение; почасовая оплата; подвал; права; пристанище; проблема в Греции; прокол шин; разновидность паркура; randevу машин; резина; сбор; скамейка; скрип тормозов; смог; современное выражение; спираль; счетчик; талон; танкинг; танцы; толчея; транспорт;

тротуар; удобно; удушье; уличное движение; парадина.

Общее число ассоциативных реакций	350	Общее количество ассоциатов	108
Число повторяющихся реакций	276	Число повторяющихся ассоциатов	34
Единичные реакции (ассоциаты)	74	Количество отказов	3

Постепенное усвоение неологизма **флешмоб** в различных этнолингвокультурных условиях привело к некоторым расхождениям в составе ассоциативных полей во внутреннем лексиконе информантов исследуемых групп. Респонденты, проживающие на территории этнической родины, чаще всего на данный стимул указывали реакцию *танцы* (14,56), а среди ответов русскоязычных жителей зарубежных стран наибольшую часть составили отказы от предоставления реакции – 9,43, которые в первой группе участников тоже представлены в значительном количестве – 8,52. При этом реакции, тематически связанные с танцами, значительно преобладают у россиян: *танцы* (14,56), *массовый танец* (1,37), *танец на улице* (0,82), *внезапный танец в центре города* (0,27), *зажигательный танец* (0,27), *одинаковые движения* (0,27), *сплоченный танец людей* (0,27), *танцевальное соревнование* (0,27), *танцы при народе на улице* (0,27), *танцы, где много народа* (0,27). У информантов второй группы подобные ассоциаты встречались реже: *танцы* (7,43), *группа танцующих людей* (0,88), *массовые танцы* (0,88), *танцы на площади* (0,88), *ритмичность* (0,57), *синхронные движения* (0,57), *яркое представление* (0,57), *бешеные танцы* (0,29), *концерт* (0,29), *одинаково танцуют* (0,29), *организованные танцы* (0,29), *ритмичные движения* (0,29), *синхронность* (0,29), *сиюминутные групповые танцы* (0,29), *уличные танцы* (0,29). Большинство реакций в обеих группах участников эксперимента тематически связаны с такими характеристиками данного стимула, как массовость, большое количество людей, общее дело, что подтверждается следующими реакциями информантов, проживающих в России: *толпа* (7,97), *люди* (3,57), *много людей* (2,2), *тусовка* (1,65), *собрание* (1,37), *массо-*

*вость* (1,1), *сборище* (1,1), *группа танцующих людей* (0,82), *массовое действо* (0,82), *массовые танцы* (0,82), *большое количество людей* (0,55), *массовое мероприятие* (0,55), *народ* (0,55), *синхронные движения* (0,55), *синхронные действия* (0,55), *единая цель* (0,27), *команда* (0,27), *люди из разных стран* (0,27), *массовая акция* (0,27), *массовый прикол* (0,27), *митинг* (0,27), *сборище людей* (0,27), *синхронность* (0,27), *сиюминутные групповые танцы* (0,27), *слаженное действо* (0,27), *совместное действие* (0,27). В анкетах участников, проживающих за рубежом, отмечено большее количество подобных реакций: *толпа* (8,29), *люди* (3,71), *много людей* (2,29), *тусовка* (1,71), *собрание* (1,43), *массовость* (1,1), *сборище* (1,1), *группа танцующих людей* (0,86), *массовое действо* (0,86), *массовые танцы* (0,86), *большое количество людей* (0,58), *массовое мероприятие* (0,58), *народ* (0,58), *синхронные движения* (0,58), *синхронные действия* (0,58), *единая цель* (0,29), *команда* (0,29), *люди из разных стран* (0,29), *массовая акция* (0,29), *массовый прикол* (0,29), *митинг* (0,29), *сборище людей* (0,29), *синхронность* (0,29), *сиюминутные групповые танцы* (0,29), *слаженное действо* (0,29), *совместное действие* (0,29). Информанты двух групп дали одинаковое количество эмоционально-оценочных реакций, причем процентное соотношение положительных и отрицательных оценок в обеих группах совпадает. Так, россияне положительно характеризовали явление, обозначаемое словом-стимулом, следующими реакциями: *весело* (1,37), *красиво* (0,55), *прикол* (0,55), *радость* (0,27); подобным образом реагировали и информанты, проживающие за границей: *красиво* (0,86), *интересно* (0,57), *улыбки* (0,57), *круто* (0,29), *прикол* (0,29), *приколлисты* (0,29), *радость* (0,29), *смех* (0,29). Ассоциатов с отрицательной оценкой было выявлено значительно больше: *толпа дебилов* (0,55), *бестолковое занятие* (0,27), *дурдом* (0,27), *идиоты по Интернету* (0,27), *не всегда удачно* (0,27), *нечем заняться* (0,27), *психи* (0,27), *скучно* (0,27), *стадный инстинкт* (0,27), *стадо* (0,27), *сумасбродство* (0,27) – у респондентов первой группы; *бесполезность* (0,29), *бестолковое мероприятие* (0,29), *бешеные танцы* (0,29), *заману-*

ха (0,29), идиоты (0,29), людям скучно живется (0,29), осуждение (0,29), отсталость (0,29), придурки (0,29) – у респондентов второй группы. Жители зарубежных стран, не знакомые с явлением, обозначаемым стимулом, чаще пытались объяснить его, опираясь на составные части слова-стимула, что подтверждается следующими реакциями: *мобильный телефон* (2,86), *флешка* (2,29), *компьютер* (1,71), *карточка* (0,57), *гаджет* (0,29), *деталь* (0,29), *электроника* (0,29), *электронный прибор* (0,29). Особенностью периферийной зоны ассоциативного поля данного стимула, реконструированного по результатам ответов информантов, проживающих за пределами России, стали также реакции, характеризующие рассматриваемое слово как заимствованное: *современное выражение* (0,86), *англоязычное слово* (0,57), *заимствованное из другого языка* (0,29), *иностранное* (0,29), *неизвестное* (0,29), *неологизм* (0,29), *новое* (0,29). Приведенный факт позволяет судить о более высокой степени усвоения данного стимула сознанием носителей русской этнолингвокультуры, проживающих на территории этнической родины.

**ФЛЕШМОБ** (из ассоциативного рейтингового словника представителей русской этнолингвокультуры, проживающих на территории этнической родины):

танцы (53), отказ от ответа (31), толпа (17), молодежь (14), много людей (13), люди (11), веселье (9), акция (7), Интернет (7), большое скопление людей (5), весело (5), массовый танец (5), музыка (5), современность (5), спонтанность (5), группа людей (4), модно (4), торговый центр (4), улица (4), флешка (4), facebook (4), адреналин (3), дети (3), инициатива (3), массовость (3), народ (3), оговоренные действия (3), сборище (3), танец на улице (3), удивление (3), азарт (2), в общественном месте (2), вспышка (2), движение (2), компьютер (2), красиво (2), нарушение стереотипов (2), недоумение (2), новшество (2), организация (2), организованное мероприятие (2), песни (2), площадь (2), последний звонок (2), прикол (2), реклама (2), собрание (2), спланированная акция (2), толпа дебилов (2), футболки (2), школа (2), экстрим (2), активисты; бестолковое занятие; большое собрание улыбающихся людей; быстрое действие; весна; взрыв; внезапность; внезапный танец в центре города; встреча; для публики; добровольное участие; дурдом; зажигательный танец; запланированное действие; идея; идиоты по Интернету; импровизация; инсталляция; книги; команда; лег-

ко; массовая встреча; массовое действие; массовое мероприятие; массовый; модели; модерн; молодежная музыка; молодежное движение; моя сестра; мышка; название; название команды; не всегда удачно; неожиданность; нечем заняться; новые друзья; общее дело; общественность; огромное количество людей; одинаковые движения; оповещение; организовывать; острые ощущения; отель; плакаты; повторять; показ; представление; привлечь внимание; психи; радость; развлечение; распродажа; ритм; самоутверждение; сбор; синхронное действие людей; скучно; собираться; современная музыка; сплоченный танец людей; спонтанно; стадный инстинкт; стадо; сумасбродство; суперхит; сценарий; танцевальное соревнование; танцы, где много народа; танцы при народе на улице; творчество; технология; цепочка; школьники; энергичность; яркая одежда.

Общее число ассоциативных реакций	364	Общее количество ассоциатов	129
Число повторяющихся реакций	287	Число повторяющихся ассоциатов	52
Единичные реакции (ассоциаты)	77	Количество отказов	31

**ФЛЕШМОБ** (из ассоциативного рейтингового словника представителей русской этнолингвокультуры в гетерогенном языковом окружении):

отказ от ответа (33), толпа (29), танцы (26), люди (13), Интернет (12), мобильный телефон (10), молодежь (10), много людей (8), флешка (8), акция (7), компьютер (6), тусовка (6), собрание (5), улица (5), веселье (4), внезапное действие (4), массовость (4), молодежные танцы (4), сборище (4), группа танцующих людей (3), красиво (3), массовое действие (3), массовые танцы (3), просмотр в you-tube (3), современное выражение (3), танцы на площади (3), удивление (3), англоязычное слово (2), большое количество людей (2), действие по договоренности (2), зрелище (2), игры (2), интересно (2), информация (2), карточка (2), массовое мероприятие (2), миг (2), модная забава (2), молодежное название какого-то движения (2), народ (2), привлечь внимание (2), протест (2), ритмичность (2), синхронные движения (2), синхронные действия (2), современность (2), улыбки (2), шум (2), яркое представление (2), адреналин; бесполезность; бестолковое мероприятие; бешеные танцы; быстрый; восстание; впечатление; вспышка; встреча; вызов; гаджет; газета; глупость; дань моде; демонстрация; деталь; единая цель; забастовка; заимствованное из другого языка; закулисье; замануха; запланированное действие; идиоты; иностранное; информационный простор; команда; концерт; круто; люди из разных стран; лю-

дям скучно живется; массовая акция; массовый прикол; мгновение; мероприятие; митинг; мишура; музыка; недоумение; неизвестное; неожиданность; неологизм; неповоротливость; неподготовленность; новое; общая тема; общежитие; общественные места; одинаково танцуют; организация; организованные танцы; осуждение; отсталость; придурки; прикол; приколисты; прогресс; радость; растерянность; ритмичные движения; сборище людей; свобода; серость; синхронность; сиюминутные групповые танцы; слаженное действие; словарь; смех; собрание возмущенных людей; совместное действие; современная акция для людей; спорт; съемка; термин; технология; удобство; уличные танцы; фантазия; фестиваль; хитро; что-то накрученное; шутка; электроника; электронный прибор; ярмарка.

Общее число ассоциативных реакций	350	Общее количество ассоциатов	133
Число повторяющихся реакций	266	Число повторяющихся ассоциатов	49
Единичные реакции (ассоциаты)	84	Количество отказов	33

Сопоставление ассоциативного материала, полученного в результате реагирования участников эксперимента на стимул *органайзер*, выявило особенности восприятия данного ЯМНКС информантами каждой группы. Рассматриваемые ассоциативные поля характеризуются совпадением ядерных реакций: *блокнот* (10,37), *мобильный телефон* (8,24), *записная книжка* (6,91) – у информантов, проживающих в России; *блокнот* (9,97), *мобильный телефон* (7,76), *записная книжка* (7,2) – у респондентов, проживающих за границей. Чаще всего информанты обеих групп указывали реакции, обозначающие различные функции и элементы содержания предмета, выраженного стимулом, однако если россияне предоставили 43,11 таких реакций (*блокнот* (10,37), *записная книжка* (6,91), *распределение дел* (3,99), *информация* (2,13), *контакты* (2,13), *ежедневник* (1,86), *записи* (1,86), *дела* (1,6), *задачи* (1,33), *календарь* (1,33), *калькулятор* (1,33), *события* (1,33), *время* (1,06), *расписание* (1,06), *будильник* (0,8), *напоминание* (0,8), *график* (0,53), *документы* (0,53), *меню* (0,53), *пароли* (0,53), *планирование* (0,53), *сигнал* (0,53), *адресная*

*книга* (0,27), *блокнот*, *куда можно записать все дела* (0,27), *важные события* (0,27), *встреча* (0,27), *дневник* (0,27), *заметки* (0,27), *защита информации* (0,27), *много дел* (0,27), *памятка* (0,27), *планы* (0,27), *разделы* (0,27), *списки* (0,27)), то информанты, живущие за рубежом, дали большее количество подобных ответов – 47,97 (*блокнот* (9,97), *записная книжка* (7,2), *календарь* (3,6), *ежедневник* (3,05), *будильник* (2,49), *информация* (2,22), *дела* (1,94), *записи* (1,39), *план* (1,39), *планирование* (1,39), *порядок* (1,39), *расписание* (1,39), *время* (1,11), *калькулятор* (1,11), *распределение дел* (1,11), *встреча* (0,83), *график* (0,83), *заметки* (0,83), *записать и забыть* (0,83), *напоминание* (0,83), *памятка* (0,83), *контакты* (0,28), *контроль* (0,28), *меню* (0,28), *память* (0,28), *папки* (0,28), *режим* (0,28), *сигнал* (0,28), *таймер* (0,28)). Значительную группу ассоциатов составили реакции, основанные на отнесении понятия, выраженного стимулом, к различным видам электронной техники: 17,84 у информантов первой группы (*мобильный телефон* (8,24), *программа* (1,6), *электронное устройство* (1,06), *компьютер* (0,8), *смартфон* (0,8), *функция* (0,8), *гаджет* (0,53), *есть в телефоне* (0,53), *ноутбук* (0,53), *прибор* (0,53), *приложение* (0,53), *батарея* (0,27), *карманный персональный компьютер* (0,27), *много функций* (0,27), *онлайн-органайзер* (0,27), *опции* (0,27), *приложение в телефоне* (0,27), *электронный* (0,27)); 18,59 у информантов второй группы (*мобильный телефон* (7,76), *электронный блокнот* (1,94), *компьютер* (1,39), *технологии* (1,11), *функция* (1,11), *ноутбук* (0,83), *прибор* (0,55), *программа в телефоне* (0,55), *электричество* (0,55), *батарея* (0,28), *гаджет* (0,28), *дисплей* (0,28), *дополнительные функции* (0,28), *карманный компьютер* (0,28), *опция в телефоне* (0,28), *планшет* (0,28), *сенсор* (0,28), *система с различными функциями* (0,28), *смартфон* (0,28)). В некоторых реакциях нашло отражение восприятие респондентами слова-стимула как предмета, принадлежащего людям определенного вида деятельности, причем жители этнической родины предоставили 1,86 таких реакций (*офис* (1,06), *менеджер* (0,53), *деловой человек* (0,27)), а у информантов, проживающих за рубежом, подобные ассоциаты составляют 6,11 (*деловой че-*

ловец (2,77), офис (1,66), бизнес (0,28), бизнесмены (0,28), директор (0,28), компания (0,28), начальник (0,28), шеф (0,28)). Чаще у информантов второй группы встречаются и реакции, подчеркивающие преимущества использования предмета, обозначенного стимулом (6,66): *удобно* (2,22), *быстрота* (0,83), *всегда с собой* (0,83), *все организовано* (0,83), *все под рукой* (0,83), *все правильно* (0,28), *все четко* (0,28), *нужная вещь* (0,28), *эффективность* (0,28); информанты первой группы указали лишь 2,41 таких реакций: *порядок* (0,8), *упорядочивание* (0,53), *все вместе* (0,27), *знание обо всем* (0,27), *нужная вещь* (0,27), *удобно* (0,27). Анализ ассоциативного материала показал неполное усвоение данного стимула сознанием носителей русской этнолингвокультуры, что проявилось в высокой частотности отказов участников от предоставления ответа (3,72 у россиян, 3,6 у жителей зарубежья), а также в реакциях, не соответствующих содержанию слова-стимула: *архитектор* (0,27), *девяностые годы* (0,27), *органза* (0,27), *ретро* (0,27), *ученый* (0,27) – у информантов первой группы; *визг тормозов* (0,28), *возбуждение организма* (0,28), *лихие девяностые* (0,28), *организованная передвижная библиотека* (0,28), *рубашка* (0,28), *рюкзак* (0,28), *супервайзер* (0,28), *сухарь* (0,28) – у информантов второй группы. Примечательным является соотношение реакций, свидетельствующих о восприятии стимула как названия предмета, предназначенного для хранения различных канцелярских товаров: 14,12 у информантов, проживающих в России (*карандаши* (3,72), *ручки* (3,72), *ручка* (1,33), *линейки* (0,8), *пенал* (0,8), *степлер* (0,8), *набор ручек* (0,53), *скрепки* (0,53), *баночка для канцелярских мелочей*, *ручек* (0,27), *канцелярские товары* (0,27), *ластик* (0,27), *ножницы* (0,27), *подставка для ручек* (0,27), *подставка под канцелярские принадлежности* (0,27), *приспособление для карандашей и ручек* (0,27)) и только 1,11 у респондентов, находящихся за пределами этнической родины (*ручка* (0,55), *канцтовары* (0,28), *подставка для ручек* (0,28)). Вероятно, такое употребление рассматриваемого слова-стимула более характерно для русского лингвокультурного дискурса и реже встречается в дискурсивном пространстве русскоязычного населения других стран.

**ОРГАНАЙЗЕР** (из ассоциативного рейтингового словника представителей русской этнолингвокультуры, проживающих на территории этнической родины):

блокнот (39), мобильный телефон (31), записная книжка (26), распределение дел (15), карандаши (14), ручки (14), отказ от ответа (14), информация (8), контакты (8), ежедневник (7), записи (7), дела (6), программа (6), задачи (5), календарь (5), калькулятор (5), ручка (5), события (5), стол (5), время (4), офис (4), работа (4), расписание (4), электронное устройство (4), будильник (3), компьютер (3), линейки (3), напоминание (3), пенал (3), порядок (3), смартфон (3), степлер (3), сумка (3), функция (3), гаджет (2), график (2), документы (2), есть в телефоне (2), листы (2), менеджер (2), меню (2), набор ручек (2), ноутбук (2), пароли (2), планирование (2), прибор (2), приложение (2), приспособление (2), рабочий стол (2), сигнал (2), скрепки (2), современность (2), упорядочивание (2), черный (2), адресная книга; архитектор; баночка для канцелярских мелочей, ручек; батарейка; блокнот, куда можно записать все дела; блокнот с ручкой; большой выбор; бумага; важные события; все вместе; встреча; девяностые годы; деловой человек; дневник; долго; заметки; защита информации; знание обо всем; инструмент наладки; канцелярские товары; карманный персональный компьютер; кейс; книжка; ластик; много дел; много функций; навесной карман; неделя; ножницы; нужная вещь; общение; онлайн-органайзер; опции; органза; организатор; организовать; памятка; папка с отделениями; письменный стол; планы; подставка для ручек; подставка под канцелярские принадлежности; помощник; предмет; приложение в телефоне; приспособление для карандашей и ручек; прогресс; рабочее место; разделы; ретро; секретарь; собранность; списки; тетрадь; техника; удобно; упорядоченный человек; ученый; чемодан; черный цвет; электронный.

Общее число ассоциативных реакций	376	Общее количество ассоциатов	115
Число повторяющихся реакций	315	Число повторяющихся ассоциатов	54
Единичные реакции (ассоциаты)	61	Количество отказов	14

**ОРГАНАЙЗЕР** (из ассоциативного рейтингового словника представителей русской этнолингвокультуры в гетерогенном языковом окружении):

блокнот (36), мобильный телефон (28), записная книжка (26), календарь (13), отказ от ответа (13), ежедневник (11), деловой человек (10), будильник (9), информация (8), удобно (8), дела (7), электрон-

ный блокнот (7), организатор (6), офис (6), записи (5), компьютер (5), план (5), планирование (5), порядок (5), расписание (5), секретарь (5), современность (5), время (4), калькулятор (4), распределение дел (4), технологии (4), функция (4), английское слово (3), быстрота (3), всегда с собой (3), все организовано (3), все под рукой (3), встреча (3), график (3), заметки (3), записать и забыть (3), напоминание (3), ноутбук (3), памятка (3), организация (2), прибор (2), программа в телефоне (2), ручка (2), современное выражение (2), тетрадь (2), электричество (2), Америка; батарейки; бизнес; бизнесмены; бумажки; визг тормозов; визит; визитки; возбуждение организма; все правильно; все четко; гаджет; директор; дневник; достижение человечества; дисплей; дополнительные функции; заполнить свободное время; канцтовары; карманный компьютер; ключи; книжка в кожаном переплете; компания; контакты; контроль; лихие девяностые; меню; место; молодежь; на столе; настольная книга; начальник; не забыть бы; нужная вещь; обязанности; организация пространства; организованная передвижная библиотека; опция в телефоне; память; папки; планшет; подъем; подставка для ручек; помощник; портфель; режим; рубашка; рюкзак; сенсор; сигнал; система с различными функциями; скукота; смартфон; современный; супервайзер; сухарь; таймер; утро; хлопоты; шеф; эффективность; я не пользуюсь; LG.

<b>Общее число ассоциативных реакций</b>	<b>361</b>	<b>Общее количество ассоциатов</b>	<b>109</b>
<b>Число повторяющихся реакций</b>	<b>298</b>	<b>Число повторяющихся ассоциатов</b>	<b>46</b>
<b>Единичные реакции (ассоциаты)</b>	<b>63</b>	<b>Количество отказов</b>	<b>13</b>

Итак, ассоциативное поле является отображением внутреннего лексикона носителя определенной этнолингвокультуры.

Различные этнолингвокультурные условия, в которых находятся русскоязычные участники эксперимента, обусловили особенности восприятия ими ЯМНКС лингвоэкологического типа. Ввиду того что выбранные для эксперимента слова-стимулы являются иноязычными заимствованиями и, соответствен-

но, обозначают реалии, которые больше распространены за пределами России, у информантов второй группы в ряде случаев наблюдается более высокий уровень усвоения данных ЯМНКС. Однако анализ ассоциативных полей части стимулов показал равный уровень их усвоения носителями русской культурной традиции, что можно объяснить широким распространением английского языка в современном мире, а также глобальной компьютеризацией и информатизацией общества.

### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup>Подробнее о типах национально-культурного сознания см.: [1; 2].

<sup>2</sup>Здесь и далее при подобном описании количественные данные приводятся в % от общего количества реакций.

<sup>3</sup>Количество информантов, предоставивших данную реакцию.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

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 : 10.02.19 / Привалова Ирина Владимировна. – М., 2006. – 50 с.
3. Тарасов, Е. Ф. Языковое сознание / Е. Ф. Тарасов // Вопросы психолингвистики. – 2004. – № 2. – С. 34–47.
4. Уфимцева, Н. В. Русские: Опыт еще одного самопознания / Н. В. Уфимцева // Этнокультурная специфика языкового сознания : [сб. науч. ст.] / Рос. акад. наук, Ин-т языкознания ; отв. ред. Н. В. Уфимцева]. – М. : Ин-т языкознания РАН, 1996. – С. 139–162.
5. Хохолова, И. С. Образ мира в якутской и русской культурах / И. С. Хохолова // Вестник Московского государственного областного университета. – 2009. – № 4. – С. 188–195.

**ASSOCIATIVE AREAS OF LANGUAGE MARKERS  
OF NATIONAL AND CULTURAL CONSCIOUSNESS  
OF LINGUOECOLOGICAL TYPE  
AS REFLECTION OF INSIDE LEXICON OF THE RUSSIAN ETHNIC  
AND CULTURAL TRADITION REPRESENTATIVES**

**Sitnikova Elena Vladimirovna**

Candidate of Philological Sciences,  
Associate Professor, Department of Russian Philology and Translation,  
Mariupol State University;  
Candidate for a Doctor's Degree, Department of the Russian Language, Institute of Linguistics,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv  
AlyonaSitnikova@mail.ru  
Budivelnikiv Avenue, 129a, 87500 Mariupol, Ukraine

**Abstract.** The article deals with the currently important problem of correlation of linguistic, ethnic and cultural consciousness. The comparative analysis of the associative material obtained as a result of the survey of the Russian cultural tradition representatives who live in ethnic homeland and who live abroad is presented. The similarities and differences in associative areas of language markers of national and cultural consciousness, that were pointed out by I.V. Privalova and offered to the informants as stimuli, are detected.

**Key words:** free associative experiment, associative area, the center of associative area, periphery of associative area, frequency of responses, language markers of national and cultural consciousness.