

УДК 81'139

ДИНАМИКА СОДЕРЖАНИЯ БАЗОВОЙ ЦЕННОСТИ ARBEIT / РАБОТА

А.И. Хлопова

Московский государственный лингвистический университет, г. Москва

В статье речь идет об изменении содержания базовой ценности *Arbeit / работа* у одних и тех же представителей немецкой лингвокультуры по мере их взросления. Для установления динамики были проведены два свободных ассоциативных эксперимента в 2014 г. и в 2019 г. в одной и той же группе респондентов. Результаты двух ассоциативных экспериментов позволяют выявить динамику ассоциативных связей лексемы *Arbeit / работа*, опосредованно судить об изменении содержания базовой ценности и прогнозировать её дальнейшее развитие.

Ключевые слова: динамика базовой ценности, свободной ассоциативный эксперимент, стратегии ассоциирования, стимул, реакция.

В современном мире все культурные процессы происходят быстрее, поэтому базовые ценности, как показывают экспериментальные исследования, меняются гораздо быстрее, чем всегда считали психологи и социологи. Поэтому актуальна разработка лингвистических методик вербального диагностирования динамики базовых ценностей общества [2; 5; 6 и др].

Понятие «базовая ценность» является междисциплинарным, так как изучением базовых ценностей занимались ученые разных наук. К. Шлехт определяет «ценности» как «представления, которые признаются в обществе как желаемые и дают людям своего рода ориентир» [8]. Американский антрополог К. Клакхон предлагает следующее определение понятия «ценность»: «Ценности – это осознаваемое или неосознаваемое, характерное для индивида или для группы индивидов представление о желаемом, которое определяет выбор целей (индивидуальных или групповых) с учетом возможных средств и способов действий» [11: 395]. М. Рокич определяет понятие «ценность» как «устойчивое убеждение в том, что определённый способ действия или определённые жизненные цели более предпочтительны для индивида и общества другим способам деятельности или другим конечным целям» [12: 107–117]. Отечественные лингвисты Ю.Е. Прохоров и И.А. Стернин понимают под «ценностями» социальные, социально-психологические идеи и взгляды, разделяемые народом и наследуемые каждым новым поколением [4]. Обобщая сказанное, можно определить «базовые ценности» как совокупность жизненных установок и идеалов, которые сами члены этноса считают характерными и важными для своего народа. Система базовых ценностей в каждой культуре имеет устойчивую, но принципиально динамичную структуру, поскольку формируется она стихийно в деятельности этноса / социума, на функционирование которого оказывают влияние разнородные и многочисленные факторы [6: 6].

Цель нашего исследования – проследить изменение в содержании базовой ценности *Arbeit / работа* у одних и тех же представителей немецкой лингвокультуры по мере их взросления, а, следовательно, включения в разные виды

социальной деятельности. Для достижения поставленной цели были проведены два свободных ассоциативных эксперимента (далее АЭ – *А.Х.*) в 2014 г. и в 2019 г., которые являются началом лонгитюдного эксперимента. Результаты двух АЭ, проведенных с одними и теми же носителями с промежутком в 5 лет, позволяют выявить динамику ассоциативных связей лексемы *Arbeit / работа*, опосредованно судить об изменении содержания базовой ценности и отчасти прогнозировать её дальнейшее развитие.

В АЭ 2014 г. принимали участие 530 носителей немецкой лингвокультуры в возрасте от 17 до 23 лет. Респонденты являлись школьниками старших классов или студентами младших курсов университетов. Респонденты жили с родителями, в съемной квартире или комнате, или в студенческом общежитии, и преимущественно за счет родителей. Это важно учитывать, так как на момент проведения АЭ в 2014 г. респонденты не имели личного опыта систематического труда, в том числе по профессии, и могли судить о работе только на основании содержания распространенных стереотипов. В 2019 г., спустя 5 лет, АЭ проводился с теми же респондентами. Количество респондентов составило 288 человек. Респонденты преимущественно уже закончили высшее или среднее специальное учебное заведение, большинство из них имели постоянную работу и жили в съемных квартирах, как это принято в рамках немецкой культуры. У незначительной части респондентов к моменту проведения АЭ появилась собственная семья.

Сбор материала в основной группе респондентов продолжался в течение трех месяцев в 2014 г. и в течение одного месяца в 2019 г. Носителям языка экспериментальный материал предъявлялся в виде печатной анкеты. В тексте инструкции, который предвлял перечень стимулов в каждой анкете, указывалось, что испытуемые должны реагировать на предъявляемый стимул первым любым пришедшим на ум словом. Инструкция отвечать первым словом принципиальна, ведь временной промежуток между стимулом и реакцией в этом случае минимален, что исключает в ассоциировании отбор ответов, приближает реакцию испытуемого к операциональным. При предъявлении анкеты осуществлялся контроль времени выполнения задания (1 минута 30 секунд на заполнение одной анкеты).

При подготовке эксперимента была составлена анкета с 15 словами-стимулами. Принцип отбора слов-стимулов основан на дефинициях слова *Arbeit / работа*, представленных в толковых словарях и в словарях синонимов [7; 9;10; 13]. Для верификации списка слов-стимулов был проведен обратный АЭ. В соответствии с методикой проведения свободного АЭ мы включили в анкету произвольно взятые слова-дистракторы.

Из общего количества приемом случайной выборки было отобрано по 100 реакций, которые мы кластеризировали в соответствии с моделью ассоциативного значения В.А. Пищальниковой [3: 154].

Таблица 1

Распределение ассоциатов в соответствии с моделью ассоциативного значения В.А. Пищальниковой

	17-23 года (100)	23-28 лет (100)
--	------------------	-----------------

<p>Понятия</p>	<p><i>Gehalt</i> / зарплата (13), <i>Geld</i> / деньги (10), <i>Karriere</i> / карьера (2), <i>Chance</i> / шанс (2) – 27;</p>	<p><i>Geld verdienen</i> / зарабатывать деньги (5), <i>Einkommen</i> / доход (5), <i>Urlaub</i> / отпуск (4), <i>Vorschuss</i> / продвижение (3), <i>Beförderung</i> / повышение по службе (3), <i>Mindestlohn</i> / минимальная оплата труда, <i>eine ordentliche Entlohnung</i> / соответствующая оплата, <i>Aufstiegschancen</i> / возможности развития – 29</p>
<p>Реакции-представления</p>	<p><i>Arbeitslosigkeit</i> / безработица (14), <i>Verantwortung</i> / ответственность (8), <i>Erfolg</i> / успех (8), <i>Büro</i> / бюро (7), <i>Gesellschaft</i> / общество (3), <i>Freiheit</i> / свобода, <i>Frau Schmidt</i> / госпожа Шмидт, <i>Schwierigkeiten</i> / трудности, <i>Feminitium</i> / женский пол, <i>Proletariat</i> / пролетариат, <i>früh aufstehen</i> / рано вставать – 46;</p>	<p><i>Team</i> / команда (8), <i>Arbeiterlaubnis</i> / разрешение на работу, <i>Arbeitslosenversicherung</i> / страхование на случай безработицы, <i>Arbeitszeitkonto</i> / личный счет рабочего времени, <i>Büro</i> / бюро, <i>Berufsverkehr</i> / часы пик, <i>Computer</i> / компьютер, <i>Excel</i> / эксель, <i>früh aufstehen</i> / рано вставать, <i>Feierabend</i> / конец рабочего дня, <i>Freiberufler</i> / фрилансер, <i>Arbeitsklasse</i> / рабочий класс, <i>Gewerkschaften</i> / профсоюзы, <i>Kaffee</i> / кофе, <i>Kollegen</i> / коллеги, <i>Kommunikation</i> / коммуникация, <i>Kreativität</i> / креатив, <i>Kunde</i> / клиент, <i>Marketing</i> / маркетинг, <i>Meeting</i> / встреча, <i>Mittagspause</i> / перерыв на обед, <i>Organisation</i> / организация, <i>täglich</i> / каждый день, <i>Personenabteilung</i> / отдел кадров, <i>Produktionsprozess</i> / производственный процесс, <i>Sozialversicherung</i> / социальное страхование, <i>Schichtarbeit</i> / сменная работа, <i>Schreibtisch</i> / письменный стол, <i>Smartphone</i> / смартфон, <i>Tag</i> / день, <i>internationales Team</i> / международная команда, <i>Teamgeist</i> / командный дух, <i>Termin</i> / срок, <i>Überstunden</i> / сверхурочные часы, <i>viele Bewerbungen schreiben</i> / писать большое количество заявлений о приеме на работу, <i>er hat seine Stelle gewechselt</i> / он сменил место работы, <i>er wurde gekündigt</i> / его уволили, <i>Stellanzeigen in der Zeitung lesen</i> / читать в газете объявления о приеме на работу, <i>Krawatte aussuchen</i> / выбирать галстук, <i>ununterbrochene Tätigkeit</i> / непрерывная деятельность, <i>seriös wirken</i> / казаться солидным – 48;</p>
<p>Эмоционально-оценочные реакции</p>	<p><i>Hobby</i> / хобби (11), <i>Spaß</i> / удовольствие (10), <i>Vergnügen</i> / удовольствие, <i>Qual</i> / мучение, <i>schrecklich</i> /</p>	<p><i>stressig</i> / напряженный (5), <i>Stress</i> / большое количество работы (5), <i>Zeitdruck</i> / нехватка времени (4), <i>Leidenschaft</i> / страсть, <i>zufrieden sein</i> / быть довольным, <i>eifrig</i> / усердно, <i>etwas</i></p>

	<i>ужасно, langweilig / скучно – 25;</i>	<i>Wichtiges tun / делать что-то важное, anstrengend / напряженно, Lohnungerechtigkeit / несправедливость в зарплате, nervig / нервный, Scheiße / дерьмо, zeitintensiv / отнимающий много времени – 20;</i>
Культурологические реакции	<i>Macht frei / даем свободу (2) – 2.</i>	<i>erst die Arbeit, dann das Vergnügen / делу время, потехе час, 7-17 arbeiten / работать с 7 до 17 – 2;</i>
Формальные реакции		<i>abgeben / бросить, erledigen / выполнить, fertigstellen / закончить – 3.</i>

Естественно, содержательно реакции респондентов частично изменились, так как в их жизни актуализировались другие факторы: характер включенности испытуемого в иные типы деятельности, его психологические характеристики, возраст, условия материального существования, социальное положение и др. Но соотношение основных групп ассоциатов, связанные с актуализацией элементов значения лексемы-стимула, изменилось мало, что и отражено в диаграммах.

Стратегии ассоциирования

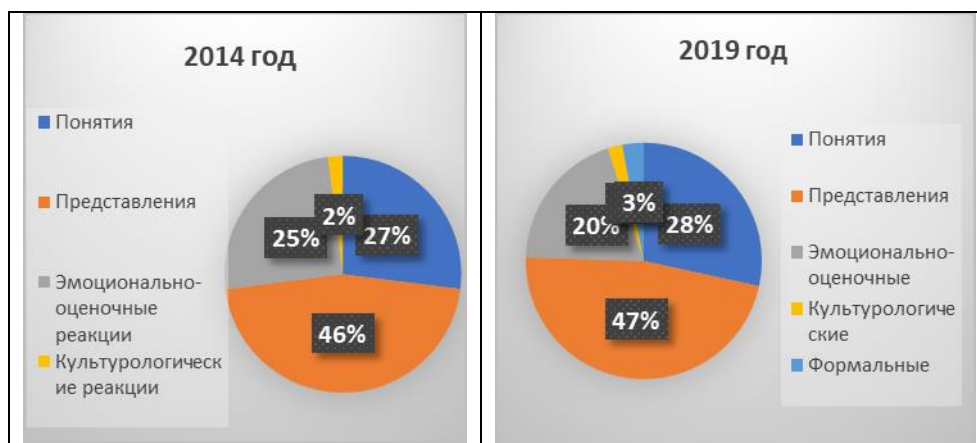


Диаграмма 1

Актуальны для респондентов в разные периоды проведения эксперимента понятийный, эмоционально-оценочный и предметный компоненты. Наибольшее количество ассоциатов представлено в группе реакций-представлений (46% – 2014 г. и 47% – 2019 г.).

В ядро ассоциативного поля (далее АП – А.Х.) условно включены реакции частотностью не ниже 4. При этом в 2014 г. в ядро АП вошла 81 реакция, в 2019 г. – 36 реакций, что свидетельствует о значительной стереотипизации ядра поля, при котором 1) может увеличиваться частотность определённых ассоциатов, 2) снижаться количество единичных реакций, 3) увеличиваться

количество единичных реакций и пр. В каждом случае это свидетельствует или об актуализации понятия, названного словом-стимулом, для группы испытуемых, или о явном изменении в содержании значения слова. Показательно, что в 2014 г. среди **ядерных реакций** преобладали реакции-представления (46%), а в 2019 г. – понятийные и эмоционально-оценочные реакции. И это свидетельствует о том, что для четверти респондентов актуально эмоциональное отношение к понятию, обозначаемому словом. То есть понятие начинает осознаваться как определённая ценность.

Таблица 2
Процентное соотношение ядерных реакций респондентов

Компонент	2014 г.	2019 г.
Понятия	<i>Gehalt / зарплата</i> (13), <i>Geld / деньги</i> (10) 28%	<i>Geld verdienen / зарабатывать деньги</i> (5), <i>Einkommen / доход</i> (5), <i>Urlaub / отпуск</i> (4) 39%
Представления	<i>Arbeitslosigkeit / безработица</i> (14), <i>Verantwortung / ответственность</i> (8), <i>Erfolg / успех</i> (8), <i>Büro / бюро</i> (7) 46%	<i>Team / команда</i> (8) 22%
Эмоционально-оценочные реакции	<i>Hobby / хобби</i> (11), <i>Spaß / удовольствие</i> (10) 26%	<i>stressig / напряженный</i> (5), <i>Stress / большое количество работы</i> (5), <i>Zeitdruck / нехватка времени</i> (4) 39%

Ядерные компоненты, выявленные в АЭ 2014 г. и 2019 г., отличаются и содержательно. Совпадающей ядерной реакцией является *Geld* ‘деньги’, однако количество таких реакций снизилось с 10 до 5. Вместе с тем актуализируются признаки ‘достижение материального результата’: *Einkommen / доход* (5), *eine ordentliche Entlohnung / соответствующая оплата*, так как *деньги* становятся для респондентов не абстракцией, а ценностью, которая также включается в систему других. В 2014 г. *работа* для немецких респондентов – это занятие, которое, прежде всего, приносит *заработок* и определённые *достижения*, может быть *хобби* и приносить *удовольствие*. В 2019 г. респонденты уже указывают на важность работы в *команде* и отмечают *напряженный характер* работы. Такое изменение свидетельствует о том, что *работа* становится для респондентов актуальным видом деятельности, а потому её личностная ценность увеличивается, что отражается и в коннотации лексем-ассоциатов. При этом отметим, что психологически актуальное содержание понятия *Arbeit*, установленное в 2014 и 2019 гг., не соответствуют словарному значению слова (a) *Tätigkeit mit einzelnen Verrichtungen, Ausführung eines Auftrags o. Ä.* b) *das Arbeiten, Schaffen, Tätigsein; das Beschäftigtsein mit etwas, mit jemandem* c) *Mühe*,

Anstrengung; Beschwerlichkeit, Plage d) Berufsausübung, Erwerbstätigkeit; Arbeitsplatz) [10], что свидетельствует о том, что словари не могут фиксировать «момент» превращения понятий в ценности.

Показательно, что ядерные эмоционально-оценочные реакции четко меняются с положительных (*Hobby / хобби, Spaß / удовольствие*) на отрицательные (*stressig / напряженный, Stress / большое количество работы, Zeitdruck / нехватка времени*). Это сигнал актуализации ценностей. В 2014 г. респонденты представляли себе некий стереотипный образ *работы*, которая способствует достижению их желаний, приносит им деньги и другие блага, доставляет удовольствие. Так как базовые ценности – это, по сути, стереотип, имеющий в себе эмоционально-оценочный компонент, то изменение этого компонента может свидетельствовать о том, что респонденты перестают воспринимать только стереотипное содержание базовой ценности *Arbeit / работа*, но формируют личностное отношение к ней. Такое изменение в составе АП указывает на актуальность понятия *Arbeit / работа* для подавляющего большинства опрошенных респондентов.

Итак, эмоционально-оценочный компонент входит в ядро значения и меняется за 5 лет с положительного на отрицательный. Это симптом того, что нейтральное понятие *Arbeit / работа* становится обозначением формирующейся доминантной ценности, к которой у респондентов формируется личностное, в том числе и негативное отношение.

Обращаясь к периферии АП, отметим, что ассоциации, полученные в 2014 г., более однотипные (12 реакций с частотностью 2 и более, в 2019 г. – 9 реакций с частотностью 2 и более). По мнению А.А. Залевской, в результате стандартного образования, влияния средств массовой информации стереотипность реакций увеличивается, и люди осуществляют свои речевые поступки более однотипно [1]. Реакции немецких респондентов в 2019 г., напротив, преимущественно единичные: в 2014 г. отмечено только 9 единичных реакций, а в 2019 г. 57 реакций. Это указывает на увеличение разнообразия ассоциативно-вербальных связей, вызванное участием респондентов в процессе определённого труда. В студенческие годы понятие *работа* было понятно респондентам, но оно не означало собственно ценности как совокупности аксиологических характеристик, которые возникают у испытуемых по отношению к тому или иному объекту или понятию. И это осознание ценности фиксируется в единичных реакциях.

Распределим реакции в соответствии с признаками, которые они обозначают:

Таблица 3

Распределение реакций в соответствии с признаками

	2014 г.	2019 г.
Результат работы	<i>Gehalt / зарплата (13), Geld / деньги (10), Erfolg / успех (8), Karriere / карьера (2), Chance / шанс (2) – 35.</i>	<i>Geld verdienen / зарабатывать деньги (5), Einkommen / доход (5), Urlaub / отпуск (4), Vorschuss / продвижение (3), Beförderung / повышение по службе (3), Mindestlohn / минимальная оплата труда, eine ordentliche Entlohnung</i>

		/ соответствующая оплата, <i>Aufstiegschancen</i> / возможности развития, <i>seriös wirken</i> / казаться солидным – 24.
Характер выполнения рабочей деятельности, качество работы	<i>Verantwortung</i> / ответственность (8), <i>Schwierigkeiten</i> / трудности, <i>Vergnügen</i> / удовольствие, <i>Qual</i> / мучение, <i>schrecklich</i> / ужасно, <i>langweilig</i> / скучно – 13.	<i>stressig</i> / напряженный (5), <i>Stress</i> / большое количество работы (5), <i>Zeitdruck</i> / нехватка времени (4), <i>Kreativität</i> / креатив, <i>Leidenschaft</i> / страсть, <i>zufrieden sein</i> / быть довольным, <i>eifrig</i> / усердно, <i>etwas Wichtiges tun</i> / делать что-то важное, <i>anstrengend</i> / напряженно, <i>Lohnungerechtigkeit</i> / несправедливость в зарплате, <i>nervig</i> / нервный, <i>Scheiße</i> / дерьмо, <i>zeitintensiv</i> / отнимающий много времени, <i>erst die Arbeit, dann das Vergnügen</i> / делу время, потехе час – 26.
Организация рабочего процесса	<i>Arbeitslosigkeit</i> / безработица (14) – 14.	<i>Arbeitserlaubnis</i> / разрешение на работу, <i>Arbeitslosenversicherung</i> / страхование на случай безработицы, <i>Arbeitszeitkonto</i> / личный счет рабочего времени, <i>Mittagspause</i> / перерыв на обед, <i>Personenabteilung</i> / отдел кадров, <i>Produktionsprozess</i> / производственный процесс, <i>Sozialversicherung</i> / социальное страхование, <i>Schichtarbeit</i> / сменная работа, <i>viele Bewerbungen schreiben</i> / писать большое количество заявлений о приеме на работу, <i>er hat seine Stelle gewechselt</i> / он сменил место работы, <i>ihm wurde gekündigt</i> / его уволили, <i>Stellanzeigen in der Zeitung lesen</i> / читать в газете объявления о приеме на работу – 12.
Место работы	<i>Büro</i> / бюро (7) – 7.	<i>Büro</i> / бюро – 1.
Социальная значимость работы	<i>Hobby</i> / хобби (11), <i>Spaß</i> / удовольствие (10), <i>Gesellschaft</i> / общество (3), <i>Freiheit</i> / свобода, <i>Femininum</i> / женский пол, <i>Proletariat</i> / пролетариат – 18.	<i>Team</i> / команда (8), <i>Arbeitsklasse</i> / рабочий класс, <i>Gewerkschaften</i> / профсоюзы, <i>Kaffee</i> / кофе, <i>Kollegen</i> / коллеги, <i>Kommunikation</i> / коммуникация, <i>Organisation</i> / организация, <i>internationales Team</i> / международная команда, <i>Teamgeist</i> / командный дух – 17.
Временная форма работы	<i>früh aufstehen</i> / рано вставать – 1.	<i>Berufsverkehr</i> / часы пик, <i>früh aufstehen</i> / рано вставать, <i>Feierabend</i> / конец рабочего дня, <i>täglich</i>

		/ каждый день, Tag / день, Termin / срок, Überstunden сверхурочные часы, ununterbrochene Tätigkeit / непрерывная деятельность, 7-17 arbeiten / работать с 7 до 17 – 9.
Сфера рабочей деятельности		Kunde / клиент, Marketing / маркетинг, Meeting / встреча – 3.
Перенос на какой-либо вид деятельности		Computer / компьютер, Excel / эксель, Krawatte aussuchen / выбирать галстук – 3.
Способ выполнения рабочей деятельности		Freiberufler / фрилансер – 1.

Наибольшее количество реакций немецких респондентов 2014 г. отражают следующие признаки: ‘результат работы’ и ‘социальная значимость работы’; 2019 г. – ‘характер выполнения рабочей деятельности, качество работы’ и ‘результат работы’. Очевидно, что для респондентов 2019 г., уже вовлеченных в процесс работы, важен не только результат, но и качество работы и её характер, что также подтверждает идею о том, что у опрошенных немецких испытуемых *Arbeitswert* становится базовой ценностью.

Таким образом, динамика содержания базовой ценности проявляется в следующем:

- изменяется эмоционально-оценочное содержание базовой ценности *Arbeitswert / работа* с положительной на отрицательную;
- появляется большое количество единичных реакций;
- реакции 2018 г. отражают признаки ‘результат работы’ и ‘характер выполнения рабочей деятельности и качество работы’.

Эти изменения свидетельствуют о появлении ценностных характеристик, соотносимых немецких респондентами с понятием *Arbeitswert / работа*.

Список литературы

1. Залевская А.А. Двойная жизнь значения слова и возможности её исследования: теоретическое и экспериментальное исследование. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing, 2012. 278 с.
2. Кирилина А.В., Терентий Л.М. Опыт лингвистической диагностики межнациональной напряженности в интернет-дискурсе. // Вопросы психолингвистики. 2016. № 27. С. 130–139.
3. Пищальникова В.А. История и теория психолингвистики: Курс лекций. Ч. 2. Этнопсихолингвистика. М.: МГЛУ, 2007. 200 с.
4. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. 238 с.
5. Рогозина И.В., Пищальникова В.А. Концепт как инструмент диагностики этнического напряжения // Языковое сознание: теоретические и прикладные аспекты. М. Барнаул, 2004. С.120–128.
6. Хлопова А. И. Вербальная диагностика динамики базовых ценностей: дисс. ... кандид. филол. наук: 10.02.19 / А.И. Хлопова: Московский государственный лингвистический университет. М., 2018. 213 с.
7. Agricola E. Wörter und Wendungen. Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch.

- Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2012. 818 S.
8. Definition: Werte. [Электронный ресурс]. URL: http://www.karl-schlecht.de/fileadmin/daten/karl_schlecht/Werte/pdf/021111_Def_Werte.pdf (дата обращения: 26.02.2020)
 9. DUDEN. Das Synonymwörterbuch. – Berlin: Dudenverlag, 2014. 1136 S.
 10. DUDEN. Universalwörterbuch. [Электронный ресурс]. URL: http://www.duden.de/Shop/Das-Wörterbuch-der-sprachlichen-Zweifelsfälle?affiliate_id=318 (дата обращения: 19.04.2019).
 11. Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Action // Toward a General Theory of Action / Ed. by T. Parsons, E. Shils. Cambridge, 1951. P. 388–433.
 12. Rokeach M. The Nature of Human Values. N.Y., 1973. 438 p.
 13. Wahrig-Burfeind R. WAHRIG Deutsches Wörterbuch. 9. Auflage. Brockhaus, 2011. 1730 S.

DYNAMICS OF THE CONTENT OF THE BASIC VALUE ARBEIT / WORK OVER THE LAST 5 YEARS

A.I. Khlopova

Moscow State Linguistic University, Moscow

The article deals with how the content of the basic value Arbeit / work changes for representatives of the German culture as they grow up. In order to identify the dynamics, two free associative experiments were carried out in 2014 and in 2019. The results of two associative experiments allow us to reveal the dynamics of associative relations of the lexeme Arbeit / work, to judge how the content of the base value has changed and to predict its further development.

Keywords: *dynamics of the basic value, free associative experiment, association strategies, stimulus, reaction.*

Об авторе:

ХЛОПОВА Анна Игоревна – кандидат филологических наук, доцент кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка, доцент кафедры общего и сравнительного языкознания, ФГБОУ ВО «Московский государственный лингвистический университет»; e-mail: chlopova_anna@mail.ru