

Отэтнонимные прилагательные как достояние индивида

С.А. Чугунова

Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского, г. Брянск

Исследуется проблема функционирования русских отэтнонимных имён прилагательных (*французский, американский, русский, украинский* и т.д.) в индивидуальном ментальном лексиконе носителя русского языка. В качестве испытуемых двухэтапного эксперимента с применением методов САЭ и семантического дифференциала привлекались студенты Брянского госуниверситета им. И.Г. Петровского (20 чел.). Результаты САЭ демонстрируют превалирование стереотипных реакций на стимулы, в подавляющем большинстве представляющих собой ассоциаты с культурной семантикой. Значительно больше скрытых смыслов предоставляют субъективные оценки стимулов по методу семантического дифференциала.

Ключевые слова: этноним, отэтнонимная лексика, ментальный лексикон индивида, САЭ, семантический дифференциал.

Объектом описанного здесь исследования являются образованные от этнонимов (от греч. *ἔθνος* 'нация' и *ὄνομα* 'имя') отэтнонимные имена прилагательные («опосредованные этнонимы» [8: 41]) на русском языке, первичное значение которых, так же, как и первичное значение этнонимов, определяется как «принадлежность к определённой этнической группе или государству» [12: 9]. Предмет исследования составляет значение отэтнонимного имени прилагательного как живого слова в сознании воспринимающей, думающей, переживающей, оценивающей и действующей в конкретных социально-исторических условиях языковой личности. Исследование преследовало цель проверки следующей рабочей гипотезы: изучение отэтнонимной лексики в качестве носителя этнокультурного знания [цит. раб.: 4] с позиции психолингвистики позволяет не только отслеживать динамику связывания слов в ментальном лексиконе индивида по различным основаниям, но и выявлять эксплицитные (стереотипные) и имплицитные (скрытые) смыслы, положительные и отрицательные суждения и оценки у представителей одного народа по отношению к себе и другим народам и общностям. Исследование проводилось с опорой на идеи и теории А.А. Залевской о внутреннем лексиконе человека, о разграничении индивидуального и коллективного знания, о роли слова как средства доступа к единой информационной базе человека (см. [3–6]).

В проведённом нами двухэтапном эксперименте использовался стимульный список из 27 отэтнонимных имён прилагательных на русском языке: *узбекский, татарский, датский, бразильский, казахский*

и другие. Эксперимент проводился очно, анонимно, с участием 20 испытуемых (далее – ии.) – студентов факультета иностранных языков Брянского госуниверситета. Каждый участник получил карточку со стимулами и инструкцией, общаться друг с другом и пользоваться какими-либо подсказками запрещалось. На первом этапе эксперимента ии. записывали словами по возможности первые реакции, ассоциативно связанные со стимулами в их сознании (этап САЭ – свободного ассоциативного эксперимента). На втором этапе эксперимента ии. оценивали те же стимулы по методу семантического дифференциала с применением четырёх антонимических шкал: 1) «светлый (+) – нейтральный (0) – тёмный (-)»; 2) «сильный (+) – нейтральный (0) – слабый (-)»; 3) «большой (+) – нейтральный – маленький (-)»; 4) «тёплый (+) – нейтральный – холодный (-)». Известно, что в основе данного метода, предложенного в середине XX века Ч. Осгудом, находится нейрофизиологический феномен синестезии. Широко используемый в психолингвистике и когнитивной психологии, он позволяет измерять коннотативный (эмоционально-оценочный) компонент значения слова и выявлять имплицитные смыслы, а именно отношение индивида к слову и, что особенно важно, к тому, что им обозначается.

Проанализируем ассоциативно-вербальные поля некоторых стимулов (далее – АВП) как совокупности полученных в ходе САЭ ассоциатов с опорой на классификацию вербальных ассоциативных реакций с такими типами, как парадигматический, синтагматический и тематический (см. [1]; [2]; [7]; [10]; [9]). Парадигматический тип ассоциативной связи демонстрирует способность слов вступать друг с другом в категориальные отношения, тогда как синтагматический тип демонстрирует способность слов вступать друг с другом в синтаксические отношения. Тематический тип ассоциативной связи предполагает общую экстралингвистическую ситуацию для сущностей, выражаемых в языке с помощью отдельных слов. При этом следует иметь в виду, что, когда речь идёт о конкретных ассоциатах, не всегда различия между тем или иным типом очевидны.

Разберём вербально-ассоциативные поля и оценки отэтнотонимных имён прилагательных *американский, русский, украинский и французский*.

Итак, на отэтнотонимное имя прилагательное АМЕРИКАНСКИЙ были получены следующие ассоциаты (в скобках указывается количество ии., предложивших ту или иную реакцию): а) парадигматический тип: *второй*; б) синтагматический тип: *флаг (2), штат, диалект, фильмы, характер, университет, футбол, баскетбол, свобода*, фастфуд*, запад**; в) тематический тип: *Калифорния, Майами, Трамп, картошка фри, всемирный язык, гаджет, различные*

видео с интервью, барбекю, независимость, свобода, фастфуд*, Запад*, парк.*

Суммарное АВП стимула АМЕРИКАНСКИЙ представлено смысловыми реакциями, в основном единичными. Единственный ассоциат, предложенный дважды, – ассоциат синтагматического типа *флаг*, хотя практически все ассоциаты, за исключением двух, являются стереотипными и ожидаемыми. С точки зрения принадлежности ассоциата к тому или иному типу мы видим, что в подавляющем большинстве – это реакции синтагматического и тематического типов, реакция парадигматического типа (*второй*) встретила один раз. Пожалуй, это единственный ассоциат в данном АВП, представляющий сложность в плане прозрачности смысловой связи стимула и реакции. Также следует пояснить, что часть реакций может быть отнесена как к синтагматическому, так и к тематическому типу (такие реакции помечены звёздочкой). Так, с одной стороны, известно, что многие американцы считают свою страну едва ли не единственной свободной страной в мире, и эта вера нередко передаётся гражданам других стран, а с другой, можно встретить словосочетания *американская свобода, свобода по-американски*. Например, Америка, США ассоциируется у нас с западной цивилизацией, но также нередко можно встретить сочетание *американский Запад*. Кроме того, не исключено, что испытуемый мог вспомнить минисериал “The American West”, снятый в 2016 году и переведённый на русский язык.

Если систематизировать полученные в САЭ реакции по семантическому принципу, то очевидно, что чаще всего это апеллятивная (нарицательная) лексика с культурной семантикой: *футбол* (спорт), *университет* (образование), *независимость* (ценности), *гаджет* (технологии), *фастфуд* (образ жизни) и т.д., хотя также встречаются онимы, соотносимые с географией и политикой: *Калифорния, Майами* – топонимы, *Трамп* – антропоним.

Суммарное АВП стимула РУССКИЙ также включает исключительно смысловые реакции: а) парадигматического типа: *родной* (2); б) синтагматического типа: *язык* (2), *душа* (2), *дух*, *народ*, *город*, *гражданин*, *менталитет*, *величие*, *зима*, *самовар*, *бориц*, *сарафан*, *матрёшка*, *человек*, *дом**; в) тематического типа: *флаг России*, *исключения*, *косынка*, *дом**. В данном АВП встречается больше ассоциатов, упомянутых дважды (их 3), при этом все без исключения ассоциаты можно считать стереотипными, они демонстрируют эксплицитную, семантически прозрачную связь со стимулом. По характеру ассоциативной связи на первое место здесь выходят ассоциаты синтагматического типа, на второе место – тематические вербальные ассоциации, причём единственная ассоциация *дом* может быть также отнесена к синтагматическому типу, так как во время эксперимента испытуемый мог подумать о журнале «Русский дом» или,

что ещё вероятнее, об одноимённой компании-застройщике в Брянской области. Если комментировать смысловую связь ассоциата *исключения* со стимулом, то можно предположить актуализацию следующей ассоциативной цепочки в сознании индивида: РУССКИЙ – язык – *исключения*. Весь ассоциативный арсенал данного АВП представляет собой апеллятивную лексику, исключение составляет лексема *Россия* в реакции-словосочетании *флаг России*.

Как и в случае со стимулом АМЕРИКАНСКИЙ многие ассоциаты стимула РУССКИЙ демонстрируют культурную семантику: *самовар, борщ, сарафан, матрёшка*. Отдельно следует отметить реакции *родной, величие* и, возможно, *дом, душа, дух*, которые, что не исключено, могли быть вызваны чувством особой эмоциональной близости именно с этим стимулом, поскольку известно, какую огромную роль играет эмоциональная связь индивида с группой в системе координат «свой – чужой» на протяжении всего периода личностного развития, да и всей жизни.

Суммарное АВП стимула УКРАИНСКИЙ также включает только смысловые реакции: а) парадигматического типа: *польский*; б) синтагматического типа: *борщ (6), флаг (3), сало (2), операция* (2), граница, музыка, вышиванка, скамейка*; в) тематического типа: *поддержка, флаг Украины, операция* (2)*. В данном АВП встречается ещё больше ассоциатов, предложенных дважды и более раз (их четыре), причём в центре поля оказывается ассоциат *борщ*, упомянутый 6 раз. Как и в случае с предыдущими стимулами большинство ассоциатов являются стереотипными реакциями с культурной семантикой; при этом встречаются ассоциаты, отражающие новые, современные смыслы, которые очень быстро превращаются в стереотипные, они легко считываются в современных исторических условиях: *операция, граница, поддержка*, возможно, *польский*. Обращает на себя внимание ассоциат *поддержка*, смысл которого возможно интерпретировать как отношение субъекта к конкретной стороне известного конфликта. По характеру ассоциативной связи здесь снова на первое место выходят ассоциаты синтагматического типа, на второе место – тематические вербальные ассоциации, причём ассоциат *операция* может быть отнесён к каждому из этих типов. Что касается реакции *скамейка*, то можно только догадываться, что это ассоциат синтагматического типа в словосочетании *украинская скамейка*, смысл которого также может отражать современную ситуацию. Также с этим стимулом зарегистрирован один отказ от ассоциации.

Отличие АВП стимула ФРАНЦУЗСКИЙ состоит в том, что, несмотря на значительное количество ассоциатов синтагматического типа (*мода, стиль*), на первое место выходят ассоциаты тематического типа: *Эйфелева башня, флаг Франции, круассан*, хотя, например, ассоциат *любовь* может быть отнесён и к синтагматическому, и к

тематическому типу. Зафиксированы два ассоциата парадигматического типа, причём оба представляют собой перевод стимула на французский и немецкий языки – *Français*, *Französisch*. В плане стереотипности реакций и превалирования культурной семантики поле данного стимула не является исключением при сопоставлении с вышеописанными АВП. Также следует выделить единственную высоко индивидуализированную реакцию, представляющую собой имя преподавателя французского языка нашего факультета.

Перейдём к результатам второго этапа нашего экспериментального исследования, в котором применялся метод семантического дифференциала, предусматривающий процедуру оценивания стимулов относительно четырёх антонимических шкал с тремя делениями – положительным, отрицательным и нейтральным (см. выше). Как было сказано выше, этот метод позволяет измерять коннотативный (эмоционально-оценочный) компонент значения слова и таким образом выявлять имплицитное отношение к значению.

Напомним, что в отношении стимула ФРАНЦУЗСКИЙ в целом у ии. преобладают положительные оценки (39 раз), на втором месте – нейтральная оценка (22 раз), на третьем – отрицательная оценка (16 раз) [11]. При этом самое большое количество положительных оценок «собрала» шкала «светлый – тёмный» (17), а отрицательных оценок – шкала «большой – маленький» (9 раз). Больше всего нейтральных оценок получила шкала «сильный – слабый» (9 раз). Иными словами, стимул ФРАНЦУЗСКИЙ чаще всего оценивался как «светлый, тёплый», «ни сильный и ни слабый», и в то же время «маленький».

В отношении стимула АМЕРИКАНСКИЙ у ии. также в целом преобладают положительные оценки (37), на втором месте – также нейтральная оценка (19), на третьем – также отрицательная оценка (17). Самое большое количество положительных оценок имеется у шкал «сильный – слабый» (16) и «большой – маленький» (15). Самое большое количество отрицательных оценок – у шкалы «тёплый – холодный» (9), нейтральных оценок – у шкалы «светлый – тёмный» (8). Таким образом, стимул АМЕРИКАНСКИЙ чаще всего оценивался как «сильный, большой», но «скорее тёмный, чем светлый» и «скорее холодный, чем тёплый».

Стимул РУССКИЙ набрал самое большое количество положительных оценок (53), однако на втором месте – отрицательная оценка (13) и на третьем месте – нейтральная оценка (11), причём нейтральные оценки не превышали трёх ни по одной шкале. В результате можно сделать вывод, что в целом стимул РУССКИЙ оценивался как «светлый (14), сильный (16) и большой (15)». Что касается шкалы «тёплый – холодный», то здесь оценки кардинально разделились: одна половина ии. оценила стимул как «тёплый» (8), а другая, большая половина – как «холодный» (9).

У стимула УКРАИНСКИЙ на первом месте оказывается отрицательная оценка (29), на втором месте – нейтральная оценка (27) и на третьем месте – положительная оценка (21). Самое большое количество положительных оценок – у шкалы «светлый – тёмный» (8), самое большое количество отрицательных оценок – у шкал «большой – маленький» (9) и «тёплый – холодный» (9). Таким образом, стимул УКРАИНСКИЙ в целом оценивался как «скорее светлый, чем тёмный», «скорее слабый, чем сильный», «скорее маленький, чем большой» и «скорее холодный, чем тёплый».

Подведём некоторые итоги экспериментального исследования в отношении отобранных для анализа в настоящей статье стимулов – отэтнотнимных имён прилагательных на русском языке (всего 4).

Построенные АВП стимулов, представляющие собой совокупности полученных в ходе САЭ ассоциатов, в основном включают стереотипные реакции, выражающие эксплицитные, лежащие на поверхности смыслы. Подавляющее большинство реакций – это апеллятивная лексика (реже онимы) с культурной семантикой, интегрированная в образы того или иного народа или нации в сознании носителей русской лингвокультуры: РУССКАЯ *душа*, АМЕРИКАНСКИЙ *фастфуд*, УКРАИНСКАЯ *вышиванка*, ФРАНЦУЗСКИЙ *стиль*.

Основное большинство ассоциатов относится к синтагматическому типу ассоциативной связи со стимулом, хотя часть ассоциатов может быть также отнесена к тематическому типу. На наш взгляд, то, что подавляющее большинство ассоциатов являются именами существительными, согласующимися со стимулами в словосочетаниях «прилагательное + существительное», объясняется частеречной принадлежностью стимулов. Отсюда, ассоциатов парадигматического типа – по одному, максимум два у каждого стимула. Мы также полагаем, что частеречная принадлежность стимулов, и то, что стимулы были представлены на русском языке – родном для испытуемых, обусловило отсутствие формальных и формально-смысловых реакций, все полученные в ходе САЭ реакции являются смысловыми.

Ассоциативные реакции, которые выражали бы имплицитные, скрытые смыслы, отношение испытуемых к реальности, ассоциируемой в их сознании с данными отэтнотнимными прилагательными, прежде всего к людям, к общностям и их культурам, включая свою общность и свою культуру, оказываются в значительном меньшинстве по сравнению со стереотипными реакциями. К таковым возможно отнести ассоциаты *любовь* (ФРАНЦУЗСКИЙ), *свобода* (АМЕРИКАНСКИЙ), *величие* (РУССКИЙ), *поддержка* (УКРАИНСКИЙ) и т.п. Не исключено, что, если бы количество участников эксперимента было больше, подобных ассоциатов также было бы больше. Однако значительно

больше скрытых смыслов мы получаем в результате применения метода семантического дифференциала, особенно когда это касается стимулов, относящихся не к каким-то абстрактным для индивида народам по причине географической удалённости и отсутствия межличностных и межгосударственных контактов, а к близким народам в силу культурных, военных и иных пересечений в истории, не говоря уже об общей исторической судьбе. Заметим, что эксперимент проводился два года назад, но результаты освещаются только сейчас. Поэтому нельзя исключать, что субъективные оценки испытуемых, которые уже окончили университет, могли существенно поменяться в ту или иную сторону за этот непростой для нашей страны период времени.

Список литературы

1. Акованцева Н.В. Ассоциативное поле как особый вид лексической группировки (на материале экспериментального исследования ассоциативного поля «ОТДЫХ/ОТДЫХАТЬ»): Дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2022. 269 с.
2. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. М.: Институт языкознания РАН; Харьков: РА – Каравелла, 2001. 320 с.
3. Залевская А.А. Проблемы организации внутреннего лексикона человека. Калинин: КГУ, 1977. 82 с.
4. Залевская А.А. Слово в лексиконе человека: Психолингвистическое исследование. Воронеж: ВГУ, 1990. 204 с.
5. Залевская А.А. Индивидуальное знание: специфика и принципы функционирования. Тверь: Твер. гос. ун-т, 1992. 134 с.
6. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. М.: Гнозис, 2005. 543 с.
7. Клименко А.П. Лексическая системность и её психолингвистическое изучение. Минск: МГПИЯ, 1974. 206 с.
8. Кубышина Н. Роль этнонимов в выражении этнического сознания автора в «Слове о полку Игореве» // Cuadernos de Rusística Española. 2015. № 11. С. 33–46.
9. Попова З.Д., Стернин И.А. Лексическая система языка: Внутренняя организация, категориальный аппарат и приемы описания. 3-е изд. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. 176 с.
10. Соколова Т.В. Ассоциативный тезаурус ребенка 3-6 лет: Автореф. дис. ...докт. филол. наук. М., 1999. 65 с.
11. Чугунова С.А. Отэтнонимная лексика в ментальном лексиконе индивида //Актуальные проблемы филологии, переводоведения и лингводидактики в контексте межкультурного взаимодействия: материалы II Международной науч.-практ. конф., 24–25 окт. 2024 г. / отв. ред. Изотова Н.В. Брянск: РИСО БГУ, 2024. С. 46–52.
12. Шевякова К.В. Глубинная семантика немецких отэтнонимных прилагательных (на примере лексем Deutsch и Russisch): Дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2024. 166 с.

Об авторе:

ЧУГУНОВА Светлана Александровна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории английского языка и переводоведения, Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского (241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14), e-mail: chugunovasveta1@rambler.ru

Ethnic/National group adjectives as individual property

S.A. Chugunova

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University, Bryansk

The research examines the problem of the functioning of Russian adjectives derived from ethnic/national group names in the mental lexicon of the Russian native speaker by empirical methods – the free association test (FAT) and the semantic differential scale. The association and evaluation results of the adjectives *francuzskij* (French), *amerikanskij* (American), *ruskij* (Russian), *ukrainskij* (Ukrainian) are highlighted. The results of FAT demonstrate the prevalence of stereotypical outputs to inputs, most of which convey cultural semantics. Significantly more implicit meanings and overtones are provided by the subjective assessments of the inputs through the employment of the semantic differential method.

Keywords: *ethnic (national, racial) group name, words derived from ethnic (national, racial) group names, individual mental lexicon, FAT, semantic differential.*

About the author:

CHUGUNOVA Svetlana Aleksandrovna – Doctor of Linguistics (Philology), associate professor, professor at the Department of English Language Theory and Translation Studies, Bryansk State Academician I.G. Petrovski University (241036, Bryansk, Bezhitskaya Str., 14), e-mail: chugunovasveta1@rambler.ru

Статья поступила в редакцию 15.02.25

Подписана в печать 03.03.25