

- нография. – Мурманск: МГПУ, 2007. – 312 с.
10. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл; Изд. центр «Академия», 2005. – 288 с.
  11. Леонтьев А.Н. Психология образа // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 14 «Психология». – 1979. – № 2. – С. 3–13.
  12. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: В 2 т. – М.: Педагогика, 1983. – Т. II. – 320 с.
  13. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – 2-е изд. – М.: Смысл; Изд. Центр «Академия», 2005. – 352 с.
  14. Лурье С.В. Психологическая антропология: история, современное состояние, перспективы: Учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2005. – 624 с.
  15. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2005. – 480 с.
  16. Пищальникова В.А. История и теория психолингвистики: Курс лекций. – Ч. 2. Этнопсихолингвистика. – М.: Моск. гос. лингвистич. ун-т, 2007. – 200 с.
  17. Смирнов С.Д. Понятие «образ мира» и его значение для психологии познавательных процессов // А.Н. Леонтьев и современная психология. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1983. – С. 149–155.
  18. Смирнов С.Д. Психология образа: Проблема активности психического отражения. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1985. – 232 с.
  19. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология: Учебник для вузов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 368 с.
  20. Тарасов Е.Ф. Язык как средство трансляции культуры // Язык как средство трансляции культуры. – М.: Наука, 2000. – С. 45–53.
  21. Тарасов Е.Ф. Образ мира // Вопросы психолингвистики. – 2008. – № 8. – С. 6–10.
  22. Языковое сознание: формирование и функционирование: Сб. ст. / Отв. ред. Н.В. Уфимцева. – 2-е изд. – М.: ИЯ РАН, 2000. – 256 с.
  23. Moscovici S. Introductory Address // Papers on social representations. – 1993. – Vol.2. – № 3. – Pp. 160–170.

Е.В. Лукашевич

«В СТА ЗЕРКАЛАХ»:  
СЛОВО В ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

А.А. Залевская характеризует психолингвистику как науку о специфике становления и функционирования языка как достояния индивида – личности, включенной в социум и – шире – в культуру, в межличностные и межкультурные взаимодействия [2: 41]. В 2005 г. в своей статье «"Человеческий фактор в языке": динамика трактовки» А.А. Залевская, размышляя о путях дальнейшего развития науки о языке, подчеркнула: «Первый из них – продолжение "борьбы" за "чистоту" лингвистики, но в таком случае необходимо отказаться от декларирования недостижимых

целей и постановки задач, решение которых только лингвистическими методами попросту невозможно; второй – признание того, что на современном этапе искусственная изоляция языковедения от смежных с ним дисциплин уже ушла в Plusquamperfekt мировой науки, а постановка задачи исследования реального функционирования языка как проявления “фактора человека” требует перехода на *новую систему координат*» [3: 37. – Выделено мной. – Е.Л.]. Е.С. Кубрякова в статье «В поисках сущности языка» в качестве высшей функции языка назвала ориентирующую, или мирозозидающую, функцию языка, которая «служит для установления достаточно устойчивой коррелятивной связи между тем, что познано, увидено и осмыслено человеком в мире “каков он есть”, и тем, что им поименовано, обозначено и включено в описание» [5: 10]. Как видим, эти позиции, расширяющие горизонты традиционной лингвистики, объединены взглядом на язык как достояние пользующегося им индивида.

Для анализа динамики смыслового наполнения концепта УСПЕХ в течение последнего десятилетия мы использовали материалы «Русского ассоциативного словаря» и проведенного нами в 2008–2009 гг. свободного ассоциативного эксперимента (далее – АЭ). В качестве информантов выступило 346 человек, соответствующих социальным и возрастным критериям, обозначенным в «Русском ассоциативном словаре» (далее – РАС) [7].

Мы выделили в структуре концепта пять компонентов: понятие (те существенные признаки, которые отражены в толковых словарях), представление (картинка, возникающая в сознании носителей языка; чувственно-наглядный образ, включающий и зрительные, и тактильные, и вкусовые, и другие образы), предметное содержание (признаки, фиксирующие вовлеченность предмета в деятельность), эмоционально-оценочный (выражение чувства индивида и оценку по субъективной шкале «хорошо – плохо») и индивидуально-ассоциативный (это единичные признаки, которые не интерпретируются с помощью известных лексикографических и фоновых знаний, а представляют субъективный опыт человека) [6: 130]. Структуры концептов, построенные на основе данных РАС и результатов АЭ, свидетельствуют о незначительности количественных изменений в соотношении составляющих их компонентов (см. табл. 1).

Сопоставление данных ассоциативных полей, отличающихся по времени фиксации, дает возможность определить степени стереотипности тех или иных реакций, что отражает изменения в сознании носителей русского языка. Успех представлен в качестве базовых ценностей россиян, значимых и как ценность «для меня», и как ценность для страны в целом. При этом среди 38 выделенных ценностей успех «для меня» стоит на 22-м месте, опережая такие ценности, как *Родина, развитие, профессионализм, могущество, власть, известность* и т.п., и он преимущественно выбирается молодыми людьми от 18 до 34 лет [1: 334–335].

Таблица 1

Компоненты концепта	Материалы РАС (1994–1998 гг.)	Материалы АЭ (2008–2009 гг.)
Понятие	16,1%	13%
Представление	33,1%	41,5%
Эмоции и оценка	35,9%	24,8%
Предметное содержание	11,3%	15,1%
Индивидуальные ассоциации	2,9%	4,2%
Отказы	0,7%	1,4

Ядерная зона концепта УСПЕХ включает представление, эмоции и оценку и понятие. Эти компоненты частично пересекаются, переходят один в другой. Однако анализ ассоциаций в каждом из компонентов позволил выявить некоторые смысловые изменения в структуре концепта. Так, если в середине 90-х гг. XX в. для информантов был более значим успех как результат (*важный, значительный, долгожданный* и др.), то в 2008–2009 гг. не менее значимой становится сфера, в которой субъект добился успеха (в чем-либо). В материалах РАС подобные реакции составляли 16,8 % (*дела 14, в делах 8, в обществе 4, на сцене 3, в жизни 2* и др.), указывая на такие сферы, как работа (8%), бизнес (0,4%), искусство, спорт (5%), жизнь, семья и быт (2,5%), учеба (0,9%). В АЭ они составили уже 25,6 %: *в жизни (11,2%), в работе, на работе, в делах, в бизнесе (9,6%), в спорте (2%), в шоу-бизнесе, на сцене (1,6%), в учебе (1,2%)*.

Анализ словарных дефиниций однокоренных слов *успешный, успе-вать, преуспеть*, взятых из МАС, позволил установить потенциал развития подобных реакций: *успешный* – 2. устар. Такой, которому сопутствует успех в чем-н.; *преуспеть* – добиться успеха в чем-л.; *успеть* – 2. обычно в чем. Устар. Достичь успеха, добиться чего-н. (см. в примерах – сфера достижения успеха). Ср.: оттенки 1 ЛСВ лексемы *успех* в МАС: // благоприятный исход, победа в каком-л. сражении, поединке и т.п. // мн.ч. (успехи, – ов) хорошие результаты в учебных занятиях, достижения в освоении, изучении чего-л.).

По мнению Ю.Н. Караулова, «грамматика в ассоциативно-вербальной сети – в языковой способности говорящего – записана в виде образцов, которые обладают высокой степенью стандартности, а значит, воспроизводимости, и представляют собой следы текстов, которые в разное время проходили через ассоциативно-вербальную сеть носителя языка» [4: 109]. Учитывая, что в качестве информантов в РАС и в АЭ выступали студенты, мы решили проверить полученные данные на других носителях языка и провели анализ текстов русского Интернета с помощью поисковой программы сервера google.ru (28–31 января 2009 г.). Всего было зарегистрировано около 56443000 упоминаний конструкции *успех в чем-то* (см. табл. 2). Как видно из этой таблицы, не все выделенные нами группы представляют сферу реализации успеха; на наш взгляд, весьма продуктивно начинает развиваться смысл ‘способ, путь достижения успеха’ (*в духе, в общении,*

сотрудничестве, отречении, очищении сознания, наставничестве).

Поисковая программа сервера google.ru позволила нам найти подтверждение и другим наметившимся в ассоциативном поле УСПЕХ тенденциям. Ю.Н. Караулов считает, что в свободном ассоциативном эксперименте носитель языка «в ответ на стимул, имитируя диалог, совершает акт предцирования (в широком смысле, т. е. предикации, локации, номинации или оценки), создавая синтаксемы или строя пропозиции, которые могут служить основой для развертывания предложения или текста» [4: 108].

Таблица 2

1.	Успех в жизни	17,9%	13.	Успех в общении	2,8%
2.	Успех в работе, в делах, дела	13,2%	14.	Успех в карьере	2,7%
3.	Успех в бизнесе, бизнеса	8,5%	15.	Успех в Боге	2,4%
4.	Успех в любви	5,8%	16.	Успех в сотрудничестве	2,3%
5.	Успех в обществе	4,6%	17.	Успех в труде	2,0%
6.	Успех в игре	4,5%	18.	Успех в спектакле, в театре, в шоу-бизнесе	1,9%
7.	Успех в управлении	3,9%	19.	Успех в отречении	0,7%
8.	Успех в войне	3,7%	20.	Успех учебе	0,6%
9.	Успех в духе	3,4%	21.	Успех науке и технике	0,5%
10.	Успех в литературе	3,2%	22.	Успех в предприятии, предприятия	0,2%
11.	Успех в семье	3,2%	23.	Успех в очищении сознания	0,1%
12.	Успех в спорте	3,1%	24.	Успех в наставничестве	0,02%

Проанализированные нами Интернет-контексты показали несомненное доминирование у носителей языка локативной тактики предцирования (см. табл. 3). Необходимо уточнить, что так как «модель двух слов» задавалась нами, то в основном рассматривались синтаксемы «успех + прилагательное», «успех + в + сущ. в Пр.п.», «успех + сущ. в Р.п.». Всего получено 75290000 упоминаний.

Таблица 3

	РАС	АЭ	Google.ru
1. Предикация в узком смысле слова	21,9%	18,2%	18,9%
2. Локация	21,6%	36,8%	67%
3. Оценка	35,9%	24,8%	13,1%
4. Номинация	15,1%	9%	-
5. Элементы пропозиции	5,5%	11,2%	-

В поисковой программе мы зафиксировали, что прилагательное ус-

*пеиный* в настоящее время более активно сочетается с одушевленными существительными (*люди, человек, бизнесмен, предприниматель* и т. п.), чем с неодушевленными существительными (*бизнес, предприятие, поиск* и т. п.). Соответственно 63,3 % и 36,7 % (ср.: сочетаемость с одуш. существительным в МАС отмечена как устар., а в СО не отмечена вообще). В ассоциативном эксперименте некоторые реакции на стимул *успех* явно соотносятся с субъектом успеха, обозначая качества того, кому сопутствует успех, качества, позволяющие достичь успеха (*уверенность в себе, беспощадность, наглость, находчивость, понимание, общительность, трудолюбие, самостоятельность, неординарность без самолюбования, умение прощать* и др.). Любопытным представляется и тот факт, что информанты, как правило, упоминают индивидуальный субъект, а не коллективный.

Антропоцентричность концепта УСПЕХ наиболее отчетливо проявляется в «пропозициональной» тактике, когда информант «отвечает на стимул актантом или актантами, при которых предикация прямо не обозначена, а только подразумевается и которые вместе со стимулом задают пропозицию (восходящую опять-таки к некоторому прототипическому для данного испытуемого тексту)» [4: 123]. Так, в качестве элементов пропозиции можно рассматривать реакции: *дорогая черная машина, отдых на море, загар круглый год, ресторан, деньги в большом количестве, клубы, здоровье, домашний кинотеатр; солнце, смех, улыбки, аплодисменты, мурашки по коже, слезы счастья, огонь в глазах* и др.

В поисковой системе google.ru с моделью «успех – это» связано 12100000 упоминаний. Мы предложили студентам, участвующим в свободном ассоциативном эксперименте, на втором этапе продолжить эту модель с учетом собственного опыта, воображения. Приведем некоторые примеры ответов: 1) *успех – дружная счастливая семья; не праздновать Новый год и день рождения в одиночестве; когда семьей в магазин на машине едем; возможность по выходным и праздникам собираться с родителями и друзьями за большим столом;* 2) *успех – шелковое белье на постели; возможность отдыхать в отпуске за границей; чтобы не считать зарплату по копейкам;* 3) *успех – самосовершенствоваться и помогать это делать другим; заниматься тем, что любишь; быть самой собой, не смотря ни на что; истинный успех – тот, которого добился сам; любовь и уважение окружающих; признание обществом; общественно-важное дело;* 4) *успех – чтобы у всех детей было счастливое детство; не только ради себя; хорошие люди на пути; хорошие учителя / преподы.* Ср.: в Рунете предлагается множество текстов с незначительными изменениями в названиях: «Путь к успеху», «Секрет успеха», «Формула успеха», «Успех для ленивых», «Законы вашего успеха», «37 секретов процветания» и т. п. «Успех – это не более чем несколько простых правил, соблюдаемых ежедневно, а неудача – это просто несколько ошибок, повторяемых ежедневно. Вместе они составляют то, что приводит нас либо к удаче, либо к поражению; Вас будет буквально преследовать успех, как только вы отважи-

тесь стать личностью и начнете жить своей головой, даже если это будет перечить мнению большинства» [9]. Речь в таких текстах чаще всего идет об успехе в бизнесе: «Ключевыми факторами, которые определяют ваше финансовое будущее, являются, во-первых, ваша жизненная философия, во-вторых, отношение к себе, своему прошлому, настоящему, будущему, к делу, которым вы занимаетесь; в-третьих, ваши действия» [Ibid.]. Читающему настойчиво внушают необходимость активной деятельности: «Само по себе образование не делает людей успешными и богатыми. Поэтому в мире и в нашей стране очень много людей умных, но бедных». Все чаще мы слышим: «Если ты такой умный, то почему такой бедный?» (ср.: А. Баталов, рассказывая о своих встречах с А. Ахматовой в телепередаче «Ночной полет» на канале «Культура», так интерпретировал происходящее в современном обществе: «Были другие времена. Не считалось стыдным, что нет денег»). Все чаще успех в бизнесе определяется, например, как компетенции, воображение и лидерство, или то, что абсолютно необходимо компаниям, но трудно приобрести даже за "большие деньги", поэтому ключевые факторы успеха – в первую очередь руководители, которые обладают одновременно и экстраординарными способностями, и стратегическим мышлением, и ярко выраженными лидерскими качествами; любой успех усыпан провалами, без них не бывает побед. «Успех – это путь из хорошо встреченных срывов. А провал – это необходимая смазка для любого успеха. Какой бы смердящей, мучительно болезненной ни была неудача, она – необходимый камень в фундаменте успеха» [8]. Как видим, с одной стороны дискурсивная практика подтверждает стабильность тенденций, выявленных в ходе ассоциативных экспериментов, с другой – позволяет вычлнить зоны нестабильных признаков успеха, например, в сфере бизнеса, что требует более детального анализа с привлечением информантов другого социального статуса, а возможно, и возраста.

Таким образом, анализ ассоциативных полей, различающихся временем фиксации, позволил выявить динамику языкового сознания носителей русского языка в осмыслении феномена успеха. Так, смысловые изменения в структуре концепта УСПЕХ связаны с детализацией «ситуации успеха»: во-первых, с более значительной актуализацией сферы проявления успеха, что обнаруживается в доминировании локативной тактики предикцирования; во-вторых, со стабилизацией смысла «способ, путь достижения успеха»; в-третьих, с усилением актанта субъект успеха.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / Отв. ред. А.В. Рябов, Е.Ш. Курбангалеева. – М.: Дом интеллектуальной книги, 2003. – 448 с.
2. Залевская А.А. Проблемы психолингвистики: вопросы теории и истории: Лекции. – Алматы, 2006. – 56 с.
3. Залевская А.А. «Человеческий фактор в языке»: динамика трактовки // Вест-

- ник Тверского государственного университета. Серия «Филология». – 2005. – № 1 (7). – Вып. 2 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С. 25–38.
4. Караулов Ю. Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. – М.: ИРЯ РАН, 1999. – 180 с.
  5. Кубрякова Е.С. В поисках сущности языка // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2009. – № 1. – С. 5–12.
  6. Лукашевич Е. В. Лингвистический эксперимент как способ диагностики эмоциональной напряженности // Языковое сознание: теоретические и прикладные аспекты: Сб.ст. / Под ред. Н.В. Уфимцевой. – М.; Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2004. – С. 129–137.
  7. РАС – Русский ассоциативный словарь. – В 2 т. – Т. 1. / Ю.Н. Караулов и др. – М.: ООО «Изд-во Астрель», 2002. – 784 с.
  8. [www.bonsk.ru/articles.php?cat\\_id=31&id=224](http://www.bonsk.ru/articles.php?cat_id=31&id=224)
  9. [www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru)

Е.М. Масленникова

#### ЯДЕРНЫЕ КОНЦЕПТЫ КУЛЬТУРЫ: К ВОПРОСУ О СОСТАВЛЕНИИ СПИСКА КОНЦЕПТОВ

Языковая картина мира находит свое отражение в менталитете лингвокультурной языковой общности, поэтому речь может идти о этноспецифическом мировидении.

Приобщение к «чужой» культуре идет через текст, в котором находят отражение конструируемые смыслы, характерные для соответствующей лингвокультуры. Взаимодействие в паре «язык ↔ культура» носит этнически обусловленный характер. Необходимо принимать во внимание возможность сближения текстов в одном культурном пространстве. Тексты несут и хранят культурно значимые смыслы, которые, в свою очередь, имеют этнокультурную специфику. Внутри культурного пространства как смыслового универсума или семиосферы (термин Ю.М. Лотмана) поддерживается постоянная функциональная зависимость культурных смыслов.

Межкультурная коммуникация предполагает наряду с наличием у коммуникантов определенной модели коммуникации также возможности анализировать структуру коммуникативной ситуации и соотносить ее с действующими в социуме нормами, ценностями, установками и т.п. Коммуникативное взаимодействие предполагает разделение и принятие коммуникантами «на себя» общей системы норм, ценностей и установок.

А. Вежбицкая [6] считает, что ядерные ценности культуры сосредоточены в ее ключевых словах, а словарный состав, таким образом, в целом становится ключом к этносоциологии и психологии культуры: «некоторые слова могут анализироваться как центральные точки, вокруг которых организованы целые области культур» [Ор. cit.: 37]. Наличие набора ключевых слов позволяет говорить о системе культурных ценностей, а также о при-