Таким образом, можно сделать вывод, что корейская топонимия представляет собой уникальное явление. В топонимах содержатся ценные знания, которые вызывают большой интерес как у лингвистов, так и у историков и географов. Они многое могут рассказать об истории, культуре, традициях и мифологии страны, также, как и о становлении языка и письменности в государстве, а потому не должны быть забыты и должны активно изучаться и в дальнейшем.

Литература

1. Ярцева, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В. Н. Ярцева. – М. : Институт языкознания АН СССР, 1990 г. – 687 с.
2. Никонов, В. А. Введение в топонимику. Изд. 2-е / В. А. Никонов. – М. : Издательство ЛКИ, 2011. – 184 с.
3. Пылкова, А. А. Корейские топонимы как трансляторы культурно-исторической информации / А. А. Пылкова, Ли Донхун // Ученые заметки Тихоокеанского государственного университета. – Хабаровск. – 2017. – № 1. – С. 187–194.
4. Басик, С. Н. Общая топонимика : учеб. пособие для студентов географического факультета / С. Н. Басик. – Мн. : БГУ, 2006. – 200 с.

Концепт «Успех» в понимании современной белорусской молодежи

*Дубров М. А., студ. II к. БГЭУ,
науч. рук. Курганова Н. И., д-р филол. наук, доц.*

Концепт «Успех» является ключевым понятием общественного и индивидуального сознания у носителей разных языков и культур. Главная цель нашей научной работы – определить, что молодые белорусы могут назвать успехом, как они понимают и интерпретируют этот концепт, т.е., каковы содержание и структура данного концепта в восприятии белорусской молодежи.

В соответствии с целью исследования были поставлены следующие задачи: провести моделирование ядра и определить структуру концепта «Успех».

Одним из эффективных и надежных методов исследования значения слова, индивидуального знания и сознания является *ассоциативный эксперимент (АЭ)*, так как обеспечивает доступ к информационной базе человека и предоставляет уникальную возможность наблюдать за протеканием процессов смыслообразования в сознании человека [1, с. 147]. Именно поэтому главным методом исследования выбран АЭ, который проводился онлайн в письменной форме в 2019 г. среди белорусских студентов БГЭУ. В нем приняло участие 90 человек в возрасте от 17 до 22 лет. В результате на словостимул «*Успех*» было получено 369 ассоциативных реакций.

Обработка данных *ассоциативного поля* (АП) «Успех» проводилась в несколько этапов. На *первом* этапе выделено *стереотипное ядро* в составе 12 наиболее частотных реакций: *счастье* (21), *деньги* (20), *радость* (15), *удовлетворение* (13), *работа* (12), *цель* (10), *труд* (9), *достижение* (8), *карьера* (8), *семья* (8), *самореализация* (8), *признание* (7).

Самыми важными, с точки зрения молодых белорусов, показателями успеха являются чувства счастья, радости и наличие денег. Именно эти компоненты составляют *сверхядро* АП «Успех». Студенты отмечают важность получать удовлетворение, а также значимость труда и работы для успеха.

На *втором* этапе на основе классификации ассоциатов по количественным данным были выделены 8 когнитивных слоев:

1. УСПЕХ дает что (127 асс.): счастье (21), деньги (20), радость (15), удовлетворение (13), признание (7), достаток (5), слава (5), власть (4), возможность (4), уважение (4), будущее (3), гордость (3), результат (3), награда (2), свобода (2), спокойствие (2) и др.

2. УСПЕХ требует чего/для УСПЕХА необходимо что (106 асс.): цель (10), труд (9), стремление (6), уверенность (6), желание (5), мотивация (5), удача (5), упорство (5), вера (4), время (4), старание (3), амбиции (2), действия (2), интерес (2), организованность (2), талант (2), трудолюбие (2), целеустремленность (2) и др.

3. УСПЕХ это есть что (49 асс.): достижение (8), самореализация (8), любовь (6), победа (6), развитие (4), родиться в Минске (4), здоровье (3), достижение поставленной цели (2), самодостаточность (2) и др.

4. УСПЕХ достигается с кем (11 асс.): семья (8), друзья (2), мать.

5. УСПЕХ – где/в чем (27 асс.): работа (12), карьера (8), учеба (4), мероприятия, творчество, успех в личной жизни.

6. УСПЕХ есть какой (4 асс.): долгожданный успех, заслуженный успех, неизмеримый, ошеломительный.

7. УСПЕХ – оценка/отношение (18 асс.): а) *Трудность*: трудности (2), борьба, долго, препятствия, сложно, стресс, тяжело. б) *Легкость*: восторг; где родился, там и пригодился; достиг, досягаемость; иметь все, что хотел бы; легкость, тепло, успевать, успешный; чтобы был стимул, нужно действовать.

8. УСПЕХ – образ (27 асс.): мечта (3), улыбка (3), дом (2), голубой цвет, желтый, жизнь, здания, личность, музыка, природа, праздник, путь, Родина, свежесть, свет, смех, смысл, событие, солнце, текст, человек, яркость.

Ранжирование когнитивных слоев в соответствии с количественными данными позволило смоделировать когнитивную структуру АП, представленную в следующем виде:

1. Достижение материальных и моральных благ (127);

2. Условия, необходимые для достижения успеха (106);

3. Сущность успеха (49);
4. Место и сфера успеха (27);
5. Образ ситуации (27);
6. Отношение к успеху (18);
7. Влияние социальных связей (11);
8. Оценки успеха (4).

Анализ когнитивной структуры концепта «Успех» полученных результатов выполненного исследования позволяет сделать следующие *выводы*:

1. Большинство молодых белорусов оценили **успех** как атрибут, который приводит к достижению определенных благ (материальных и моральных). Это значит, что молодые люди в своем большинстве ориентированы на определенный результат, приводящий к успеху.

2. Вторым по величине слоем является когнитивный слой «**Условия, необходимые для достижения успеха**». Это говорит о том, что молодые люди осознают необходимость действий и заинтересованы в целенаправленной деятельности. По данным исследования самыми распространенными ассоциатами этого слоя стали: «цель», «труд», «стремление», «уверенность» и некоторые другие.

3. Для многих участников эксперимента успеха можно достичь в конкретной сфере, области жизнедеятельности. Чаще всего были названы такие сферы, как «работа», «карьера», «учеба», «творчество» и др.

4. Интересным фактом является то, что молодые люди расценивают **успех** как возможный результат деятельности. Об этом свидетельствует наличие таких ассоциатов как: «достижимость», «достиг», «успевать».

Литература

1. Курганова, Н. И. Смысловое поле при моделировании значения слова / Н. И. Курганова. – Мурманск : МГГУ, 2012. – 296 с.

Comparative analysis of taboos in communication in Eastern and Western cultures

*Железко П. Ю., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Зудова С. А.*

Information about taboos of different cultures could help understand each other's sensitivity especially at workplace in order to avoid any misunderstandings. So my scientific research is devoted to comparative analysis of such taboos in communication of two countries – Saudi Arabia and Italy.