

УДК 81'37=161.1+58

М.В. Пигалева

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Пермь, Российская Федерация

M.V. Pigaleva

Perm State University, Perm, Russian Federation

**ОБРАЗ ИСКУССТВА В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА
РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ
(НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)**

**THE IMAGE OF ART IN THE LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD
OF RUSSIAN AND CHINESE YOUTH
(BASED ON AN ASSOCIATIVE EXPERIMENT)**

Приводятся результаты цепочечного ассоциативного эксперимента со словами-стимулами искусство/艺术. В эксперименте приняли участие русские и китайские информанты в возрасте от 18 до 25 лет с незаконченным или законченным высшим образованием, выборка была сбалансирована по полу. Демонстрируются результаты компонентного анализа с разбивкой ассоциативного материала на семантические группы.

Ключевые слова: ассоциации; искусство; семантическая группа; эксперимент.

The article presents the results of a chain-association experiment with the stimulus words art/艺术. The experiment involved Russian and Chinese informants aged 18 to 25 years with incomplete higher or higher education, the sample was balanced by gender. The results of component analysis with the division of associative material into semantic groups are demonstrated.

Key words: association; art; semantic group; experiment.

Языковое сознание – широко используемый в лингвистике термин, который имеет много определений. На формирование языкового сознания влияют множество внеязыковых факторов: возраст, уровень образования, профессия и т. д. Результатом функционирования языкового сознания выступает языковая картина мира, которая отображает специфику языка в сознании носителей [Ковшова, Гудков 2018: 144].

Исследование языковой картины мира включает в себя применение экспериментальных методик. Наиболее распространенным методом исследования является ассоциативный эксперимент. Метод позволяет получить актуальные сведения от представителей разных лингвокультурных сообществ и разных социальных характеристик.

В рамках исследования концепта ИСКУССТВО и его презентаций в русском и китайском языковом сознании нами был проведен цепочечный ассоциативный эксперимент со словом-стимулом «искусство». Информантам предлагалось

написать не менее 30 слов или выражений, которые ассоциируются у них со словом «искусство». Для китайских участников анкеты была переведена на китайский язык. Результаты эксперимента загружались в информационную систему «Семограф» для последующего компонентного анализа с выделением семантических компонентов из ассоциаций и формированием семантических групп.

В результате анализа ассоциаций русских и китайских информантов нами было выделено 16 семантических групп: «Виды искусства»; «Характеристики»; «Прецедентные феномены»; «Стили и жанры»; «Чувства, эмоции»; «Деятельность»; «Произведения искусства»; «Социум»; «Инструментарий»; «Образное определение»; «Деятель искусства»; «Интеллект»; «Авторы»; «Эталон»; «Время». Самой большой группой и у китайских, и у русских информантов стала группа «Виды искусства», включившая в себя ассоциации с любыми упоминаниями видов искусства. Чаще всего русские и китайские информанты называли ассоциации, связанные с изобразительным искусством, музыкой и литературой. Образы из произведений данных видов искусства постоянно воспроизводятся в пространстве культуры и средствах массовой информации, нередко становясь прецедентными феноменами, что объясняет многочисленность ассоциаций в данной группе.

Второй по величине семантической группой у русских стала группа «Деятельность», а у китайцев – «Характеристики». В семантическую группу «Деятельность» вошли реакции, связанные с такими процессами, как: созидание, разрушение, коммуникация, развитие, исполнение. Здесь русские информанты называли преимущественно ассоциации, связанные с созиданием и творческим процессом. Характеристики искусства, названные китайцами, включили в себя: индивидуальность, элитарность, ценность, эстетика, мастерство.

Серьезные расхождения в количестве реакций у русских и китайцев встречаются в семантических группах «Время» (3,4 % и 0,6 % от общего количества реакций у русских и китайцев соответственно), «Прецедентные феномены» (7,6 % у русских и 15,2 % у китайцев), «Интеллект» (7,2 % у русских и 1,9 % у китайцев). Искусство – важный источник прецедентных имен для китайской культуры [Воропаев 2018: 25], и для китайского искусства характерна каноничность и традиционализм [Мещерина 2017], чем и объясняется малая представленность семантической группы «Время» в реакциях китайских информантов. Для русских информантов искусство отвечает духу времени и требует интеллектуального осмысливания. Стоит отметить, что группа «Чувства, эмоции» у русских и китайских информантов представлена почти одинаковым процентом реакций – 8,6 % и 8,5 % соответственно.

Анализ показал как сходства, так и значительные различия образов искусства в ассоциативных реакциях русских и китайских информантов. Ключевой семантической группой для русских и китайцев стала группа «Виды искусства», однако в дальнейшем представленность семантических групп разнится. В русских ассоциациях искусство деятельно, это акт творчества и коммуникации. В китайских ассоциациях искусство эстетически привлекательно, оно вне времени и представлено каноническими представителями в своих жанрах.

Список литературы

Воронаев Н. Н. Китай : имена на все времена. Прецедентные персонажи. Лингвокультурологический словарь-справочник для изучающих китайский язык, культуру, историю, литературу Китая. М. : БКН, 2018.

Мещерина Е. Г. Эстетика Древнего Востока. Китай. Индия. Япония. Буддизм и искусство XX века. М. : Канон+РООИ «Реабилитация», 2017.

Словарь лингвокультурологических терминов / Авторы-сост. Ковшова М. Л., Гудков Д. Б. / отв. ред. М. Л. Ковшова. М : Гнозис, 2018.