

АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ В ИССЛЕДОВАНИИ ФЕНОМЕНА *VOYAGE* (ПУТЕШЕСТВИЕ) ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

В статье предлагается описание структуры многомерного концепта *voyage* (путешествие) с помощью метода ассоциативного эксперимента. Представлен лингвокогнитивный анализ ассоциатов, полученных в ходе эксперимента с французскими информантами. Описана специфическая структура значений лексических единиц, входящих в ассоциативное поле исследуемого концепта.

Ключевые слова: концепт, путешествие, лингвокогнитивное исследование, ассоциативный эксперимент, ассоциат, французская лингвокультура.

В последнее время понятие концепта разработано в отечественной лингвистике достаточно полно. Существует комплексная методика исследования концептов: полевой, компонентный, психолингвистический и культурологический анализы. Однако и на сегодняшний день исследование концептов не потеряло своей актуальности.

В статье представлена попытка рассмотреть французский концепт *voyage* (путешествие) с использованием ассоциативного эксперимента (АЭ) – методики, основанной на изучении и анализе вербальных ассоциаций респондентов на слово-стимул. Анализ ассоциативных связей лексических единиц, входящих в поле концепта *voyage* (путешествие), дает возможность обнаружить специфическую структуру значений, глубинную модель связи отношений, складывающуюся у человека через речь и мышление и лежащую в основе когнитивной организации его многостороннего опыта. Все это говорит о том, что ассоциативный эксперимент является практическим подтверждением теоретических разработок в области исследований структуры многомерных концептов. Вслед за А. А. Залевской отметим, что АЭ по своей сути есть эксперимент лабораторного типа и отно-

ситься к нему необходимо как к своего рода экспресс-анализу, предварительной прикидке, требующей дальнейшей всесторонней проверки [1983. С. 73–74]. С другой стороны, искусственная ситуация АЭ является, как это ни парадоксально звучит, достаточно гибкой и свободной, так как в АЭ нет установки ни на общение с экспериментатором, ни на решение познавательной задачи. [Горошко, 2005].

Концепт, согласно И. А. Стернину, метафорически можно представить в виде плода, имеющего косточку – базовый чувственный образ, и мякоть – дополнительные концептуальные признаки. Таким образом, лингвокогнитивное исследование предполагает описание ядра концепта и его интерпретационного поля. Как известно, ядро концепта включает кодирующий образ базового слоя и некоторые когнитивные слои в совокупности их когнитивных признаков [2001].

Интерпретационное поле концепта – это его периферия, которая, как и ядро, подлежит комплексному исследованию для наиболее полного описания того или иного концепта. При этом важно соблюдать последовательность шагов анализа.

Так, при анализе ядра концепта необходимо выделить ключевые слова-репрезен-

танты данного концепта в языке, или основные средства, которыми он чаще всего манифестируется в речи. Также анализируются и интерпретируются синонимы, симилары, антонимы ключевой лексемы. Для анализа периферии концепта выявленные семемы ищутся в разных номинативных реализациях – других лексемах, синонимах, фразеологических единицах, паремиях, выявляются новые концептуальные признаки, в том числе и экспериментальными методами (в данном случае АЭ).

Ниже анализируются материалы, полученные в ходе АЭ, основанного на словестимуле *voyage* (путешествие), и реакций на этот стимул. Эксперимент проводился в виде анкетирования, при котором испытуемым предлагалось слово-стимул *voyage* (путешествие), на который они должны были отреагировать не задумываясь, первыми приходящими в голову словом или словосочетанием, при этом не налагались ограничения ни на количество ассоциатов, ни на их грамматические формы (например, не было инструкции использовать только существительные). Первичным ассоциатом в данном эксперименте считается реакция на слово-стимул, записанная информантом первой.

При обработке результатов АЭ учитывались все ассоциаты, в том числе и единичные, а сходные по содержанию ассоциаты обобщались. Например, *changements* – *changement* (изменения – изменение) оценивались как одна реакция, а не как разные лексемы. Таким образом, изучались множественные свободные ассоциации.

В эксперименте участвовали 154 информанта, 98 из которых – женщины и 56 – мужчины. Родной язык испытуемых – французский. Уровень образования – среднее специальное. Средний возраст испытуемых – 74 года. Столь почтенный возраст объясняется прежде всего тем, что во Франции в основном путешествия могут себе позволить люди на пенсии, имеющие для этого достаточно возможностей и свободного времени.

Была получена 451 ассоциативная реакция на слово-стимул *voyage*.

Реакции, даваемые испытуемыми в АЭ, могут быть охарактеризованы с позиций лингвистического и психолингвистического аспекта [Мартиневич, 1993]. Под лингвистическим аспектом рассмотрения подразумевается анализ формальных грамматиче-

ских особенности ответов-реакций. В результате анализа было выделено четыре группы реакций.

Во-первых, это реакции-предложения: *voyage – rencontrer des personnes, des paysages et des animaux non connus* (путешествие – это встреча с незнакомыми людьми, пейзажами и животными); *voyage – laisser le quotidien pour du nouveau* (путешествие – это оставить повседневное ради нового); *voyage – connaître la beauté et les paysages* (путешествие – это открывать красоту пейзажей); *voyage – rencontre d'autres cultures* (путешествие – это встреча с другими культурами).

Во-вторых, это реакции-словосочетания: *enrichissement culturel* (культурное обогащение); *agences de voyage* (туристические агентства); *connaissance du monde* (познание мира); *partir loin* (уезжать далеко).

В-третьих, это реакции-слова: существительные: *emotions* (эмоции), *surprises* (сюрпризы), *vacances* (каникулы), *peinture* (живопись); глаголы: *apprendre* (узнавать), *se cultiver* (просвещаться), *se déplacer* (перемещаться), *partir* (уезжать). Прилагательные в основном выделялись в составе словосочетаний: *autres conditions que les nôtres* (другие условия жизни), *des civilisations anciennes* (древние цивилизации), *enrichissement culturel* (культурное обогащение).

Рассмотрение ответов-ассоциатов на слово-стимул *voyage* с лингвистической точки зрения показывает, что наиболее распространенным видом реакций является единичная словоформа: около 79 % всех ассоциатов, из них 78 % существительные. Реакции-предложения составляют около 5 %, реакции-словосочетания – 16 %. Такое соотношение видов реакций обусловлено прежде всего лексико-грамматическими особенностями слова-стимула: имя существительное в единственном числе.

Анализ ассоциатов в рамках психолингвистического подхода позволяет обнаружить лексико-семантические ассоциаты концепта *voyage*, а именно его базовый чувственный образ и некоторые дополнительные смыслы, существующие в сознании носителя французского языка.

Прежде всего, необходимо отметить положительную эмоциональную окраску реакций на слово-стимул: подавляющее большинство ответов представляют собой

положительные ассоциации: *découverte* (открытие), *soleil* (солнце), *sympathie* (симпатия), *aventure* (приключение), *détente* (расслабление, отдых), *plaisir* (удовольствие). Единичными были реакции с отрицательной коннотацией, такие как *problèmes causés par*

le voyage (horaires etc) (проблемы, связанные с путешествием – расписание транспорта и т. д.), *oubli* (забвение), *intempérie* (перемена погоды, ненастье).

Наиболее частотные реакции представлены в таблице:

| Устойчивая словоформа | В составе словосочетаний | Первичных |
|---|---|-----------|
| <i>découverte</i> – открытие (44) | <i>découverte des pays et des cultures</i> – открытие стран и культур, <i>découverte d'amis</i> – нахождение новых друзей, <i>découverte en tout genre</i> – любые открытия | 8 |
| <i>dépaysement</i> – перемена обстановки, новизна, необычность (27) | | 16 |
| <i>changement</i> – изменение (17) | <i>changement de la routine journaliere</i> – перемена обстановки, <i>changement de vie</i> – изменения в жизни | 11 |
| <i>rencontre</i> – встреча (15) | <i>rencontre avec d'autres cultures ou religions</i> – встреча с другими культурами и религиями <i>rencontre d'autres cultures</i> – встреча с другими культурами, <i>rencontrer d'autres personnes</i> – встреча с новыми людьми | 9 |
| <i>connaissance</i> – знакомство, узнавание (14) | <i>connaissance d'un autre pays</i> – знакомство с другой страной, <i>connaissance du monde</i> (5) – познание мира <i>connaissance du monde et des hommes</i> – знакомство с миром и людьми | 5 |
| <i>culture</i> – культура (13) | <i>culture d'autres pays</i> – культура других стран, <i>culture différente</i> – другая культура | 4 |
| <i>avion</i> – самолет (11) | | 4 |
| <i>vacances</i> – каникулы, отпуск (10) | | 4 |
| <i>plaisir</i> – удовольствие (9) | | 5 |
| <i>soleil</i> – солнце (9) | | 2 |
| <i>détente</i> – отдых, расслабление (8) | | 3 |
| <i>évasion</i> – перемена, изменение, отвлечение (8) | | 3 |
| <i>déplacement</i> – перемещение (7) | | 3 |

Все полученные ассоциаты можно разделить на несколько групп, выявляющих основные смыслы концепта *voyage*. Здесь не-

обходимо оговориться, что перевод ассоциатов дается лишь ориентировочный, так как при переводе исследователь неизбежно

изменяет интерпретацию в ту или иную сторону.

Путешествие связано с отдыхом, развлечениями, ничегонеделаньем: *agrément* (развлечения), *croisière* (круиз), *détente* (расслабление, отдых), *distraction* (отвлечение, развлечение), *excursion* (экскурсия), *farniente* (ничегонеделанье), *loisirs* (развлечения, досуг, свободное время), *occasion du voyage* (возможность путешествовать), *promenade* (прогулка), *repos* (отдых), *séjour* (временное пребывание, жительство), *situation de retraite* (нахождение на пенсии), *temps libre* (свободное время), *tourisme* (туризм), *vacances* (каникулы, отпуск), *visites* (посещение чего-либо).

Кроме того, путешествие является определенным родом деятельности, связанной с перемещениями в пространстве и во времени. Отсюда обилие таких ассоциаций, как *acheter* (покупать), *ailleurs* (другие страны), *aller ailleurs* (уезжать), *bouger* (двигаться), *circuit* (тур), *départ* (отъезд), *déplacement* (перемещение), *espaces* (просторы), *itinéraire* (маршрут), *loin* (далеко), *partir* (уезжать), *partir loin* (уезжать далеко), *pays* (страна), *retrouver famille* (возвратиться в семью), *se déplacer* (перемещаться), *sortir* (уходить, уезжать), *trekking* (поход).

Обширная группа ассоциатов объединена тем, что путешествие связано с познанием неизвестных стран, культур, образа жизни людей. Здесь уместно привести следующие ассоциации: *approche* (первое знакомство), *archeologies* (археология), *architecture* (архитектура), *art* (искусство), *beaux paysages* (красивые пейзажи), *civilisation* (цивилизация, мировая культура), *civilisations anciennes* (древние цивилизации), *connaissance du monde* (познание мира), *connaissance du monde et des hommes* (познание мира и людей), *connaissances* (знакомство, познание), *connaître d'autres civilisations* (узнавать другие цивилизации), *connaître la beauté et les paysages* (познать красоту пейзажей), *connaître les autres* (знакомиться с людьми), *connaître les pays* (узнавать другие страны), *contacts humains* (контакты с другими людьми), *cotoyer des personnes* (встречаться с другими людьми), *culture* (культура), *culture d'autres pays* (культура других стран), *culture différente* (другая культура), *d'autres façons de penser* (другой образ

мышления), *découvrir* (открывать), *entendre* (слышать), *étude* (изучение, учение), *évolution de l'agriculture* (развитие сельского хозяйства), *évolution des peuples* (развитие народов), *exotisme* (экзотика), *gens* (люди), *géographie* (география), *histoire* (история), *merveilles du monde* (чудеса света), *mode de vie* (образ жизни), *monuments* (памятники), *musées* (музеи), *nature* (природа), *patrimoine* (наследие), *paysages* (пейзажи), *peinture* (живопись), *religion* (религия), *rois* (короли), *sculpture* (скульптура), *sites historiques* (исторические места, достопримечательности), *tsars* (цари), *vestiges de nos ancêtres* (достоиния предков), *vie dans d'autres pays* (жизнь в других странах), *voir* (видеть), *voir des monuments* (осматривать памятники), *voir des pays* (видеть разные страны), *voir des sites* (осматривать достопримечательности).

Путешествие может иметь аксиологическую направленность, о чем говорят лексемы *affaire* (дело), *apprendre* (узнавать, учить), *émotion* (эмоции), *enrichissement culturel* (культурное обогащение), *pèlerinage* (паломничество), *pèlerins* (пилигримы, паломники), *travail* (работа).

Путешествие зачастую связано с определенным абстрактно-чувственным образом, вызывающим положительные эмоции. Здесь были выделены такие ассоциаты, как *admiration* (восхищение), *agréable* (приятный), *amerveillement* (восхищение), *anti-stress* (антидепрессант), *approfondissement* (углубление, проникновение), *beau temps* (хорошая погода), *beauté du monde* (красота мира), *contemplation* (созерцание), *convivialité* (общительность), *couleur* (цвет, краски), *curiosité* (любопытство), *échange* (обмен), *épanouissement* (расцвет), *horizon* (горизонт), *inconnu* (неизвестное), *information* (информация), *intempérie* (непогода, ненастье), *joie* (радость), *partage* (разделение), *passion* (страсть), *plaisir* (удовольствие), *préparation pour découverte* (приготовления к открытиям), *réalisation d'un rêve* (воплощение мечты в жизнь), *réalisation d'un souhait, d'une envie* (реализация желания, мечты), *richesses* (богатства), *savoir* (знание), *soleil* (солнце), *sourires* (улыбки), *souvenirs* (воспоминания), *sympathie* (симпатия), *température pas trop chaude avec le soleil* (не очень жаркая погода с солнцем).

Большую группу ассоциатов составили реакции, которые указывают на изменения в

жизни, привносимые путешествием: *autre culture* (другая культура), *autres conditions que les nôtres* (условия, отличающиеся от наших), *autres cultures* (другие культуры), *autres pays* (другие страны), *autres personnes* (другие люди), *aventure* (приключение), *changement* (изменение), *changement de la routine journalière* (смена ежедневной рутины), *changement de vie* (изменения в жизни), *changements* (изменения), *changer de lieu* (поменять местопребывание), *changer le quotidien, la routine* (изменить привычный уклад жизни, рутину), *connaissance d'un autre pays* (познание другой страны), *connaissances* (знакомства), *contacts* (контакты, общение), *découverte* (открытие), *découverte des pays et des cultures* (открытие стран и культур), *découvertes en tout genre* (любые открытия), *découvrir d'autres cultures* (открывать другие культуры), *découvrir d'autres pays* (открывать другие страны), *dépassements* (перемена обстановки; новизна, необычность), *étranger* (другой, чужой), *évasion* (побег, отвлечение, изменение), *laisser le quotidien pour du nouveau* (оставить повседневное ради нового), *nouveau* (новое), *nouveauté* (новизна, новшество), *ouverture* (открытие), *pays étranger* (чужая страна), *pays inconnus* (неизвестные страны), *paysages, agriculture nouveaux* (новые пейзажи и местность), *rencontre avec d'autres cultures ou religions* (встреча с другими культурами или религией), *rencontre d'autres cultures* (встреча с другими культурами), *rencontrer d'autres personnes* (встречать других людей), *rencontrer des personnes, des paysages et des animaux non connus* (встретить новых людей, пейзажи, животных), *rencontres* (встречи), *surprises* (сюрпризы), *vivre autrement* (жить по-другому), *voir autre chose* (увидеть что-то другое).

Путешествие часто ассоциируется с информацией о нем и с туристическими агентствами, поэтому можно выделить группу, включающую также имена собственные. Приведем некоторые из подобных ассоциатов: *agence* (агентство, турфирма), *agence de voyage* (туристическое агентство), *catalogues des agences de voyages* (каталоги туристических агентств), *circuit d'agence de voyage Terrien* (маршрут, предложенный агентством Террьер), *émissions de télévision sur les voyages* (телевизионные передачи о путешествиях), *organismes de voyages* (ту-

ристические агентства), *Prions en église, Club méditerranée, Terre entière, Sans frontières, Globe trotters, Club Aventures, Notre Temps, Terrien, NDS* (названия разных туристических агентств), *club* (клуб), *récits des parents ou amis au retour de leur voyage* (рассказы родственников и друзей по возвращении из путешествия), *revues spécialisées* (специальные тематические журналы).

Путешествие как поездка связано с транспортными средствами, поэтому вполне уместны ассоциаты, называющие разные виды транспорта: *autocar* (туристский автобус), *avion* (самолет), *bateau* (корабль), *moyen de transport* (транспортное средство), *train* (поезд), *voiture* (автомобиль).

Кроме того, путешествие не связано с местом постоянного проживания, отсюда реакции типа *bord de mer* (берег моря), *campagne* (загород), *eau* (вода), *mer* (море), *montagnes* (горы), *plages* (пляжи), *océan* (океан), *route* (дорога).

Из всего сказанного можно сделать вывод, что для представителя французской лингвокультуры наиболее важным в путешествии является открытие чего-то нового, познание мира, других культур, при этом обязательно связанное с развлечениями и отдыхом. В путешествии обязательно перемещение, причем на дальние расстояния. Путешествие приносит положительные эмоции и ассоциируется с приятными сторонами жизни – удовольствием, восхищением, солнцем. Для этого оно непременно должно быть организовано, обычно туристическим агентством. В меньшей степени путешествие расценивается как реализация мечты – это, как правило, обычная составляющая жизни француза.

Подведем итоги относительно составляющих частей ассоциативного поля концепта *voyage*. Ядро поля представляют собой группы «открытие, познание нового в путешествии» (35 % от всех полученных реакций), «изменения в жизни» (30 %), «положительные эмоции» (20 %). На периферии находятся ассоциаты, объединенные в группы «отдых» (6 %), «туристические агентства» (4 %), «перемещение в пространстве и времени» (2 %) «транспортные средства» (2 %), «аксиологическая составляющая путешествия» (1 %).

В результате исследования было выяснено, что базовый образ концепта *voyage* име-

ет чувственную природу. Это подтверждается данными проведенного эксперимента: семантические группы чувственных и познавательных ассоциатов наиболее объемны. На этот базовый слой накладываются дополнительные когнитивные слои, отражающие процесс познания и культурное развитие языковой личности (средства передвижения в путешествии, состояние «ничегонеделанья»). Таким образом, подтверждается тезис о том, что выделенный путем традиционных лингвистических процедур (анализ словарной дефиниции, синонимичного ряда и т. д.) базовый чувственный образ может быть прослежен и на уровне ассоциативных реакций. При этом выявляются дополнительные ассоциативные признаки концепта *voyage*, например названия туристических агентств. Отметим, что подобные дополнительные смыслы, как правило, носят узальный характер: они понятны и декодируются на уровне отдельной языковой личности.

Следовательно, анализ ассоциативных связей лексических единиц, входящих в поле концепта *voyage*, дает возможность обнаружить структуру значений, складывающуюся у человека через речь и мышление и лежащую в основе когнитивной организации его многостороннего опыта, где доминантами анализируемого концепта являются открытие нового, познание мира, других культур, связанное с развлечениями и отдыхом.

Полученные результаты можно сравнить с представлениями о путешествии носителями других культур, например русскоязычной. Это даст возможность проследить лингвокультурные различия, а значит, и лингвокультурную маркированность концепта *voyage* во французском и русском языках.

Для максимально полного описания концепта в рамках когнитивной лингвистики необходимо дополнить ассоциативный эксперимент текстовыми исследованиями.

Список литературы

Горошко Е. И. Проблема проведения свободного ассоциативного эксперимента // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. Серия «Филологические науки». 2005. № 3. С. 53–61.

Залевская А. А. Проблемы психолингвистики. Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1983. С. 73–74.

Мартинovich Г. А. Опыт комплексного исследования данных ассоциативного эксперимента // Вопросы психологии. 1993. № 2. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1993/932/932093.htm>.

Стернин И. А. Методика исследования структуры концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / Под ред. И. А. Стернина. Воронеж, 2001. С. 58–61.

Материал поступил в редколлегию 16.06.2010

Yu. V. Raldugina

ASSOCIATIVE EXPERIMENT IN THE STUDY OF THE PHENOMENON VOYAGE IN THE FRENCH LINGUISTICS

In the article a description of the multidimensional concept structure is undertaken with the help of the method of associative reactions. A lingvo-cognitive analysis of associates achieved during the experiment with French informants is offered. It gives an opportunity to find out the specific structure of verbal meaning of the analyzed concept.

Keywords: concept, voyage, lingvo-cognitive analysis, associative experiment, associative, French linguistic anthropology.