

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА АССОЦИАТИВНОГО РЯДА КОНЦЕПТА «МУЖ»

Алламуратова Гулсанем Жалгасбаевна

Нукусский государственный педагогический институт им. Ажинияза
доцент кафедры русского языка и литературы

Алламуратова Айсанем Жалгасбаевна

Частный образовательный ВУЗ «Profi University», г. Ташкент, Узбекистан

доцент кафедры языков

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7248688>

***Аннотация.** В статье рассматриваются индивидуальные особенности языкового сознания носителей русского, каракалпакского и узбекского языков через ассоциативное поле концепта «муж». Данные эксперимента позволили нам выявить некоторые общие для трех языков когнитивные признаки концепта, а также индивидуальные особенности.*

***Ключевые слова:** лингвокультурный типаж, ассоциативное поле, национальная культура, семантический геистальт, ассоциативный профиль, абстрактные понятия*

NATIONAL AND CULTURAL SPECIFICS OF ASSOCIATIVE MEANING OF THE CONCEPT «HUSBAND»

***Abstract.** The article examines the individual features of the linguistic consciousness of native speakers of Russian, Karakalpak and Uzbek languages through the associative field of the concept "husband". The experimental data allowed us to identify some cognitive features of the concept common to the three languages, as well as individual features.*

***Key words:** linguistic and cultural type, associative field, national culture, semantic gestalt, associative profile, abstract concepts*

ВВЕДЕНИЕ

Важным для лингвоперсонологии понятием является лингвокультурный типаж (ЛКТ) – центральный объект теории лингвокультурных типажей. По мнению Т. В. Бондаренко, «лингвокультурные типажии представляют собой обобщенную языковую личность, которая выделяется в лингвокультурах по принципу узнаваемости и частотности и маркируется определенным общественным отношением, которое может изменяться в зависимости от разных социокультурных причин» [1, с. 3].

Таким образом, исследования, ведущиеся в рамках лингвоперсонологии, и особенно в области изучения и описания лингвокультурных типажей, позволяют рассматривать, изучать и описывать национальную картину мира с иных позиций, давая более адекватный образ страны и ее народа. Как нам кажется, значимым представляется рассмотрение лингвокультурных типажей постсоветского лингвокультурного пространства, так как несмотря на поликонфессиональность и тридцатилетний разрыв между государствами, сказавшийся на языковой среде, в которой пребывают носители русского языка, проживающие на территории Узбекистана и Каракалпакстана, тем не менее, образы и типажии, существующие в национальных культурах зачастую очень близки, расширяясь и уточняясь в зависимости от региона проживания респондента и культурных особенностей региона, тем не менее, сходятся в своих ядерных признаках.

В данном исследовании предпринята попытка рассмотрения образа мужа в национальной культуре глазами русских, узбеков и каракалпачков. Важно заметить, что все

респонденты, принявшие участие в эксперименте, являются носителями русского языка, что, несомненно, влияет на наличие общих фоновых знаний и культурного бэкграунда. Мы рассматриваем образ мужа в русле исследований лингвокультурных типажей, задавая как традиционные для исследований образа вопросы (проводя ассоциативный эксперимент), так и выходя за рамки, добавляя параметры, важные для моделирования лингвокультурного типажа.

МЕТОДЫ И МАТЕРИАЛЫ

Ключевым же для нашего исследования является ассоциативный эксперимент и обращение к «ассоциативному профилю» для конкретизации и уточнения индивидуальных особенностей, характерных для рассматриваемых национальных культур. По словам Н.В. Уфимцевой именно «ассоциативный эксперимент является ценным и при понимании индивидуальных особенностей различных культур, поскольку с помощью данного исследовательского приема можно судить об особенностях функционирования языкового сознания человека. Ассоциативный метод можно рассматривать также как специфичный для данной культуры и языка «ассоциативный профиль» образов сознания, интегрирующий в себе умственные и чувственные знания, которыми обладает конкретный этнос» [8, с. 140].

В проведенном нами эксперименте приняли участие 80 человек, из которых 23 определили свою национальную принадлежность как русские, 25 как каракалпаки и 14 как узбеки (остальные участники опроса – казахи (4 человека), татары (7 человек), корейцы (3 человека) и др.). 80% участников опроса – женского пола (полагаем, по причине того, что рассуждать о муже и его образе комфортнее лицам именно женского пола). В опросе приняли участие реципиенты в возрасте от 17 до 65 лет, средний возраст опрошенных составляет 22 года.

Мы задали респондентам следующие вопросы:

1. Укажите ваши первые ассоциации со словом «муж»
2. Продолжите предложение «В моей стране муж – это человек, который...»
3. Назовите известных людей/персонажей литературных произведений, которые, как вам кажутся, воплощают в себе ваше представление о муже
4. Назовите устойчивые выражения со словом «муж», используемые в вашей культуре
5. Черты и качества мужа

Предварительно мы оговаривали, что нас интересуют не идеальные (идеализированные) представления о муже, а та реальность, с которой респонденты сталкиваются ежедневно.

Для анализа полученных нами в первом вопросе ассоциативных полей мы прибегли к семантическому гештальту, предложенному Ю.Н. Карауловым, считавшему, что «большинство ассоциативных полей обнаруживает особую внутреннюю семантическую организацию своего состава, названную мною «семантическим гештальтом» и характеризующую поле как единицу знания о мире, соотнося его строение с отраженной в нем структурой реальности» [7, с. 194].

РЕЗУЛЬТАТЫ

В соответствии с семантическим гештальтом все реакции, полученные в ответе на 1 вопрос, были разделены на следующие группы: КТО, ЧТО, КАКОЙ и ДРУГИЕ.

Рассмотрим содержание этих групп в соответствии с национальной принадлежностью респондентов.

Таблица 1
Семантическая группа «КТО»

Реакции русских	Реакции каракалпаков	Реакции узбеков
мужчина (5), супруг (2), защитник (2), друг (3), отец (2), мужик, дети (2), жена, кормилец (2), человек, ученый, партнёр, кишкомот.	мужчина (2), защитник (3), друг, отец (4), спутник жизни (3), мужик, глава семьи (4), дети (2), жена, кормилец, бездельник, брат, хранитель очага (3), ухажёр, человек, герой, мужёнок, добытчик	мужчина (3), друг, мужик, дети (2), жена, муж

В группе «кто» большое количество синонимичных слов (*мужчина-мужик-муж-супруг*), примечательно, что в реакциях всех национальностей в поле «кто» вошли и *жена*, и *дети*. Интересно отметить, что в русской и каракалпакской картине мира муж – это *хранитель очага, добытчик* и *кормилец*, в то время как в узбекской такой взгляд на мужа не звучит. Также примечательно, что в русской и каракалпакской картине мира отражена негативная оценка (*бездельник, кишкомот, муженёк*).

В этом случае следует отметить, что традиционно перед узбекской женщиной не встает вопрос о том, что муж должен являться *добытчиком* и *кормильцем*, так как само понятие «муж» - хозяин семейства это подразумевает.

Совсем иначе дело обстоит у каракалпакских женщин. Исторически сложилось, что каракалпаки кочевники. Постоянные притеснения заставляли покидать обжитые места. Поэтому ответственность за сохранность детей, нажитого и т.д. ложилась и на женскую долю. Но ощущать себя слабым полом она не переставала, отсюда и желание у женщин каракалпачек возложить ношу *кормильца, добытчика* на мужа.

Таблица 2
Семантическая группа «ЧТО»

Реакции русских	Реакции каракалпаков	Реакции узбеков
опора (4), любовь (6), свадьба, защита (3), надёжность (6), семья (3), брак (3), забота (2), поддержка (2), дом (5), сила (4), надежда, внимание, уважение, доверие, ответственность (2), взрослая жизнь, разбросанные носки, документы, дела давно минувших дней, вторая	опора (7), любовь (3), защита, семья (5), забота (4), поддержка (4), сила, надежда, верность, заботливость (2), внимание, мужество, взаимопонимание (3), уважение, доверие (2), достоинство, понимание, крепость, воспитание, гордость, шит.	опора (4), свадьба (2), семья (3), забота (2), поддержка, сила, верность, мужество, взаимопонимание, твердость, скукота.

половина, спокойствие, костюм, очки, плечо, порядочность, лень, помощь, смелость, надежда, труд, диван, еда, решительность, кольцо, ЗАГС.		
---	--	--

Немаловажным кажется отметить, что в русской лингвокультуре большое количество конкретных предметов, которые ассоциируются у респондентов с мужем – *очки, костюм, плечо, диван, еда, кольцо*, в то время как в двух других лингвокультурах преобладают абстрактные понятия, говорящие больше о качествах супруга и семьи в целом (*понимание, гордость* и др.).

Можно предположить, что одна из причин в подборе отличительных терминов заключается в возрастном цензе. Большая часть респондентов русской национальности той возрастной категории (от 45 до 65), которые имеют длительный опыт семейной жизни. Отсюда их более глубокое ощущение понятия «что есть муж», которое вылилось в предметные ассоциации. По-другому дело обстоит с опрошенными узбекской и каракалпакской национальности: это молодые люди от 17 до 23 лет, которые на данный момент воспринимают понятие «муж» только с точки зрения его человеческих качеств.

Таблица 3

Семантическая группа «КАКОЙ»

Реакции русских	Реакции каракалпаков	Реакции узбеков
любимый (3), верный, бывший, достающий, учёный.	любимый (2), счастливые, работающий ради семьи, доверительный.	любимый, верный, мужественный, смелый, умный, храбрый, кормящий семью, мудрый, честный, ревнивый, любящий, мужской.

Примечательно, что в этой группе больше всего реакций было получено от узбекских респондентов. Именно их ответы отразили характеристику мужа и представления о нём. При этом все мнения исключительно положительные, в то время как для русской и каракалпакской лингвокультуры наиболее значимым было наличие любви в браке, а также возникли конкретизирующие реакции – субстантивированные прилагательные (бывший и учёный).

И опять причиной полученных результатов является отношение узбекской женщины к мужу, воспитываемое еще с раннего детства. Если в каракалпакской семье не принято жене обращаться к мужу на «Вы», то в узбекской семье это очевидный факт. В традициях узбеков к мужу по имени не принято обращаться. Его называют или *хожаин* (хозяин) или *дадаси* (отец). Не является зазорным, если жена каракалпачка разговаривает с мужем на повышенных тонах, что ни коем образом не допускается в узбекской семье.

Таблица 4

Семантическая группа «ДРУГИЕ»

Реакции русских	Реакции каракалпаков	Реакции узбеков
объелся груш, дальше личное, нам хорошо	муж в семье голова, это человек, который будет за тебя стоять как щит	моё всё

В данной группе обозначились устойчивые сочетания, закрепленные в сознании носителей лингвокультур – характерно, что если для русских – это «*объелся груш*», то для каракалпаков «*в семье голова*» и «*как щит*».

ОБСУЖДЕНИЕ

Предпринятый анализ семантического гештальта продемонстрировал, что образ мужа в исследуемых лингвокультурах имеет несомненные сходства, но при этом в видении мужа выявляются и различия.

Сходства в первую очередь обусловлены ключевыми концептами поля «муж» – опора, свадьба, любовь, любимый, а разница заключена в отношении к мужу – кишкомот, бездельник.

Полученные данные позволяют выявить оттенки значений образа мужа в рассматриваемых лингвокультурах, обратить особое внимание на закрепленный в языке и сознании образ.

В вопросе «В моей стране муж – это человек, который» преобладала идея заботы (*заботится о своей семье*) во всех лингвокультурах, однако в ответах представительниц Каракалпакстана возникли такие параметры, как *бьёт, пьёт и изменяет, живёт в своё удовольствие*, в то время как в ответах русских однозначно преобладали *содержит семью, зарабатывает деньги*. Очевидно, что оба отмеченных параметра не являются взаимоисключающими, но, тем не менее, важно отметить, какие конкретно параметры в какой культуре выходят на передний план.

Ответы респондентов, полученные на вопрос, предполагающий назвать известного человека или литературного героя, которые, как им кажутся, воплощают в себе представление о муже, трудно поддаются интерпретации, так как, как нам кажется, многие респонденты называли персонажей программных произведений, которые, возможно, запомнились им из школьного обучения и никак не связаны с сутью вопроса представленного в опросе (*Евгений Онегин, Пётр Гринёв, Каренин, Болконский, Данко, Обломов*) или мужчин, чей образ супруга культивируется средствами массовой информации (*Максим Матвеев, Влад Топалов, Антон Макарский, Иван Охлобыстин*). Интересны образы киноперсонажей, отмеченные респондентами (*Женя Лукашин, Гена Букин, Гоша из «Москва слезам не верит»*).

При анализе устойчивых сочетаний была отмечена следующая закономерность: практически все русские респонденты использовали сочетания «*муж объелся груш*» (20), «*муж и жена – одна сатана*» (4), «*уж замуж невтерпёж*», представители узбекской же и каракалпакской культуры использовали выражения «*эр бермок жон бермок*» (*если для меня будет ниспослан муж, отдам за него жизнь*), «*у хорошего мужа плохой жены не бывает*», «*муж голова, а жена – шея*», «*муж – единица, жена – ноль*», «*за честным мужем, жена честна*», подчеркивающие значимость роли мужа в культуре.

Вопрос, предлагающий назвать основные черты и качества мужа, как нам кажется, ввел респондентов в заблуждение, так как все названные им параметры, однозначно описывают представление об идеальном мужчине, расходясь при этом с их же ответами на предыдущие вопросы, возможно, поразмыслив над ассоциациями и литературными героями, которые, как им кажутся, демонстрируют их отношение к мужу и пониманию этого образа в их культуре, следующим этапом для респондентов закономерно стал вопрос о том, каким бы они хотели видеть мужа. Поэтому и преобладающие ответы здесь *честный, искренний, зарабатывающий, верный, уважающий, любящий*.

ВЫВОДЫ

Таким образом, подводя итоги проведенного эксперимента, мы можем сделать выводы о том, что, несмотря на небольшие различия в ассоциативных рядах, имеющих отношение к образу мужа, в разных лингвокультурах, мы, тем не менее, наблюдаем серьезные расхождения, связанные с фразеологическим фондом русского и узбекского языков, и актуальности этих конструкций современной респондентам действительности. Несомненно, что на данный факт оказали влияние как исторические, культурные аспекты, так и национальные традиции народов.

REFERENCES

1. Бондаренко Т.В. Лингвокультурный типаж «английский дворецкий»./ Т.В.Бондаренко // Автореферат диссертации по филологии. - Волгоград, 2009. – С. 21.
2. Дубровская Е.М. Лингвокультурный типаж: динамика и трансформация (на примере «человека богемы»). – Новосибирск: НГТУ, 2019. – С. 238.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. - Волгоград: Перемена, 2002. – С. 477.
4. Карасик В.И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. – С. 406.
5. Карасик В.И., Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия /В.И. Карасик, О.А. Дмитриева // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типаж. – Волгоград: Парадигма, 2005. – С. 5-25.
6. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – С. 264.
7. Караулов Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети // Этнокультурные исследования языкового сознания. М., 2000. С.191-205.
8. Уфимцева Н.В. Русские: опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. Сборник статей. М., 1996. С. 139-162.