

ИЗУЧЕНИЕ ДИНАМИКИ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНЫХ РЕАКЦИЙ

© 2020 Старостина Е.В.

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия

В работе на материале словарей РАС и ЕВРАС производится сопоставительное изучение группы прецедентных реакций, связанных со сферой культуры. Анализ материалов ассоциативного словаря может дать ответ на вопрос о том, какие именно тексты являются «текстами влияния» для современных носителей языка. Для современной молодежи «тексты влияния» — это, в первую очередь, литературные и телевизионные тексты, а именно детская литература и классическая русская литература XIX–XX веков, а также классическая зарубежная литература и произведения современных авторов. Значительно увеличивается также (по сравнению с РАС) количество отсылок к зарубежным фильмам, возрастает число упоминаний зарубежных актёров и режиссёров. При этом испытуемые продолжают цитировать старые советские кинокартины и мультфильмы, в их памяти всплывают названия этих фильмов и имена их героев.

Ключевые слова: вербальные ассоциации, ассоциативный словарь, прецедентный феномен, динамика языкового сознания, языковое сознание.

Проблема изучения вербальных ассоциаций является одной из ведущих проблем современной лингвистики. В настоящее время существует целый ряд ассоциативных словарей, описывающих языковое сознание носителей русского языка, принадлежащих к разным социальным группам (в первую очередь, это дети и молодежь).

Большинство современных исследований ассоциаций опирается на Русский ассоциативный словарь под редакцией Ю.Н. Караулова [2]. Участниками ассоциативных экспериментов, результаты которых зафиксированы в Русском ассоциативном словаре, являлись студенты высших учебных заведений различных специальностей из разных городов России в возрасте 17–25 лет. Материал РАС собирался с октября 1988 г. по май 1990 г., то есть в данном словаре представлено языковое сознание студентов конца восьмидесятых — начала девяностых годов.

Существуют также более современные ассоциативные словари, фиксирующие языковое сознание молодежи — Русский региональный ассоциативный словарь-тезаурус (ЕВРАС) и Русская региональная ассоциативная база данных (СИБАС), в которых представлены результаты

ассоциативных экспериментов, проведённых во втором десятилетии XXI века со студентами вузов из разных частей страны (в словаре ЕВРАС зафиксировано языковое сознание жителей европейской части России, в словаре СИБАС — жителей Сибири и Дальнего Востока).

Ассоциативный словарь является ценным источником для получения информации о динамике языкового сознания носителя языка. Во-первых, ассоциативный словарь даёт нам информацию о психолингвистическом значении слова. При этом многие учёные солидарны в том, что ассоциативный словарь — не менее, а, может быть, даже более ценный источник информации о значениях слов. Если говорить о главном отличии ассоциативного словаря от словаря толкового, то, как подчёркивает В.Е. Гольдин, ассоциативные словари «не формулируют значений слов и не дают достаточных оснований для таких формулировок, но позволяют устанавливать сферы референции слов-стимулов, то есть определять те фрагменты мира, с которыми соотносится стимул в сознании испытуемых» [1]. С другой стороны, Е.Ф. Тарасов отмечает, что ассоциативное поле (экспериментально создаваемый артефакт) можно поставить в один ряд с такими формами фиксации

общенационального словаря, как академические грамматики и толковые словари [6]. Н.В. Уфимцева делает ещё более смелое заявление, говоря о том, что традиционные лингвистические словари во многом уступают ассоциативным, поскольку «как правило, являются результатом рефлексии лингвиста над своим языковым сознанием <...> Однако «наивная» языковая картина мира зачастую сильно отличается от результатов, получаемых лингвистом, что нам и демонстрируют результаты массовых ассоциативных экспериментов» [7].

Во-вторых, сопоставление данных ассоциативных словарей, изданных в разное время, позволяет сделать выводы о динамике значений слов и динамике языкового сознания. Изучением динамики языкового сознания носителей языка на материале ассоциативных данных занимались многие исследователи (см. работы Н.В. Уфимцевой, В.Е. Гольдина, А.П. Сдобновой, О.В. Гусельниковой, И.Л. Гарбар и других).

Большинство из них согласны в том, что происходят определённые изменения в структуре ассоциативных полей, в психолингвистических значениях отдельных слов, в языковом сознании испытуемых в целом. Эти изменения происходят неравномерно, какие-то участки языкового сознания меняются быстрее, какие-то остаются стабильными на протяжении длительного времени. Данные изменения вызваны в первую очередь внешними причинами — изменениями в образе жизни людей, в политическом строе и экономической ситуации, в структуре общественных и социальных отношений, существующих в обществе.

Предметом настоящего исследования является социокультурный аспект динамики языкового сознания молодых носителей русского языка. Материалом исследования послужил обратный том ЕВРАС, из которого нами были отобраны ассоциативные пары precedentного характера. Прежде всего, нас интересовали такие сферы культуры, как литература, кино и телевидение, живопись. Очевидно, что в силу достаточно большого объёма словаря (1000 стимулов, на каждый из которых дано более 500 реакций) какие-то реакции precedentного характера могли быть

нами упущены, однако, на наш взгляд, полученная выборка является достаточно репрезентативной.

Для сопоставления использовались данные словаря РАС, описанные Ю.Н. Карауловым. Precedentные реакции, встречающиеся в РАС, достаточно подробно описаны в послесловии Ю.Н. Караулова к данному словарю.

Ю.Н. Караулов отмечает, что в РАС представлены разнообразные precedentные тексты **русской и мировой литературы**, и их перечень мог бы очертить тот литературный фонд, которым владеет средний носитель русского языка в возрасте испытуемых, участвовавших в экспериментах. Автор приводит также перечень основных способов актуализации данных precedentных феноменов. Они могут вводиться:

г) названием произведения (не всегда точным и полным, но легко узнаваемым): **смерть** — *поэта*, **сорок** — *первый*, **старик** — *и море*, **страна** — *Муравия*, **сын** — *полка*, **старик** — *сказка о рыбаке и рыбке*, **страдание** — *юного Вертера*, **болезнь** — *левизны*; **шаг** — *вперёд, 2 шага назад*; **что** — *делать*; **краткий** — *курс истории ВКП(б)*;

h) именем (обозначением) персонажа: **сострадание** — *Соня Мармеладова*; **сплетни** — *о Чацком*, **старик** — *и рыбка*, **стыдливый** — *Альхен*, **тихий** — *Ион*, **шалопай** — *Гаврош*, **экономный** — *Плюшкин*, **гнев** — *Тараса Бульбы*, **враньё** — *Хлестакова*, **горб** — *Никита Артамонов*, **повеса** — *Куракин Анатолий*;

i) именем автора: **я** — *Маяковский*, **воскресение** — *Толстой*, **дым** — *Тургенев*, **метелица** — *Фадеев*, **старик** — *Хемингуэй*, **деревня** — *Пушкин*, **жизнь** — *Мопассан*, **лес** — *Леонов*, **мы** — *Замятин*;

j) цитатой или выразительным намёком на цитату из произведения: **хорошо** — *крошка сын*, **пурга** — *завируха* [< «в поле вьюга-завируха...»>]; **повеса** — *летя на почтовых*; **кровь** — *людская не водица*; **звезда** — *пленительного счастья*; **который** — *построил Джек*, **человек** — *глыба*; **сыр** — *во рту держала*; **шумный** — *идёт, гудёт зелёный лес*; **спина** — *белая*; **судьи** — *кто*; **очень** — *но по пять и вчера*; **золото** — *золото, сердце народное*;

к) указанием какого-то характерного предмета, существа, действия, места, явления, играющего важную роль в развитии сюжета произведения: **старик** — *невод*, **письмо** — *Татьяны*, **страна** — *дураков*, **месяц** — *сказка о мёртвой царевне*, **гора** — *Сим-сим*, **овца** — *Рахиль* [< «Иосиф и его братья»], **след** — *Робинзон*, **ползти** — *Мересьев*, **рука** — *мавра*, **борода** — *Черномора* [5].

Материалы Русского ассоциативного словаря (РАС) собирались достаточно давно, в конце 80-х — начале 90-х годов. Можно предположить, что если способы актуализации тех или иных прецедентных феноменов, скорее всего, остались прежними, то набор текстов мог претерпеть некоторые изменения.

Хотелось бы отметить, что количество такого рода связей в ЕВРАС достаточно велико, нами было обнаружено более 300 ассоциативных статей такого рода, ряд статей представлен только одной парой стимул-реакция, но многие статьи содержат несколько ассоциативных связей, кроме того, прецедентные реакции могут быть частотными. Примерно такое же количество прецедентных ассоциативных связей (более 300 статей) связано с кино и телевидением, другие же сферы культуры (музыка, живопись) дают гораздо меньшее количество прецедентных реакций. На наш взгляд, это может свидетельствовать о том, что несмотря на часто звучащие в обществе сетования на то, что сейчас дети мало читают (не читают вовсе), для современной молодёжи художественная литература всё ещё остаётся источником прецедентности, а художественные тексты продолжают оставаться «текстами влияния», оказывая мощное воздействие на формирование ассоциативных связей в языковом сознании молодых носителей языка.

Возможно, достаточно большое количество прецедентных литературных реакций в словаре ЕВРАС связано также с тем, что испытуемыми в данном случае являлись студенты высших учебных заведений разных специальностей, т. е. люди с достаточно высоким уровнем общей культуры. Кроме того, в их число входили студенты-филологи, и именно они могли давать бо́льшую часть

прецедентных реакций, связанных с литературными текстами.

Как мы и предполагали, способы актуализации прецедентных феноменов остаются прежними. На первом месте по частотности — актуализация прецедентного феномена при помощи упоминания **имени персонажа (36 %)**: *Айболит* ← доктор 56; врач ← добрый 1; *Борменталь* ← доктор; *В. Тёркин* ← смелость; *Вий* ← мрачный; *Воланд* ← жестокий, мастер; *Гвидон* ← царь 3; *Гендальф* ← мудрый; *Гобсек* ← запас; *горбун Квазимодо* ← безобразный; *Данко* ← сердце 2; гордый и др.

На втором месте по частотности — отсылка к **названию произведения (30 %)**: *джунгли* ← книга 9; *Дон* ← тихий 109; *Зойкина* ← квартира; *и любовь* ← коварство 29; *и Маша* ← медведи 3; *и мир* ← война 33; *и море* ← старик 36; *и предубеждение* ← гордость 21; *и принц* ← нищий 5; *Каменный* ← гость; *капитана Гранта* ← дети и др.

Также достаточно часто испытуемые называют **автора текста (21 %)**: *Карамзин* ← романтик; *Кафка* ← процесс 2; *Конан Дойл* ← лицо; *Марк Твен* ← литература; *Маяковский* ← гражданин 3; бюрократия, хорошо 2; баня, буржуазный, высокий, литература, сильный; *Набоков* ← книга, отчаяние, читать; *Островский* ← лес и др.

Гораздо реже можно встретить **цитаты или фрагменты цитат из художественных текстов (9 %)** (например, *Отечества* ← дым; *Русью пахнет* ← здесь; *самых честных правил* ← дядя 4; *юношей питает* ← наука; *из широких штанин* ← достать 2; *ленинградский почтальон* ← он) и **реакции, связанные с описанием каких-то ситуаций из произведений**, т. е. указание предмета, существа, действия, места, явления, играющего важную роль в развитии сюжета произведения (**4 %**). Например, *Багдад* ← воровать; *джинн* ← лампа 5; желать, появиться 2; *золотая рыбка* ← море; *Золотая рыбка* ← старик 2; *корыто* ← бедствовать, разочарование; *невод* ← старик 2; *Капулетти* ← война; *Овсов* ← фамилия.

Особый интерес представляет исследование того, какие именно стимулы вызывают в сознании испытуемых прецедентные реакции, и какие механизмы здесь работают. Самые простые случаи — это

реакции на стимулы **книга, книжка, читать, литература**. Эти и подобные им стимулы закономерно вызывают реакцию в виде названия произведения или фамилии писателя. Например, стимул **книга** вызывает такие прецедентные реакции, как *Анна Каренина, джунгли, Библия, Гарри Поттер, Алиса, Булгаков, Гамлет, Кинга, Мастер и Маргарита, Набоков, Отцы и дети, Пушкин, Сталкер, Чак Паланик*; на стимул **литература** испытуемые дают реакции *Пушкин, Пушкина, Гоголь, Толстой, Чехов, Блок, Булгаков, Достоевский, Достоевского, Дюма, Есенин, Кафка, Лермонтов, Марк Твен, Маяковский, Му-Му, Пелевин, Шекспир*.

Также часто реакцию в виде фамилии писателя вызывает стимул **памятник**. Испытуемые вспоминают таких писателей, как Пушкин, Гоголь, Есенин, Лесков, Ломоносов.

Но гораздо больший интерес представляют случаи, когда реакцию прецедентного характера вызывает стимул, не имеющий непосредственного отношения к литературе. Прецедентная связь может быть актуализирована в сознании испытуемого самым неожиданным образом. Например, у одного из испытуемых на стимул **масло** возникает реакция *Берлиоз*, т. е. в его сознании запускается целая цепочка ассоциативных связей, связанных с ситуацией «Аннушка пролила масло, и из-за этого Берлиоз попал под трамвай» из романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Таких интересных примеров в нашем материале достаточно много. Конечно, такого рода связи в основном единичны, т. е. реакции носят индивидуальный характер (*Вечера на хуторе ...* ← луна; *горбун Квазимодо* ← безобразный; *Капулетти* ← война; *Макбет* ← безумие; *на дне* ← счастье).

С другой стороны, существуют высокочастотные ассоциативные связи, появление которых вполне закономерно. В основном они вызваны отсылками к названиям произведений (*Дон* ← тихий 109; *и любовь* ← коварство 29; *и Маргарита* ← мастер 58; *Маргарита* ← мастер 38; *и мир* ← война 33; *и море* ← старик 36; *и предубеждение* ← гордость 21; *предубеждение* ← гордость 29; *Маша* ← медведи 27; *Машенька* ← медведи 4; *миров* ←

война 38; *остров* ← таинственный 43; *принц* ← нищий 29; *труп* ← живой 50; *аленький* ← цветок 22) либо являются именами персонажей (*дурак* ← Иван 118; *дурачок* ← Иван 4; *Иван* ← дурак 40; *Айболит* ← доктор 56; *Буратино* ← деревянный 25; *Лир* ← король 36; *Мук* ← маленький 28; *синяя* ← борода 35; *Стёпа* ← дядя 67; *Хоттабыч* ← старик 67; *-с-пальчик* ← мальчик 99).

Подводя итоги, следует сказать о том, что тот литературный фонд, которым владеют современные молодые люди, представлен как произведениями отечественных авторов (в большей степени), так и зарубежной литературой. Сюда входят в основном книги для детей (сказки, стихотворения, приключенческие повести), классическая русская литература XIX века (та, которая включена в так называемую «школьную программу») и произведения авторов XX века.

Если сопоставить полученные нами данные с материалам РАС, описанными Ю.Н. Карауловым, можно увидеть, что часть текстов остаётся актуальной по сей день. Это прежде всего тексты классической русской и зарубежной литературы. Некоторые ассоциативные связи воспроизводятся практически в неизменном виде. Например, и в РАС, и в ЕВРАС есть такие ассоциативные пары, как **старик** — *и море, страдание — юного Вертера, воскресенье — Толстой (ср.: роман Толстого — воскресенье), мы — Замятин, который — построил Джек (который построил Джек — дом), письмо — Татьяны (Татьяна)*. С другой стороны, тот фонд текстов, который есть у сегодняшних испытуемых, закономерно обновляется за счет включения в него имён и произведений современных авторов (Пелевин, Мураками, Толкин и др.) и теряет тексты, которые были популярны в советскую эпоху и зачастую связаны с советской идеологией. Так, вряд ли в ЕВРАС могли бы обнаружиться такие ассоциативные связи, как **болезнь** — *левизны; шаг* — *вперёд, 2 шага назад; краткий* — *курс истории ВКП(б)* и подобные.

Ю.Н. Караулов отмечает, что в РАС широко представлены также связи, отсылающие к таким медиа-текстам, как тексты **кино и телевидения**. В послесловии к РАС автор приводит также перечень основных способов

актуализации данных прецедентных феноменов. Так же, как и литературные прецедентные связи, они могут вводиться:

а) названием произведения: **солнце** — *пустыни, белое, Белое солнце пустыни*; **три** — *тополя на Плющихе*; **серия** — *Спрут*; **свой** — *среди чужих*; **взгляд** — *передача по ТВ*; **ну** — *погоды*; **учительница** — *сельская*; **цветок** — *в пыли*; **человек** — *со стороны, с ружьём*; **член** — *правительства*;

б) именем (обозначением) персонажа фильма или мультфильма: **бабушка** — *удава* (< мультфильм); **рожа** — *Шарапов* (< телефильм «Место встречи изменить нельзя»); **серия** — *про Штирлица*;

с) именем актёра или режиссёра: **тема** — *Тарковский*; **берег** — *фильм Наумова*; **весёлый** — *Ч. Чаплин*; **начать** — *Чурикова* (< к/ф «Начало»); **похожий** — *на Бельмондо*; **балбес** — *Никулин*;

д) цитатой или выразительным намёком на цитату из произведения: **уйти** — *огородами* (< «к/ф «Живёт такой парень»); **улица** — *ведущая к храму* («Покаяние»); **тюрьма** — *твой дом* (< к/ф «Берегись автомобиля»); **о минутах** — *свысока* (< телефильм «Семнадцать мгновений весны»)[5].

Объём прецедентных реакций, связанных с именами известных актёров, ведущих и режиссёров, названиями фильмов и мультфильмов, телепередач, цитатами из фильмов и текстов рекламы, именами героев фильмов и мультфильмов и т. п. в ЕВРАС достаточно велик. Как и в случае с литературными текстами, нами было проанализировано около 300 статей обратного ассоциативного словаря, содержащих подобные реакции. Таким образом, отсылки к литературным текстам и медиа-текстам появляются у современных испытуемых с примерно одинаковой частотой. Это говорит о том, что телевидение, кино, массовая культура становятся все более популярными источниками прецедентности.

Как показал анализ нашего материала, чаще всего в сознании испытуемых тот или иной стимул вызывает реакцию, связанную с названием фильма, сериала или мультфильма. Испытуемые так или иначе упомянули названия более 90 фильмов, как отечественных, так и зарубежных, но

количество примеров гораздо больше, около 150, поскольку к одному и тому же фильму или мультфильму испытуемые могли обращаться неоднократно. Можно сказать, что около половины всех найденных нами статей (около 50 %) — это отсылки к названиям различных фильмов. Например, *Аватар* ← *чужой*; *Белый Бим, чёрное ухо/Белый Бим* ← *собака*; *Бим Чёрное Ухо/Бим* ← *белый* 5; *бриллиантовая/бриллианты* ← *рука* 3; *в Терабитию* ← *мост*; *ванильное/ванильный* ← *небо* 5; *горбатая* ← *гора* 8; *дьявола* ← *адвокат* 42; *и голуби* ← *любовь* 7; *и ещё тупее* ← *тупой* 16; *Борна* ← *превосходство* 18; *было в Пенькове* ← *дело*; *в бездну* ← *шаг* 2; *Ватерлоо* ← *мост* 2; *встречи изменить нельзя/встречи изменить...* ← *место* 5; *место встречи изменить нельзя* ← *встреча*; *Вязов* ← *улица* 6; *говори «да»* ← *всегда* 8; *Джейн* ← *солдат* 3; *Звёздные войны* ← *империя* 3; *из Шоушенка* ← *сбежать* 3; *инстинкт* ← *основной* 187; *Мария* ← *просто* 10; *миров* ← *война* 38; *мистер Рипли* ← *талантливый* 3; *на изюбря* ← *охота* 3; *на пиранью* ← *охота* 5; *Пила* 4 ← *билет*; *король* ← *лев* 51; *лев/Лев* ← *король* 40.

Интересно то, что если даётся отсылка к отечественному фильму, то это скорее всего будет достаточно старый, возможно ещё советский фильм («Бриллиантовая рука», «Любовь и голуби», «Белый Бим, чёрное ухо», «Место встречи изменить нельзя»), если же упоминается название зарубежного фильма, то это скорее будет современная голливудская картина («Мост в Терабитию», «Горбатая гора», «Адвокат дьявола» и др.). Кроме того, если сравнить полученные примеры с теми примерами из РАС, которые приводит Ю.Н. Караулов, то сразу становится очевидно, что экстралингвистическая реальность (преобладающий интерес зрителей к зарубежным фильмам) существенно повлияла на характер ассоциативного реагирования.

Также очень часто в сознании испытуемых возникали реакции, связанные с именами героев фильмов и мультфильмов: *Бонд* ← *шпион* 14; *Гендальф* ← *мудрый*; *Джек Воробей* ← *корабль*; *Дон Корлеоне* ← *мафия*; *Мэри Поппинс* ← *зонтик* 4; *Рембо* ← *взгляд, сильный, смелость, шпион*; *Поттер* ← *серия*; *Саурон* ← *власть*; *Сухов* ← *товарищ* 3; *Хаус*

← доктор 13; беспредел, серия, эгоизм; Хауса ← серия 2; Фунтик ← изобретательный; Хоттабыч ← старик 67; борода 3; человек-наук ← наук 3 (около 19 %). В данном случае преобладают имена героев иностранных фильмов, хотя встречаются упоминания и героев отечественных картин и мультфильмов (старик Хоттабыч, Фунтик, товарищ Сухов и др.).

Реже встречаются имена и фамилии актёров, телеведущих и режиссёров (12 %): С.Бодров ← брат 2; Сергей Безруков ← берёзы; Тарковский ← зеркало 2; Чак Норрис ← борода, правосудие, талант; Бред Питт ← красивый; Задорнов ← здоровый, смеяться; Малахов ← говорить 2; Малахов+ ← здоровье 2; Малышева ← здоровье; Михаил Шац ← шутка; Петросян/Петросяна ← шутка 4; дурак; Сталлоне ← закон; Ургант ← Иван 3; Харрисон Форд ← безопасность. Как видно из примеров, испытуемые вспоминают как отечественных, так и зарубежных актёров, режиссёров и телеведущих.

Ещё реже можно встретить цитаты из текстов рекламы (9,5 %): молочник ← веселый 13; Новопассит ← раздражение; ничто sprite всё ← жажда; начинается с Neskafe ← утро; Россия – щедрая душа ← щедрость; теперь в пирамидах ← беседа; миф от Данон ← новый.

Что касается рекламы, то обращает на себя внимание то, что очень часто на слова типа чай, масло, пиво, мыло и подобные испытуемые дают реакцию, называющую марку данного продукта. На наш взгляд, здесь также прослеживается влияние рекламы (например, Нури ← чай; Олейна ← масло 4; Miller ← пиво; Duri ← мыло 3).

Многие исследователи современной рекламы отмечают, что она часто становится источником появления прецедентных текстов, однако время жизни этих текстов достаточно ограничено. Этим тексты рекламы существенно отличаются от других типов текстов культуры.

Достаточно интересным оказывается сопоставление тех прецедентных рекламных текстов, которые встречались в РАС, с теми, что мы находим в ЕВРАС. Ю.Н. Караулов отдельно выделяет тексты рекламы как

прецедентные и приводит следующие примеры: стран — пролетарии всех, рот — рот-фронт, летать — самолётами Аэрофлота, смотрите — скоро на экране, армия — Советская армия мир бережёт, брат — человек человеку, науке — честь и слава, труду — честь по, женщинам — слава советским, идти — к победе коммунизма, здесь — был Вася, табак — Минздрав СССР предупреждает, хлеб — всему голова, хрупкий — не кантовать, власть — вся власть советам, кино — сделано в СССР, искусство — в массы, уходить — гасите свет [5].

Интересно то, что среди примеров практически нет текстов коммерческой рекламы, поскольку на тот момент, по всей видимости, данного рода тексты только начинали появляться и не являлись прецедентными для испытуемых. Как известно, вплоть до начала перестройки частная торговля была запрещена, а право на рекламу оставалось только у государства. На телевидении и радио СССР не было рекламных пауз. Только после начала перестройки в СССР стала появляться реклама западного образца и рекламные паузы заняли своё место на телевидении. Именно поэтому в РАС мы можем найти только отсылки к советским лозунгам и текстам социальной рекламы.

Реже всего в ЕВРАС встречаются реакции, связанные с названиями различных телепередач (4,5 %): Анилаг ← шутка 2; герой ← последний 160; года ← песня 22; Дом 2 ← проект 5; ненавидеть 2; голод, квартира, ребята, религия, смотреть, серия, солнце; проект на ТНТ ← голод; реалити-шоу ← голод 2; раша ← наш; наша Russia ← наш; наша Раша ← страна; КВН ← шутка 3; весёлый, смеяться 2; билет, борода, показаться, смотреть; а также цитаты из фильмов и мультфильмов (3,5 %): и мёртвые с косами ← тишина; попугаям ← свобода 3; давайте жить дружно ← ребята 5; где пасутся ко.. ← далеко; бывает кусачей ... ← собака; посадят ← памятник; крылышками/крылышками шмяк ← бабочка; несчастный! (из фильма) ← интеллигент; мексиканский тушкан ← мех.

Вполне закономерно, что все передачи, которые упоминаются испытуемыми, — это

передачи отечественного телевидения. Однако интересно то, что и цитируют испытуемые только отечественные фильмы или мультфильмы. Если же говорить о названиях фильмов, именах героев и актёров, то там картина скорее обратная. Почему цитаты из зарубежных фильмов реже становятся прецедентными текстами? Видимо, в данном случае иностранный фильм воспринимается как текст в целом, в речи носителей русского языка могут появляться отсылки к его названию, к героям фильма и актёрам, играющим в нём роли. Но сам текст фильма (реплики героев) не разбирается на цитаты, как это часто происходит с отечественными фильмами. Исключение могут составить только культовые зарубежные фильмы, ставшие знаковыми для определённой эпохи (такие, например, как «Терминатор», «Звёздные войны» или «Матрица»). Не случайно в подборках типа «100 самых известных цитат из фильмов», которые часто размещаются в интернете, большую часть составляют цитаты из отечественных картин.

Важно то, что упоминание одного и того же фильма, актёра или героя может встречаться в нескольких ассоциативных статьях и вызываться разными стимулами. Например, название фильма «Белый Бим Чёрное ухо» актуализируется как стимулом *собака* (*Белый Бим* ← *собака*; *Белый Бим, чёрное ухо* ← *собака*), так и стимулом *белый* (*Бим* ← *белый* 4; *Бим Чёрное Ухо* ← *белый*). Фамилия актёра С. Бодрова появляется как реакция на стимулы *брат*, *сестра*, *простой* (*Бодров* ← *брат* 2; *сестра*; *С.Бодров* ← *брат* 2; *Сергей Бодров* ← *простой*).

Большинство ассоциативных связей носит единичный характер, но есть и такие, которые достаточно частотны, т.е. у нескольких испытуемых возникает стандартная ассоциация на данный стимул. Например, на стимул *деревянный* часто даётся реакция *Буратино* (25), на стимул *шпион* — реакции *Бонд* (14) и *Штирлиц* (32), есть и другие частотные ассоциативные связи: *Борна* ← *превосходство* 18; *года* ← *песня* 22; *дьявола* ← *адвокат* 42; *и порядок* ← *закон* 54; *король* ← *лев* 51; *лев/Лев* ← *король* 40; *ледниковый* ← *период* 34; *миров* ← *война* 38; *паук* ← *человек* 31; *плащ* ← *чёрный* 24; *чай* ← *беседа*

101; *герой* ← *последний* 160; *инстинкт* ← *основной* 187.

Таким образом, анализ показывает, что практически любой стимул может вызвать в сознании испытуемого отсылку к тому или иному прецедентному феномену, связанному с кино, телевидением или рекламой, что подтверждает тезис Ю. Н. Караулова о том, что культурная информация, заложенная в памяти носителя языка, вызывается часто с помощью стимулов, прямого отношения к искусству не имеющих. Об этом же пишет В. В. Красных, когда отмечает, что «экспликация прецедентной ситуации может быть осуществлена непрецедентным феноменом и при этом не быть её «именованием», вербализация может быть достаточно неожиданной, но всегда «прочитываемой»» [4].

Действительно, при осуществлении выборки нам не всегда легко удавалось определить, носит ли данная связь прецедентный характер. Некоторые реакции оказались весьма не стандартны. Например, ассоциативная пара *посадят* ← *памятник* отсылает нас к известной цитате из фильма «Джентльмены удачи» («Ну кто же его посадит? Он же памятник»).

Выявленные нами ассоциативные связи многочисленны, разнообразны, некоторые из них достаточно частотны и стереотипны (вызывают схожие реакции у нескольких испытуемых). Один и тот же прецедентный феномен может быть актуализирован несколькими разными стимулами. Это говорит о том, что современная медиа-реальность оказывает существенное влияние на формирование языкового сознания носителя русского языка, медиа-тексты как тексты культуры становятся в один ряд с текстами художественной литературы.

На первом месте по количеству отсылок стоят названия художественных и мультипликационных фильмов и сериалов, это самый популярный тип прецедентных реакций. Второе место по числу обращений занимают отсылки к именам героев этих фильмов. Немного реже встречаются отсылки к именам и фамилиям деятелей культуры (актёров, режиссёров, телеведущих) и цитаты из рекламных текстов. Реже всего

испытываемые упоминают названия телепередач и цитируют фильмы или мультфильмы.

Явления **живописи**, по словам Ю.Н. Караулова, не так широко представлены в РАС, как литературные явления. Для отсылки к явлениям этих искусств в ассоциативно-вербальной сети испытываемые в основном используют два способа — имя автора или название произведения. Ю.Н. Караулов приводит такие примеры, как **утро** — *стрелецкой казни*, **квадрат** — *чёрный Малевича*, **экзамен** — *опять двойка*, **появиться** — *Явление Христа народу*, **картина** — *с Дали*, **подлинный** — *Рембрандт*, **девочка** — *на шаре*, **конец** — *Помпеи*, **двор** — *картина Московский дворик*, **рисунок** — *Шилова* [3].

Аналогичная ситуация наблюдается и в ЕВРАС. По своему объёму корпус прецедентных реакций значительно уступает корпусам прецедентных феноменов, связанных с литературой, кино и телевидением (как мы уже говорили, в каждом из корпусов упомянуто около 300 различных прецедентных феноменов, многие из реакций являются неединичными), музыкой (около 150 феноменов). При этом был выявлен всего 31 прецедентный феномен, связанный с живописью (в основном это фамилии художников и названия их картин, чаще всего — реакции на стимул **картина**), например: *Айвазовский/Айвазовского* ← *искусство, рисунок, картина; боярыня Морозова/боярыня* ← *сани 2; Ван Гог/Ван Гога* ← *картина 3; Васнецов/Васнецова* ← *картина 2; Малевич/Малевича* ← *квадрат 118, картина 4, рисунок 3, рука; Моне* ← *картина 2, мост; на шаре* ← *девочка 3; Пикассо* ← *картина 11, рисунок 2, искусство; Рембрандт/Рембрандта* ← *картина 11, сын; Репин/Репина* ← *картина 84, творчество, демонстрировать; Репина «Не ждали»* ← *картина; Репина «Приплыли»* ← *картина; Рублёв/Рублёва/А. Рублёва* ← *икона 6, картина; турецкому султану* ← *письмо; чёрный* ← *квадрат 74; чёрный квадрат* ←

искусство; Шишкин/Шишкина ← *медведи 8, картина 4.*

Подводя итоги исследования, можно сказать, что анализ материалов ассоциативного словаря может дать ответ на вопрос о том, какие именно тексты являются «текстами влияния» для современных носителей языка, в мире каких текстов живёт современный человек. Для современной молодежи «тексты влияния» — это, в первую очередь, детская литература и классическая русская литература XIX-XX веков, а также классическая зарубежная литература и произведения современных авторов. Обращение к текстам этих произведений происходит в языковом сознании носителей языка достаточно часто, ассоциации, связанные с художественными текстами, могут возникать под воздействием разнообразных стимулов и носить как массовый, так и индивидуальный характер.

Не менее часто испытываемые обращаются к современным медиатекстам. Изучение в динамическом аспекте прецедентных реакций, связанных с медиадискурсом, показывает, что значительно увеличивается (по сравнению с РАС) количество отсылок к зарубежным фильмам, возрастает число упоминаний зарубежных актёров и режиссёров. При этом испытываемые продолжают цитировать старые советские кинокартины и мультфильмы, в их памяти всплывают названия этих фильмов и имена их героев.

Характер прецедентных реакций, относящихся к живописи, практически не изменился. Испытываемые в основном реагируют на те или иные стимулы, называя имя художника или название картины. В целом явления живописи не представлены широко ни в РАС, ни в ЕВРАС, однако и в том, и в другом случае, стимулы, никак не связанные с живописью, способны вызывать в сознании испытываемых актуализацию фрагмента данной сферы культуры (например, *боярыня Морозова/боярыня* ← *сани 2; на шаре* ← *девочка 3*).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гольдин В.Е. Концептуальные переменные образа мира по данным ассоциативных словарей // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Бекасово, 26–30 мая 2010 г.). — Вып. 9 (16). — М.: Изд-во РГГУ, 2010. — С. 97–102.
2. ЕВРАС – Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В. Русский региональный ассоциативный словарь-тезаурус. — М., 2014. — Т. 1. От стимула к реакции. — URL: http://iling-ran.ru/library/evras/evras_1.pdf (дата обращения 13.05.2020).
3. Караулов Ю.Н., Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Уфимцева Н.В., Черкасова Г.А. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности. — М: Помовский и партнёры, 1994. — С. 190–218.
4. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М.: Гнозис, 2003. — 375 с.
5. Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов РАС – Русский ассоциативный словарь.— М.: АСТ-Астрель, 2002.
6. Тарасов Е.Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира.— М., 2000. — С. 24–32.
7. Уфимцева Н.В. Русский ассоциативный словарь как источник изучения русской языковой картины мира // Проблемы истории, филологии, культуры. — 2014. — № 3 (45). — С. 27–29.

STUDYING THE DYNAMICS OF LINGUISTIC CONSCIOUSNESS ON THE BASIS OF ASSOCIATIVE REACTIONS

© 2020 Evgeniya V. Starostina

Saratov State University, Saratov, Russia

A comparative study of a group of case-based reactions related to the sphere of culture is made on the material of the RAS and EVRAS dictionaries. The analysis of the materials of the associative dictionary can give an answer to the question of which texts are “texts of influence” for modern native speakers. For modern youth, “texts of influence” are primarily literary and television texts, namely children’s literature and classical Russian literature of the 19th and 20th centuries, as well as classical foreign literature and works by modern authors. The number of references to foreign films and the number of references to foreign actors and film directors is also increasing significantly (in comparison with RAS). At the same time, the respondents continue to quote old Soviet films, cartoons, and their characters.

Keywords: verbal associations, associative dictionary, precedent phenomenon, dynamics of language consciousness, language consciousness.