

СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТА «ЖЕНЩИНА» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ (на основе свободного ассоциативного эксперимента)

ТАИРОВА Гюзаль Аманжановна

докторант специальности «БД021000 – Иностранная филология»

Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана
г. Алматы, Казахстан

В статье рассматривается и анализируется концепт «женщина» в английской лингвокультуре, отраженный в результатах свободного ассоциативного эксперимента. В проведенном эксперименте осуществлен анализ когнитивных признаков концепта «женщина» по данным опроса респондентов в английском языковом сознании. Целью исследования было выявление когнитивных признаков концепта «женщина» выраженных в лексемах, употребляемых респондентами. Нами было выявлено, что ядро концепта «женщина» в английском языковом сознании составляют положительные черты характера и социальная роль, базовую периферию составляет красивая и привлекательная наружность женщины.

Ключевые слова: концепт, языковое сознание, ассоциативный эксперимент, когнитивный признак концепта, ядро, периферия концепта.

Концепт «женщина» является одним из центральных концептов в концептосфере любого народа. Везде этот концепт интерпретируется по-разному в зависимости от различных факторов. На данный момент, структура концепта, так же как и его определение не имеет четкой теории. Согласно многим лингвистам, концепт состоит из ядра, базовой, ближней и дальней периферии. Принадлежность к тому или иному полювому участку содержания определяется яркостью признака в сознании носителя соответствующего концепта [1].

Целью данной статьи является изучение особенностей языковой картины мира англичан, репрезентирующих их отношение к женщине через выявление когнитивных признаков концепта «женщина» выраженных лексемами в английском языковом сознании которые оказались нам возможным выявить с помощью проведенного свободного ассоциативного эксперимента. В нем были задействованы 65 представителей Великобритании в возрасте от 18 до 50 лет, гендерная принадлежность испытуемых не учитывалась. Испытуемым предлагалось написать от одной до семи ассоциаций на слово-стимул «Женщина – это...». В инструкции указывалось, что реакциями могут быть любые слова или словосочетания любой части речи, которые первыми придут на ум. Специалисты в области психолингвистики полагают, что ассоциативное поле определенного слова-стимула, полученное в результате эксперимента, представляет собой не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент концептосферы этноса, отраженный и закрепленный в сознании носителя языка и культуры [2]. Всего было получено 180 реакций.

Проанализировав вербальные реакции, полученные в ходе эксперимента, нами они были распределены по трем основным семантически группам, которые в свою очередь имеют подгруппы. Они были распределены следующим образом:

1. Ассоциаты, связанные с **внутренними характеристиками** женщины:

1.1 Positive character traits of a woman – положительные черты характера женщины (69): kind/добрая 8, independent/независимая 7, brave/смелая 5, passionate/страстная 4, friendly/дружелюбная 3, much stronger than she looks like/намного сильнее, чем выглядит 3, strong/сильная 2, attentive/внимательная 2, gentle/мягкая 2, soft/мягкая 2, great/велико-лепная 2, perfect/превосходная 2, confident/уверенная 1, optimistic/оптимистичная 1, the strong backing of man/сильная поддержка мужчины 1, stronger than she thinks/сильнее, чем думает 1, wisdom/мудрость 1, loyal/верная 1, cheerful/веселая 1, lucky/удачливая 1, patient/терпеливая 1, warmth/тепло 1, powerful/сильная 1, every woman has the power to do something/каждая женщина обладает силой, чтобы что-то совершить 1, understanding/ понимающая 1, greatness/великолепие 1, self-reliant/уверенная в себе, полагается только на себя 1, capable/ способная 1, brilliant/ 1, shy/стеснительная 1, have a deep sense of responsibility for their work and do their best 1, self-sacrificing/самоотверженная 1, cool/клас-сная 1, busy/занятая 1, sexy/сексуальная 1, flawless/безупречная, без изъяна 1, mysterious/таинственная 1, higher tolerance for pain/ более высокая терпимость к боли 1, caring for women's health/забота о женском здоровье 1.

1.2 Intellectual abilities of a woman – интел-

лектуальные способности женщины (10): smart/умная, сообразительная 7, clever/умная 2, intelligent/интеллигентная, умная 1.

1.3 *Negative character traits of a woman – отрицательные черты характера женщины (6)*: weak/слабая 1, mean/скупая 1, afraid a lot/боится всего 1, toilsome/трудная, утомительная 1, tough/сложная 1, usually more in tune with emotions and communicates through them/обычно больше гармонирует с эмоциями и общается через них 1.

2. Ассоциаты, связанные с **социальными характеристиками** женщины:

2.1 *Social roles performed by women – социальные роли женщины (42)*: mother/мама 11, mom/мама 4, motherhood/материнство 1, mother's instinctive love/инстинктивная любовь матери 1, wife/жена 3, friend/друг 2, goddess/богиня 2, plays a very important role in the society 2, leader/лидер 1, queen/королева 1, princess/принцесса 1, sister/сестра 1, companion/компаньон 1, care-giver/попечитель 1, girlfriend/подруга 1, family woman/семейная женщина 1, professional woman/профессиональная женщина 1, victims of social oppression and prejudices/жертвы социального угнетения и предрассудков 1, women can be everything they want/женщины могут быть кем угодно, кем они захотят быть 1, important family members/важные члены семьи 1, indispensable part of society/неотъемлемая часть общества 1, indispensable to social development/необходим для социального развития 1, a very important role in the society/самая важная роль в обществе 1, an integral part of human development/неотъемлемая часть человеческого развития 1.

2.2 *Women's activities – деятельности женщины (10)*: works tirelessly/усердно работает 2, share happiness/делится счастьем 1, raises and nurtures children to grow up/растит и воспитывает детей 1, supports her husband/поддерживает своего мужа 1, gives a birth to children/рожает детей 1, they must work and study hard than men because they don't have a lot of opportunities like men/они должны усердно работать и учиться чем мужчины потому что у них нет многих возможностей которые есть у мужчин 1, the one who realizes life/человек, который понимает, осознает, осуществляет жизнь 1, the person to usually make a house feel more cozy/человек который обычно делает дом более уютным 1, shouldn't do anything depend on other's thought/не следует делать что-нибудь 1.

2.3 *Attitude towards women – отношение к женщинам (4)*: must have equal status in society/должна иметь одинаковый статус в обществе 1, equal regardless of race, creed, or colour/равны вне зависимости от расы, веры, цвета 1, should not be discriminated against and without so-

cial constraints/не должны подвергаться дискриминации и социальным ограничениям 1, let's stop putting people in boxes and stop essentialization/давайте перестанем загонять людей в рамки и прекратим эссенциализацию 1.

2.4 *Social organizations and movements – общественные организации (3)*: female associations/женские ассоциации 1, women's federations/женские федерации 1, nowadays there are numerous movements advocating for women to have equal rights and job opportunities as men/в наши дни существуют различные движения за то, чтобы женщины имели равные права и возможности трудоустройства наравне с мужчинами 1.

3. Ассоциаты, связанные с **внешними характеристиками** женщины:

3.1 *Physical appearance of a woman – внешний вид женщины (25)*: beautiful 13, lovely/прекрасная 4, attractive/привлекательная 1, pretty/хорошенькая, симпатичная 1, neat/аккуратная 1, elegant/элегантная 1, colourful/красочная 1, nice/хорошая, приятная, славная 1, brightness/яркость 1, cute/милая 1.

3.2 *Age of a woman – возраст женщины (5)*: young girls/молодые девушки 3, young/молодая 1, mature/зрелая 1.

3.3 *Clothing and accessories – одежда и аксессуары (4)*: clothes/одежда 1, make-up/макияж 1, high heels/высокие каблуки 1, fashion/мода 1.

3.4 *Mythological creatures associated with women – мифологическими созданиями связанные с женщинами (2)*: Venus/Венера 1, Athena/Афина 1.

Так, в семантической группе связанной с внешними характеристиками женщины, большое количество лексем связано с внешним видом женщины (25), которые имеют положительную коннотацию в английском языковом сознании, отдав предпочтение слову «красивая» и «милая». Меньше лексем связаны с одеждой и аксессуарами (4), что, тем не менее, не маловажно при представлении образа женщины. Также, в сознании англичан имеет место быть возраст женщины, где женщина представляется как молодой, так и зрелой взрослой женщиной. В английском языковом сознании женщина также сравнивается с римскими и древнегреческими богинями Венерой и Афиной соответственно. Венера это древнеримская богиня красоты, плотской любви, плодородия, Афина это древнегреческая богиня мудрости, военной стратегии и тактики, что говорит о том, что в сознании людей женщина рассматривается с двух сторон: внешней, где она предстает красивой, сексуальной, страстно желающей и внутренней, где она является мудрой и рассудительной. Таким образом, женщина отождествляется не только как красивая, но в то же время сильная женщина, особенно в эпоху феминизма и рав-

ноправия, что приводит нас к следующей семантической группе «внутренние характеристики» женщины, которая включает в себя подгруппу «положительные черты характера» (69) имеющая наибольшее количество лексем из всех трех семантических групп и входящих в них подгрупп, в которой преобладают такие лексемы говорящие о том, что современная женщина добрая, независимая и сильная не только физически, но и духовно. Далее следуют интеллектуальные способности (9), где женщина признается умной, интеллектуальной. И, наименьшее количество лексем имеет подгруппа с отрицательными чертами характера. Таким образом, женщина обладает больше положительными, нежели отрицательными черт характера.

В семантической группе связанной с социальными характеристиками женщины большое количество лексем относится к подгруппе «роль женщины в обществе» (42), где больше когнитивных признаков имеет отношение к слову «mother/мать» (16) и слову «wife/жена» (3), из чего можно сделать вывод, что, несмотря на то, что в разные эпохи женщина воспринималась людьми по-разному, в основном отрицательно, существо которое должно подчиняться мужчине, и сейчас считается, что женщина может выполнять все то, что делает мужчина и быть, кем ей хочется, женщина испокон веков и до наших дней ассоциируется людьми любого народа, в первую очередь, с матерью – с самым близким и главным человеком на земле. Данная ассоциация, возможно, связана с образами одними из самых знаменитых и выдающихся женщин-королев в истории Соединенного королевства Великобритании которые сыграли немаловажную роль в становлении и развитии этой страны: королева Елизавета I (Elizabeth I), во время правления которой Англия переживала свой расцвет и эпох ее правления именовалась как золотой век; также стоит упомянуть королеву Елизавету II (Elizabeth II), которая правит страной 67 год и королева Виктория (Victoria) правящая 63 года, которые являются самыми долгоправящими женщинами-королевами в истории Великобритании.

В настоящее время пытаются бороться с социальным неравенством между мужчинами и женщинами и не указывать женщине кем она должна быть, что является для многих оскорбительно, что женщина это жена, второстепенный член общества, который должен подчиняться мужчине, несмотря на это, в сознании людей, женщина ассоциируется еще с ролью жены. Основательницей феминистского движения считается французская писательница Симона де Бовуар (Simone de Beauvoir), которая имела свобо-

долюбивые и экзистенциальные взгляды на жизнь, любовь, отношение к женщине в мире, также упомянула в своей книге «Второй пол» (Le Deuxième Sexe), что «...женившись, юноша уважает в жене супругу, мать, и в рамках конкретного опыта супружеской жизни она утверждает себя рядом с ним как свободного человека» [3]. Несмотря на свое изречение, она была против браков, лишения свободы обоих представителей брака, поэтому отказала Жану-Полу Сартру (Jean-Paul Sartre) в предложении выйти за него замуж, тем не менее, они любили друг друга и были верны друг другу душой и сердцем в течение всей их жизни. Писательница считала, что «Подлинная любовь должна была бы быть основана на взаимном признании двух свобод. Каждый из любящих чувствовал бы себя в этом случае и самим собой, и другим – ни одному из них не пришлось бы отречься от своей трансцендентности или калечить себя. Оба они вместе находили бы в мире ценности и цели. Каждый из них, даря себя возлюбленному, познавал бы себя и обогащал свой мир» [3].

Следующей подгруппой данной семантической группы набравшей 10 когнитивных признаков это деятельность женщины, где у носителей английского языка женщина должна усердно работать (2), что говорит нам о том, что хоть женщина и считается большинством как слабый или второй пол, женщина всегда должна работать усердно ради семьи, детей, личностного роста, особенно в настоящее время, когда женщина почти приравнивается к мужчине и требует одинаковых прав.

Проанализировав данные эксперимента, мы выявили структуру концепта «женщина». Так, к ядру относятся ассоциаты, связанные с положительными чертами характера женщины (69 ассоциат) и ассоциаты, связанные ролью женщины в обществе (42 ассоциата). К базовому слою относятся ассоциаты, связанные с внешним видом (25 ассоциат). К ближней периферии относятся ассоциаты, связанные с умственными способностями женщины (10 ассоциат) и ассоциаты, связанные с деятельностью женщины (10 ассоциат). К дальней периферии относятся ассоциаты, связанные с отрицательными чертами женщины (6 ассоциат), ассоциаты, связанные с возрастом (5 ассоциат), отношением к женщине (4 ассоциата), одеждой (4 ассоциата), социальными организациями (3 ассоциата) и мифологическими созданиями (2 ассоциата). Таким образом, у английского языкового сознания женщина ассоциируется, первоначально как независимая, сильная и красивая женщина, усердно трудящаяся, обладающая интеллектом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика: [учебное пособие] / З.Д. Попова, И.А. Стернин; Федеральное агентство по образованию, Воронежский гос. университет – М.: АСТ: Восток-Запад, 2010. – 320 с.
2. Ручина Л.И. Ассоциативный эксперимент как инструмент выявления когнитивных признаков концепта // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – № 5(3). – С. 102-106.
3. С. de Бовуар Второй пол – СПб: Азбука-Аттикус, 2017. – 928 с.

**SPECIFICITY OF THE «WOMAN» CONCEPT
IN THE ENGLISH LANGUAGE-PTO OF CONSCIOUSNESS
(based on a free associative experiment)**

TAIROVA Gyuzal Amanzhanovna

Doctoral student of the specialty «6D021000» – Foreign Philology»

Kazakh University of International Relations and World Languages named after Abylai Khan
Almaty, Kazakhstan

The article discusses and analyzes the concept of «woman» in English linguistic culture, as reflected in the results of a free associative experiment. In the experiment, the analysis of the cognitive characteristics of the concept of «woman» according to a survey of respondents in the English language consciousness. The aim of the study was to identify the cognitive signs of the concept of «woman» expressed in the lexemes used by respondents. We have revealed that the core of the concept of «woman» in the English language consciousness is positive character traits and social role, the basic periphery is a beautiful and attractive appearance of a woman.

Keywords: concept, linguistic consciousness, associative experiment, cognitive sign of a concept, core, concept periphery.

**СПЕЦИФИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОНЦЕПТОВ
В ПЕРЕВОДНЫХ РЕКЛАМНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ**

ШЕВЯКОВА Татьяна Васильевна

доктор филологических наук, профессор кафедры послевузовского образования

ЧИТЕБАЕВА Сандугаш Жумагалиевна

докторант второго года обучения по специальности «6D020700 – Переводческое дело»
Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана
г. Алматы, Казахстан

В статье рассматриваются некоторые виды ценностей культур разных народов, которые определяет репрезентацию межкультурных концептов в переводе медиатекстов. Изучаются также такие понятия, как медиатекст, перевод, культура и их взаимосвязь при осуществлении коммуникации между странами, народами и индивидуумами для достижения цели успешной коммуникации. Рассматриваются возможности концептуального анализа, который становится основой разработки сопоставительного анализа концептов. Посредством указанного метода исследуются проблемы эквивалентности концептов в концептосферах народов азиатской и западной культуры.

Ключевые слова: антология, глобализация, интеркультурная трансляция, коммуникация, концепт, концептосфера, межкультурный концепт, медиатекст, репрезентация.

Слово как мощный инструмент, несущий в себе массу различных значений, используется в зависимости от намерения спикера. Каждое произнесенное слово имеет смысл, несет определенный посыл для адресата. Из курса по филологии известно, что с появлением образов и мыслей появились и все самые разнообразные

изобретения, известные человечеству сегодня. Неслучайно в современном обществе все ученые, и особенно лингвисты, всегда обращают внимание на сказанное слово, переданную мысль или намерение. Именно слово заключает в себе идеи, понятия, представления, именно оно, по определению Л.С. Выготского есть «воплощение мыс-