

С. П. Васильева S. P. Vasilyeva

А. Г. Ильина A. G. Ilyina

Красноярск, Россия Krasnoyarsk, Russia

**ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ  
В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ  
ЖИТЕЛЕЙ ПРИЕНИСЕЙСКОЙ СИБИРИ**

**Аннотация.** Рассматривается фрагмент языкового сознания, отражающий ценности эстетики на материале данных анкет, полученных методом свободного ассоциативного эксперимента, информантами в котором были жители Приенисейской Сибири (Красноярска и Красноярского края). При анализе полученных слов-реакций учитывается содержание ответов, частотность реакций-ассоциаций, парадигматические и синтагматические отношения со стимулом, частеречная принадлежность ассоциаций, возраст испытуемых.

**Ключевые слова:** свободный ассоциативный эксперимент; стимул; реакция; эстетика; ценности; синтагматика; парадигматика; социальные и территориальные факторы.

**Сведения об авторе:** Васильева Светлана Петровна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой общего языкознания.

**Место работы:** Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева.

**Контактная информация:** 660049, г. Красноярск, ул. А. Лебедевой, 89.  
e-mail: [vasileva@kspu.ru](mailto:vasileva@kspu.ru).

**Сведения об авторе:** Ильина Анна Геннадьевна, магистрант 1 курса филологического факультета.

**Место работы:** Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева.

**Контактная информация:** 660049, г. Красноярск, ул. А. Лебедевой, 89.  
e-mail: [vasileva@kspu.ru](mailto:vasileva@kspu.ru).

**AESTHETIC VALUES IN THE LANGUAGE  
CONSCIOUSNESS OF THE INHABITANTS  
OF THE YENISEI SIBERIA**

**Abstract.** The article deals with a fragment of language consciousness, reflecting the values of aesthetics on the material obtained by questionnaires during a free-association experiment, in which residents of the Yenisei Siberia (Krasnoyarsk and the Krasnoyarsk Territory) served as informants. In analyzing the words, we take into account the contents of responses, the incidence of reactions associations, paradigmatic and syntagmatic relations with the stimulus, parts of speech characterization of associations, the age of the informants.

**Key words:** free association experiment; stimulus; response; aesthetics; values; syntagmatics; paradigmatics; social and territorial factors.

**About the author:** Vasilyeva Svetlana Petrovna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of General Linguistics.

**Place of employment:** Krasnoyarsk State Pedagogical University n.a. V. P. Astafyev.

**About the author:** Anna G. Ilyina, Master's Degree Student of the Philological Faculty.

**Place of employment:** Krasnoyarsk State Pedagogical University n.a. V. P. Astafyev.

Понятие ценности является важнейшей мировоззренческой категорией: «Ценность есть нечто всепроникающее, определяющее смысл и всего мира в целом, и каждой личности, и каждого события, и каждого поступка» [Лосский 1999: 138]. Феномен ценности представляет собой компонент человеческой культуры, вместе с нормами и идеалами, он соотносится с важными сферами человеческой жизни: хозяйственно-экономической, образовательно-воспитательной, психологической, эмоциональной и культурно-духовной, а также имеет множество подтипов в зависимости от содержания, субъекта, роли в жизни человека и человечества [Здравомыслов 1986: 59].

В языке как системе номинативных единиц отражаются предпочтения человека,

в частности в выборе объектов для номинации: то, что не представляет ценности, не номинируется. Для психолингвистики, изучающей языковое сознание человека, его индивидуальные ценностные представления, а также коллективные ценностные представления групп людей, разделенных по различным признакам, важно, какими средствами человек (коллектив) выражает свои представления о ценном. Психолингвистический эксперимент, в данном случае свободный ассоциативный эксперимент, в наше время признается наиболее реальным способом заглянуть в сознание человека.

Ассоциация, по мнению Р. М. Фрумкиной, «это связь между некими объектами или явлениями, основанная на нашем личном, субъективном, опыте. Опыт этот может

совпадать с опытом той культуры, к которой мы принадлежим, но всегда является также и сугубо личным, укорененным в прошлом опыте отдельного человека» [Фрумкина 2007: 189].

Авторами метода ассоциативного эксперимента принято считать исследователей практической психологии Х. Г. Кента и А. Дж. Розанова (1910). В области психолингвистики варианты ассоциативного эксперимента были разработаны Дж. ДIZE и Ч. Осгудом. В отечественной психологии и психолингвистике методика ассоциативного эксперимента была усовершенствована и апробирована в экспериментальных исследованиях А. Р. Лурии и О. С. Виноградовой и др. Также значительный вклад в изучение ассоциаций в нашей стране был внесен представителями Казанской лингвистической школы [Фрумкина 2001: 187].

В психолингвистике для обработки данных используются различные методики классификации реакций, например на основе содержания, при этом исследователи оперируют следующими типами: 1) ассоциации по смежности. К ним относятся ассоциативные пары слов, не имеющих общих существенных признаков в своем содержании (например, *бабушка — блины*). Разновидностью данных ассоциаций являются ассоциации, возникшие на основе отношений «часть — целое» (например, *бабушка — морщины*). Практически к этому типу вербальных ассоциаций относятся все так называемые тематические ассоциации. Однако если использовать лингвистическую терминологию, то более точно было бы говорить об ассоциациях метонимического типа (в частности, о синекдохе как случае метонимии); 2) ассоциации по сходству. В наиболее общем виде под сходством понимают наличие у рассматриваемых предметов одного или нескольких общих существенных признаков. Сходство содержаний реакций-ассоциаций (сходство лексических значений) подразумевает наличие в значениях слов-ассоциатов общих сем, иногда называемых классемами. В данном случае вполне правомерно говорить об ассоциациях метафорического, или эпитетного типа [Леонтьев 1998: 59]. На основе различных отношений друг к другу сходных значений можно выделить следующие разновидности ассоциаций по сходству: а) детерминационные (эпитетного типа) — пары таких слов, в которых содержание одного члена (значение процессуального или непроцессуального признака) входит в содержание второго члена в качестве одного из признаков этого содержания (*бабушка — старая, мудрая* и т. п.), т. е. один член явля-

ется непосредственным обозначением собственно признака второго члена; б) классификационные (метафорического типа) — пары слов, имеющих в своем содержании как минимум один общий существенный признак. Они достаточно разнообразны и включают ассоциативные пары, соотносимые с членами различных лексико-семантических полей и групп (например, *бабушка — старушка, белый — черный*).

При описании реакций-ассоциаций на основе отношений содержания ассоциируемых слов нужно иметь в виду, что классификации имеют относительный характер, так как некоторые ассоциативные пары могут одновременно (по разным основаниям) принадлежать к различным типам и подтипам (синкретические ассоциации). Например, в паре *бабушка — дедушка* можно усматривать как сходство (классификация по общему признаку «старый человек»), так и смежность (*бабушка и дедушка — бабушка рядом с дедушкой*). В паре *белый — цвет*, с одной стороны, проявляются гиперонимические отношения (классификация: цвет — белый, черный, красный, зеленый и т. д.), с другой — отношение признака к предмету (детерминация: белый цвет, белого цвета).

В среднем обычно отмечают следующие типы ассоциативных связей: 1) смысловая близость, при которой ассоциативным ответом является слово-синоним: *большой — огромный*; 2) смысловая противопоставленность: *белый — черный*; 3) созвучность, рифма по типу *кино — вино*; 4) отношения «выше — ниже» по типу *фрукт — яблоко*; 5) отношения «часть — целое» и «целое — часть» по типу *дом — комната* [Фрумкина 2007: 194].

В каждом конкретном случае набор смысловых связей зависит от полученного материала. Ассоциации, исследуемые нами, более всего соответствуют содержанию модели В. А. Пищальниковой, определяющей динамическое соотношение между стимулом и ассоциатом как 1) предметное содержание, 2) представление (мысленное воссоздание образов предметов и явлений), 3) ассоциацию (спонтанно возникающую связь между отдельными ощущениями, восприятиями, представлениями на основе ассонанса — частичного совпадения, сходства каких-то сторон, качеств), 4) оценку (мнение, суждение о качествах, предмете, характере), 5) понятие (конкретное значение) [Пищальникова 2003: 207].

Цель данной работы — анализ реакций-ассоциаций (ассоциативных полей), полученных в результате ассоциативного эксперимента, информантами для которого по-

служили жители Приенисейской Сибири (Красноярска и Красноярского края). Нас интересует репрезентация эстетических ценностей в языковом сознании представителей региона.

При анализе полученных слов-реакций мы учитывали содержание ответов, частотность реакций-ассоциаций, парадигматические и синтагматические отношения со стимулом, частеречную принадлежность ассоциаций, возраст испытуемых.

По результатам ассоциативного эксперимента среди жителей города Красноярска и Красноярского края для исследования эстетических ценностей было отобрано 70 анкет с реакциями на слова-стимулы «Красота», «Красивый», «Прекрасный». Общее количество реакций на данные стимулы — 86. Возраст информантов — от 19 лет до 61 года.

Ассоциативное поле стимула «Красота» имеет следующее наполнение: *страшная сила* (6), *взгляд, по-американски, Достоевский* (3), *спасет мир* (7), *в природе, любовь* (5), *радость* (2), *внутренняя, души* (2), *гармония* (3), *классно* (2), *образ, супер, женщины, тела, роза* (3), *счастье* (2), *семья, ребенок*.

На стимул «Красота» получено 20 ассоциатов, среди них 10 имен существительных в форме именительного падежа. Они вступают в парадигматические отношения со стимулом. Синтагматические отношения представлены падежными формами: *в природе, женщины, тела*. Среди ассоциаций есть прецедентные единицы: *Достоевский* (3), *страшная сила* (6), *спасет мир* (7).

Смысловые отношения со стимулом выражены следующим образом:

- 3 понятийные реакции: *гармония* (3), *любовь* (5), *образ*;
- 5 реакций-представлений: *взгляд, по-американски, спасет мир* (7), *в природе, внутренняя*;
- 1 реакция-ассоциация: *Достоевский* (3);
- 4 реакции предметного содержания, выраженные словами: *души* (2) *женщины, тела, роза* (3);
- 2 реакции эмоционального характера: *классно* (2), *супер*;
- 5 реакций оценочного характера: *страшная сила* (6), *семья, ребенок, счастье* (2), *радость*.

Для описания ассоциативного поля целесообразно выделить его ядро и периферию на основании частотности полученных ассоциаций (см. табл. 1).

Таблица 1. Ядро ассоциативного поля «Красота»

Слово-реакция	Частота
спасет мир	7
страшная сила	6
любовь	5
Достоевский	3
гармония	3
роза	3

В сознании красноярцев «Красота» связывается со спасением мира и представляет собой *страшную силу*. Если вынести за скобки, что *страшная сила* — журналистский штамп, то можно думать, что в тревоге за судьбы мира человек ищет спасение в красоте, а красота — это в конечном счете *любовь и гармония*. Ассоциация с Достоевским свидетельствует о том, что «Красота» связывается с русской культурой и искусством. Не случайно на первом месте в сознании русского человека слова Достоевского: «Красота спасет мир». Реакция *роза* может быть истолкована в предметном и теософском значении: роза как цветок символизирует красоту, Роза как христианский символ Богородицы устанавливает связь с христианским пониманием красоты *внутренней, красоты души и гармонии*, понимание которой выходит за рамки эстетических ценностей и прорастает в область нравственных представлений, о которых пишет Даниил Андреев в книге «Роза Мира» в виде мечты о гуманном, без насилия устройстве мира.

На периферии ассоциативного поля «Красота» располагаются не менее важные для жизни человека представления, связанные с *природой, женщиной, семьей, ребенком, телом*. Следует отметить, что все полученные реакции носят позитивный характер и подтверждаются эмоциональными оценками: *классно, супер*.

При анализе слов-реакций на стимул «Красивый» были выделены следующие ассоциации: *приятный* (2), *прекрасный* (3), *парень, муза, дом, стан, модный, цветной, человек* (2), *закат, голос, Влад, кот, журнал, парик, карандаш, взгляд, гордый*. Их можно классифицировать следующим образом:

- 12 реакций с предметным содержанием синтагматического характера: *человек* (2), *закат, голос, кот, журнал, парик, карандаш, взгляд, парень, дом, стан, муза*;
- 3 реакции-представления: *модный, гордый, цветной*;
- 1 реакция-понятие: *прекрасный* (3);
- 1 оценочная реакция: *приятный* (2);
- 1 реакция-ассоциация: *Влад*.

Данные репрезентации языкового сознания испытуемых мы можем сравнить с представлениями древнерусского человека о красивом, обратившись к исследованию Т. И. Вендиной. Изучая языковое сознание человека X—XI вв. по материалам «Старославянского словаря» под ред. Р. М. Цейтлин, Р. Вечерки и Э. Благовой, Т. И. Вендина отмечает, что «красота для средневекового человека — это, прежде всего, понятие нравственное, соотносящееся с категорией добра и блага, поэтому красивый человек — это человек добрый» [Вендина 2002: 68].

Ядерную группу ассоциаций поля «Красивый» представляют реакции *прекрасный* (3), *приятный* (2), *человек* (2). Как мы видим, среди наших материалов нет ассоциации *добрый*, но есть позитивные синонимы — *прекрасный*, *приятный* — и, вероятно, наиболее современные, хотя и представляющие периферию: *модный*, *гордый*, *цветной*. В качестве определения стимул «Красивый» может быть отнесен к *человеку* (2), конкретным предметам и явлениям, среди которых также находится человек в различных его проявлениях: *парень*, *муза* (в конкретном значении), *голос*, *взгляд*, *стан*; жилище: *дом*; природа: *закат*, *кот*; артефакты современной цивилизации: *журнал*, *парик*, *карандаш*.

Стимул «Прекрасный» вызвал следующие реакции: *принц*, *человек*, *печаль*, *день* (5), *чудесный*, *сон*, *красивый* (2), *мир*, *дом* (2), *чудо*, *пейзаж*. Среди них выделяются:

- 4 реакции предметного содержания синтагматического характера: *дом* (2), *человек*, *пейзаж*, *принц*;
- 3 реакции-представления: *день* (5), *сон*, *мир*;
- 2 ассоциации: *печаль*, *чудо*;
- 1 понятийная реакция: *красивый* (2);
- 1 оценочная реакция: *чудесный*.

Ядерная группа представлена тремя реакциями: *день* (5), *дом* (2), *красивый* (2). *День* — это представление о текущем времени, *дом* — это место и защита, следовательно, языковое сознание, репрезентирующее позитивную оценку настоящего, защищенность, настроено весьма оптимистично.

Следует отметить, что, несмотря на смысловую близость стимулов «Красивый» и «Прекрасный», они не совпадают, скорее взаимодополняют друг друга. Стимул «Прекрасный», выражающий высшую степень красивого, содержащий экспрессивную кон-

нотацию, в меньшей степени связан в языковом сознании с *человеком* и в большей степени обращен к оценке времени и места в окружающем человека мире.

Исходя из данных таблицы 2, мы можем сделать вывод, что реакции-ассоциации на стимулы «Красивый» и «Прекрасный» в большинстве случаев наполнены предметным содержанием (*дом*, *парик*, *журнал*, *карандаш*) или указывают на субъекта (*Влад*, *парень*, *принц*). Во многом это обусловлено синтагматическими связями, которые отражают предикативные отношения по схеме «существительное + прилагательное». Грамматический класс этих стимулов обозначает признак предмета, поэтому в языковом сознании информантов возникают ассоциации, связанные с носителем этого признака — существительным.

Стимул «Красота» из-за своего абстрактного значения имеет низкий процент понятийных реакций, в основном данное слово вызывает реакции-представления, связанные с именем русского писателя Ф. М. Достоевского, что говорит о высоком уровне образованности испытуемых. Примечательно, что на данный стимул нет негативных реакций, ассоциации имеют положительный оттенок, оценочный компонент представлен сленговыми выражениями *классно*, *супер*, характерными для молодежи.

Для анализа ассоциаций по возрастному показателю мы разделили информантов на четыре возрастные группы: от 18 до 24 лет (юношество), от 25 до 35 лет (первый период зрелости), от 36 до 60 лет (второй период зрелости), от 61 до 74 лет (преклонный возраст). В результате анализа оказалось, что в языковом сознании испытуемых молодого и зрелого возраста слово «Красота» ассоциируется с именем Ф. М. Достоевского. В преклонном возрасте «Красота» в большинстве случаев ассоциируется с состоянием *радости* и *любви*, отмечается также представление о *внутренней красоте*, *красоте души*, в отличие от языкового сознания молодого поколения, у которого данный стимул вызвал реакцию-ассоциацию *внешняя красота*. Важно отметить в формировании ядерной зоны ассоциативного поля «Красота» наличие прецедентных выражений (*страшная сила*, *спасет мир*). Возможно, это связано с тем, что большинство испытуемых молодого поколения имеет гуманитарное образование.

Таблица 2. Количественное выражение смысловых отношений, %

Стимул	Понятие	Предметное содержание	Представление	Ассоциации	Оценка	Отказ
Красота	7,5	4,5	67	13,5	7,5	–
Красивый	13,5	55	18	4,5	9	–
Прекрасный	12	30	41	12	5	–

У представителей всех поколений на стимул «Красивый» доминировали реакции с предметным содержанием: *журнал, карандаш, дом, голос, кот, парень, парик, человек*, что обусловлено грамматически (признак предполагает наличие предмета). Среди реакций представителей юношеского возраста выделяется единичная ассоциация *Влад*; в этом случае стимул-признак вызвал предельно конкретную реакцию, сводимую для данного носителя языкового сознания к одному человеку.

На стимул «Прекрасный» информанты всех возрастных групп, кроме юношеской, ответили словом *день*, из чего можно заключить, насколько важное место в языковом сознании носителей языка занимает *время*. Реакции трех возрастов можно объединить осознанием прекрасного как чего-то *чудного, радостного и светлого*. Языковое сознание представителей юношеского возраста отразило довольно пессимистическое понимание прекрасного: *сон, печаль*.

Таким образом, репрезентация эстетических ценностей в языковом сознании жителей Приенисейской Сибири связывается прежде всего с именем и творчеством великого русского писателя Ф. М. Достоевского (большинство данных реакций является текстовыми реминисценциями). В «Русском ассоциативном словаре» реакция *спасет мир* также стоит на второй позиции по частоте, а реакция *день* на стимул «Прекрасный» —

на первом месте, что свидетельствует об устойчивости национально-культурного блока эстетических ценностей в сознании носителей русского языка Приенисейской Сибири.

Представление о *красоте, красивом, прекрасном* в языковом сознании всех возрастных групп связано с позитивным представлением о времени и месте. Отсутствие негативных реакций-ассоциаций на данные стимулы позволяет судить о позитивном векторе эстетических ценностей испытуемых.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Вендина Т. И. Средневековый человек в зеркале старославянского языка. — М. : Индрик, 2002.
2. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. — М. : Политиздат, 1986.
3. Леонтьев Д. А. Ценности и ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. — М., 1998.
4. Лосский Н. О. Ценность и бытие // Бог и мировое зло. — М., 1999.
5. Пищальникова В. А. Общее языкознание. — М., 2003.
6. Русский ассоциативный словарь. URL: <http://tesaurus.ru/dict/dict.php>.
7. Фрумкина Р. М. Психолингвистика : учеб. для студентов высших учебных заведений. — М. : Академия, 2001.
8. Фрумкина Р. М. Психолингвистика : учеб. для студентов высших учебных заведений. — М. : Академия, 2007.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Т. М. Григорьева**