

УДК 81'23

*М.М. Бочарникова\**

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕНОМЕНА «ОДЕЖДА»  
В РУССКОЙ, АНГЛИЙСКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ КУЛЬТУРАХ**

В данной статье освещается опыт изучения феномена «одежда» в русской, английской и французской культурах по данным ассоциативного эксперимента. Актуальность исследования обусловлена тем, что одежда в большинстве человеческих сообществ играет исключительно важную социальную роль, поэтому по отношению к одежде можно многое сказать и о данном конкретном этносе.

**Ключевые слова:** одежда, ассоциативный эксперимент, семантическая зона, сравнить, различия, культура, ассоциации.

Изучение национально-культурной специфики языкового сознания и изучение содержания образов сознания является одной из актуальных проблем в отечественной психолингвистике. Известно, что исследование языкового сознания в психолингвистике проводится путем анализа вербальных ассоциаций, полученных при помощи ассоциативного эксперимента, который является одним из наиболее эффективных способов изучения содержания семантических полей слов, формируемых и функционирующих в сознании человека. С помощью ассоциативного эксперимента можно получить данные, позволяющие судить об особенностях восприятия того или иного языкового явления в разных лингвокультурах [1, с. 753–754].

Актуальность исследования обусловлена тем, что одежда в большинстве человеческих сообществ играет исключительно важную социальную роль, она отнюдь не только средство предохранения от холода. Поэтому одежда может многое сказать и о конкретном этносе.

Методами данного исследования являются ассоциативный эксперимент, сопоставительный метод, а также метод построения «семантического гештальта» Ю.Н. Караулова для анализа содержания ассоциативных полей.

Материалом исследования послужили теоретические работы, посвященные языку и национальному сознанию, а также современные лексикографические источники. Автором использовались данные Русского ассоциативного словаря (РАС), английского

---

\* © Бочарникова М.М., 2011

*Бочарникова Мария Махматовна* (bocharnikovamaria@rambler.ru), кафедра иностранных языков Рыбинской государственной авиационной технологической академии им. П.А. Соловьева, 152934, Российская Федерация, г. Рыбинск, ул. Пушкина, 53.

ассоциативного словаря Word Association Thesaurus (WAT) [3] и французского ассоциативного словаря Le Dictionnaire des Associations Verbales du Français (DAVF) [4].

Перейдем непосредственно к анализу данных ассоциативных словарей.

На основании полученных ответов с помощью метода «семантического гештальта», предложенного Ю.Н. Карауловым, были сформированы ассоциативные поля (АП) русского стимула «одежда», английского «clothes» и французского стимула «vêtement». Необходимо отметить, что «семантический гештальт» ассоциативного поля является способом отражения знаний об окружающем мире, запечатленных в языковом сознании носителей определенной культуры. Структурирование ассоциативного поля с помощью данного метода позволяет определить универсальное и выявить национально-специфическое в отражении различными этносами картины мира, а также позволяет учитывать все реакции в поле, в том числе единичные, которые важны при изучении восприятия того или иного концепта носителями языка в целом [2, с. 107–108].

В соответствии с используемым нами методом реакции на стимулы «одежда», «clothes», «vêtement» можно распределить по *девяти* семантическим зонам (СЗ): «признак», «оценка», «действие», «предмет, вещь», «материал», «количество», «это», «место», «кто» (см. таблицу). Однако есть реакции, которые не относятся к выделенным нами семантическим зонам. Данная категория слов объединена в семантическую зону «прочее». В отдельных случаях в исследуемых нами языках некоторые из 9 семантических зон отсутствуют.

Таблица

**Распределение реакций (в процентном соотношении) по семантическим зонам на стимулы «одежда», «clothes», «vêtement» по данным ассоциативных словарей**

СЗ	РАС «одежда»	WAT «clothes»	DAVF «vêtement»
«Признак»	29,4	14,3	9,2
«Оценка»	34,3	5,1	5,2
«Предмет, вещь»	14,7	42,8	66,4
«Материал»	2	0	3,2
«Количество»	0	2	0,2
«Это»	5,9	17,4	10,4
«Место»	3,9	0	0,2
«Действие»	4	12,3	4,2
«Кто»	1	4,1	1
«Прочее»	4,9	2	1

Показатели, приведенные в таблице, позволяют говорить о том, что АП «одежда» представлено всеми семантическими зонами, за исключением зоны «количество». Наибольшее значение для носителей русского языка, по данным РАС, имеют категории «оценка» – 34,3 % и «признак» – 29,4 %. СЗ «это», «место», «действие» имеют приблизительно равное процентное соотношение. С семантической зоной «оценка» связаны реакции *красивая* (7)<sup>1</sup>, *модная* (6), *хорошая* (4), *клевая* (2), *странная* (2), *классная* (1), *стильная* (1), *крутая* (1), *барахло* (1), *рвань* (2) и т. д. Здесь преобладают положительные определения, имеющие ярко выраженную эмоциональную окраску,

<sup>1</sup>(7) – цифра в скобках указывает на частоту появления данной реакции в ответах испытуемых на определенное слово-стимул в словаре.

принадлежащие большей частью к разговорному и даже просторечному стилю. Это говорит о том, что для русских одежда имеет большое значение, прежде всего, как показатель статуса в обществе, материального положения, самооценки, «по одежке встречают».

Категория «признак» представлена ассоциациями *легкая (3), грязная (2), зимняя (2), новая (2), мокрая (2), верхняя (1), летняя (1), теплая (1), по-сезону (1), сухая (1) и т.д.*, говорящими о качественных характеристиках одежды и дающими представление о климате страны носителя данного языка, подчеркивая необходимость разнообразия гардероба русского человека в зависимости от погодных условий.

СЗ «предмет, вещь» представлена не так широко, как предыдущие категории и состоит в основном из названий верхней одежды (14,7 %): *пальто (4), куртка (2), платье (2), майка (1), обувь (2), шкаф (1), роба (1)* и т. д. Данные наблюдения говорят о том, что в русской культуре одной из основных функций одежды является защитная функция. В СЗ «это» входят такие ассоциации, как *лицо человека (1), привилегия (1), мечта (1), украшение (1), надежда (1) и т.д.* Данные реакции вновь говорят об «одежде» в русской культуре как о показателе социальных и статусных характеристик человека в обществе, а также о такой функции как украшать, давать более выгодное положение и привилегии в чем-либо.

СЗ «действие» состоит в основном из отрицательных реакций: *износилась (1), надоесть (1), носить (1), рвется (1)*. Категория «место» представлена реакциями *лес (1), магазин (1), на мне (1), фирма (1)*, характеризующими сферы применения одежды в русской культуре, такие как, например, работа, отдых. СЗ «кто», по данным РАС, носит обобщающий характер для русского человека и имеет одну ассоциацию — *человек*.

Таким образом, анализ данных РАС позволяет говорить о том, что в сознании носителей русского языка концепт «одежда» является, прежде всего, показателем статуса человека в обществе, одежда выполняет защитную функцию и функцию украшения, является лицом человека, может давать ему определенные привилегии или, наоборот, лишать некоторых возможностей. В основном реакции на слово «одежда» имеют ярко выраженные эмоционально-оценочные коннотации как положительные, так и отрицательные.

Перейдем к анализу АП «clothes». По данным английского ассоциативного словаря WAT, концепт *clothes* представлен не всеми семантическими зонами, отсутствуют зоны «материал» и «место». В отличие от данных РАС, где первое место в процентном соотношении принадлежит СЗ «признак», «оценка», здесь на первом месте СЗ «предмет, вещь» — 42,8 %, причем данная категория представлена гораздо шире, чем все остальные в английском языке. К ней относятся реакции *horse (подставка для сушки одежды) — (11), dress (платье) — (7), peg (вешалка) — (7), shoes (туфли) — (2), coat (пальто) — (2), trousers (брюки) — (2), wardrobe (шкаф) — (2), brush (щетка) — (1), mini-skirt (мини-юбка) — (1), shirt (рубашка) — (1)* и т. д. Эти данные позволяют говорить о том, что в английской культуре концепт «clothes» ассоциируется, прежде всего, с некоторым предметом, необходимым для содержания, ухода за одеждой, что подчеркивает такую черту характера носителей данной культуры, как практичность, значимость для них удобства. Представленные реакции также могут характеризовать составляющие мужского и женского гардероба современных англичан. Необходимо отметить, что СЗ «предмет, вещь» в русском и английском языке совпадают в некоторых реакциях, например *пальто (4) — coat (2), платье (2) — dress (7), обувь (2) — shoes (2), шкаф (1) — wardrobe (2)*, однако, можно заметить, есть лишь одно совпадение по количеству ответов в данной категории. СЗ «признак» по данным WAT занимает второе по величине место в процентном соотношении АП *clothes* — 14,3 %. Русское и

английское АП, согласно данным, РАС и WAT совпадают в таких реакциях, как *грязная* (2) – *dirty* (1), *теплая* (1) – *warm* (1), *сухая* (1) – *dry* (1). Однако необходимо отметить, что в английской культуре важным признаком одежды является цвет, отсюда реакции: *colour* (1), *colourful* (1), *colours* (1).

СЗ «оценка» в WAT (5,1 %) представлена гораздо меньше, чем в РАС (34,3 %), слова – реакции данной категории в WAT имеют более нейтральную окраску, чем в РАС: *beautiful* (красивый) – (1), *loud* (бросающийся в глаза, вульгарный) – (1), *nice* (хорошая, симпатичная) – (1), *well* (хорошая) – (1). Лишь *loud* имеет яркую эмоционально-оценочную коннотацию. Эти наблюдения позволяют говорить о сдержанном характере англичан, что отражается и на их суждениях об одежде. СЗ «это» АП *clothes* представлена ассоциациями *line* (ассортимент) – (5), *money* (деньги) – (4), *fashion* (мода) – (3), *style* (стиль) – (1), *waste* (расходы) – (1), *trouble* (проблема) – (1) и т. д. В данной категории нет ни одного совпадения с реакциями, представленными в РАС. В отличие от русских ассоциаций, где АП «одежда» состоит только из положительных реакций и является «лицом человека», английские реакции характеризуют носителей данной культуры, прежде всего как расчетливых, предусматривающих расходы людей, для них покупка одежды связана с тратой денег. Но необходимо сказать, что для англичан также важны и предоставляемый им выбор, ассортимент одежды, мода, стиль.

В СЗ «кто», согласно WAT, входят ассоциации *women* (женщина) – (2), *girls* (девушки) – (1), *person* (человек) – (1), *tailor* (портной) – (1). Эта категория совпадает с данными РАС лишь в одной реакции – *человек*. Видимо, для представителей английской культуры слово *clothes* ассоциируется прежде всего именно с женским полом. Не утратила актуальность и такая профессия в Англии, как портной. СЗ «действие» в WAT имеет другое лексическое наполнение, чем в РАС: *wear* (4) – *носить* (1) – единственное совпадение, *brush* (чистить) – (1), *smell* (пахнуть) – (1). СЗ «количество» АП *clothes* в отличие от АП «одежда» представлено двумя ассоциациями: *many* (много) – (1), *some* (некоторое количество) – (1).

Таким образом, анализ данных английского ассоциативного словаря WAT и РАС позволяет сделать вывод о том, что лексическая составляющая концепта *clothes* в английской культуре значительно отличается от лексического наполнения русского концепта «одежда». Есть определенное совпадение реакций на данные слова-стимулы в некоторых семантических зонах. Однако существуют и большие расхождения в восприятии данного феномена.

Перейдем к анализу данных французского ассоциативного словаря DAVF и сравнению их с данными РАС и WAT. АП *vêtement* во французском языке представлено всеми семантическими зонами. Наибольшее значение согласно DAVF, как и в WAT, занимает СЗ «предмет, вещь», но она представлена еще шире в АП *vêtement* – 66,4 %, чем в АП *clothes* – 42,8 %. С данной СЗ связаны такие реакции во французском языке: *habit* (фрак) – 118; *robe* (платье женское, детское) – 35; *pantalon* (брюки, штаны) – 23; *pull* (пуловер, свитер) – 22; *jupe* (юбка) – 12; *fringue* (предмет одежды), *jean* (джинсы) – 10; *chemise* (рубашка) – 8; *manteau* (пальто, плащ) – 7; *chaussure* (обувь) – 6; *chaussette* (носок) – 5; *short* (шорты) – 4; *chapeau* (шляпа), *slip* (плавки, трусики), *sous-vêtement* (нижнее белье), *t-shirt* (футболка), *veste* (куртка), *écharpe* (шарф) – 3; *culotte* (трико) – 2; *K-way* (водонепроницаемая накидка с капюшоном), *armoire* (шкаф), *aube* (белая одежда для первого причастия), *bonnet* (колпак, чепчик, шапка), *camisole* (устар. кофта) – 1 и т. д. Огромное разнообразие наименований одежды АП *vêtement* говорит о том, что одежда во французской культуре играет немаловажную роль. Французы, как законодатели моды, уделяют большое внимание своему гардеробу, предметам, вещам, составляющим его. Что касается совпадений реакций данной

СЗ в АП «одежда», «clothes», «vêtement», то АП «clothes» и «одежда» имеют практически одинаковое количество совпадений с АП *vêtement* в данной категории, однако сами названные предметы здесь различны. Например, в РАС нет ассоциации *юбка*, а в WAT – *куртка*.

Следующая по величине СЗ – «это» (10,4 %). Она представлена в основном ассоциациями, связанными с модой, красотой, стилем: *mode* (мода) – 15; *shopping* (хождение по магазинам) – 6; *fashion* (мода), *style* (стиль) – 2; *beauté* (красота), *besoin* (потребность), *choix* (выбор), *civilization* (культура), *elegance* (элегантность), *plaisir* (удовольствие) – 1. Данные реакции говорят о том, что одежда в понимании французов – это, прежде всего, поход по магазинам, большой выбор модной одежды, которая должна украшать человека, делать его элегантным, при этом доставлять удовольствие, поэтому ассоциации со словом *vêtement* данной СЗ носят исключительно положительный характер. Интересно отметить, что одежда для французов – это также показатель культуры человека, что сближает данный концепт с русским «одежда», а с английским «clothes» АП «vêtement» совпадает в реакциях *fashion* и *style*. Однако для англичан одежда связана, прежде всего, с тратами, в то время как для французов покупка одежды – поход по магазинам, доставляющий удовольствие.

СЗ «признак» АП *vêtement* по данным DAVF представлена реакциями *chaud* (теплая) – 13; *froid* (холодно) – 3; *couvrant* (покрывающая, маскирующая), *grand* (просторная, широкая), *sportif* (спортивная), *neuf* (новая), *prêt-à-porter* (готовая одежда), *sale* (грязная), *sous* (низкого качества), *vert* (зеленая), *blanc* (белая) – 1 и т. д. В СЗ «признак», согласно данным рассматриваемых нами словарей, АП «одежда», «clothes», «vêtement» совпадают в реакции *теплая*; русское слово «одежда» и французское *vêtement* совпадают также в реакциях *новая*, *грязная*, а английское «clothes» и «vêtement» совпадают в реакции *покрывающая*, а также имеют реакции, связанные с цветовым обозначением одежды.

СЗ «оценка» АП «vêtement» больше совпадает с данной СЗ АП «одежда», например, в таких реакциях, как *classe* (классная) – 2; *esthétique* (красивая), *à la mode* (модная) – 1. Однако по количеству ответов данные реакции не совпадают, в русском языке их больше. Гораздо шире, чем в других АП, во французском языке представлена СЗ «материал». В английском языке данная СЗ вообще отсутствует, а с той же СЗ в русском языке нет ни одной одинаковой реакции. СЗ «материал» ассоциируется у французов с такими названиями, как *peau* (кожа) – 3; *coton* (хлопок), *nylon* (нейлон), *chiffon* (шифон) – 1. Следует отметить и разнообразие синонимов во французском языке самого слова «материал, ткань», представленного реакциями *tissue* – (6), *toile*, *matière*, *étoffe* – (1). Эти наблюдения говорят о Франции как о стране, где имеют большое значение производство, пошив одежды.

СЗ «количество» и «место» представлены, согласно DAVF, единичными реакциями: *pile* – куча, *travail* – работа. СЗ «кто» связана с ассоциациями *débardeur* (грузчик), *homme* (человек), *styliste* (стилист) – 1. АП «одежда», «clothes», «vêtement» совпадают здесь в реакции *человек*. Однако АП *vêtement* имеет больше реакций, связанных с профессиями, название профессии есть и в АП *clothes* – (*tailor* – портной), но оно не совпадает с французскими.

СЗ «действие» АП «vêtement», согласно данным DAVF, ассоциируется у французов с такими глаголами, как *couvrir* (покрывать), *habiller* (одевать, шить) – 5; *porter* (носить), *s'habiller* (одеваться, носить одежду) – 3; *protéger* (защищать), *vêtir* (носить), *paraître* (выходить в свет, появляться), *essayer* (пробовать), *enfiler* (надевать) – 1. Большое разнообразие глаголов и их лексическая составляющая позволяют сделать вывод о том, что одежда в жизни французов играет важную роль и выполняет многочисленные функции. Необходимо отметить, что исследуемые нами АП «одежда», «clothes», «vêtement» совпадают в данной СЗ лишь в одной реакции – *носить*, но

нет ни одного совпадения по количеству ответов на данную реакцию, в русском языке – 1, в английском – 4, во французском – 3.

Таким образом, проведенный ассоциативный эксперимент, основанный на анализе данных ассоциативных словарей, позволяет сделать вывод о том, что ассоциативные поля концептов «одежда», «clothes», «vêtement» в русской, английской и французской языковых картинах мира имеют наибольшее количество одинаковых реакции лишь в семантических зонах «предмет, вещь» и «признак», остальные семантические зоны сильно различаются по количеству и характеру ассоциаций.

Проведенное исследование подтверждает тот факт, что слова, в разных культурах обозначающие сходные предметы, могут подразумевать значительные национально-специфические отличия соответствующих понятий и концептов. Из этого следует, что в человеческом сознании функционируют в первую очередь знаки национальной культуры, которые в целях коммуникации могут вербализоваться. Культурологическая разница может оказаться достаточно значительной, и это обстоятельство заставляет помнить о том, что в процессе перевода любого текста на иностранный язык переводчика могут ожидать серьезные трудности: простая передача, например, английского слова «clothes» на русский или французский язык может привести к осязаемым культурологическим потерям, поэтому таким важным является изучение национально-культурной специфики языкового сознания носителей разных языков.

#### Библиографический список

1. Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь: в 2 т. Т. 1. От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева [и др.]. М.: Астрель, 2002. 784 с.
2. Караулов Ю.Н. Семантический гештальт ассоциативного поля и образы сознания // Языковое сознание: содержание и функционирование: тез. док. XIII Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. Москва, 1-3 июня 2000 г. / отв. ред. Е.Ф. Тарасов. М., 2000. С. 107–108 с.
3. Word Association Thesaurus [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eat.rl.ac.uk>.
4. Le Dictionnaire des Associations Verbales du Francais [Электронный ресурс]. URL: <http://dictaverf.nsu.ru>.

*M.M. Bocharnikova\**

#### PSYCHOLINGUISTIC STUDY OF THE PHENOMENON OF «CLOTHES» IN RUSSIAN, ENGLISH AND FRENCH CULTURES

This article highlights the experience of studying the phenomenon of «clothes» in Russian, English and French cultures on the basis of the association experiment. The relevance of research is due to the fact that clothes play a vital social role in most human societies that is why it can say a lot about the specific ethnic group.

**Key words:** clothes, association experiment, semantic zone, to compare, differences, culture, associations.

---

\* *Bocharnikova Maria Mahmatovna* (bocharnkovamaria@rambler.ru), the Dept. of English Language, Rybinsk State Aircraft and Technological Academy, Rybinsk, 152934, Russian Federation.