

шей управляемости, тогда как метафоры *danse sur un volcan* 'как на вулкане танцевать' и *une tempête à l'horizon* 'бура на горизонте' используются при описании надвигающейся опасности. Несмотря на диаметрально разную разницу смыслов, данные примеры отражают страх и предельную осторожность французов.

Таким образом, когнитивный подход представляется широким и универсальным. Он позволяет выявить различия в культурах и способах концептуализации действительности, приоткрывает принципы построения метафоры в языке в целом и в деловой культуре в частности, дает возможность рассмотреть метафору как базовый механизм построения тропов, а также говорить об особенностях отдельного этноса.

Источники

1. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. — М. : Рус. словари, 1996. — 154 с.
2. Режабек, Е. Я. В поисках рациональности / Е. Я. Режабек. — М. : Акад. проект, 2007. — 383 с.

А.В. Шуманская

*Научный руководитель — доктор филологических наук Н.И. Курганова
БГЭУ (Минск)*

К ВЫДЕЛЕНИЮ СТЕРЕОТИПНОГО ЯДРА КОНЦЕПТА «МУЖЧИНА» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ БЕЛОРУСОВ И РОССИЯН

Актуальность темы нашего исследования обусловлена тем, что концепт МУЖЧИНА входит в число базовых концептов любой культуры, отражая сложную культурно обусловленную систему измерения картины мира, внутренней (духовной) жизни представителя той или иной культуры.

Целью работы является проведение сопоставительного анализа концепта МУЖЧИНА через призму языкового сознания россиян и белорусов, а также выявление общих и отличительных черт в его содержании.

Главным методом сбора материала исследования послужил метод ассоциативного эксперимента. Согласно заданию респонденты должны были записать первые пять словесных реакций на слово-стимул «мужчина». Обработка материалов осуществлялась по методике Н.И. Кургановой [1, с. 150–156].

Материалом исследования послужили результаты ассоциативного эксперимента, проведенного в виде анкетирования в Интернете среди белорусов и россиян. Всего в ассоциативных экспериментах приняли

участие 100 респондентов: 50 белорусов и 50 россиян в возрасте от 18 лет до 31 года. С белорусской стороны — 74 % респондентов-женщин и 26 % респондентов-мужчин; с российской стороны — 66 и 34 % соответственно.

На первом этапе исследования было выделено стереотипное ядро ассоциативного поля, в которое вошли ассоциаты, набравшие не менее 3 % всего объема ассоциаций. Ассоциативное поле «мужчина», полученное от белорусских респондентов, включает 250 ассоциативных реакций, ранжирование которых позволило представить стереотипное ядро следующими вербальными компонентами: *сила* (21) / *моц* (4), *защитник* (12) / *абаронца* (3), *отец* (7) / *бацька* (5), *опора* (11), *мужество* (7) / *мужнасць* (1), *надежность* (7). Стереотипное ядро содержит 78 ассоциатов, что составляет 31,2 % всего содержания поля.

Ассоциативное поле, смоделированное на основе ответов российских участников, включает 250 ассоциатов. Стереотипное ядро данного поля, представлено девятью наиболее частотными вербальными реакциями: *защитник* (19), *отец* (10), *сила* (10), *добытчик* (9), *работа* (8), *опора* (8), *лидер* (8), *мотивация* (8), *муж* (7) и содержит 87 ассоциатов (34,8 % всего содержания поля).

На следующем этапе исследования мы сопоставили стереотипное ядро, полученное в каждой из групп испытуемых, что позволило нам сделать следующие выводы. Во-первых, ведущие компоненты стереотипного ядра не совпали в двух группах: у белорусов — это *сила* (21) / *моц* (4), у россиян — *защитник* (19). Во-вторых, только четыре ассоциата ассоциативного ядра являются общими в двух группах испытуемых (*сила*, *защитник*, *отец*, *опора*), однако они не совпали количественно. В-третьих, были выявлены ассоциаты, типичные только для белорусских участников — *мужество* / *мужнасць* (8), *надежность* (7) и только для российских — *добытчик* (9), *работа* (8), *лидер* (8), *мотивация* (8) и *муж* (7). Легко заметить, что ядро поля, полученное от белорусов, содержит преимущественно ассоциации, связанные с личностными качествами мужчин (*сила*, *мужество* / *мужнасць*, *надежность*). В ядре поля, полученного от россиян, преобладают ассоциаты, отражающие статус мужчины (*защитник*, *отец*, *добытчик*, *лидер*, *муж*). Все это говорит о наличии культурно-специфичных характеристик в языковом сознании белорусов и россиян, что требует осмысления и объяснения причин данных расхождений.

Источник

1. Курганова, Н. И. Смысловое поле при моделировании значения слова : монография / Н. И. Курганова. — Мурманск : МГГУ, 2012. — 296 с.