

УДК 811.161.1 + 811.581

Ма Лун

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АССОЦИАТИВНЫХ ПОЛЕЙ «ПИЩА» И «食物» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В статье на основе направленного ассоциативного эксперимента представлен сопоставительный анализ ассоциативных полей «пища» и «食物» в русском и китайском языках. Выявлены сходства и различия в образах сознания представителей русской и китайской лингвокультур.

Изучение взаимоотношения языка, культуры и сознания, процессов межкультурного общения является одной из актуальных проблем современного языкознания. Неоспорима важность лингвокультурологического изучения номинативных процессов в сфере обыденной жизни, связанных с культурой потребления пищи, поскольку еда отражает одно из главнейших условий биологического выживания человека и входит в состав материальной жизни общества.

В настоящее время, когда в мире все отчетливее осознается неизбежность сосуществования разных культур, обществ с различными национальными традициями, актуальным представляется сопоставительное изучение указанной группы лексики в неродственных языках, в частности, русском и китайском. При сравнении языковых картин мира русского и китайского народов возможно выяснить общее и различное в методе приема пищи, особенностях сервировки стола, режима питания, традиций приготовления и приема пищи, значение пищи для каждого из народов и, в частности, каким образом все вышеуказанное отражается в сознании человека посредством выражения в языке, то есть на лингвистическом уровне.

Концепт *пища*, по мнению исследователей, относится к числу важнейших смысловых областей обыденного сознания, в силу чего находит многомерное воплощение в каждом языке. Данный концепт репрезентируется базовыми лексическими единицами, ср. русск.: *пища, есть, пить*; синонимический ряд с доминантой «пища»: *еда, снедь, съестное*, устар.: *брашно, сыть, выть, харчи, яство*; прост.: *жратва* [1, с. 371]; кит.: *食物* «пища», *吃饭* «есть», *喝* «пить»; синонимический ряд: *吃, 食物, 饲料* [2, с. 1239].

Особую значимость концепты семантического поля «пища» приобретают в выражении специфики национальной культуры, культурных сценариев и стереотипов [3, с. 317]. По этой причине в каждом языке существует большое количество фразеологизмов, построенных на основе концептов пищи, в которых значимость еды осмысливается в нравственных, социальных и других категориях, ср. русск.: *Дал Бог день, даст и пищу; Каков у хлеба, таков и у дела; Ешь с голоду, люби с молодую; Хлеб-соль ешь, а правду режь*; кит. *饱食终日, 无所用心* Если думать только о еде, то ума не будет в голове; *不劳动者不得食* Если ты не отдал труда, то не получишь и вознаграждение; ср. русск. *Кто не работает, тот не ест; 吃饭不知饥饱, 睡觉不知颠倒, 说话不知深浅* Кто ест не в меру, спит и говорит без конца, тот не знает житейской мудрости; *吃过黄连的人, 才知道蜜糖的甜* Кто узнал вкус горького, тот вспоминает сладкий вкус мёда.

Научный руководитель – Ю.А. Гурская, кандидат филологических наук, доцент кафедры культуры речи и межкультурных коммуникаций Белорусского государственного педагогического университета имени Максима Танка.

Целью настоящего исследования является выявление национально-культурной специфики языкового сознания на примере макроконцепта *пища*. Цель работы определила постановку и решение следующих задач: 1) определить роль «пищевых» ассоциаций в концептуальной картине мира; 2) на основе проведенного ассоциативного эксперимента осуществить моделирование ассоциативных полей «пища» «食物» в русском и китайском языках; 3) выявить сходства и различия в образах сознания представителей русской и китайской лингвокультур.

Для достижения поставленной цели в 2010 году мы провели ассоциативный эксперимент среди носителей русского и китайского языков. В эксперименте приняли участие 292 носителя русского языка и 284 носителя китайского языка. Возраст информантов – от 15 до 65 лет. Испытуемым было предложено записать на родном языке слова-ассоциаты, которые первыми приходят в голову. Русским испытуемым предлагались следующие слова-стимулы: *пища, есть, пить, хлеб*. Китайским респондентам были предложены слова-стимулы: *пища, есть, пить, рис*. Слова *хлеб* и *рис* рассматривались как эквивалентные образы-символы в русской и китайской культурах, что подтверждается проведенными исследованиями [4, с. 57–64]. Для сопоставления ассоциаций, выявленных у носителей русского языка, были использованы материалы «Русского ассоциативного словаря» [5; 6].

В данной статье мы рассмотрим ассоциативные поля «пища» и «食物» в сопоставительном освещении. По мнению исследователей, ассоциативное поле – это не просто фрагмент вербальной памяти (знаний) человека, фрагмент системы семантических и грамматических отношений, но и фрагмент образов сознания, мотивов и оценок [5, с. 6].

Как показывает анализ, исследуемые концепты организованы по полевому принципу, в силу чего описание содержания концепта предполагает его полевою стратификацию, т.е. выделение ядра, ближней, дальней и крайней периферии. Полевая организация концепта описывается в опоре на результаты ассоциативного эксперимента. По результатам ассоциативного эксперимента нами были сформированы ассоциативные поля стимулов как перечисление слов-ассоциатов, располагаемых по убыванию числа испытуемых. В дальнейшем слова, образующие ассоциативное поле, интерпретировались как языковые средства объективации тех или иных когнитивных признаков концепта.

В рассматриваемом материале можно выделить две доминантных сферы – приготовление и употребление пищи, в каждой из которых объект и субъект и отношение между ними выступают в качестве обязательных компонентов. В сфере приготовления пищи в качестве объекта рассматриваются продукты питания; в качестве субъекта – лица, производящие определенные действия с объектом с целью его добывания, переработкой и доставкой.

В русском языке полученные слова-ассоциаты можно разделить на 18 смысловых зон: «продукты питания»; «названия блюд»; «оценка вкусовых качеств пищи»; «эстетическая оценка»; «полезность/вредность продукта»; «пригодность/непригодность к употреблению»; «стоимость продукта»; «место принятия пищи»; «место приготовления»; «место хранения»; «время и порядок приема пищи»; «приборы для приема пищи»; «потребность человека в пище»; «избирательность в еде»; «цель употребления пищи»; «процесс и результат употребления пищи»; «характеристика материального положения субъекта»; «деятели, связанные с добычей пищи».

На основе анализа полученных данных установлено, что ядро ассоциативного поля «пища» в русском языке составляют лексемы с оценочной семой «вкус», выражающие положительную оценку вкусовых качеств пищи: *вкусная* 13; *пища богов* 8; *вкусная и здоровая; аппетитная; вкусна* 1 [5, с. 451]; *вкусная* 27; *вкусно* 3; *вкуснятина*

1; *наслаждение; удовольствие* 23; *аппетит* 4. Как видно, наиболее частотными реакциями на слово-стимул *пища* являются оценочные определения: *вкусная, вкусно*.

Дальнюю периферию составляют квалификаторы, которые выстраиваются в систему доминантных оппозиций «съедобный/съедобно» – «несъедобный/несъедобно», «полезный/полезно» – «вредный/вредно»; «калорийный» – «диетический» и формируют обширное поле рецепции: *съедобно; все перевариваемое* 1 [5, с. 451]; *съедобное* 1 – *несъедобная* 1 [5, с. 451]; «полезный» – «вредный»: *полезная* 6, *здоровая* 3, *свежеприготовленная* 2, *разнообразная* 1 – *нитратная, отравленная, плохая* 1 [5, с. 451]; ‘калорийность продукта’: *калорийная/ калории, обильная* 1 [5, с. 451]; *полезная* 4; *калорийная, насыщенная, питательная* 3; *диетическая* 2; *легкая* 1.

К единичным ассоциациям относятся слова, отражающие зрительное восприятие пищи: *красиво оформленная; разноцветная; натюрморт* 1. Отрицательная оценка вкусовых качеств пищи выражена ассоциатами: *невкусная; холодная* 2; *гадость, объедки; для животных* 1 [5, с. 451]; *вредная, отравлена* 1.

Как показывает материал, ядро русского ассоциативного поля «пища» отражает наиболее важные синтагматические связи в сознании респондентов, прежде всего, устойчивые словосочетания, аллюзии на прецедентные тексты (термин Ю.Н. Караулова): *пища богов* 8; *духовная пища* 6; *пища для ума* 5; *для мозга* 1 [5, с. 451]; *для ума* 3; *пища для размышления* 5. При этом для носителей русского языка концептуальной является общекультурная оппозиция *дух – тело; идеальное – материальное* с преобладанием частотности первого члена противопоставления: ассоциации *духовная* 6, *дух* 1 [5, с. 451]; *духовная* 4, *дух* 3. Значимыми являются ассоциации, которые относятся к смысловой зоне «цель, предназначение пищи»: *жизнь* 10, *энергия* 9; *источник существования, существование* 8; ср. *выживание; сила; ум* 3.

Значительная часть ассоциаций характеризует субъекта действия. Субъект употребления оценивается по следующим семантическим признакам: «процесс и результат употребления пищи»: *есть, съедена* 2; *в желудке, кушать, принять* 1 [5, с. 451]; *жевать* 4; «потребность в пище»: *необходимость/ необходима* 15, *голод* 5, *нет, отсутствует* 1; «высокая потребность в пище, оцениваемая отрицательно»: *обжора* 1; «избирательность в еде»: (пища для) *гурмана* 1; «характеристика материального положения субъекта»: *нищий* 1. Пища также рассматривается как объект купли-продажи: *очень дорогая; рубль* 1 [5, с. 451]; *деньги; магазин; рынок* 4.

Крайнюю периферию составляют слова, которые входят в тематические группы «продукты питания» и «названия блюд». Группа «продукты питания» представлена следующими реакциями: *курица; хлеб* 1 [5, с. 451]; *картофель* 8; *фрукты* 7; *мясо* 5; *хлеб* 4; *овощи; яблоко* 3; *огурец* 2; *апельсин, банан, зелень; молоко; овощи; помидор; смородина* 1. В тематическую группу «названия блюд» входят ассоциаты: *тарелка с супом; Пицца Хат* 1 [5, с. 451]; *пицца* 5; *колбаса* 4; *курица; салат* 3; *каша; торт; шоколад* 2; *борщ; картофельное пюре; мороженное; суп* 1. Как видно, значительная часть наименований является заимствованиями из европейских и неевропейских языков: *апельсин, банан, кофе, пицца, плов; помидор; салат, суши; торт*. В данной смысловой зоне можно выделить подгруппу, связанную с напитками: *вода; кофе* 1.

Дополняет данную тематическую группу материал «Обратного словаря», который обнаруживает три наименования с национально-культурными коннотациями: *хлеб* 7, *блин* 3; *щи* 1; значимые для русской культуры названия продуктов с символическими коннотациями: *жир* 2, *масло, соль* 1, а также названия, заимствованные из западноевропейских и тюркских языков: *бутерброд, вермишель, сосиски, пицца, харчо* 1 [6, с. 613].

Зафиксированы также ассоциации, объективирующие концепты сценарного типа, которые отражают ритуальный компонент приема пищи, закрепленный в русском

языковом сознании: *завтрак, обед* 1 [5, с. 451]; *обед* 10; *завтрак, обед, ужин* 1.

Дальнюю периферию составляют ассоциации-локативы, которые входят в смысловые зоны: «место употребления пищи»: *ресторан* 2; *столовая* 2, *в столовой, банкет, буфет* 1; «место приготовления»: *кухня* 4; «место хранения»: *холодильник* 1.

Как показал анализ, наиболее востребованными для русских респондентов являются смысловые зоны: «оценка вкусовых качеств пищи»; «полезность/вредность продукта»; «пригодность/непригодность к употреблению»; «процесс и результат употребления пищи»; «названия блюд»; «потребность в пище»; «цель употребления пищи»; «место принятия пищи», поскольку они имеют наибольшее количество ассоциативных объективаций по сравнению с другими зонами.

Смысловые зоны «место приготовления»; «место хранения»; «приборы для приема пищи»; «избирательность в еде»; «стоимость продукта»; «характеристика материального положения субъекта»; «деятели, связанные с добычей пищи» для носителей русского языка менее значимы.

Ассоциаты, полученные в результате опроса носителей китайского языка, можно разделить на 18 смысловых зон: «продукты питания»; «названия блюд»; «вид пищи»; «вкусовые категории пищи»; «оценка вкусовых качеств пищи»; «пригодность к употреблению»; «калорийность пищи»; «значимость пищи»; «стоимость продуктов»; «место приобретения продукта»; «время и порядок приема пищи»; «потребность в пище»; «цель употребления пищи»; «характеристика материального состояния человека»; «название процессов приготовления пищи»; «производитель пищи»; «результат тяжелого труда»; «наименования других этносов».

В отличие от русского языка, ядро ассоциативного поля «пища» носителей китайского языка составляют пять наименований-гипонимов, которые с древности составляют основу китайской национальной кухни и входят в гипероним «пища»: *мясо* 96; *мука* 69; *фрукты* 56; *овощи* 54; *рис* 52.

Ряд феноменов китайской кухни обладает яркой национально-культурной спецификой, проявляющейся в гастрономических пристрастиях китайских респондентов. В ближнюю периферию ассоциативного поля «пища» входят названия самых известных китайских национальных блюд из теста, мяса, а также продукты моря: *火锅* хого – *китайский самовар* 36; *馒头* мантоу – *пампушки на пару* 30; *海鲜* морские деликатесы 24; *羊肉串* янжоучуань – *шаашлык из баранины* 17; *包子* паровой творог 16; *饺子* пельмени 15. Наименования напитков представлены только одной реакцией: *白水* вода 15.

Известно, что пища – один из наиболее устойчивых элементов материальной культуры, однако с течением времени питание, как и другие элементы быта, может меняться. Как показывает эксперимент, набор продуктов традиционной китайской кухни, сложившийся с древности, в основном сохраняется до сих пор, о чем свидетельствует ядро ассоциативного поля «пища». Популярность блюд, заимствованных из европейских языков, отражена в ассоциатах, относящихся к ближней периферии ассоциативного поля: *батон* 20; *пицца* 19; *шоколад* 12, *торт* 10. К дальней и крайней периферии рассматриваемого поля относятся заимствованные слова: *糖果* конфеты, *丸子* фрикаделька 9; *香肠* колбаса 7.

К дальней периферии относятся менее популярные в китайской кухне блюда и отдельные названия продуктов питания: *鸡蛋* яйцо 14; *糖葫芦* засахаренные фрукты на палочке; *咸菜* соленья 10; *牛奶* молоко 9. Крайнюю периферию составляют ассоциаты: *豆腐* соевый творог; *羊杂碎* горячее блюдо из потрохов; *油条* йоутя (жареные «колоски») 5; *玉米* кукуруза; *炒菜* жареные овощи 4; *甲鱼* дальневосточная черепаха 3.

Ближнюю периферию составляют слова, которые входят в смысловые зоны «вкусовые категории пищи»: *пять вкусовых ощущений* 32; «вкусовые качества пищи, оцениваемые положительно»: *вкусный* 24; «пригодность к употреблению»: *качество*

12; *гарантийный срок* 11; «калорийность пищи»: *питательный, сытный* 10. В отличие от носителей русского языка, для китайских респондентов одинаково значимыми являются пять вкусовых категорий (сладкое, кислое, горькое, острое, соленое), в то время как у русских респондентов отмечена только одна реакция: *сладкое* 4. Отрицательная оценка вкусовых качеств пищи у китайских испытуемых отражена незначительно: *невкусный* 4.

Значимыми для носителей китайского языка являются смысловые зоны «стоимость продуктов», «характеристика материального состояния субъекта», которые отражены в ассоциатах: *цена* 30; *богатый* 19; *деньги, магазин* 18; *реклама* 7. При этом оценка материального состояния человека, связанная со словом-стимулом *пища*, разнополярна у русских и китайских респондентов: кит. *богатый* 19 – русск. *нищий* 1.

Дальнюю периферию составляют слова, которые входят в смысловые зоны «потребность человека в пище»: *удовлетворенный* 6; «цель употребления пищи»: *здоровье* 14; *жизнь* 8; «значимость пищи»: *главный* 9.

У китайских испытуемых зафиксированы реакции, свидетельствующие о том, что для части респондентов добывание пищи ассоциируется с тяжелым трудом земледельца: *неурожайный год* 8; *в поте лица* 7; *крестьянин, земля* 6. В то же время у русских респондентов на слово-стимул «пища» не выявлено ассоциаций, объективирующих концепт *труд*. Среди единичных реакций отмечены слова, связанные с добыванием и обработкой пищи в древности: *охотник, древние люди, костер*.

По данным эксперимента среди носителей китайского языка наибольшее количество объективаций отражают смысловые зоны «продукты питания»; «названия блюд»; «вкусовые категории пищи»; «стоимость продуктов»; «характеристика материального состояния человека»; «результат тяжелого труда»; «производитель пищи». Менее значимыми являются смысловые зоны: «время и порядок приема пищи»; «оценка вкусовых качеств пищи»; «пригодность пищи к употреблению»; «калорийность продукта»; «цель употребления пищи»; «место приобретения продукта»; «название процессов приготовления пищи».

Анализ семантики единиц, которые репрезентируют концепт *пища* в неблизкородственных языках, позволяет сделать следующие выводы. В разных культурах «пищевые» ассоциации играют неодинаковую роль в мировосприятии и формировании концептуальной картины мира. В структуре русского ассоциативного поля наиболее значимой является смысловая зона «оценка вкусовых качеств пищи», в которую входят лексемы с оценочной семой «вкус», формирующие доминантные оппозиции: «вкусный» – «невкусный»; «съедобный» – «несъедобный» и др.

В ядре языкового сознания китайских респондентов наиболее частотны реакции, выраженные национально-специфическими лексическими единицами семантического поля «пища», в то время как в языковом сознании русских респондентов зафиксировано только одно слово, обладающее национально-культурными коннотациями: *хлеб*. Нужно отметить, что ассоциация со словом *хлеб*, хотя и не имеет высоких частотных показателей, но стабильно обнаруживается в ассоциативных словарях, а также в материалах эксперимента.

Совпадающими в реакциях русских и китайских респондентов являются следующие 17 слов: *вкусная, вода, голод, деньги, жизнь, здоровье, колбаса, магазин, молоко, невкусная, овощи, питательная, пицца, разнообразная, торт, фрукты, шоколад*. При этом в ядре языкового сознания русских и китайских испытуемых не отмечено ни одного совпадения. Наибольшее количество пересечений в исследуемом фрагменте языкового сознания представлено в области дальней и крайней периферии.

В целом представление о пище занимает значительное место в концептуальной картине мира носителей исследуемых лингвокультур.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Словарь синонимов / Ред. А.П. Евгеньева ; составители: Л.П. Алекторова [и др.]. Справочное пособие. – Ленинград : «Наука», 1975. – С. 371.
2. 现代汉语词典(第五版). 北京 商务印书馆, 2005. (Современный китайский словарь. – Пекин : ШанУИньшугуань, 2005. – С. 1239).
3. Бочегова, Н.Н. О национальной специфике концептов «культуры с маленькой буквы» / Н.Н. Бочегова // Языки и транснациональные проблемы : материалы 1-й Междунар. науч. конф., Тамбов, 22–24 апреля 2004 г. : в 2 т. / М-во образования и науки Рос. Федерации, Ин-т языкознания Российской академии наук, Тамб. Гос. ун-т Г.Р. Державина, Ин-т исследования и развития лит. процессов в Австрии и в мире – INST (Вена, Австрия) : Т.А. Фесенко (отв. ред.). – Тамбов, 2004, – Т. 2. – С. 317.
4. Ма Лун. Концепт «хлеб» русской наивной картины мира в зеркале китайской. Вестник МГЛУ. Сер. 1. Филология. – 2010. – № 2(45). – С. 57–64.
5. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т.1: От стимула к реакции: ок. 7000 стимулов / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 784 с.
6. Русский ассоциативный словарь : в 2 т. т.2 : От реакции к стимулу: Более 100 000 реакций/ Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 992 с.

Ma Lun. Comparative analysis of associative fields «food» and «食物» in Russian and Chinese languages

This article deals with the modeling of associative fields «food» and «食物» in Russian and Chinese languages on the basis of directed associative experiment. The semantic zone «definition of food taste» is the most significant in the structure of Russian associative field when associations connected with semantic zones «food stuffs» and «national dishes» are in the center of Chinese associative field. The most quantity of crossings in the investigated fragment of linguistic consciousness is presented in the sphere of far and extreme periphery of investigated associative fields.

Рукапіс паступіў у рэдкалегію 30.06.2010