

**Елена Валентиновна Максимюк**Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет, кандидат филологических наук, доцент,  
доцент кафедры «Иностранные языки», Омск, Россия  
e-mail: Grechko\_EV@mail.ru**Динамика аксиологических доминант в разных временных векторах  
в рамках концепта «семья» (по данным ассоциативного эксперимента)**

*Аннотация.* Исследование эксплицированных при помощи языковых средств ассоциаций в рамках концепта «семья» позволило выявить особенности восприятия и интерпретации фрагмента национальной картины мира в разных временных ракурсах социально значимым возрастным сегментом респондентов, описать и сравнить аксиологическое содержание и ранжирование культурно значимых в рамках национальной языковой картины мира смысловых комплексов. Исследование помогает реконструировать и многопланово описать фрагмент национальной картины мира, языковые средства ее репрезентации, а через них культуру и менталитет своего народа. В сравнительном диапазоне были сопоставлены и описаны аксиологические доминанты ассоциативных полей и формы их языковой репрезентации. В результате исследования было описано содержание ядра и периферии ассоциативного поля «семья», зафиксирована смена ракурса аксиологизации и содержания при смене временного вектора, что продиктовано привязкой к личному опыту и индивидуальной, но национально маркированной картиной мира.

*Ключевые слова:* ассоциация, концепт, репрезентация, референция, аксиологические доминанты.

**Elena V. Maksimyuk**Siberian State Automobile and Highway University, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Omsk, Russia  
e-mail: Grechko\_EV@mail.ru**Dynamics of Axiological Dominants in Different Time Vectors Within  
the Concept of “Family” (Based on Associative Experiment Results)**

*Abstract.* The study of associations explicitly expressed with the help of linguistic means within the concept of “family” allowed to identify perception and interpretation peculiarities of the fragment of national worldview in different time perspectives by a socially significant age segment of respondents, to describe and compare the axiological content and ranking of culturally valued semantic complexes within the national linguistic worldview. The study helps to reconstruct and describe in a multifaceted way the fragment of the national picture of the world, linguistic means of its representation, and through them the culture and mentality of Russian people. In the comparative way, the axiological dominants of the associative fields and the forms of its linguistic representation were compared and described. As a result of the study, the content of the core and periphery of the associative field “family” was described, a change in the perspective of evaluation and content was fixed when the time vector changed, which was determined by the link to personal experience and individual, but nationally marked worldview.

*Keywords:* association, concept, representation, reference, axiological dominants.

**Введение (Introduction)**

Одним из эффективных способов исследования индивидуального и общенационального сознания и его культурных особенностей является ассоциативный эксперимент, позволяющий описать выраженные в речи ментальные образы мира, их взаимодействие и характерные черты. Ассоциации формируются на базе опыта, они связывают ассоциируемый объект и психоэмоциональную реакцию индивида на

него. Ассоциативные методики способствуют всестороннему изучению и описанию работы языкового сознания, особенностей языковой картины мира с учетом этнических, личностных, профессиональных и иных экстралингвистических факторов, детерминирующих актуализацию и направление ассоциирования. Семейные традиции, атмосфера предопределяют поведенческие реакции и критерии оценки людей. Нравственное воспитание предусматривает не

столько познание, сколько понимание и правильное отношение к миру [1]. Особенно остро проблема формирования ценностных ориентиров возникает в период, когда меняются политические и социально-экономические условия жизни. В это время актуализируются такие качества, как гражданское самосознание, трепетное отношение к историческому и культурному наследию. По этой причине необходимо осуществлять постоянный мониторинг степени актуальности морально-этических и эстетических ценностей у разных поколений в рамках одного социума [2].

### Литературный обзор (Literature Review)

Экспериментальные ассоциативные методики находят многоаспектное применение при изучении когнитивных процессов, механизмов продуцирования и восприятия речи, концептуального анализа представления знаний [3]. В настоящее время ассоциативный эксперимент широко применяется в психолингвистических и когнитивных отечественных и зарубежных исследованиях.

По мнению А. А. Залевской, процесс ассоциирования протекает с опорой на ситуацию. Человек вынужден постоянно адаптироваться, память помогает облегчить и избежать в будущем неприятных ситуаций. Адаптация протекает по законам нейрофизиологии. На психологическую адаптацию также влияют нормы и стереотипы, принятые в обществе, в котором проживает или вырос говорящий индивид [4, с. 4]. В слове отражаются знания, чувства и эмоции человека, в нем сопряжены опыт прошлого, актуальность настоящего и перспектива будущего. В лексиконе индивида фиксируются лишь фрагменты образа мира, этот образ может меняться, но анализ ассоциативных полей представителей одной социальной и этнической среды позволяет выявить и описать национальные и культурные константы, характерные для данного общества на определенном этапе исторического развития, зафиксировать их динамику и в случае необходимости осуществить превентивные меры по коррекции для сохранения цельности и самобытности нации. В процессе социализации индивид интериаризует и ассимилирует общие стандарты и ценности, в результате чего его языковая личность обретает национально маркированный характер.

Основой языковой картины мира является концепт. По определению Е. С. Кубряковой, концепт — это оперативная единица памяти, отраженная в психике [5, с. 90]. В. А. Маслова трактует концепт как национально детерминированное ментальное образование, в рамках которого планом содержания выступает весь конгломерат знаний о мире, а планом выражения является вся совокупность языковых средств [6, с. 27]. Помимо понятийного содержания, концепт имеет социокультурную часть, которая не столько осознается, сколько переживается носителем [6, с. 27]. В. В. Красных замечает, что изучение лингвокультурных концептов помогает проникнуть в культурно-исторический слой ментально-лингвального комплекса [7, с. 12]. Изучение концептуальной картины мира помогает понять особенности мировоззрения разных наций и его взаимосвязь с языком [8, с. 187].

Концептуальные исследования активно ведутся не только в России, но и за рубежом. Так, Д. Корсон (David Corson)

говорит о том, что нормы дискурса продолжают укреплять культурное мировоззрение, тем самым продолжая цикл культурного воспроизводства потомками [9]. Дж. В. Андерхилл (James W. Underhill) уже долгое время ведет исследование особенностей мировоззрения, изучая процессы метафоризации и идеологизации [10], подробно останавливается на рассмотрении общезначимых концептов, таких как «правда», «любовь», «ненависть» [11].

### Методы (Methods)

Материалом для исследования стали результаты ассоциативного эксперимента, проведенного в декабре 2024 г. среди студентов Сибирского государственного автомобильного университета.

Цель исследования — анализ структуры представленных молодыми людьми ассоциативных полей для экспликации ценностных доминант современной молодежи на уровне абстрактного понятия семьи, собственного опыта и желательной модальности.

В анкетировании приняло участие 200 учащихся 1-го и 2-го курса. Выбор группы респондентов в возрасте 18–20 лет обусловлен тем, что в процессе профессионального обучения у молодых людей продолжает складываться система ценностей, мировоззрение, детерминирующее жизненные позиции и установки. Большинству из опрошенных еще только предстоит создать семью.

В исследовании применялись методы статистического, когнитивно-семантического, дискурсивного, психолингвистического и лингвокультурологического анализа.

### Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

На 1-м этапе респондентам предстояло дать ассоциации на слово-стимул *семья* в абстрактном представлении; на 2-м этапе им необходимо было связать это слово-стимул с настоящим жизненным опытом и продолжить утверждение *Моя семья (какая?)*. Третий этап носил прогностический характер и предполагал умозрительный экскурс в будущее, респонденты отвечали на вопрос *Моя будущая семья (какая?)*.

При анализе ассоциативных реакций на слово-стимул *семья* в абстрактном представлении было выявлено присутствие ядра и периферии. В центре ассоциативного поля «семья» у молодых респондентов стоит *любовь*. На 2-м месте по степени частотности оказались реакции, отражающие характер взаимоотношений в семье, это — *поддержка* и *забота*. Аналогичное по числу количество реакций было фреймового характера: семья как некая локация, выраженная в анкетах лексемой *дом*. Следующая по частотности — реакция психоэмоционального характера, передающая степень комфорта респондентов, в рамках реконструкции данного фрагмента картины мира — *тепло*. Часто для респондентов комфорт имел физические атрибуты, такие как *еда*; *вкусная еда*; *ужин*; *кухня*; *стол*; *посиделки с чаем*. Еще одной реакцией, манифестирующей семью как зону комфорта, является реакция *уют*.

На 3-м месте ассоциативные реакции интерактивного взаимонаправленного конструктивного характера: *взаимопомощь*; *взаимопонимание*; *взаимоуважение*. Данные лек-

семьи образованы методом сложения основ. Семантика первой основы выражает двунаправленность действия, вторая передает характер самого действия.

Четвертая по частотности группа реакций содержит ассоциации в виде терминов родства, близких родственников дифференцированного (*мама, папа, сестра, брат, муж, ребенок, бабушка, дедушка*) или обобщенного характера (*родственники, родные, близкие*). Из дифференцированных самой частотной реакцией стала реакция *мама*, а из обобщенных — *родители и родные*.

Остальные реакции имели малую частотность, т. е. были периферическими. Так, ассоциация *дети* появляется только у 6 % респондентов, как и ассоциация *счастье*. Семья всё больше рассматривается молодыми людьми как некий взаимокomфортный союз, основанный на дружбе, где присутствует *доброта* и нет угроз — *защита*. Данные смысловые доминанты маркируют стремление молодых людей обрести в семье прежде всего психоэмоциональный комфорт.

Следующая группа реакций с частотностью 4 % содержит важные мировоззренческие компоненты, требующие дальнейшей проработки. Так, реакция *крепкая* не имеет большой частотности, а это значит, что респонденты допускают свободную замену спутника жизни. Эта жизненная позиция может оказывать влияние на психоэмоциональное состояние детей, которые будут воспитываться родителями с такой жизненной позицией. Низкую частотность имеют и реакции тактильного характера, например *объятия*, хотя тактильность в отношениях может выступать скрепляющим фактором, рождающим как раз ощущение уюта, защищенности и спокойствия.

Коэффициент частотности 4 % имеют и реакции, отражающие присутствие личной ответственности в рамках данного социального института, она может выражаться в реакциях деятельного характера, выраженных в форме отглагольных существительных (*контроль, доверие*), а может — в реакциях атрибутивного характера: *ипотека, животные*. Положительными, но столь же малочисленными (4 %) являются реакции *смех, мир, жизнь*.

Еще более малочисленными (2 %), но актуальными для проработки с целью повышения аксиологической значимости у респондентов являются реакции *сплоченность, традиция, брак и дерево*. В современном мире незарегистрированный брак стал нормой, но эта норма не способствует укреплению отношений внутри семьи, наоборот, свидетельствует о неготовности брать ответственность за людей, состоящих с тобой в отношениях.

Периферийные реакции, такие как *гордость, родина, очаг, спокойствие, совместный отдых, безопасность, прогулки*, содержат в себе важные аксиологические установки для сохранения и поддержания института семьи. Так, первые три (*гордость, родина и очаг*) основаны на анализе жизненного опыта и отражают психоэмоциональную привязку и положительную оценку этого опыта и среды. Второй блок реакций (*спокойствие, совместный отдых, безопасность*), наоборот, направлен в будущее и эксплицирует комфортные для индивидов психоэмоциональные условия.

Стоит отметить, что ярко выраженных отрицательных реакций зафиксировано не было, следовательно, концепт

«семья» является положительно маркированным в рамках национального сознания. Лишь 1 % реакций содержали лексемы *шум, проблемы, разногласия*, отсылающие к потенциально некомфортному состоянию, которое неизбежно может время от времени возникать, поэтому актуальным представляется аксиологизация реакции *компромисс*.

Реконструкция ассоциативного поля «моя семья» вскрыла ряд социальных проблем, поскольку основой для ассоциирования стало сравнение с семьями, которые существуют в данном социуме наряду с семьями респондентов, и их реакции маркировали актуальность либо качества, либо состояния.

На этом этапе центральной и самой распространенной реакцией стала реакция *дружная*, а также близкая по содержанию, но направленная экстравертно в социум реакция *дружелюбная*. Второй по повторяемости стала реакция *веселая (смешная)*, а также обобщенная характеристика *хорошая*. На 3-м месте — реакции, маркирующие характер взаимоотношений внутри семьи и готовность экстраполировать это отношение во внешний мир: *поддерживающая, помогающая, взаимовыручающая, отзывчивая, взаимопомощь, каждый готов защитить, заботливая, опекающая*. Иногда ассоциации были выражены не адъективным типом, а номинативным, подчеркивающим константность и процессуальность действия: *поддержка, забота*.

На периферии на этом этапе оказались реакции *любимая и любящая*. Лишь 10 % респондентов маркировали степень благополучия своей семьи через ассоциативную реакцию *счастливая*. Присутствие моральной поддержки в своей семье подчеркнули в своих ответах 6 % респондентов: *понимающая, понимание*.

Равное количество реакций (по 5 %) составили словесные формы *добрая, заботливая, полная*. Присутствие таких реакций эксплицирует, что процесс ассоциирования идет на фоне контраста с присутствием в обществе таких явлений, как проявление озлобленности, безразличия и большого количества неполных семей. Ярким маркером присутствия девиантного и маргинального поведения в обществе является реакция *адекватная, нормальная*, также данная 5 % респондентов.

Среди опрошенных 3 % отличительной чертой своей семьи считают высокую степень активности: *живая, спортивная*. Такую же частотность имеют реакции *спокойная, уважающая* (подчеркивается вектор отношения к другим людям), *взаимоуважающая* (актуализируется вектор отношения друг к другу), *маленькая* (актуализируются проблема распространенности неполных семей и степень переживания детьми этой проблемы). Очень жаль, но только 2 % респондентов ассоциируют свою семью как *крепкую*.

Остальные ассоциативные реакции носят единичный характер и отражают индивидуальные особенности семьи респондентов: *тихая, спокойная* — *шумная, беспокойная, громкая, эмоциональная*; *обычная* — *необычная*; *большая* — *небольшая, неполная*; *конфликтная* — *не особо конфликтная*; *дружная* — *не очень*. Встречались реакции с опорой на материальное благосостояние семьи: *обеспеченная, сытая, благополучная*. Каждая семья была по-своему уникальна в наборе своих качеств, учет иерархии



в каждом отдельном случае и учет гендерной специфики могут стать материалом для дальнейших исследований.

На 3-м этапе эксперимента респондентам было предложено представить свою будущую семью. Данный этап позволил им отойти от шаблона 1-го этапа и реальной картины 2-го этапа и предусматривал возможность коррекции фрейма в соответствии с желательной модальностью.

В ядре атрибутивного поля, как на 1-м, абстрактном, этапе, стала ассоциация *любящая*, на 2-м месте — самая популярная реакция 2-го этапа, посвященного реальной семье, *дружная*.

*Забота, понимание, взаимопомощь и поддержка* на 3-м по степени частотности месте отражают как реальную, так и идеальную модель семьи, а следовательно, будут являться конституирующими признаками и при построении отношений респондентами в будущем.

В проекции будущего большее количество респондентов уделили внимание такому фактору, как *счастье*, доля реакций на данном этапе составила 10 % и осталась в зоне периферии. Представление о счастливой семье у респондентов варьировалось. Ответы контрастировали в семантическом плане. Большая часть респондентов, давших этот ответ, хотели, чтобы их семья была *живая, активная, энергичная, спортивная, неутомимая, амбициозная, веселая и смешная*; чуть меньшее количество респондентов предпочли, чтобы будущая семья была *спокойная и уважающая, неконфликтная*; 5 % хотят, чтобы семья была просто *хорошая*; столько же респондентов актуализируют характеристики *крепкая и верная*, с одной стороны, и *богатая, обеспеченная, успешная, благополучная, модная*, с другой. Примерно такое же количество респондентов аксиологизировали эмоциональный аспект: *теплая, уютная, добрая, сострадающая, честная, открытая, отзывчивая*. Фактор реализованности был актуален для 2 % респондентов: *образованная, квалифицированная, умная*; 1 % респондентов не смог смоделировать фрейм будущей семьи: *неизвестная, туманная*. У оставшихся респондентов акценты сместились в сторону личных приоритетов или основывались на жизненном опыте и социальной практике. Внимание акцентировалось на размере — *небольшая, большая*, на соответствии традиции — *полная*, на поведенческих реакциях — *адекватная, здравомыслящая*, на типе взаимоотношений иерархического характера — *равноправная, демократичная, не критикующая*.

Около 10 % респондентов представили не ассоциации и определения будущей семьи, а целый план: *парень + собака + квартира; хорошо вместе; 2 детей и уют в доме; много детей; хороший достаток, дети*. Несомненно, радует то, что ассоциация *дети* на этом этапе была более частотной, чем на предыдущих, и что респондентов, готовых

и желающих иметь детей, гораздо больше, чем занимающих позицию чайлдфри: *без детей, питомец*.

## Закключение (Conclusion)

В результате исследования было выявлено, что содержание ядра ассоциативного поля «семья» меняется при смене ракурса исследования.

При реконструкции абстрактного понятия наиболее частотными реакциями стали: 1) *любовь*; 2) *поддержка, тепло, забота, дом*; 3) *взаимопонимание, взаимоуважение, взаимопомощь*. Ассоциативное ядро выражено преимущественно лексикой, отражающей конституирующие элементы понятия: *любовь, забота, дом, еда, взаимопомощь, близкие, традиции*. На вершине аксиологической иерархии — эмоции; на 2-м месте — характер отношений, локация и комфорт; на 3-м месте — взаимность. На периферии оказались многие социально значимые семы: *традиции, брак, дети, счастье*.

При реконструкции реальной семьи аксиологические доминанты изменились — *любовь* уступила место *дружбе*, а *поддержку* на 3-м месте сместила психоэмоциональная реакция *веселая*, что свидетельствует о позитивной среде и комфортных условиях сосуществования. *Поддержка и взаимопомощь* остались в ядре ассоциативного поля. Ядро во многом отражает национальный характер: *дружная, дружелюбная, веселая, смешная, хорошая, поддерживающая, понимающая, отзывчивая, опекающая*. Периферия отразила наличие проблем (*маленькая, адекватная, конфликтная, не очень дружная*) и разнообразие типов темперамента (*живая — тихая, спортивная — спокойная, обаятельная — необаятельная*).

Третья проекция была выстроена в рамках желательной модальности и представила собой контаминацию 1-го и 2-го поля. Молодые люди хотели бы, чтобы в их будущей семье была *любовь и дружба*. Третья по частотности реакция предусматривала *заботу и поддержку*.

Зафиксировано варьирование в представлении о счастье в семье — в основание аксиологизации респондентами были положены разные критерии: образ жизни и темперамент (*живая, активная, энергичная, спортивная, неутомимая, амбициозная, веселая и смешная, спокойная и уважающая, неконфликтная*); материальный достаток (*богатая, обеспеченная, успешная, благополучная, модная*); эмоциональный комфорт (*теплая, уютная, добрая, сострадающая, честная, открытая, отзывчивая*).

Исследование ассоциативных полей концепта «семья» в разных временных векторах показало, что респонденты в будущем в большей степени намерены опираться на абстрактное (идеальное) представление. Сравнительный анализ аксиологических доминант отразил ряд проблем, связанных с институтом семьи и брака в нашей стране, позволил описать их отражение в аксиологической картине мира современной молодежи.

1. Мезенцева Ю. И., Горлов М. И. Традиционные семейные ценности и современное образование // Историческая и социально-образовательная мысль. 2017. Т. 9, № 3/2. С. 163–167.

2. Попова В. Ц. Образовательная среда современной школы и социальный заказ на формирование личности гражданина России // Формирование семейных ценностей как основа социального благополучия детей и подростков : сб. докладов. Сыктывкар : Коми республи. ин-т развития образования, 2017. С. 6–15.

3. Борисова Ю. А. Ассоциативный эксперимент в современных психолингвистических исследованиях // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2019. Т. 8, № 1А. С. 265–275.
4. Залевская А. А. Что там за словом? Вопросы интерфейсной теории значения слова. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. 328 с.
5. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М. : Моск. гос. ун-т, 1996. 245 с.
6. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. Минск : ТетраСистемс, 2004. 256 с.
7. Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М. : Гнозис, 2002. 284 с.
8. Шурыгина Е. Н. Понятие «картина мира» в лингвокультурологическом освещении // Ярослав. пед. вестн. 2014. № 3, т. I. С. 184–187.
9. Corson D. World View, Cultural Values and Discourse Norms: The Cycle of Cultural Reproduction // International Journal of Intercultural Relations. 1995. Vol. 19, issue 2. P. 183–195.
10. Underhill J. W. Creating Worldviews: Metaphor, Ideology, and Language. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. 312 p.
11. Underhill J. W. Ethnolinguistics and Cultural Concepts: Truth, Love, Hate and War. Cambridge : Cambridge University Press, 2012. 264 p.