

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.8.31>

Богданова Анна Геннадьевна, Захарова Елена Олеговна, Забродина Ирина Константиновна  
**Экспериментальное исследование концепта HAUS в сознании представителей современного немецкого этноса**

Цель исследования - выявление релевантных понятийных признаков концепта HAUS в немецком языковом сознании. Основное содержание исследования составляет анализ данных свободного множественного ассоциативного эксперимента, проведенного с представителями немецкого этноса. Научная новизна заключается в уточнении статуса концепта HAUS в языковом сознании носителей современной немецкой лингвокультуры, раскрытии его актуального смыслового содержания, в выявлении изменений в структуре данного концепта. В результате проведенного исследования были установлены наиболее релевантные для современного языкового сознания концептуальные признаки концепта HAUS, выявлено наличие их возрастной детерминации, а также сформулирован вывод о том, что изучаемый концепт обладает многомерной структурой, содержание которой постепенно трансформируется под влиянием глобальных экстралингвистических факторов.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2020/8/31.html](http://www.gramota.net/materials/2/2020/8/31.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 8. С. 162-165. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2020/8/](http://www.gramota.net/materials/2/2020/8/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

# Германские языки

## Germanic Languages

---

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.8.31>

Дата поступления рукописи: 02.06.2020

*Цель исследования* – выявление релевантных понятийных признаков концепта HAUS в немецком языковом сознании. Основное содержание исследования составляет анализ данных свободного множественного ассоциативного эксперимента, проведенного с представителями немецкого этноса. **Научная новизна** заключается в уточнении статуса концепта HAUS в языковом сознании носителей современной немецкой лингвокультуры, раскрытии его актуального смыслового содержания, в выявлении изменений в структуре данного концепта. **В результате** проведенного исследования были установлены наиболее релевантные для современного языкового сознания концептуальные признаки концепта HAUS, выявлено наличие их возрастной детерминации, а также сформулирован вывод о том, что изучаемый концепт обладает многомерной структурой, содержание которой постепенно трансформируется под влиянием глобальных экстралингвистических факторов.

*Ключевые слова и фразы:* концепт HAUS; когнитивные признаки; ассоциативный эксперимент; языковое сознание; немецкая лингвокультура.

**Богданова Анна Геннадьевна**, к. филол. н.

**Захарова Елена Олеговна**, к. филол. н.

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет*

*bogdanovaag@tpu.ru; zakharova@tpu.ru*

**Забродина Ирина Константиновна**, к. пед. н.

*Томский государственный архитектурно-строительный университет*

*zabrodina@tpu.ru*

### Экспериментальное исследование концепта HAUS в сознании представителей современного немецкого этноса

Концепт ДОМ является универсальным концептом и обнаруживается во всех лингвокультурах. Символизируя собой смысложизненную ценность, дом является важнейшим знаком освоенного пространства, выступает в качестве промежуточной зоны между человеком и миром, чем обусловлено его множественное и вариативное отражение в содержании языковых единиц.

Обзор современных лингвистических исследований свидетельствует о том, что концепт трактуется учеными вариативно. Исходя из определения данного термина, строится и методика его описания. В настоящем исследовании вслед за М. В. Пименовой концепт определяется как «некоторое представление о фрагменте мира или части такого фрагмента, имеющего сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными языковыми способами и средствами» [6, с. 11]. В концепте заключены признаки, функционально значимые для соответствующей культуры. Концепт имеет «разноразмерную представленность в языке». Наиболее информативным с этой точки зрения выступает лексический уровень, опираясь на который возможно выявить весь набор значимых компонентов, которые формируют структуру того или иного концепта [Там же, с. 31].

Важное значение при экспликации признаков концепта играет использование экспериментальных методов исследования, которые позволяют не только выявлять актуальные для носителей современного языка концептуальные смыслы, но и получать информацию оценочного характера.

В предлагаемой статье обратимся к экспериментальному описанию структуры концепта HAUS в сознании представителей немецкого этноса. По мысли Г. В. Лейбница, «языки – это поистине лучшее зеркало человеческого духа и... путем тщательного анализа значения слов мы лучше всего могли бы понять деятельность разума» [10, р. 321]. Понимание отраженных в языке ценностей народа важно для выстраивания успешной межкультурной коммуникации. Концепт HAUS является базовым концептом, важным для осмысления национальной картины мира. В современных условиях, однако, под воздействием такого экстралингвистического

фактора, как глобализация, можно наблюдать существенные изменения в его структуре. Возникает некоторое противоречие между имеющимися представлениями о концептуальных признаках концепта HAUS и затрагивающими их трансформациями. Необходимость фиксации и лингвистического осмысления этих трансформаций определяет **актуальность** настоящего исследования.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих **задач**:

- 1) изучить структуру ассоциаций, полученных в ходе проведения ассоциативного эксперимента;
- 2) выявить частотность полученных ассоциаций;
- 3) классифицировать полученные ассоциации согласно их содержанию с целью формулирования релевантных когнитивных признаков, объективируемых данными ассоциатами;
- 4) определить наличие общих и специфических признаков в структуре концепта HAUS в разных возрастных группах.

В предлагаемой работе используются следующие **методы исследования**: метод концептуального анализа; метод компонентного анализа; экспериментальный метод исследования – свободный множественный ассоциативный эксперимент; количественный прием статистического метода.

**Теоретическая база** предпринятого исследования сложилась под воздействием работ известных лингвистов: С. Г. Воркачёва, В. И. Карасика, Т. С. Медведевой, М. В. Пименовой, З. Д. Поповой, Ю. С. Степанова, И. А. Стернина и др. [3-7].

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в теоретических курсах по лексикологии немецкого языка, когнитивной лингвистике и лингвокультурологии; при написании словарных статей “Haus” в словарях культурных концептов.

Исследуемый концепт является в немецкой лингвокультуре двуименным и репрезентован лексемами *Haus* и *Heim*. Согласно данным авторитетных лексикографических источников, лексема *Haus* является многозначной, ее смысловой компонент представлен 5 значениями; лексема *Heim* также является многозначной, но в ее семантической структуре представлено всего 2 смысловых компонента [8; 9]. В данной статье в качестве имени исследуемого концепта для проведения ассоциативного эксперимента авторами была выбрана имеющая наиболее богатый смысловой компонент лексема *Haus*, включающая в свою семантическую структуру смысловые компоненты лексемы *Heim*.

С целью выявления актуальных концептуальных признаков концепта HAUS в немецком языковом сознании авторами исследования в марте-апреле 2020 года был проведен свободный множественный ассоциативный эксперимент с представителями немецкого этноса. Свободный ассоциативный эксперимент основан на вербальных ассоциациях опрашиваемых, т.е. речевой деятельности людей, спровоцированной экспериментатором, в которой находят отражение особенности индивидуального и общественного языкового сознания [1, с. 88]. Проведение данного вида эксперимента предполагает, что респондент в ответ на слово-стимул имеет возможность давать неограниченное количество ответов. Обработка результатов ассоциативного эксперимента позволяет интерпретировать полученные ассоциаты как отражение тех или иных концептуальных признаков исследуемого концепта [2, с. 27].

Общее количество опрошенных составило 187 человек, респонденты были опрошены методом заочного онлайн-анкетирования. В эксперименте приняли участие 73 человека в возрасте от 18 до 30 лет, 61 человек в возрасте от 31 до 50 лет и 54 человека в возрасте от 51 года и старше, что позволило разделить респондентов на три возрастные группы: младшую, среднюю и старшую. Вниманию респондентов предлагалась анкета, в которой нужно было привести не менее 6 ассоциаций на слово-стимул *Haus*. Анкета была составлена на немецком языке, каждый испытуемый был предварительно проинформирован о необходимости самостоятельных ответов и несущественности грамматических и орфографических ошибок.

**Результаты исследования.** В результате обработки полученных в ходе эксперимента данных было установлено, что у немецких респондентов возникло в общей сложности 72 различные ассоциации (слово или словосочетание) на слово-стимул *Haus*. Приведенные ассоциации согласно их структуре были подразделены на следующие группы:

- Haus – здание, строение (*Gebäude, Bau, Bauwerk*);
- Haus – типы строений (*Fachwerkhaus, Häuserblock, Einfamilienhaus, Wohnung, Villa, Palast*);
- Haus – стройматериалы для возведения дома (*Holzhaus, Blockhaus, Ziegelhaus*);
- Haus – части жилого дома (*Fassade, Fenster, Dach, Veranda, Tür, Keller, Terrasse, Küche, Zimmern, Schlafzimmer*);
- Haus – окружающее пространство (*Hof, Garage, Rasen, Garten, Hinterhof, Grundstück, Tor, Zaun*);
- Haus – элементы внутреннего пространства, убранство дома (*Sofa, Möbel, Blumen, Computer, Fernseher, Vase, Bilder, Teppich*);
- Haus – семья (*Familie, Eltern, Mutter, Vater, Großeltern, Kinder, elterlich, die Verwandten*);
- Haus – род, династия (*Generation, Herkunft*);
- Haus – люди, имеющие отношение к дому (*Hausbesitzer, Nachbar, Mitbewohner, Hausmeister, Mieter, Dienstmädchen*);
- Haus – Родина (*Heimat, Deutschland, Vaterland, Heimatstadt*);
- Haus – очаг (*Heim, Gemütlichkeit, Wärme, Herzlichkeit*);
- Haus – планета (*Erde, mein Planet*);
- Haus – чувства, эмоциональное состояние (*Ruhe, Vertrautheit, Freude, Geborgenheit, Sicherheit, Komfort, Ärger, Stress*).

Значительное преимущество в ассоциативном ряду имеет ассоциация *Gebäude*. Из 187 человек данная ассоциация встретилась у 105 человек, что составило 56,3%. Вторым по релевантности понятийным признаком является семья (*Familie*) (47,5%). Также в сознании немцев дом часто ассоциируется с домашним очагом (*Heim*) (41%) и Родиной (*Heimat*) (36,3%). Далее в порядке убывания следуют ассоциаты, обозначающие элементы внутреннего убранства дома (35%); части жилого дома (34,3%); чувства и эмоции, связанные с домом (31,7%); различные типы строений (26,7%); имеющих отношение к дому людей (18,4%); окружающее пространство дома (15,6%), стройматериалы для возведения дома (14%). Обращает на себя внимание тот факт, что 11% респондентов определяют дом как некое глобальное пространство, ассоциируя его с планетой Земля. Примечательно, что среди реакций респондентов не встретились ассоциации, соотносящие дом с Европой (*das gemeinsame europäische Haus, das Haus Europa*), а также ассоциаты, указывающие на экологичную конструкцию дома (*das Ökohaus*), встречающиеся часто в современном массмедийном дискурсе. Данный факт, предположительно, обусловлен некой константностью сознания, наличием определенного временного промежутка с момента появления нового явления до его актуализации в языковом сознании носителей языка.

Проанализировав полученные данные, можно утверждать, что представители современной немецкой лингвокультуры осмысливают *дом* с учетом своего отношения к нему и его объективных характеристик – внешнего вида, разновидности строения, строительного материала, составных частей и живущих в нем людей. В структуру исследуемого концепта входят архетипические признаки представления о семье. Осмысление дома часто связано с различными эмоциями и чувствами.

Дом как место, где живут люди, имеет в немецкой лингвокультуре две важнейшие характеристики – тепло и уют. При этом тепло осмысливается представителями немецкого этноса как буквально, так и фигурально. Дом символизирует устойчивость и стабильность, ему противопоставляется все зыбкое и непрочное, на что указывают приведенные носителями современной немецкой лингвокультуры ассоциаты *Geborgenheit, Sicherheit, Vertrautheit*.

29% информантов связывают слово-стимул *Haus* с понятием собственного дома, что выражается при помощи притяжательного местоимения *mein*: *meine Wohnung, mein Planet, mein Zimmer*.

В представлении носителей современной немецкой лингвокультуры дом воспринимается в единстве с прилегающей территорией. Двор дома осмысливается респондентами как ближайшее пространство, примыкающее к дому, и, следовательно, выступает маркером «своего» пространства, противопоставляясь «чужому» внешнему миру.

Наибольшей концептуальной значимостью при описании внутреннего убранства *дома* в немецкой лингвокультуре обладает информация о его функциональности (*Sofa, Möbel, Computer, Fernseher*) и красоте (*Blumen, Vase, Bilder*). Внешнее пространство также важно, но составляет в процентном соотношении половину от всех выделенных признаков внутреннего пространства. Данный факт, предположительно, обусловлен тем, что внешнее пространство функционально значимо, но там никто не живет.

Приведенные респондентами реакции на слово-стимул *Haus* в соответствии с их коннотацией можно разделить на три группы – позитивные, нейтральные и негативные ассоциации. Наиболее частотными являются ассоциации с нейтральной коннотацией: *Gebäude, Bau, Bauwerk, Fassade, Fenster, Dach, Veranda, Tür, Keller, Terrasse, Küche, Zimmern, Schlafzimmer* и др. (58% от общего массива ответов испытуемых). Далее согласно частотности следуют ассоциации с позитивной коннотацией. Концепт HAUS оценивается информантами положительно, что эксплицируется имеющими положительную коннотацию лексемами и атрибутивными сочетаниями ключевой лексемы: *Ruhe, Vertrautheit, Freude, Geborgenheit, Sicherheit, Komfort, Gemütlichkeit, Wärme, Herzlichkeit* и др. (39% от общего массива ответов испытуемых). Наименее частотными являются ассоциации с негативной коннотацией: *Ärger, Stress* (3% от общего массива ответов испытуемых).

Представители всех возрастных групп включают в структуру исследуемого концепта следующие общие понятийные признаки:

- здание, строение;
- типы строений;
- стройматериалы для возведения дома;
- части жилого дома;
- окружающее дом пространство;
- убранство дома;
- семья;
- люди, имеющие отношение к дому;
- Родина;
- очаг;
- чувства, эмоциональное состояние.

Наряду с этим было отмечено, что ассоциации, указывающие на позитивные эмоции, связанные с домом, а также обозначающие членов семьи, были приведены каждым из респондентов средней и старшей возрастной групп, в то время как среди респондентов младшей возрастной группы данные ассоциации приводились значительно реже. Данный факт свидетельствует о том, что для представителей младшей возрастной группы данные признаки представляются менее релевантными. В свою очередь, ассоциации, обозначающие *Haus* в качестве нашей планеты, обнаруживают высокую частотность в младшей возрастной группе по сравнению со средней возрастной группой, в старшей возрастной группе данные ассоциации вовсе не встретились. Следовательно, можно заключить, что для респондентов младшей возрастной группы дом в меньшей степени

ассоциируется с семьей. Для данной группы респондентов дом – нечто глобальное, дом – мир. Данная трансформация структуры исследуемого концепта, предположительно, обусловлена происходящими в современном обществе активными процессами глобализации и интернационализации.

Таким образом, можно утверждать, что в сознании представителей современного немецкого этноса обнаруживается количественная и качественная асимметричность ряда выявленных понятийных признаков в структуре концепта HAUS, обусловленная принадлежностью респондентов к разным возрастным группам.

Подводя итоги, можно сделать следующие **выводы**. Экспериментальные методы исследования являются важным источником информации об актуальном содержании концепта. Концепт HAUS в его этнокультурном осмыслении ассоциируется в сознании представителей современного немецкого этноса с различными типами строений, семьей, домашним очагом и Родиной, эмблематически осмысливается как свой дом в противоположность чужому, аллегорически противопоставляется хаосу и враждебному миру, что является философско-культурологическим основанием бытия человека.

Проведенное исследование позволяет заключить, что концепт HAUS обладает многомерной структурой, представленной разнообразными концептуальными признаками, не является застывшим образованием, его содержание постепенно трансформируется под влиянием экстралингвистических факторов. Многие зафиксированные в лексикографических источниках понятийные признаки исследуемого концепта являются константными и проявляют свою актуальность и в настоящее время. Так, наиболее актуальными и частотными концептуальными признаками концепта HAUS в сознании носителей современной немецкой лингвокультуры являются признаки «здание, строение» (56,3%), «семья» (47,5%) и «домашний очаг» (41%). Однако при помощи экспериментальной методики авторами были выявлены дополнительные незафиксированные в толковых словарях понятийные признаки концепта HAUS (*Haus – планета Земля, Haus – эмоции, чувства*), а также сделан вывод о том, что представления носителей современного немецкого языка о доме зависят от возраста респондентов.

Полученные результаты открывают **перспективы** для дальнейшего экспериментального исследования современного содержания концепта HAUS на материале разных лингвокультур, в том числе в сопоставительном аспекте.

#### Список источников

1. Алимжанова Г. М. Сопоставительная лингвокультурология: взаимодействие языка, культуры и человека. Алматы: LEM, 2010. 300 с.
2. Богданова А. Г. Антропоморфные признаки концептов ВЕЖЛИВОСТЬ И HÖFLICHKEIT (на материале произведений русских и немецких авторов) // Язык и культура. 2011. № 3 (15). С. 23-34.
3. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт. Становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64-72.
4. Карасик В. И. Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007. 520 с.
5. Медведева Т. С. Концепты ДОМ и HAUS/HEIM в русской и немецкой лингвокультурах // Многоязычие в образовательном пространстве. Серия «Языковое и межкультурное образование». Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2014. С. 200-205.
6. Пименова М. В. Концепты внутреннего мира (русско-английские соответствия): автореф. дисс. ... д. филол. н. СПб., 2001. 36 с.
7. Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и национальная картина мира. Воронеж: Истоки, 2003. 60 с.
8. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Haus> (дата обращения: 14.06.2020).
9. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Heim> (дата обращения: 14.06.2020).
10. Leibniz G. W. New Essays on Human Understanding / transl. P. Remnant and J. Bennett. Cambridge: Cambridge University Press, 1981. 550 p.

### Experimental Study of HAUS Concept Representation in the Modern German Linguistic Consciousness

Bogdanova Anna Gennadievna, PhD

Zakharova Elena Olegovna, PhD

National Research Tomsk Polytechnic University

bogdanovaag@tpu.ru; zakharova@tpu.ru

Zabrodina Irina Konstantinovna, PhD

Tomsk State University of Architecture and Building

zabrodina@tpu.ru

The study aims to identify relevant semantic features of the concept HAUS in the German linguistic consciousness. The paper focuses on analysing the results of a free associative experiment with multiple reactions conducted among the German ethnoscience representatives. Scientific originality of the research lies in the fact that the authors clarify the status of the concept HAUS in the modern German linguo-cultural consciousness, reveal its relevant semantic content, identify changes in the concept structure. The research findings are as follows: the authors describe semantic features of the concept HAUS typical of modern linguistic consciousness, show that they are determined by age and conclude that the concept under study has a multidimensional structure, which gradually transforms under the influence of global extra-linguistic factors.

*Key words and phrases:* concept HAUS; cognitive features; associative experiment; linguistic consciousness; German linguo-culture.