

**ПОЛОВОЗРАСТНАЯ СПЕЦИФИКА
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ
СРЕДСТВ ДЛЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ
ИНТЕРПРЕТАЦИОННОГО ПОЛЯ
КОНЦЕПТА «НАПИТКИ»**

Д.А. МОРЕЛЬ МОРЕЛЬ

**AGE AND GENDER SPECIFICS
OF USING DIFFERENT MEANS
FOR REPRESENTING THE «DRINKS»
CONCEPT INTERPRETATIONAL**

FIELD

D.A. MOREL MOREL

В статье рассматриваются разновидности средств, используемых российскими подростками и молодежью для репрезентации интерпретационного поля концепта «НАПИТКИ». На материале, полученном в результате анкетирования шести половозрастных групп, автор выявляет и сопоставляет доли различных видов репрезентантов данного поля в его наполнении, устанавливает зависимости размеров этих долей от пола и возраста респондентов.

Ключевые слова: концепт, напитки, интерпретационное поле, антипоговорка, трансформ, молодежь, подростки, гендер.

The article considers different means used by Russian teenagers and youth to represent the interpretational field of the «DRINKS» concept. Basing on the material obtained from the questionnaire poll of six different age/gender groups the author reveals and compares the shares of different types of means representing the mentioned field in its content, assesses the relationship between sizes of such shares and respondents' age and gender.

Keywords: concept, drinks, interpretational field, anti-proverb, transform, youth, teenagers, gender.

Объективация такого сложного, многомерного, многоаспектного образования, каковым является концепт, требует столь же разноплановой, гетерогенной системы средств его «овнешнения»: от отдельных слов до совокупностей текстов [5:38-42]. При этом, если для репрезентации базовой, ядерной части концепта, содержащей знания лингвокультурной общности о соответствующей реалии, используются, преимущественно, средства лексико-фразеологической системы языка, то оценки и трактовки содержания подобного ядра, содержащиеся в интерпретационном поле концепта, объективируются, как правило, разного рода прецедентными фразами: пословицами, поговорками, афоризмами, крылатыми выражениями, притчами, анекдотами, фрагментами текстов или целыми текстами [5:130].

Анализ средств репрезентации интерпретационного поля, зачастую выражающих некоторые когнитивные стереотипы, очень важен не только для определения особенностей данной составляющей концепта, но и для лучшего понимания организации последнего в целом (особенно в плане выявления его аксиологической компоненты) [5:82].

Объектом настоящего исследования является интерпретационное поле концепта «НАПИТКИ», предметом – средства репрезентации данного поля, представленные в языковом сознании современных российских подростков и молодежи. Материалом послужили результаты анкетирования 180 человек, входящих в три возрастные группы (в каждой опросу подвергалось равное количество респондентов мужского и женского пола): 1) 14-15 лет (40 человек), 2) 19-20 лет (100 человек), 3) 22-25 лет (40 человек). Полученные данные представляют собой актуальный (для нынешних

социокультурных условий) «срез» интерпретационного поля концепта «НАПИТКИ» в соответствующих групповых картинах мира. Цель настоящего исследования заключается в определении видов репрезентантов данного поля (далее – РИП) и в выявлении половозрастной специфики их задействования.

Общие количественные результаты проведенного анкетирования представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты анкетирования: общие количественные показатели

		Респондентов	Ответов	Отказов, %	Реакций	Среднее число реакций в ответе	РИП	Частотность РИП	Доля единичных РИП, %	Доля единичных реакций, %
	ВСЕГО	180	129	28,3	330	2,56	172	1,92	74,4	38,8
	жен.	90	59	34,4	150	2,54	87	1,72	67,8	39,3
	муж.	90	70	22,2	180	2,57	108	1,67	80,6	48,3
14-15	всего	40	29	27,5	70	2,41	47	1,49	76,6	51,4
	жен.	20	14	30	44	3,14	32	1,38	78,1	56,8
	муж.	20	15	25	26	1,73	19	1,37	68,4	50
19-20	всего	100	70	30	173	2,47	97	1,78	72,2	40,5
	жен.	50	30	40	66	2,2	42	1,57	69	43,9
	муж.	50	40	20	107	2,68	68	1,57	80,9	51,3
22-25	всего	40	30	25	87	2,9	66	1,32	83,3	63,2
	жен.	20	15	25	40	2,67	34	1,18	85,3	72,5
	муж.	20	15	25	47	3,13	39	1,21	87,2	72,3

Из полученных результатов явствует сходство показателей по двум старшим группам: для систем РИП, выявленных у респондентов женского пола, характерна несколько большая консолидированность (меньшее число РИП в целом и единичных РИП в частности), тогда как ответы респондентов мужского пола отличаются большей продуктивностью, а соответствующие системы РИП – большей степенью индивидуальной варьируемости. В ответах же респондентов-подростков наблюдается диаметрально противоположная картина.

Отметим, что значительное количество отказов могло быть вызвано особенностью организации анкетирования: вопрос, направленный на выявление РИП концепта «НАПИТКИ» был последним в анкете.

Отличительной особенностью собранного материала является его разнородность: как по протяженности (от отдельных слов до мини-текстов), так и по закон-

ченности/незаконченности процесса порождения законченных высказываний (от словосочетаний до предложений и мини-текстов).

В полученной нами выборке РИП, представляющие полюса этих шкал, весьма немногочисленны и, в подавляющем большинстве случаев, относятся к единичным реакциям.

Так, словосочетания (фразеологизмы) встречаются в ответах респондентов всех шести половозрастных подгрупп (причем гендерно общим является только одно – «[выпить] на посошок»), однако составляют всего лишь 8,1% от общего числа выявленных РИП и 5,5% от общего количества приведенных реакций. При этом каких-либо половозрастных особенностей в их использовании для репрезентации интерпретационного поля исследуемого концепта не выявлено.

Сверхфразовые единства приводятся респондентами (преимущественно женского пола) всех трех возрастных групп и демонстрируют еще более низкие показатели: 5,2 и 3,0% соответственно. Единственным гендерно общим РИП здесь является трансформ precedentного текста (песенки-речевки из мультфильма) «Кто ходит в гости по утрам, тот поступает мудро. То тут 100 грамм, то там 100 грамм (то тут нальют, то там нальют), на то оно и утро», встречающийся в ответах респондентов старших возрастных групп.

Отдельные слова, точнее предложения, выраженные отдельными словами («Вздروгнем!», «Бухаааа!») представлены исключительно в ответах респондентов мужского пола второй возрастной группы и являются единичными реакциями.

Гетерогенность отобранных РИП прослеживается и в их происхождении, функционировании, стилистике, прагматике.

При анализе ответов респондентов были выявлены:

- *фразеологизмы* («толочь воду в ступе», «пьяный в стельку»);
- *поговорки* («часом с квасом, порой с водой») и *пословицы* («обжегшись на молоке, дуют и на воду», «что у трезвого на уме, то у пьяного на языке»);
- *афоризмы* («Лучше водки хуже нет», «Питие есть веселие Руси»);
- *цитаты* из сказок («[и я там был.] [мёд-пиво пил.] по усам текло, в рот не попало»), литературных произведений («Ключница водку делала»), фильмов («Птичку жалко»), современных песен («Водочку пьем, водочку пьем, водочкой только живём!»);
- *трюизмы* («вода принимает форму сосуда», «вода – источник жизни на Земле»);
- *тосты и застольные пожелания* различной протяженности («Вздروгнем!», «Пей до дна!», «Во все года, во все века четвертый тост за мужика. И хоть ты царь, и хоть ты бог, ты всё равно у наших ног»);
- *рекламные слоганы* («Имидж – ничто, жажда – всё [Вливайся (Не дай себе засохнуть)]», «Квас не Кола [, пей Николу!]»);
- *частные суждения респондентов* («Ягуар – делает дырки в животе»);
- *«антипоговорки»* («после пятидесяти жизнь продолжается», «без пол-литра (бутылки / 100 грамм) не разберешься»), *«антипословицы»* («кто не курит и не пьет, тот здоровеньким помрет»), *трансформы* precedentных фраз («какой быстрый ездук не любит «русской»?») и мини-текстов («Не надо печалиться, вся жизнь впереди! Вся жизнь впереди!.. Напейся и жги!»), *«шутливые афоризмы»* [2] («не бывает некрасивых (страшных) женщин (девушек), бывает мало водки»), *шутливые стихотворения* («Что-то ручки (ножки) стали зябнуть. Не пора ли нам дерябнуть?»).

В данной работе РИП подразделялись по критерию, который условно можно обозначить как «степень формализованности», на следующие типы:

А) «формализованные»: фразеологизмы, поговорки, пословицы (т.е. РИП, полностью присвоенные национальным языковым сознанием, воспринимаемые им как «народная мудрость», либо как неотъемлемый элемент языковой системы);

В) «формализуемые»: прецедентные фразы разной природы, чье происхождение и/или авторство еще хранятся в памяти лингвокультурной общности (часть подобных РИП со временем может закрепиться в паремиологическом фонде языка, перейдя, тем самым, в первую макрогруппу, как это произошло в английском языке с «шекспиризмами»);

С) «неформальные»: трансформы РИП предыдущих двух типов, «шутливые афоризмы» и стихотворения (т.е. РИП, если и не представляющие контркультуру, то все равно довольно явно противопоставляемые «народной мудрости» и литературной афористике как выразителям традиционалистских систем ценностей).

Очевидно, что наиболее разнородным по всем показателям получается второй тип, к которому мы относим, помимо цитат и афоризмов, тостов, рекламных слоганов, также троизмы и частные суждения респондентов, которые представляют собой разные «полюса прецедентности» по степени стандартизованности, присвоенности языковым коллективом.

Отметим, что к трансформам мы, вслед за Х. Вальтером и В.М. Мокиенко, относим так называемые «антипословицы», «антипоговорки», «антиафоризмы», «антикрылатые слова и выражения» [1:8-9], т.е. специфические в прагматическом плане высказывания, являющиеся результатом различных формально-содержательных преобразований устойчиво воспроизводимых, традиционных для данной этнолингвистической общности паремий и прецедентных фраз [3] в ходе языковой игры, «карнавализации», «осмеяния» традиционной народной мудрости [6:VI]. Подобные трансформы, в особенности субстандартные, могут быть как авторскими, так и «народными» [1:13-14].

Особенности распределения общих количественных показателей по трем указанным типам в ответах всех опрошенных половозрастных групп представлены в таблице 2, где А обозначает «формализованные» РИП, В – «формализуемые» и С – «неформальные».

Таблица 2

Доля и частотность различных типов РИП в групповых системах РИП

	А			В			С		
	% от РИП	% от р-ций	частотность	% от РИП	% от р-ций	частотность	% от РИП	% от р-ций	частотность
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ВСЕГО	29,7	26,4	1,71	36,0	36,7	1,95	34,3	37,0	2,07
жен.	36,8	35,3	1,66	42,5	43,3	1,76	20,7	21,3	1,78
муж.	18,9	21,7	1,31	32,4	31,1	1,6	43,5	50	1,91

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14-15	всего	36,2	37,1	1,53	44,7	41,4	1,38	19,1	21,4	1,67
	жен.	50	50	1,38	40,6	36,4	1,23	9,4	13,6	2
	муж.	10,5	15,4	2	52,6	50	1,3	36,8	34,6	1,29
19-20	всего	23,7	20,8	1,57	39,2	38,2	1,74	37,1	41,0	1,97
	жен.	31,0	28,8	1,46	50	50	1,57	19,0	21,2	1,75
	муж.	22,1	15,9	1,13	33,8	30,8	1,43	44,1	53,3	1,9
22-25	всего	36,4	28,7	1,04	25,8	29,9	1,53	37,9	41,4	1,32
	жен.	35,3	30	1	38,2	40	1,23	26,5	30	1,18
	муж.	30,8	27,7	1,08	20,5	21,3	1,25	48,7	51,1	1,21

Обзор суммарных показателей по всей полученной в результате анкетирования совокупности РИП концепта «НАПИТКИ» показывает, что уже на этом уровне ее сложно рассматривать как некий единый комплекс в силу четкой гендерной дифференцированности ответов респондентов (не совпадают даже долевые рейтинги трех типов РИП).

Более детальный анализ добавляет к этому вывод о явной возрастной дифференцированности, причем подтверждается справедливость сделанного ранее наблюдения о том, что ответы двух старших групп имеют схожие параметры, существенно отличаясь от ответов подростковой группы.

Здесь следует отметить, что подростки в данном исследовании показали себя (в полном соответствии со своим возрастным психологическим профилем) группой контрастов. Это проявляется, во-первых, в том, что доля (по количеству РИП) «формализованного» типа в ответах респондентов женского пола почти в 5 раз больше, а «неформального» – почти в 4 раза меньше, чем в ответах респондентов мужского пола. Различия в соотношении соответствующих долей по числу приводимых реакций не столь резки; тем не менее, подобных по величине расхождений в показателях по половозрастным подгруппам нигде более не наблюдается. Во-вторых, это прослеживается в резких гендерных различиях в частотности РИП упомянутых типов. Так, если у старших групп коэффициенты частотности всех типов РИП расходятся в ответах респондентов разного пола на 0,03-0,33, то в подростковой группе подобное различие достигает 0,71. Упомянем здесь, что только в этой группе отмечаются максимальные показатели частотности типов РИП.

Из двух старших групп наименьшие гендерные различия (как по размерам долей, так и по средней частотности РИП различных типов) в полученных показателях обнаруживает последняя.

Это позволяет сделать вывод о том, что в пределах обследованных возрастных периодов гендерные различия в долевом соотношении различных типов РИП с возрастом сохраняются, но несколько сглаживаются, утрачивая контрастность, присущую подростковому периоду.

Выявлена единая для всех рассматриваемых половозрастных групп тенденция: увеличение доли «неформальных» РИП – трансформов, шуточных афоризмов и стихотворений – с возрастом. Динамика доли соответствующих *реакций* в целом аналогична, отмечается лишь незначительный спад (2,2%) в ответах респондентов

мужского пола третьей возрастной группы. Возможно, здесь имел место своеобразный «порог насыщения», поскольку в ответах респондентов мужского пола второй возрастной группы доля реакций, представленных «неформальными» РИП, достигает абсолютного показателя (среди всех типов РИП, в ответах всех половозрастных подгрупп).

В долевым распределении РИП по типам выявлены следующие гендерные особенности, общие для всех обследованных возрастных групп:

1) в ответах респондентов женского пола доля «формализованных» РИП (как по количеству РИП, так и по количеству реакций) стабильно больше, чем в ответах респондентов мужского пола того же возраста;

2) в ответах респондентов мужского пола доля «неформальных» РИП (как по числу РИП, так и по числу реакций) стабильно больше, чем в ответах респондентов женского пола того же возраста.

В возрастной динамике долевого распределения РИП по типам прослеживаются следующие гендерно специфические тенденции:

1) в ответах респондентов мужского пола отмечается устойчивый прирост с возрастом доли (как по количеству РИП, так и по количеству приведенных реакций) «формализованных» РИП, сопровождающийся, впрочем, резким падением их частотности (что свидетельствует об экстенсивном характере присвоения подобных РИП языковым сознанием представителей данной половозрастной подгруппы);

2) в ответах респондентов мужского пола отмечается резкое падение с возрастом доли (как по числу РИП, так и по числу реакций) «формализуемых» РИП;

3) в ответах респондентов женского пола темпы прироста с возрастом доли (как по числу РИП, так и по числу реакций) «неформальных» РИП несколько выше, чем у мужского; однако здесь этот рост сопровождается существенным падением частотности подобных РИП.

Итак, проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы.

1. Средства репрезентации концепта «НАПИТКИ», приводимые в ответах опрошенных подростков и молодежи, отличаются гетерогенностью: можно выделить различные их виды, основываясь на различных критериях.

2. По степени завершенности высказывания репрезентанты интерпретационного поля концепта «НАПИТКИ», выявленные в ответах респондентов, могут быть подразделены на фразеологизмы, предложения и мини-тексты (преимущественно рифмованные). Доминирующей разновидностью является предложение, причем распространенное (более детальный анализ не входил в задачи настоящего исследования, ориентированного скорее на функционально-содержательный, чем на формально-структурный аспект). Прочие разновидности довольно редки, однако встречаются в ответах различных половозрастных подгрупп с большей (фразеологизмы) или меньшей (мини-тексты) регулярностью.

3. В настоящем исследовании мы подразделяем приведенные респондентами РИП по степени их «присвоенности» национальной языковой картиной мира и по отношению к традиционной системе ценностей и моральных устоев на «формальные» (поговорки, фразеологизмы), «формализованные» (прецедентные фразы) и «неформальные» (результаты «карнавализации» предыдущих двух типов).

При таком подходе к классификации РИП начинают очень четко прослеживаться половозрастные особенности репрезентации интерпретационного поля концеп-

та «НАПИТКИ». Во-первых, обнаруживается четкое противопоставление систем РИП, приводимых респондентами мужского и женского пола одного возрастного периода. Во-вторых, обращают на себя внимание принципиальные различия между комплексами ответов младшей, подростковой группы и двух старших, молодежных групп. В целом прослеживается тенденция к сглаживанию с возрастом гендерных отличий в долевом распределении РИП по трем выделенным типам.

Особо отметим предпочтение, которое респонденты женского пола всех трех возрастных групп отдают РИП «формализованного» и «формализуемого» типов для репрезентации интерпретационного поля исследуемого концепта (что может быть расценено как проявление «приземленности», нарочитой серьезности, стремления к морализаторству, дидактизму, претензии на «житейскую умудренность»), и приверженность респондентов мужского пола к «неформальным» РИП (что может свидетельствовать о более легкомысленном отношении к жизни, показном цинизме как элементе самоидентификации и самоутверждения – см.: [4]). При всем этом доля «неформальных» РИП стабильно увеличивается с возрастом респондентов вне зависимости от их пола.

Литература

1. Вальтер Х., Мокиенко В.М. Антипословицы в современной живой русской речи // Антипословицы русского народа. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2010. – С. 3–17.
2. Дамм Т.И. Комические афоризмы в современной газете // Русская речь. – 2002. – № 5. – С. 48–56.
3. Залялеева А.Р. Преобразования прототипной пословицы в англоязычных анти-пословицах // Альманах современной науки и образования. – 2007. – № 2 (9). – Ч. 2. – С. 118–121.
4. Морель Морель Д.А., Кузнецова Л.Б. Некоторые гендерные особенности вербализации концепта «напитки» в старшем подростковом возрасте // Современные исследования социальных проблем. – 2011. – № 3 (07). – Режим доступа: <http://sisp.nkras.ru/issues/2011/3/morel.pdf>.
5. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2001. – 191 с.
6. Mieder W. Verdrehte Weisheiten: Antisprichwörter aus Literatur und Medien. – Weisbaden: Quelle & Meyer, 1998. – XI, 396 S.