

ОТРАЖЕНИЕ В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ЦЕЛИ СМЕХА – НЕВЕРБАЛЬНОГО СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена исследованию языковой репрезентации цели смеха – невербального коммуникативного действия. На материале данных, полученных в ходе направленного ассоциативного эксперимента, выявлены ассоциативно-вербальные признаки концепта «смех», отражающие в языковом сознании русских обыденные представления о смехе. В ходе эксперимента подтверждена значимость смеха в коммуникации, преобладание неосознанного характера его возникновения; установлено, что важнейшими когнитивными признаками, проявляющимися в ассоциативных полях, содержащих информацию о цели смеха, являются оценочность и амбивалентность.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, концепт, языковая картина мира, лексическая семантика.

Abstract. The article investigates the language representation of the reason of laughter as a nonverbal communicative activity. Based on association experiment data, the author has revealed associative-verbal criteria of “laughter” concept, projecting ordinary notion of laughter in linguistic consciousness of Russian people. The experiment has proved the importance of laughter in communication, predominance of its subconscious origin. It is stated that the most important cognitive features, appeared in associative fields, containing the purpose of laughter, are the valuation and the ambivalence.

Key words: associative experiment, concept, association experiment, lexical semantics.

Исследование целевой составляющей феномена смеха представляет интерес в первую очередь потому, что смех неотделим от человеческой коммуникации, причем является значимым ее компонентом. Возникая в коммуникативной ситуации, смех – невербальное коммуникативное действие, сопровождающее или заменяющее реплику диалога, – проявляет амбивалентные свойства: он является показателем успешности коммуникации (в частности, может быть средством нейтрализации или, напротив, провоцирования конфликта). *Естественный смех*, возникающий спонтанно, является неосознанной реакцией на внешний или внутренний стимул и выражает целый спектр разнообразных, зачастую полярных эмоций – например, *радостный, веселый и смущенный, нервный смех*). Естественный смех противопоставлен *искусственному смеху, фальшивому, вымученному*, направленному на достижение личных целей или на демонстрацию своего отношения к партнеру (*язвительный, злорадный, издевательский смех*).

Цель лежит в основе любого осознанного действия, регулирующего человеческую деятельность. Цель предполагает определенность и осознанность: «ЦЕЛЬ – 1) предмет стремления, то, что надо, желательно осуществить, идеальное, мысленное предвосхищение результата деятельности; 2) идеальное, мысленное представление результата поведения и сознательной деятельности, их мотив. Анализ деятельности как целенаправленной предполагает вы-

явление несоответствия между наличной жизненной ситуацией и целью; осуществление цели является процессом преодоления этого несоответствия» [1].

Информацию о том, насколько осознаются и используются человеком коммуникативные свойства смеха, можно найти в структуре значения слова. Словарные дефиниции лексемы *смех* не содержат прямого указания на целенаправленность данного действия: «Смеяться. 1. Издавать смех (...)», «Смех. Короткие характерные голосовые звуки, выражающие веселье, радость, удовольствие, а также насмешку, злорадство и другие чувства» [2, с. 724, 725]. Однако в структуре лексического значения, а именно в его ассоциативном поле, целевая составляющая смеха находит свое отражение. Несмотря на отсутствие абсолютной изоморфности вербальных ассоциаций предметным отношениям, ассоциативное значение слова дает представление о неосознаваемых структурах окружающего нас мира, о духовных и когнитивных ценностях, хранилищем которых является язык. А. А. Залевская подчеркивает обусловленность семантических и грамматических связей слов формой существования значений в индивидуальном сознании [3]. Лексикон выступает как некий промежуточный уровень между собственно языковым и когнитивным значением, как динамическая функциональная система, самоорганизующаяся вследствие постоянного взаимодействия между процессом переработки и упорядочения речевого опыта и его продуктами [4]. Если же лексикон включается в процессы коммуникации, то он становится своего рода операционной системой, функциональным блоком языковой способности, действующим при порождении речи. Значение слова как «превращенная форма деятельности» (термин А. А. Леонтьева) [5] в языковом сознании человека представляет структуру, сформированную разными уровнями отражения объекта. Согласно концепции Ю. Н. Караулова [6, 7], язык может быть представлен в виде ассоциативно-вербальной сети, соотносимой с языковой способностью носителя языка. Для поверхностного уровня лексикона характерно включение в контексты разной протяженности и совместное хранение результатов упорядочения знаний об окружающем мире. Эти результаты первоначально получают репрезентацию через полные высказывания или через цепи логических рассуждений, но затем предельно «сворачиваются» вплоть до автоматизированной связи между словоформами [3].

Статья посвящена описанию фрагмента исследования по выявлению ассоциативно-вербальных признаков концепта *смех*, а именно: признаков, фиксирующих в языковом сознании русских обыденные представления о цели смеха. Количество испытуемых (1000 человек) свидетельствует о достоверности результатов. Ассоциативные поля, полученные в ходе обработки данных ассоциативного эксперимента (в данном случае – синтаксически направленного), помогают выявить традиционные модели поведения, которые несомненно оказывают влияние на включение слова-стимула в систему связей, свойственную тому или иному социуму. Количество актуализированных вербальных гипотез определяет такую характеристику вербального мышления, как оценка лингвистической вероятности сочетаемости слов. Испытуемым было предложено всего 15 стимулов – номинаций смеха. Выбор стимулов (доминант синонимических рядов, образуемых номинациями смеха) обусловлен тем, что лексемы *смеяться*, *смех* характеризуют фонационные проявления смеха, *улыбаться*, *улыбка* – мимические. Характер ассоциа-

ций зависит от многих экстралингвистических факторов: возраста, пола, профессии, образовательного уровня испытуемых, т.е. метод ассоциативного эксперимента отражает не только когнитивные структуры, стоящие за языковыми значениями, но и индивидуальные особенности участников, однако данное исследование не предполагает психолингвистической интерпретации ассоциативных реакций. Статистическая обработка результатов направлена на выявление инвариантных вербально закрепленных особенностей смеха. Поскольку в языках синтетического строя, таких как русский, нет лексических значений, которые не были бы грамматически оформлены и классифицированы, использование грамматически направленного ассоциативного эксперимента как одного из методов исследования концепта является теоретически обоснованным и гарантирует получение надежных результатов. Термины, использующиеся при анализе данных эксперимента, подробно объяснены в работах Е. И. Горошко [8], обоснование методики направленного ассоциативного эксперимента дано в предыдущих статьях автора [9–11].

Рассмотрим ассоциативные поля, содержащие информацию о цели смеха. Таблицы 1 и 2 позволяют увидеть, как в ассоциативно-вербальной сети соотносятся представления русских о цели смеха с представлениями о других его признаках: видах смеха (*смеяться/улыбаться как?*, *смех какой?*, *улыбка какая?*), причине (*смеяться/улыбаться почему?*), субъекте (*смеется/улыбается кто?*), объекте (*смеяться над, улыбаться чему?*).

Таблица 1

Ассоциаты на стимулы с семой **смех**

№	Стимул	Общее количество реакций на стимул	Круг сочетаемости (количество разных реакций)	Уровень стереотипности реакций		Коэффициент разброса (min/max)	Среднее количество реакций на стимул (всего реакций/ количество испытуемых)
				Частотность max %	Среднее количество разных реакций (разные реакции/ количество испытуемых)		
1	Смех КАКОЙ	3507	521	7,98	0,521	0,004	3,51
2	Смеяться КАК	1870	426	10,91	0,426	0,005	1,87
3	Смеется КТО	1336	338	10,25	0,338	0,007	1,34
4	Смеяться НАД	1391	310	12,51	0,310	0,006	1,39
5	СМЕШНОЙ кто/что	905	257	12,38	0,257	0,009	0,91
6	Смеяться ПОЧЕМУ	1107	312	9,30	0,312	0,010	1,11
7	Смеяться ЗАЧЕМ	623	281	7,38	0,281	0,022	0,62
8	Смеяться И	1158	427	10,02	0,427	0,009	1,16

Таблица 2

Ассоциаты на стимулы с семой **улыбка**

№	Стимул	Общее количество реакций на стимул	Круг сочетаемости (количество разных реакций)	Уровень стереотипности реакций		Коэффициент разброса (min/max)	Среднее количество реакций на стимул (всего реакций/ количество испытуемых)
				Частотность max %	Среднее количество разных реакций (разные реакции/ количество испытуемых)		
1	Улыбка КАКАЯ	1849	366	5,35	0,366	0,010	1,85
2	Улыбаться КАК	1566	406	5,04	0,406	0,013	1,57
3	Улыбается КТО	1421	324	6,62	0,324	0,011	1,42
4	Улыбаться КОМУ	1411	299	8,58	0,299	0,008	1,41
5	Улыбаться ПОЧЕМУ	882	366	8,96	0,366	0,013	0,88
6	Улыбаться ЗАЧЕМ	532	273	8,46	0,273	0,022	0,53
7	Улыбаться И	991	416	2,93	0,416	0,034	0,99

Весьма интересны совпадения количественных результатов на стимул *смеяться/улыбаться (зачем?)*: 1) общее количество реакций 623 и 532 соответственно; 2) круг сочетаемости 281 и 273 соответственно; 3) коэффициент разброса одинаковый, достаточно высокий – 0,022. Показательно, что достаточно высоким является и уровень стереотипности ассоциатов: *смеяться (зачем?)* – 7, 38 % (максимальная частотность *поднять настроение* – 46 реакций, *просто так* – 7, 22 %, 45 реакций); *улыбаться (зачем?)* – 8,46 % (максимальная частотность *просто так* – 45 реакций). Это позволяет говорить о существовании устойчивых вербальных связей номинаций смеха.

Как видно из табл. 1, наименьшее количество реакций (623) при максимальном коэффициенте разброса (0,022) и наименьшем уровне стереотипности (7,38) получено на стимул *смеяться (зачем?)*, т.е. почти половина испытуемых не обнаружила ассоциаций, связанных с целевой составляющей концепта *смех*. Вопрос *смеяться и улыбаться зачем?* оказался наиболее трудным для участников эксперимента. Это, в частности, подтвердили многочисленные отказы от ответа: на вопрос *смеяться зачем?* ответили 623 испытуемых из тысячи; на вопрос *улыбаться зачем?* – 532, т.е. чуть больше половины. Низкий показатель актуальности нельзя объяснить последовательностью расположения стимулов в анкете, так как следующий за ним (*смеяться и*) вызвал вдвое больше ассоциатов. Вероятно, это свидетельствует о том, что для русских смех – обычно неосознанное действие.

Неосознанный характер возникновения как важнейшее свойство смеха нашел отражение в ассоциативном поведении участников эксперимента (рис. 1, 2).

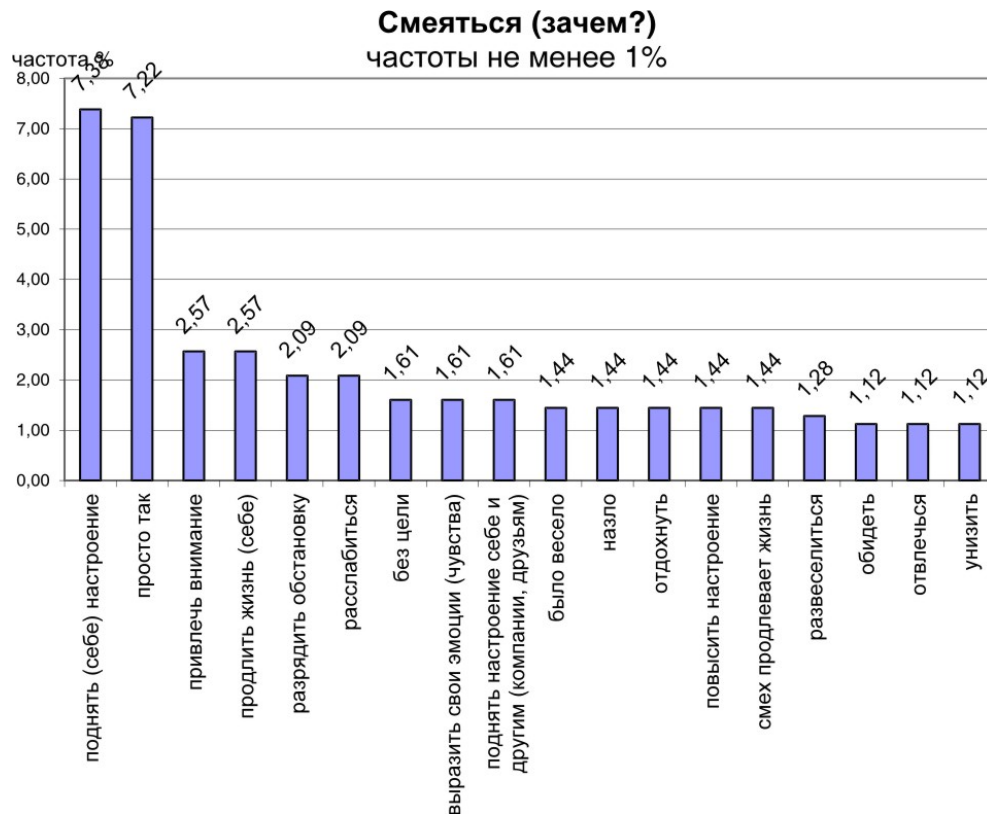


Рис. 1

Так, наибольшую частотность обнаружили реакции *поднять (себе) настроение* (хотя смех – скорее следствие хорошего настроения, вряд ли кто-то в обыденной ситуации станет намеренно смеяться, чтобы улучшить настроение, если это только не сеанс психотерапии) и *просто так* (т.е. без цели и, возможно, без причины). Кроме того, ряд ассоциатов получил грамматическое оформление обстоятельства причины (из-за хорошего настроения) или обстоятельственного придаточного причины (потому что весело, потому что хорошее настроение). Иными словами, данные эксперимента подтверждают привычное в обыденности смешение причины и цели: при выявлении психологических мотивов поступка различие между причиной и целью нейтрализуется (с сохранением разницы в модальности) [12, с. 24]. Как замечает Н. Д. Арутюнова, целенаправленным может быть только сознательное действие человека: цель предполагает определенность и осознанность действия, спонтанные же действия характеризуются причинно-следственными отношениями. По отношению к человеческой деятельности возможна контаминация причины и цели [13, с. 14–15], при этом актуализируется обычно не причина, а скорее психологический мотив поступка.

Результаты данной части эксперимента могут быть подвергнуты не только психологической, но и лингвистической интерпретации, так как анализ выявил достаточный уровень стереотипности вербальных реакций. Языковое сознание русских выделяет целевую составляющую концепта *смех*, которая является устойчивой и в средствах выражения, и в содержании. Вербальные ассоциаты, полученные на стимулы *смеяться/улыбаться зачем?*,

грамматически оформлены типичными для русского языка способами выражения грамматической семантики цели:

1) обстоятельственными придаточными цели с подчинительным союзом *чтобы* (*чтобы привлечь внимание, чтобы выразить симпатию; чтобы подбодрить* и т.п.) – наиболее частые реакции (см. рис. 1, 2);

2) обстоятельствами цели, выраженными:

а) существительными с предложениями родительного падежа *для* (*для смеха, для поддержания разговора* и т.п.) и *ради* (*ради шутки, ради приличия* и т.п.);

б) наречиями цели (*назло* и т.п.) – наиболее редкие реакции (*смеяться назло* – 1, 44 %, 9 реакций; *улыбаться назло* – 0,38 %, 2 реакции; *смеяться нарочно* – 0,38 %, 2 реакции).

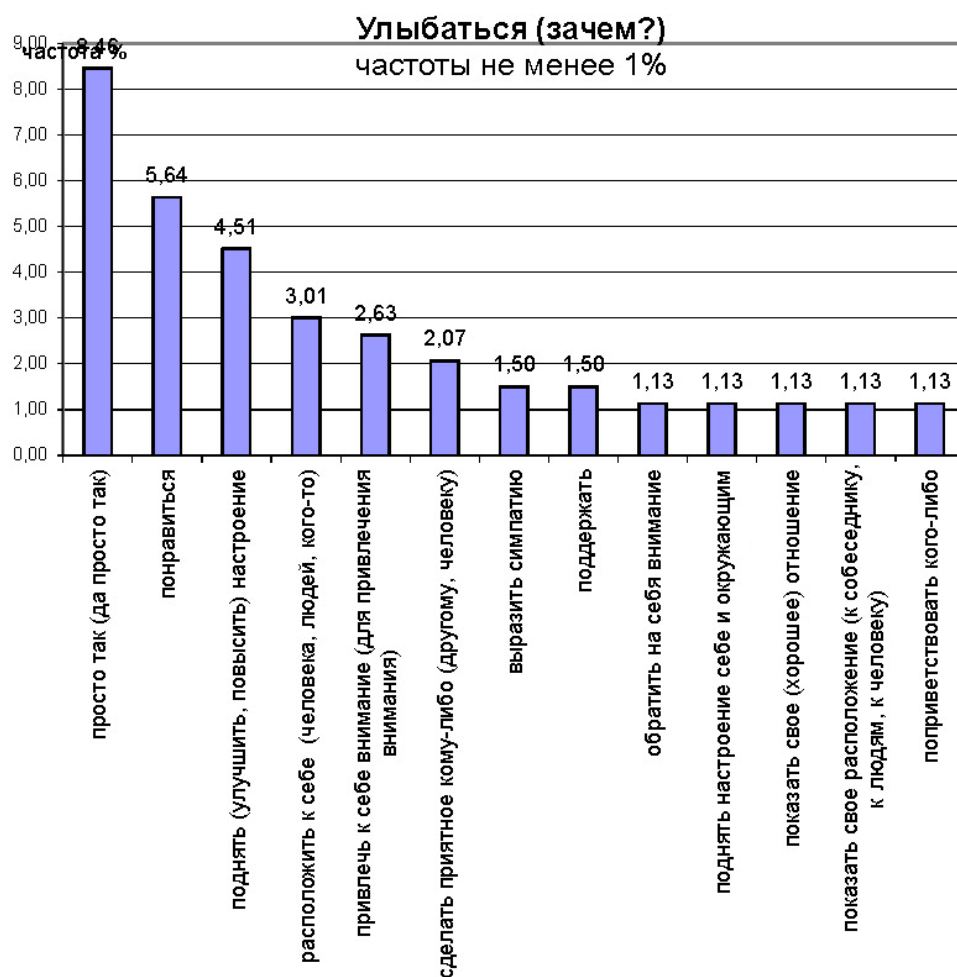


Рис. 2

Осознание роли смеха в коммуникации подтверждают такие ассоциаты, как: *смеяться (зачем?)* – *чтобы привлечь внимание, чтобы разрядить обстановку, чтобы скрыть свои чувства, чтобы выразить эмоции, чтобы показать, что шутка понравилась, чтобы поддержать разговор, чтобы рас-*

положить к себе другого человека, чтобы хорошо получиться на фотографии (для фотографии) и др.

Наряду с высокочастотными реакциями смеяться, улыбаться **просто так**, без цели, без умысла, просто так захотелось и т.п., и в ядре, и на периферии ассоциативных полей смеяться/улыбаться зачем? распространены вербальные ассоциаты, в структуру которых входят глаголы (своеобразные «семантические примитивы»), помогающие объяснить, какова функция смеха и улыбки в коммуникации: **чтобы выразить...**, **показать...**, **привлечь...**, **поддержать**, **скрыть...**, **вызвать...** и т.п. Вербальная репрезентация цели смеха еще раз подтверждает тот факт, что возможности смеха как важного средства коммуникации осознаются носителями русского языка:

– смеяться, **чтобы показать** красивые зубы, работу стоматолога, радость, счастье, свое настроение, свое отношение к происходящему, свои эмоции, свою радость, что в прекрасном настроении, что оценил шутку, что шутка удалась, что у меня все хорошо, **скрыть** неловкость, свое плохое настроение, **вызвать** улыбку и т.п.;

– улыбаться, **чтобы показать**, что у тебя все хорошо, что ты любишь, благосклонное отношение, доброе отношение, добрые намерения, что тебе приятно было встретить его, показать зубки (ровные зубы), свое веселое настроение, свое превосходство, свою радость, что все хорошо, что ты доволен, что ты искренне желаешь добра, что ты открыт, что ты рад видеть кого-либо, что этот человек вызывает симпатию, что человек нравится, показаться милой; **выразить** симпатию, расположение, эмоции, благодарность, добродушие, настроение, неправоту другого, положительные эмоции, свое отношение, презрение, сомнение, удовольствие; **скрыть** внутреннее расстройство, волнение, душевную боль, невольное недовольство, отрицательные эмоции, предательство, смущение, что-либо за улыбкой; **подбодрить** себя/других/товарища/близких и т.п.

Особо выделяются ассоциативные реакции с отрицательной частицей **не**: улыбаться, **чтобы не быть** пессимистом, **не быть** угрюмой, **не быть** хмурой, **не выглядит** грустным, **не выдавать** плохого настроения, **не испортить** настроение другим, **не обидеть**, **не плакать/не заплакать**, **не портить** другим настроение и т.п. Стоит отметить, что отрицанию, как правилу, подвергаются предикаты, содержащие негативную коннотацию. Элементарные трансформации подобных ассоциатов позволяют понять, в каком случае отсутствие смеха в коммуникативной ситуации и какое поведение оценивается носителями русского языка отрицательно:

– смеяться, **чтобы не обидеть** – следовательно, если **не смеяться**, то обидеть;

– смеяться, **чтобы не плакать/не портить** другим настроение/**не выглядит** грустным – следовательно, если **не смеяться**, то плакать, портить настроение, выглядеть грустным и т.д.

Осознаваемую коммуникативную значимость смеха, его объединяющие свойства иллюстрируют ассоциаты за компанию/**чтобы поддержать** компанию, **чтобы показать**, что шутка понравилась, **чтобы влиться** в компанию, **не обидеть** плохого рассказчика анекдота, **не обидеть** шутника, **чтобы подбодрить**, **поддержать** общий смех и т.п.

Способы нейтрализации затруднительных или конфликтных ситуаций отражены в ассоциатах: **чтобы расположить** к себе, **скрыть** неловкость,

выйти из запутанной ситуации, выйти из затруднительного положения и т.п.

Прагматика смеха (оценка) имеет как позитивный, так и негативный характер (табл. 3).

Таблица 3

Прагматика смеха – невербального коммуникативного действия

Смеяться зачем?	Положительная оценка	Отрицательная оценка
Смеяться, чтобы	поднять/повысить настроение (себе, другим, компании, друзьям и т.п.), развеселить, развеселиться, рассмешить, все смеялись, расположить к себе, было весело, было хорошо, снять напряжение и др.	обидеть, унизить, обмануть, обломить, оскорбить, осмеять, высмеять, задеть, позлить, разозлить, съехидничать, вогнать в краску кого-либо, досадить кому-нибудь и др.; назло
Улыбаться, чтобы	поднять настроение расположить к себе, сделать приятное кому-либо, выразить симпатию, развеселить, стало веселее, было приятно, порадовать окружающих	Обидеть унизить, передразнить, обмануть

Итак, экспериментально установлено, что обыденное языковое сознание хранит ответ на вопрос, зачем люди смеются или улыбаются. Несмотря на то, что представления о цели смеха находятся все-таки на периферии ассоциативного поля *смех*, грамматический потенциал номинаций *смеяться* и *улыбаться*, дает возможность актуализации сведений, касающихся прагматики смеха в коммуникации. В. В. Виноградов заметил, что «вне зависимости от его данного употребления слово присутствует в сознании со всеми своими значениями, со скрытыми и возможными, готовыми по первому поводу всплыть на поверхность» [14, с. 15]. Это объясняет возможность грамматически «направить» ассоциации в ходе эксперимента и получить синтагматические ассоциативные реакции, грамматическая форма и содержание которых сохраняет наивные представления о цели смеха в русском языковом сознании, ведь слово – сложнейшая единица языка, относящаяся одновременно к реальному миру, к мышлению и другим единицам языка, оно является в то же время единицами двух систем – лексической и грамматической [15].

Круг ассоциатов, репрезентирующих прагматический потенциал смеха, и их семантика позволяют сделать вывод о том, что функция смеха в акте

общения осознается носителями русского языка, фиксируется устойчивыми вербальными формулами (см. рис. 1, 2), подтверждающими амбивалентность смеха, и, как следствие, отражает фрагмент наивной картины мира. По словам Н. В. Уфимцевой, ассоциативное поле, получаемое в результате проведения ассоциативного эксперимента, – это «не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент образа мира того или иного этноса, отраженный в сознании «среднего» носителя той или иной культуры, его мотивов и оценок и, следовательно, его культурных стереотипов» [16].

Таким образом, анализ вербальных ассоциатов ассоциативно-вербального поля *смеяться зачем?, улыбаться зачем?*, обнаруживших высокий уровень стереотипности, позволил сделать следующие выводы:

- 1) смех, по представлениям носителей русского языка, имеет неосознанный характер (*смеяться/улыбаться просто так, без цели*);
- 2) смех – обычно спонтанное, но оцениваемое (позитивно или негативно) действие;
- 3) возникновение смеха обусловлено преимущественно положительными эмоциями;
- 4) смех способен быть средством стимуляции положительных эмоций (*смеяться/улыбаться для хорошего настроения, чтобы поднять себе настроение*);
- 5) смех и улыбка – выражение готовности к общению и средство этикета;
- 6) наконец, смех – средство воздействия на партнеров по коммуникации (средство манипуляции).

Список литературы

1. Философский словарь. – URL: <http://www.slovari-line.ru/word/философский-словарь/цель.htm>
2. **Ожегов, С. И.** Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азъ, 1994. – 928 с.
3. **Залевская, А. А.** Значение слова и возможности его описания / А. А. Залевская // Языковое сознание: формирование и функционирование : сб. ст. / отв. ред. Н. В. Уфимцева. – М. : Ин-т языкознания РАН, 1998. – С. 35–54.
4. **Залевская, А. А.** Введение в психолингвистику / А. А. Залевская. – М. : Рос. гос. гум. ун-т, 2000. – 382 с.
5. **Леонтьев, А. А.** Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах / А. А. Леонтьев // Словарь ассоциативных норм русского языка. – М. : МГУ, 1977. – С. 3–16.
6. **Караулов, Ю. Н.** Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности / Ю. Н. Караулов // Русский ассоциативный словарь. Кн. I. Ч. I. – М. : Помовский и партнеры, 1994. – С. 190–219.
7. **Караулов, Ю. Н.** Элементарная структура знания и ее отображение в структуре языкового сознания / Ю. Н. Караулов // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности : тез. докладов XV Междунар. форума по психолингвистике и теории коммуникации. – М. ; Калуга, 2006. – С. 140–141.
8. **Горошко, Е. И.** Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента / Е. И. Горошко. – М. : Ин-т языкознания РАН ; Харьков : РА-Каравелла, 2001. – 318 с.
9. **Куприянова, Н. С.** Ассоциативное поле смеха в современном русском языке / Н. С. Куприянова // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. Гуманитарные науки. – 2007. – № 4 (8). – С. 52–55.

10. **Куприянова, Н. С.** Отражение в языковой картине мира обыденных представлений об объекте смеха / Н. С. Куприянова // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. Гуманитарные науки. – 2009. – № 11 (15). – С. 38–45.
11. **Куприянова, Н. С.** Языковая репрезентация смеха и смеховых состояний в русском языке / Н. С. Куприянова // Вестник МГОУ. Сер. «Русская филология». – 2007. – № 4. – С. 61–64.
12. **Арутюнова, Н. Д.** Истоки, проблемы и категории прагматики / Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16: Прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – С. 3–42.
13. **Арутюнова, Н. Д.** Язык цели / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Модели действия. – М. : Наука, 1992. – С. 14–23.
14. **Виноградов, В. В.** Русский язык: Грамматическое учение о слове / В. В. Виноградов. – М. : Высшая школа, 1972. – 615 с.
15. **Шведова, Н. Ю.** Об активных потенциях, заключенных в слове / Н. Ю. Шведова // Шведова Н. Ю. Русский язык: Избранные работы. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – С. 375–382.
16. **Уфимцева, Н. В.** Психолингвистика и межкультурная коммуникация / Н. В. Уфимцева // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности : тез. докладов 15-го Междунар. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации / под ред. Е. Ф. Тарасова. – М. ; Калуга : Эйдос, ... – С. 308.

Куприянова Наталья Сергеевна

старший преподаватель, кафедра
русского языка и методики преподавания
русского языка, Педагогический
институт им. В. Г. Белинского,
Пензенский государственный
университет

E-mail: nsk724148@mail.ru

Kupriyanova Natalya Sergeevna

Senior lecturer, sub-department of Russian
language and Russian language teaching
methods, Pedagogical Institute
named after V. G. Belinsky,
Penza State University

УДК 81'114.4

Куприянова, Н. С.

Отражение в русской языковой картине мира представлений о цели смеха – невербального средства коммуникации / Н. С. Куприянова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2012. – № 4 (24). – С. 114–123.