

ФИЛОЛОГИЯ*(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

Д.Ю. Гулинов*Волгоградский государственный**социально-педагогический университет**г. Волгоград, Россия*

satellite74@yandex.ru

**ЗЕРКАЛЬНОЕ АНКЕТИРОВАНИЕ
КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ****[Dmitry Yu. Gulinov Mirror questionnaire
as a means of researching linguistic culture]**

The article analyzes the results of a survey conducted in order to identify the most important sphere of the French linguistic culture among the spheres in which the expression of the French national character is most vivid – la gastronomie (gastronomy), la musique (music), le cinéma (cinema), la mode (fashion), le théâtre (theater), la peinture (painting). During the survey, which involved French and Russian respondents in total of 100 people, 600 different associations were received to the phenomena of the French national culture la haute couture (high fashion), le spectacle (performance), la cuisine française (French cuisine), la musique française (French music), l'art cinématographique français (French cinematographic art), la peinture française (French painting). All identified associations are divided into abstract, exemplary and emotional ones. The results of the survey of French and Russian informants confirm the hypothesis put forward in the article about the primacy of the sphere of gastronomy for the French language consciousness.

Key words: questioning, association, national-specific sphere, French national character, gastronomy.

Фундаментальные работы последних лет, посвященные исследованию ядерных ценностей культуры, свидетельствуют о неугасающем интересе ученых к познанию специфического «устройства» культурного пространства, являющегося выражением того или иного типа культуры.

А. Вежбицкая выделяет ключевые слова, которые отражают и передают особенности соответствующей культуры [3], в словаре констант Ю.С. Степанова находит отражение своеобразия русского менталитета [7], Т.В. Евсюкова исследует «характер» культуры, выделяя в ее пространстве национально-специфические сферы, определяющие «лицо» социума, его особое миро-

восприятие [6]. Как справедливо отмечает А. Вежбицкая, такого рода исследования могут привести нас в «сердцевину целого комплекса культурных ценностей и установок» [3, с. 38], позволяющих вскрыть национально-специфический механизм восприятия окружающей действительности.

Нам необходимо определить наиболее значимую национально-специфическую сферу французской лингвокультуры из числа следующих: *la gastronomie* (гастрономия), *la musique* (музыка), *le cinéma* (кино), *la mode* (мода), *le théâtre* (театр), *la peinture* (живопись). По нашей гипотезе такой сферой, в которой нашло наибольшую концентрацию выражение французского национального характера (оригинальность, красота, изысканность, гурманство), является гастрономия. Выдвинутая гипотеза о значимости для французского социума указанной выше сферы подтверждается не только историческими фактами и высокой степенью упоминания французской гастрономии в произведениях художественной литературы, но и психологической яркостью – по результатам анкетирования французских и русских респондентов.

В анкетировании приняло участие по пятьдесят информантов с французской и русской стороны, что дало возможность назвать такое анкетирование зеркальным, поскольку для определения приоритетных для французской лингвокультуры сфер были привлечены носители двух разных языков. Социальный портрет французских и русских респондентов включал такие характеристики: возраст и профессиональная принадлежность.

Представим социальный портрет французских респондентов.

В анкетировании приняло участие 50 человек. Возрастной разброс от 20 лет до 76 лет, среди них 14 человек в возрасте от 20 лет до 30 лет, 10 человек – от 31 года до 45 лет, 20 человек – от 46 лет до 60 лет и 6 человек – от 61 года до 76 лет. Средний возраст французских респондентов составил 45,8 лет.

С точки зрения профессиональной принадлежности, в опросе с французской стороны приняли участие студенты (14 человек), преподаватели коллежа и лица (12 человек), служащие государственных учреждений (8 человек), медицинские работники (7 человек), пенсионеры (6 человек), инженеры (3 человека).

Представим социальный портрет русских респондентов.

В анкетировании приняло участие 50 человек. Возрастной разброс от 18 лет до 72 лет, среди них 18 человек в возрасте от 18 лет до 30 лет, 14 человек – от 31 года до 45 лет, 11 человек – от 46 лет до 60 лет и 7 человек – от 61 года до 72 лет. Средний возраст русских респондентов составил 38,7 лет.

С точки зрения профессиональной принадлежности, в опросе с российской стороны приняли участие студенты (14 человек), пенсионеры (10 человек), медицинские работники (8 человек), преподаватели университета (7 человек), инженеры (5 человек), учителя школ (4 человека), служащие государственных учреждений (2 человека).

Характеристики социального портрета французских и русских респондентов представим в табл. 1.

Таблица 1

Участники анкетирования	
Социальный портрет	Французы
Возраст	Количество (человек)
от 18 лет до 30 лет	14
от 31 года до 45 лет	10
от 46 лет до 60 лет	20
от 61 года до 76 лет	6
Профессия	Количество (человек)
студенты	14
преподаватели	12
служащие	8
медицинские работники	7
пенсионеры	6
инженеры	3

Французским и русским респондентам была предложена анкета, включавшая следующие вопросы и задания:

1. Avec quoi s'associent pour vous tels phénomènes de la culture nationale française (С чем ассоциируются у вас следующие феномены французской национальной культуры): la haute couture (высокая мода), le spectacle (спектакль), la cuisine française (французская кухня), la musique française (французская музыка), l'art cinématographique français (французское кинематографическое искусство), la peinture française (французская живопись)?
2. Classez selon l'ordre d'importance les sphères qui reflètent le caractère national de la société française (Расставьте в порядке значимости сферы,

которые отражают национальный характер французского социума): la gastronomie (гастрономия), la musique (музыка), le cinéma (кино), la mode (мода), le théâtre (театр), la peinture (живопись).

3. Trouvez deux ou trois mots pour argumenter que la sphère que vous avez classée première participe à la vie de la société française (Аргументируйте, каким образом сфера, которую Вы определили на первое место, участвует в жизни французского сообщества).

Перейдем к анализу результатов проведенного анкетирования.

При ответе на первый вопрос получено 600 ассоциаций французских и русских информантов к феноменам французской национальной культуры, которые мы распределили на три группы: абстрактные (например, *divertissement, mode, mannequin, robe, acteur, jeux de scène, reflets de la vie, charme, culture, art de vivre; Париж, голубь мира, элегантность, мода, деньги, нежность, рафинированность, романтизм, шоу, юмор* и другие), экземплефицирующие (например, *Magritte, Duchamp, impressionnistes, classicisme, Gauguin, Dali, fromage, bouillabaisse, foie gras, poularde; Астерикс, Далида, Ален Делон, Нотр Дам де Пари, Люк Бессон, Жерар Депардьё, Елисейские поля, улитки, лягушки, вино* и другие) и эмоциональные (например, *c'est du plaisir, un ravissement, красота, блеск, восторг* и другие).

Представим в табл. 2 распределение полученных ассоциаций в соответствии с феноменами французской национальной культуры.

Таблица 2

Феномены французской национальной культуры	Ассоциации (количество)					
	абстрактные		экземплефицирующие		эмоциональные	
	франц.	русск.	франц.	русск.	франц.	русск.
haute couture (высокая мода)	18	16	24	30	8	4
spectacle (спектакль)	16	13	29	33	5	4
cuisine française (французская кухня)	12	4	30	43	8	3
musique française (французская музыка)	3	3	41	45	6	2
cinéma français (французское кино)	8	3	35	38	7	9
peinture française (французская живопись)	5	4	42	45	3	1
Итого:	62	43	201	234	37	23

Таким образом, из 600 полученных ассоциаций выявлено 435 реакций экземплефицирующего характера (72,5% от всего количества полученных ассоциаций), 105 реакций абстрактного характера (17,5%), 60 реакций эмоционального характера (10%). Результаты опроса показывают, что и французским, и русским информантам свойственно ассоциировать феномены французской национальной культуры с конкретными именами, предметами и явлениями, соотносимыми с данными феноменами.

В соответствии со вторым заданием анкеты необходимо было расставить в порядке значимости сферы, которые, по мнению информантов, наиболее полно отражают национальный характер французского социума.

Таблицы 3 и 4 содержат результаты выполненного задания французскими и русскими респондентами.

Таблица 3

Результаты, полученные от французских респондентов

Сфера, отражающая национальный характер французского социума	Классификация по значимости				
	место				
	1	2	3	4	5
la gastronomie (гастрономия)	27	6	6	3	2
la musique (музыка)	6	6	8	12	11
le cinéma (кино)	0	17	10	9	7
la mode (мода)	9	6	8	12	7
le théâtre (театр)	5	12	8	6	10
la peinture (живопись)	3	3	10	9	13

Как показывают результаты опроса, большинство французов считают гастрономию самой значимой сферой французской лингвокультуры (27 человек определили данную сферу на первое место, что составляет 54% от общего количества опрошенных), на втором месте по степени значимости находится сфера моды (9 человек определили данную сферу на первое место или 18% от общего количества опрошенных), на третьем месте по значимости находится музыка (6 человек определили данную сферу на первое место или 12% от общего количества опрошенных).

Таблица 4

Результаты, полученные от русских респондентов

Сфера, отражающая национальный характер французского социума	Классификация по значимости				
	место				
	1	2	3	4	5
la gastronomie (гастрономия)	19	8	9	4	4
la musique (музыка)	2	6	8	12	15
le cinéma (кино)	5	14	10	4	7
la mode (мода)	30	12	4	2	1
le théâtre (театр)	0	13	18	10	5
la peinture (живопись)	2	7	16	9	6

По результатам опроса большинство русских считают моду самой значимой сферой французской лингвокультуры (30 человек определили данную сферу на первое место, что составляет 60% от общего количества опрошенных), на втором месте по степени значимости находится сфера гастрономии (19 человек определили данную сферу на первое место, или 38% от общего количества опрошенных), на третьем месте по значимости находится кино (5 человек определили данную сферу на первое место, или 10% от общего количества опрошенных).

В качестве аргументов французов, поставивших сферу гастрономии на первое место, отметим следующие: *la cuisine française c'est une tradition; la renommée mondiale; la gastronomie est une spécificité française parce qu'elle reflète au mieux la joie et la douceur de vivre du pays français, le sens de la convivialité des bouffes «entre copains»; le maintien des cultires régionales; l'art de la table; la gastronomie est la sphère qui touche le plus de gens en France et à l'étrange; parmi les sphères de références la gastronomie est certainement celle qui prévaut; le reflet des valeurs française; c'est toujours un accueil chaleureux; le caractère chaleureux des réunions, des repas pris en commun; la gastronomie par utilité et par plaisir, apprécier la bonne cuisine.*

Французы аргументируют свой выбор широкой известностью французской кухни за границей; они склонны полагать, что данная сфера определяет образ жизни французского социума.

В качестве аргументов представителей русской лингвокультуры, поставивших сферу французской моды на первое место, отметим следующие: *мода наиболее ярко отражает характер французского общества; французская мода – это искусство, и она известна во всем мире; реноме Франции, как законодательнице в области моды, принесли кутюрье с мировой из-*

вестностью; мировая известность; французская мода – это не только подиум, ежедневные дефиле, съемки, о ней много пишут в книгах, журналах, газетах, она повсюду; мода с давних пор является «лицом» Франции; красиво, модно, а главное со вкусом во Франции могут одеваться все: люди с высоким, средним и низким достатком; можно долго перечислять имена великих кутюрье, которые родились во Франции и начинали там свою деятельность, заложили основы целых школ и направлений в мировой моде; мода – визитная карточка Франции; лучший производитель парфюмерных изделий.

Как следует из приведенных выше примеров, сфера французской моды имеет самую высокую степень значимости для русских информантов, поскольку отличается особым изыском, стилем и шармом, являет собой эталон красоты, имитируется за границей. Символы французской моды – кутюрье с мировыми именами – предстают своеобразной визитной карточкой Франции.

По результатам проведенного анкетирования, среди опрошенных французов неоспоримое преимущество перед другими национально-специфическими сферами французской лингвокультуры имеет сфера гастрономии. Представители русской лингвокультуры считают, что самой приоритетной из характерологически значимых французских национально-специфических сфер является мода. У русских респондентов второй по значимости является сфера гастрономии, что также подтверждает нашу гипотезу о ее высокой значимости для французского социума.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Вежбицкая А.* Понимание культур через средство ключевых слов / Пер. с англ. А.Д. Шмелев. М.: Языки славянской культуры, 2001.
2. *Гулинов Д.Ю.* Национальная специфика французской лингвокультурной сферы «Гастрономия» (переводческий аспект) // Дис. канд. филол. наук. Волгоград, 2004.
3. *Евсюкова Т.В.* Лингвокультурологическая концепция «Словаря культуры» // Дис. докт. филол. наук. Нальчик, 2002.
4. *Степанов Ю.С.* Константы: Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2001.

R E F E R E N C E S

1. *Wezhbitskaya A.* Understanding cultures through the medium of key words / Transl. from English. A.D. Shmelev. M.: Languages of Slavic Culture, 2001.
2. *Gulinov D.Yu.* National specificity of the French linguistic culture sphere “Gastronomy” (translation aspect) // Thesis of Doctor of Philology. Volgograd, 2004.
3. *Evsyukova T.V.* Linguistic and cultural concept of the “Dictionary of Culture” // Thesis of Doctor of Philology. Nalchik, 2002.
4. *Stepanov Yu. S.* Constants: Dictionary of Russian Culture. Moscow: Academic Project, 2001.

21 июня 2018 г.
