

## КОНЦЕПТ «КРАСОТА» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

**Л.Н. Саакян**

Кандидат филологических наук,  
доцент кафедры общего и русского языкознания  
e-mail: [lnsaakyan@pushkin.institute](mailto:lnsaakyan@pushkin.institute)

**Д.А. Клубничкина**

Соискатель ученой степени кандидата филологических наук,  
кафедра общего и русского языкознания  
e-mail: [daria.fragaria@yandex.ru](mailto:daria.fragaria@yandex.ru)

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (г. Москва)

*Статья посвящена исследованию отражения концептуального единства «красота» в лингвокультурной среде, представленной людьми в возрасте от 18 до 35 лет, проживающими в центральной части России и обладающими различными фоновыми культурными знаниями. Исследование базируется на результатах опроса, проведенного с августа 2021 года по январь 2022 года. Участие в опросе приняли 125 человек. При помощи методологического аппарата психолингвистики описано национальное отношение к концепту «красота», основанное на его культурно-исторической значимости. В основе исследовательского подхода авторов статьи лежит синтез традиционно противопоставляемых в отечественном языкознании подходов к исследованию концепта: когнитивного и культурного. Результаты проведенного в рамках опроса свободного ассоциативного эксперимента позволяют приблизиться к созданию коллективного языкового портрета современного носителя русского языка, так как являются отражением восприятия одного из концептов-универсалий, обладающих этико-эстетическим аксиологическим потенциалом.*

**Ключевые слова:** ассоциативный эксперимент, лингвокультурология, аксиологический концепт, психолингвистика, концепт «красота», языковая картина мира.

**Введение.** Работа посвящена исследованию концепта «красота» – одного из базовых концептов не только русской, но и мировой культуры. Предлагаемый аспект изучения данного концепта описывает репрезентацию его в сознании носителей русского языка в возрасте от 18 до 35 лет. Наполнение концепта «красота» на протяжении последних двух столетий неоднократно пересматривалось. Это, прежде всего, связано с его ценностной природой, которая выражалась как в искусстве, в частности, в литературе, так и в других сферах человеческой деятельности.

Кроме того, не стоит забывать об амбивалентной семантической сочетаемости исследуемого концепта, который в виду своей субъективной природы является сложноопределяемым в рамках русской

лингвокультуры, так как красивым/некрасивым может быть названо одно и то же явление, один и тот же объект и одна и та же ситуация.

Оценочность, выражаемая в концепте «красота», также представляет особый интерес для исследования.

Междисциплинарный подход к концепту породил множество классификаций этого явления, в процессе типологизации которого вычленялись и описывались различные элементы, входящие в его структуру. Предметом исследования когнитивной лингвистики считается когнитивный концепт, а предметом исследования лингвокультурологии – культурный или лингвокультурный концепт. Таким образом, мы можем утверждать, что в современной лингвистике существует, как минимум, два основных подхода к изучению этого явления: когнитивный (Н.Д. Арутюнова, Е.С. Кубрякова, Д.С. Лихачев, И.А. Стернин и др.) и лингвокультурологический (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Н.А. Красавский, Ю.С. Степанов и др.). Цель обоих подходов – выявление глубинных различий между культурами через познание языкового мышления носителей – представителей данных культур.

Лингвокультурология опирается на ценностную сторону концепта как определяющий элемент его структуры, что отличает данный тип концепта от концепта когнитивного. Ценностная составляющая концепта является определяющей, т.к. совокупность концептов, рассматриваемых в аспекте ценностей, образует ценностную картину мира [Карасик 2004]. Именно ценностная сторона концепта характеризует жизненную позицию, предпочтения, желания и возможности, отношение человека или коллектива к той культуре, носителями которой они являются [Стернин 2018].

«Концепт» в лингвокультурологических текстах – это, прежде всего, вербализованный культурный смысл, и он «по умолчанию» является лингвокультурным концептом (лингвоконцептом) – семантической единицей «языка» культуры, план выражения которой представляет в свою очередь двусторонний языковой знак, линейная протяженность которого, в принципе, ничем не ограничена [Телия 2002].

Отметим также, что, по мнению ряда лингвистов, когнитивный и культурологический подходы к осмыслению концепта являются взаимодополняющими: концепт как ментальное образование в сознании человека есть выход на концептосферу (центральное теоретическое понятие) социума, т.е. в конечном результате на культуру, а концепт как единица культуры есть фиксация коллективного опыта, который становится достоянием каждого человека [Герасименко 2012].

В рамках настоящего исследования именно последний названный подход к концептам представляется наиболее продуктивным, так как при помощи методологического аппарата психолингвистики нами будет описано национальное отношение к данному концепту, основанное на его

культурно-исторической значимости. Таким образом, настоящее исследование представляет собой синтез когнитивного и лингвокультурного подходов к исследованию концепта.

Отдельного внимания заслуживает этико-эстетическая составляющая, проявляющаяся в оценочной природе концепта «красота». Характеристика «красивый» зачастую приписывается не только сугубо внешним, но и внутренним качествам, а иногда и их слиянию, что, например, отражено в сочетаемости такой лексической единицы, как «имидж», частотной в политическом дискурсе. Согласно исследованию [Северская, Саакян 2020], прилагательное «красивый» наряду с другими единицами (*привлекательный, соблазнительный; симпатичный, прекрасный* и др.), составляющими семантическое ядро концепта «красота», входит в ряд положительных характеристик имиджа.

Кроме того, концепт «красота» позволяет оценивать как положительные (соответствующие представлениям о красивом), так и отрицательные (не соответствующие данным представлениям) свойства объекта.

**Постановка задачи.** Изучение и описание понятийной составляющей концепта возможно на базе словарных дефиниций, текстового подхода и психолингвистического эксперимента. В рамках нашего исследования мы обратились к последнему, проведя ассоциативный эксперимент в форме опроса. Очевидно, что при исследовании всего многообразия содержательного наполнения концепта «красота» этот подход является лишь вспомогательным и для более полной картины исследования необходимо прибегнуть также к анализу текстовых реализаций.

В ходе исследования был использован метод свободного ассоциативного эксперимента, состоящий в том, что испытуемым предлагаются слова-стимулы, на которые они вербально реагируют. Данный метод позволяет выявить наибольшее количество признаков концепта, а частотность реакций свидетельствует об актуальности или неактуальности в сознании испытуемых той или иной группы. Внимание учёных лингвистов, прежде всего психолингвистов и когнитивистов, к данному типу исследования обусловлено главенством антропоцентрического подхода в современном языкознании, а также признанием ассоциативной природы значения слова. Основоположник отечественной психолингвистики, А.А. Леонтьев, создавший «Словарь ассоциативных норм русского языка», утверждал, что именно ассоциативный эксперимент – «метод, с наибольшей объективностью позволяющий вскрыть «культурную» специфику словарных единиц» [Леонтьев 1977].

Согласно Н.И. Кургановой, «при определенных условиях порождение вербальных реакций в условиях ассоциативного эксперимента

протекает по законам речемыслительной и когнитивно-дискурсивной деятельности в соответствии с правилами и нормами определенной культуры» [Курганова 2019].

Важной особенностью и основным отличием свободного ассоциативного эксперимента от других типов исследований является то, что «реакция в условиях свободного ассоциативного эксперимента является «неспровоцированной», действительно свободной, что позволяет интерпретировать ее как вербальную актуализацию некоторого семантического компонента слова-стимула, рассматриваемого испытуемым как наиболее яркий, важный для его семантики, лежащий на «поверхности» языкового сознания» [Закорко 2012].

Принципиальной для свободного ассоциативного эксперимента является также отмеченная Р.М. Фрумкиной инструкция отвечать «первым словом, которое придет на ум». Согласно автору, «ассоциативная реакция-ответ должна следовать немедленно – испытуемый не должен размышлять над тем, что бы ему такое сказать и как отреагировать» [Фрумкина 2003].

Наибольшую трудность предполагает интерпретация результатов свободного ассоциативного эксперимента. При интерпретации исследователю необходимо держать во внимании два фактора: лингвистический (подбор слова-стимула) и прагматический (личность респондента, его фоновые знания, вербальный и невербальный опыт, особенности памяти и мышления, уровень языковой компетенции) [Леонтьев 1997].

Результаты должны быть подвергнуты семной интерпретации, то есть реакции на слова-стимулы интерпретируются, как вербализация отдельных сем слова-стимула, и таким образом выстраивается психолингвистическая модель данного слова. Отметим также, что нами был использован не только традиционный подход, при котором словом-стимулом является существительное в единственном числе, но и большее многообразие грамматических форм, а также некоторые сопричастные к семантическому ядру концепта «красота» лексические единицы.

В науке существует два основных подхода к исследованию вербальных ассоциаций: лексикоцентрический и текстоцентрический. В настоящем исследовании мы будем придерживаться первого из них, уделяя внимание наиболее частотным реакциям на слово-стимул в попытке построить ассоциативную структуру семантического поля концепта «красота».

Выделяется несколько направлений лексикоцентрического подхода, в частности изучение ассоциативного значения слова, основоположником которого является Джеймс Диз. В своей работе «Структура ассоциаций в языке и мышлении» он выявил взаимозависимость между значением слова

в языке и ассоциативными связями слова в сознании носителя языка, сформулировав законы об ассоциировании. Согласно Д. Дизу, между элементами (словами) ассоциативная связь существует в том случае, если 1) они могут быть противопоставлены друг другу единственным и недвусмысленным способом; 2) они объединены на основе общности двух или более характеристик [Deese 1965]. На основе общих семантических характеристик полученных реакций Д. Диз объединял слова в ассоциативно-семантические группы (кластеры), которые, согласно учёному, составляют ассоциативное значение слова.

Идеи Д. Диза были развиты Говардом Поллио, который считал, что внутригрупповые связи между ассоциативными группами словаря человека сильнее, чем межгрупповые, и расположены в пространстве коннотативного значения [Pollio 1966]. По мнению основательницы Тверской психолингвистической школы А.А. Залевской, вывод Г. Поллио об опосредованности внутригрупповых связей коннотативными медиаторами может вызвать ряд возражений [Залевская 1999]. Так, тесные связи между словами могут формироваться на основе разных аспектов значения слова, каждый из которых (а не только коннотативное значение) может проявляться в данных ассоциативного эксперимента. Таким образом, согласно А.А. Залевской, не имеет значения, какая часть речи исследуется [Залевская 1978]. Однако на взгляд Н.О. Золотовой, развивающей теорию ядра лексикона человека как феномена языкового сознания, лексикон человека состоит из 5 слоев, и во всех преобладают имена существительные [Золотова 2005]. Подход Н.О. Золотовой важен в контексте интерпретации результатов нашего исследования, так как все концептуальные схемы (семантические группы), рассматриваемые ей, объединены одним общим блоком «Человек», «т.к. поставленный в центр объективной действительности человек членит окружающий мир, как бы пропуская его через себя и противопоставляя себя как живое существо – неживой природе, как мыслящее существо – растительному миру и т.п.» [Золотова 1991].

**Описание эксперимента.** Целью исследования является описание полученных в результате ассоциативного эксперимента лексических средств, объединение их по семантическому принципу и последующая интерпретация полученных данных в контексте исследования объективации концепта «красота» в сознании носителей русского языка. Существует ряд методик исследования концептов, среди которых компонентный анализ семантики имени-концепта (ядра концепта), анализ синонимов имени-концепта, анализ сочетаемости имени-концепта (свободных и устойчивых), анализ паремии, психолингвистический эксперимент, анализ разных типов дискурса, содержащих имя-концепт.

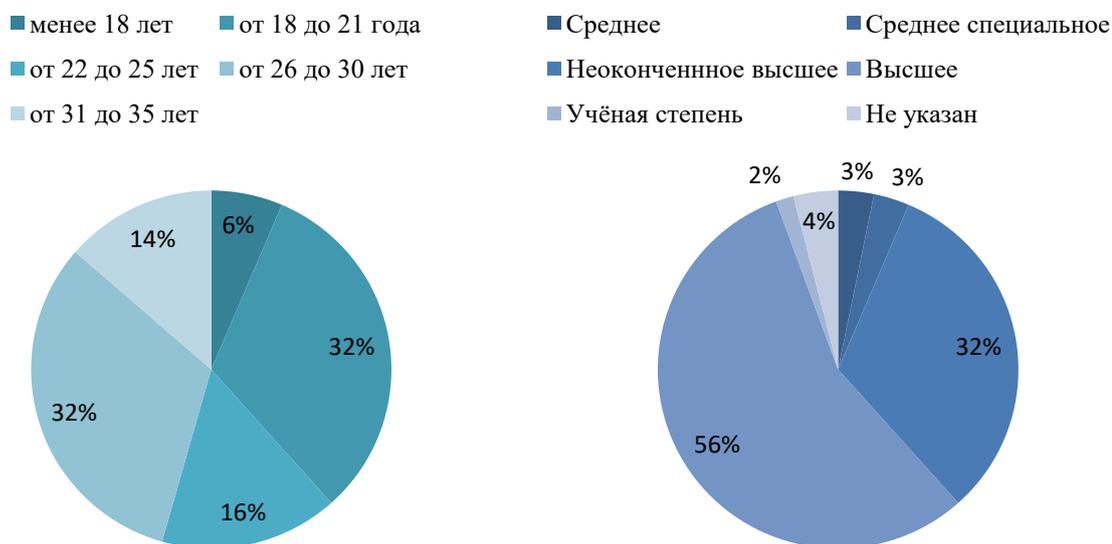
Экспериментальные методы исследования концептов, к которым относится выбранный нами ассоциативный эксперимент, позволяют

получить информацию оценочного характера, а также выявить наиболее значимые элементы концепта для той или иной группы людей, относящейся к определенному возрасту, сфере деятельности и, конечно же, языковой и культурной общности.

В результате проведенного нами ассоциативного эксперимента со 125 молодыми людьми в возрасте от 18 до 35 лет на слово-стимул «красота» было получено 1325 реакций, представивших 571 слово и словосочетание. В опросе приняли участие 75% лиц женского пола и 25% лиц мужского пола. Возраст участников опроса распределён следующим образом (см. рис. 1): по 32% в возрасте от 18 до 21 года и от 26 до 30 лет; 16% – от 22 до 25 лет; 14% – от 31 до 35 лет; 6% – менее 18 лет. Большинство (56%) опрошенных получили высшее образование (см. рис. 2), 32% – имеют неоконченное высшее образование, 4% – уровень образования не указали, 3% – имеют среднее специальное образование, 3% – получили среднее образование, 2% – имеют учёную степень.

В рамках опроса было предложено несколько слов-стимулов, центральным из которых является слово «красота», остальные же относятся к ядру описываемого концепта. В их число вошли производное прилагательное в трёх родовых формах, наречия «прекрасно» и «красиво», существительные «красавица» и «красавец».

Также в заключительной части опроса было задано несколько вопросов в открытой форме. Участникам опроса было предложено описать, кого или что они чаще всего характеризуют при помощи



прилагательного «красивый» и его синонимов, затем предлагалось выразить мнение о том, изменилось ли отношение к красоте за последние

Рисунок 1. Возраст участников опроса

Рисунок 2. Уровень образования участников опроса

20-30 лет и в случае положительного ответа указать возможные сферы и причины произошедших изменений.

**Анализ результатов.** Произведя необходимые подсчеты, мы смогли выстроить полевую структуру концепта «красота» (см. рис. 3) рядом с лексической единицей указывается ее частотность.

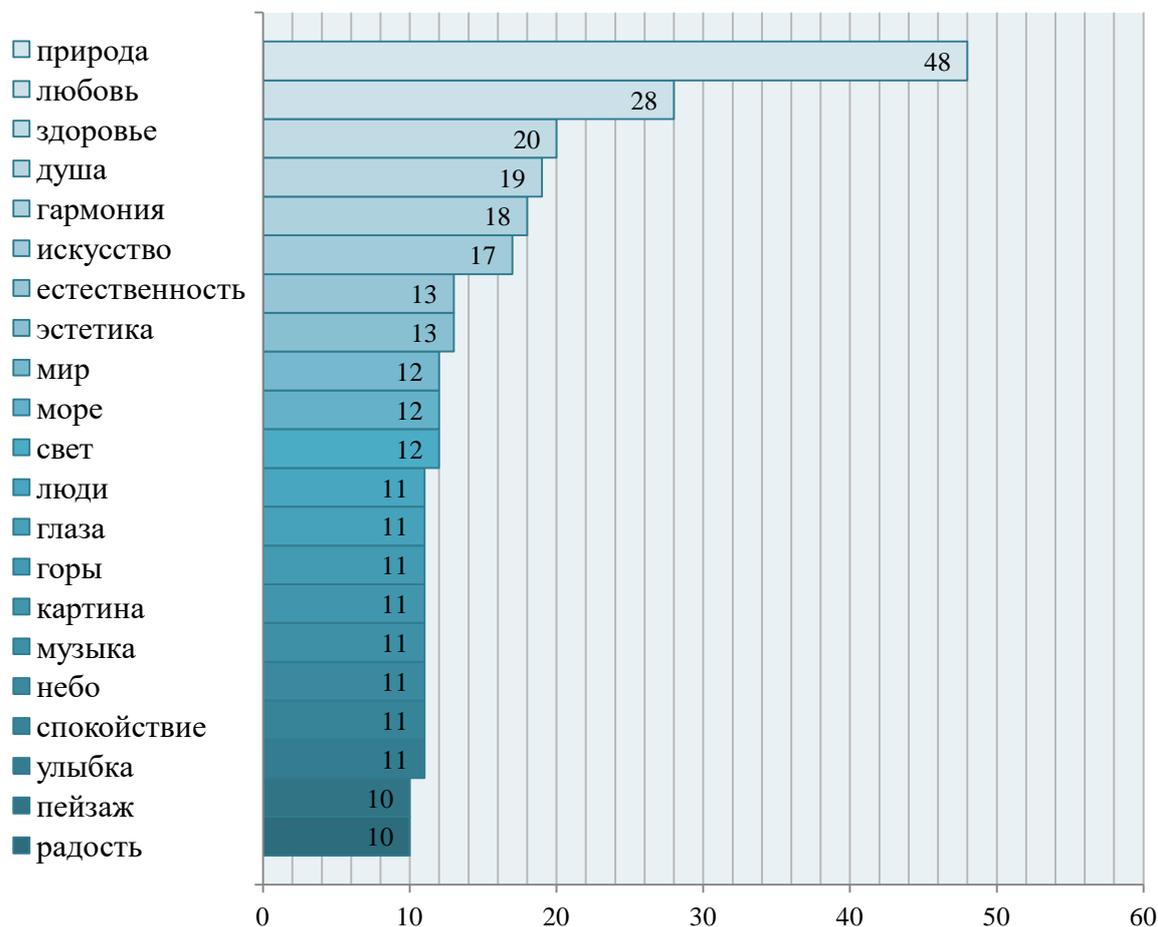


Рисунок 3. Шкала распределения реакций

**Ядро: Природа (48)**

**Ближняя периферия:** любовь (28), здоровье (20), душа (19), гармония (18), искусство (17), естественность (13), эстетика (13), мир (12), море (12), свет (12), люди (11), глаза (11), горы (11), картина (11), музыка (11), небо (11), спокойствие (11), улыбка (11), пейзаж (10), радость (10).

**Дальняя периферия:** молодость (9), счастье (9), тело (9), чистота (9), внешность (8), закат (8), лес (8), доброта (8), впечатление (7), лицо (7), привлекательность (7), сила (7), жизнь (7), цвет (7), цветы (7), вдохновение (6), волосы (6), девушка (6), женщина (6), мама (6), наслаждение (6), архитектура (5), вода (5), гармоничность (5), дети (5), звезды (5), изящество (5), нежность (5), одежда (5), симметрия (5), солнце (5), ум (5), чувства (5), добро (4), идеал (4), облака (4), платье (4), поступок (4), ребенок (4), свежесть (4), семья (4), совершенство (4), спасёт мир (4), творчество (4), уверенность (4), удовольствие (4), утонченность (4), уют

(4), благополучие (3), человек (3), ветер (3), вид (3), внимание (3), внутренняя (3), восторг (3), восхищение (3), дерево (3), кино (3), культура (3), мысли (3), отдых (3), покой (3), порядок (3), правильность (3), прекрасное (3), труд (3), честность (3), притягательность (3), страсть (3), удача (3), успех (3), харизма (3), храм (3), чудо (3), элегантность (3), яркий (3), яркость (3), ясность (3), автомобиль (2), баланс (2), блеск (2), богатство (2), в глазах смотрящего (2), великодушие (2), великолепие (2), взгляд (2), вид из окна (2), влечение (2), внутри (2), возраст (2), грация (2), движение (2), дом (2), дружба (2), желание (2), женственность (2), животное (2), животные (2), индивидуальность (2), косметика (2), лето (2), макияж (2), машина (2), мило (2), милый (2), момент (2), мудрость (2), ничего лишнего (2), огонь (2), озеро (2), органичность (2), очарование (2), пляж (2), поведение (2), прелестно (2), привлекательный (2), принятие (2), приятно (2), приятный (2), простор (2), река (2), речь (2), родители (2), сад (2), свобода (2), смех (2), снег (2), страшная сила (2), стройность (2), субъективна (2), танец (2), тепло (2), фильм (2), характер (2), черты лица (2).

К крайней периферии относятся языковые единицы, встретившиеся в ответах однократно, ниже они будут включены в рассматриваемые нами тематические группы.

Итак, описание полевой организации ассоциативного концепта «красота» показало, что в представлении наших современников – молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет – красота связана, прежде всего, с природой – это наиболее частотная реакция, которую предъявили 38% опрошенных. Однако группа реакций, семантически связанная с понятием «природа» оказалась менее обширной, чем группа реакций, которая условно может быть объединена понятием «Человек» (104 языковые единицы, 307 случаев употребления):

– «Внутренние качества человека» (39/65): доброта (8), ум (5), уверенность (4), мысли (3), честность (3), харизма (3), великодушие (2), индивидуальность (2), мудрость (2), обаяние (2), смех (2), характер (2), верность (1), внутреннее содержание (1), воспитание (1), гордыня (1), добрый (1), доверие (1), дружелюбный (1), духовная (1), душевная (1), душевность (1), жертвенность (1), интеллект (1), интеллигентность (1), искренность (1), красота души (1), лукавство (1), мастерство (1), мышление (1), навык (1), одаренность (1), отзывчивость (1), порядочность (1), рассудительность (1), самодостаточность (1), сдержанность (1), чуткость (1), шарм (1);

– «Человек и его внешность» (31/100): естественность (13), глаза (11), улыбка (11), тело (9), внешность (8), лицо (7), волосы (6), элегантность (3), взгляд (2), грация (2), женственность (2), милый (2), макияж (2), очарование (2), привлекательный (2), стройность (2), черты лица (2), веснушки (1), задумчивый взгляд (1), запястья (1), кисти рук (1),

ключицы (1), косы (1), лодыжки (1), образ (1), руки (1), сексуальность (1), стиль (1), уродство (1), физиология (1), худоба (1);

– «Чувства и эмоции человека» (21/104): любовь (28), спокойствие (11), радость (10), счастье (9), вдохновение (6), наслаждение (6), нежность (5), чувства (5), удовольствие (4), восторг (3), восхищение (3), страсть (3), влечение (2), желание (2), благодарность (1), верность (1), воодушевление (1), симпатия (1), стыд (1), ужас (1) удивление (1);

– «Люди» (8/33): девушка (6), женщина (6), мама (6), дети (5), ребенок (4), семья (4), человек (3), родители (2);

– «Действия человека» (4/5): поведение (2), жест (1), жесты (1), забота о себе (1).

Интересно наблюдать корреляцию между количеством языковых единиц и частотностью их употребления в названных тематических группах. Так, для описания внутренних качеств использовано больше лексем, но их частотность почти в 2 раза ниже, чем частотность единиц, относящихся к внешним характеристикам человека. Это может быть связано со стереотипным представлением о красоте как о внешней характеристике, которое по-прежнему является важной составляющей языковой картины мира носителя русского языка. Однако эмоциям и чувствам респонденты посвятили более 100 реакций, наиболее частотная из которых «любовь», что подтверждает связь между данными понятиями.

Следующей по количеству языковых единиц и частотности их употребления стала тематическая группа «Природа и окружающий мир» (60 языковых единиц, 206 случаев употребления):

– «Неживая природа» (14/69): море (12), горы (11), небо (11), пейзаж (10), закат (8), вода (5), озеро (2), пляж (2), простор (2), река (2), воздух (1), голубое небо (1), горы в тумане (1) заря (1).

– «Флора и фауна» (16/33): лес (8), цветы (7), дерево (3), животное (2), животные (2), трава (2), сад (2), июньский луг (1), парк (1), бабочка (1), берёза (1), звери (1), зелень (1), птицы (1), растения (1), розы (1);

– «Погодные явления» (14/20): облака (4), ветер (3), снег (2), гроза (1), дождик (1), дождь (1), иней (1), мороз (1), погода (1), порыв ветра (1), роса (1), солнечные лучи (1), туман (1), ясное небо (1);

– «Вселенная» (7/26): мир (12), звезды (5), солнце (5), Вселенная (1), Земля (1), космос (1), планета (1);

– «Времена года» (2/3): лето (2), осень (1);

– «Время суток» (2/2): ночь (1), утро (1).

Отметим тематическое разнообразие данной категории, в которой представлены как живые, так и неживые объекты, погодные явления и даже космические тела. Наконец, третьей по количеству языковых единиц группой стала тематическая группа «Абстрактные понятия» (23 языковые единицы, 67 случаев употребления): привлекательность (7), гармоничность (5), изящество (5), симметрия (5), свежесть (4), совершенство (4),

уверенность (4), утонченность (4), покой (3), порядок (3), правильность (3), прекрасное (3), притягательность (3), элегантность (3), яркость (3), легкость (2), прелестно (2), аккуратность (1), благородство (1), власть (1), выразительность (1), необычность (1), опасность (1), особенность (1).

Данный перечень понятий лишь с некоторой степенью допущения мог быть отнесён к другим тематическим группам, поэтому нами было принято решение выделить перечисленные лексемы в отдельную группу.

Сравним основные ассоциативные реакции на слова-стимулы, относящиеся к семантическому ядру концепта «красота», полученные в результате опроса, с данными, представленными в «Русском ассоциативном словаре» [Русский ассоциативный словарь 2002] (см. табл. 1).

Слово-стимул	Реакция участников опроса	Данные словаря
Красивый	человек (9) мужчина (9) парень (7) закат (6) привлекательный (5) приятный (4)	парень (8) человек (6) цветок (5) мужчина (4) дом (3) прекрасный (3)
Красиво	выглядит (6) жить (6) говорить (5) хорошо (5) прекрасно (4)	жить (16) говорить (4) выглядеть (3) одеваться (3) очень (3)

Таблица 1. Основные ассоциативные реакции

В случае со стимулом «красивый» наблюдаем несколько совпадений: «человек» (9/6), «мужчина» (9/4) и «парень» (7/8) стабильно являются наиболее прочными ассоциациями на слово-стимул определенного (в данном случае – мужского) грамматического рода, связанными с эстетической оценкой людей. К тематической группе «природа» в нашем случае относится лексема «закат», что, вероятно, обусловлено повсеместным распространением цифровой (мобильной) фотографии, а в словаре встречаем «цветок». Прилагательные «привлекательный», «приятный» семантически соотносятся с представленной в словаре лексемой «прекрасный», а вот лексема «дом» и близкие ей по значению единицы не вошли в список частотных реакций участников нашего опроса, как и другие материальные объекты окружающей действительности.

Стоит отметить, что прилагательное в женском роде («красивая») при составлении словаря не использовалось в качестве стимула, в нашем

же случае наиболее частотными реакциями стали следующие: девушка (25), женщина (20), мама (5), милая (4), природа (4).

Слово-стимул «красиво» вызывает совпадающие ассоциативные реакции: «жить» (6/16) и «говорить» (5/4), а также две формы глагола «выглядит/выглядеть» (6/3). Однако в нашем опросе присутствуют синонимичные слову-стимулу единицы «хорошо», «прекрасно», тогда как в словаре они отсутствуют.

Таким образом, в одной и той же возрастной группе (18-35 лет) мы наблюдаем схожие ассоциации, претерпевшие при этом семантическое сокращение: реакция «дом» и реакция «одеваться» отражены исключительно в словаре, аналоги среди наиболее частотных реакций из нашего опроса отсутствуют.

Интересным также является тот факт, что религиозно-философские ассоциации не нашли своего отражения ни в словаре, ни в нашем опросе. Отдалённо напоминающими о красоте как явлении всеобщем и глобальном явились ассоциации «мир» (12 реакций в опросе и 1 в словаре) и «Вселенная» (1 реакция в опросе). Позволим себе предположить, что отсутствие лексики духовно-религиозной тематики связано, прежде всего, с возрастом и социальными особенностями референтной группы, основную массу которой составили молодые люди, имеющие высшее образование технического профиля.

В заключительной части опроса респондентам было предложено ответить на вопрос, изменилось ли отношение к красоте за последние 20-30 лет. Учитывая возраст опрошенных (до 35 лет), ответы на данный вопрос в первую очередь обусловлены не личным жизненным опытом, а транслируемым окружающей респондентов культурой, то есть, обусловлены социально-культурным контекстом настоящей эпохи, что представляет особый интерес для исследования. Из 125 опрошенных 78% (98 человек) считают, что отношение к красоте в обществе изменилось. Перечислим основные причины изменений, названные респондентами:

1) изменения в моде: «мода циклична, не может человеку нравиться одно и то же постоянно»; «все меняется вслед за поп-культурой»; «Постоянно меняется баланс между естественной красотой и искусственной. Это отражается в моде, в культуре».

2) трансформации в индустрии красоты и эталонах красоты: «много внимания направлено на внешнюю красоту, внешний вид, одежду, косметику, косметические процедуры»; «изменения произошли, прежде всего, в сфере бьюти-индустрии. А произошли они потому, что государства становятся более социальными, что предполагает принятие (и в том числе с эстетической точки зрения) людей разных социальных групп вне зависимости от их расы/пола/возраста/строения фигуры и т.д.»;

3) расширение возможностей, свобода самовыражения: «движение в сторону естественной красоты и разнообразия, ценность

индивидуальности возросла»; «расширилась сфера того, что может восприниматься с эстетической точки зрения»; «люди пытаются уйти от стандартов и рамок»; «Люди стали проще относиться к внешности. Сейчас время самовыражения, когда критики становится меньше. Появилось благодаря максимизации толерантности».

4) популяризация здорового образа жизни: «появление культуры фитнеса, культ здоровья»; «изменения в индустрии красоты и спорта».

Стоит обратить внимание на то, что многими респондентами была подчеркнута неизбежность изменений, что указывает на их повторяющийся, а, следовательно, устойчивый и систематический характер, что требует дальнейшего исследования на более обширном материале.

**Выводы.** Итак, в результате проведенного нами опроса и анализа полевой структуры концепта «красота», существующего в сознании носителей русского языка в возрасте от 18 до 35 лет, мы выявили следующие категориальные признаки изучаемого концепта. Красота – положительно оцениваемое понятие, носителем которого выступает как человек, так и окружающая его природа. Она сопряжена в сознании с положительными качествами, такими как доброта, честность, совершенство, но не лишена на крайней периферии структуры концепта и отрицательной, негативно окрашенной стороны, выраженной в таких ассоциативных единицах как «опасность», «стыд» и «ужас». Однако стоит отметить, что названные лексические единицы присутствовали в ответах опрошенных в незначительном количестве (по 1 реакции). Прочной осталась связь концепта «красота» с традиционными парадигмами, выделенными ещё Ю.В. Мещеряковой на примере русской фразеологии: молодость; хорошее здоровье; произведение искусства и др. [Мещерякова 2005]. Подтверждение нашла также антропоцентрическая концепция, обозначенная нами на этапе постановки задач исследования, согласно которой основным концептуальным блоком является «Человек».

Обилие абстрактных понятий, а также семантическая группа «Действия человека», напротив, явились новым наблюдением, так как не были зафиксированы в подобном масштабе в существующих на данный момент ассоциативных словарях. Вероятно, это связано с трансформацией значения концепта «красота», которое возможно проследить на более обширном отрезке времени и языковом материале.

**Перспективы исследования.** Результаты проведённого опроса могут стать частью более глубокого исследования концепта «красота», его этической и эстетической значимости для молодых людей, говорящих на русском языке. Проведенный нами свободный ассоциативный эксперимент позволит нам создать коллективный языковой портрет современного носителя русского языка относительно его восприятия и оценочного потенциала исследуемого концепта в каждой исследованной группе.

## Библиографический список

Герасименко И.Е. Лингвокультурология как комплексная научная парадигма // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2012. № 3(23). Т.2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologiya-kak-kompleksnaya-nauchnaya-paradigma> (дата обращения: 10.12.2021).

Закорко С.В. Свободный ассоциативный эксперимент как основной метод психолингвистического исследования // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2012. №1 (9). С. 105–108.

Залевская А.А. Вопросы организации лексикона человека в лингвистических и психолингвистических исследованиях. Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1978. 88 с.

Залевская А.А. Введение в психолингвистику. М., 1999. 560 с.

Золотова Н.О. «Картина мира» и ядро лексикона носителя английского языка // Проблемы семантики: Психолингвистические исследования: сборник научных трудов / редкол.: А.А. Залевская (отв. ред.) и др. Тверь: ТГУ, 1991. С. 40–45.

Золотова Н.О. Ядро ментального лексикона человека как естественный метаязык: монография. Тверь, 2005. 204 с.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис. 2004. 392 с.

Курганова Н.И. Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова // Вопросы психолингвистики. 2019. №3 (41). С. 24–37

Леонтьев А.А. Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах // Словарь ассоциативных норм русского языка. М.: Изд-во МГУ, 1977. С. 3–16.

Леонтьев А.А. Основы психолингвистики: учебник. М.: Смысл, 1997. 287 с.

Мещерякова Ю.В. Концепт «красота» в английской и русской лингвокультурах: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005. 232 с.

Северская О.И., Саакян Л.Н. Образ, имидж, репутация политика в языке и актуальном политическом дискурсе (опыт корпусного исследования) // Przegląd Wschodnioeuropejski. 2020. № 11 (2). С. 357–371.

Стернин И.А. Исследование значения как феномена языкового сознания: монография. Алматы: Полилингва, 2018. 200 с.

Телия В.Н. Объект лингвокультурологии между Сциллой лингвокреативной техники языка и Харибдой культуры (к проблеме частной эпистемологии лингвокультурологии) // С любовью к языку. Посвящается Е.С. Кубряковой. М., Воронеж: ИЯ РАН, Воронежский гос. ун-т, 2002. С.89–97.

*Фрумкина Р.М.* Психоллингвистика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 320 с.

*Deese J.* The structure of associations in Language and thought. Baltimore, 1965. 232 p.

*Pollio H.R.* Oppositional Serial Structures and Paired-Associate Learning, // Psychological Reports. 1966. № 19(2). Pp. 643–647.

*Русский ассоциативный словарь.* В 2 т. / Ю.Н.Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. М.: АСТ-Астрель, 2002.