

УДК 316.472.4

**Н.А. Ключев**

**N.A. Klyuev**

Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет

Perm National Research Polytechnic University

## **СТРУКТУРА КОНЦЕПТА «СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ»**

### **В РУССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ**

## **THE STRUCTURE OF THE CONCEPT “SOCIAL MEDIA”**

### **IN RUSSIAN LINGUISTIC CONSCIOUSNESS**

Выявляются ассоциаты на стимул «социальные сети». Определяется их соотношение в структуре концепта «социальные сети». Проводится сравнение данных эксперимента с определением социальной сети в социологической энциклопедии.

**Ключевые слова:** психолингвистика, ассоциативный эксперимент, социальные сети, концепт, языковое сознание.

The article describes reactions given to stimulus “social media”, defines their relations in the structure of the concept “social media” and compares free associative experiment's results with the definition of social network given in the sociological encyclopedia.

**Keywords:** psycholinguistics, concept, social media, social network, associative experiment, linguistic consciousness.

Цель данной статьи – представить компоненты структуры концепта «социальные сети», полученные в ходе проведения ассоциативного эксперимента.

Социальные сети как объект лингвистической науки в России привлекают внимание исследователей практически с момента своего появления в публичном дискурсе. Активно изучаются лингвокультурологические аспекты общения пользователей (теоретическая база в русле психолингвистики заложена А.А. Залевской [1, с. 39]), политические и маркетинговые коммуникации в пространстве новых масс-медиа. Однако на сегодняшний день нет психолингвистических исследований, посвященных описанию концепта «социальные сети».

В качестве результатов пилотного эксперимента в рамках диссертационного исследования ниже представлены ассоциаты на стимул «социальные сети».

Методом исследования был выбран свободный ассоциативный эксперимент в форме сетевого опроса. Метод сетевого ассоциативного эксперимента (проводится в Интернете) подробно описан Л.А. Паутовой [2, с. 149]. Мы отказались от введения ограничений по реакциям, так как считаем, что свободный эксперимент позволяет максимально приблизиться к реальным речемыслительным процессам.

Было опрошено 130 пользователей различных социальных сетей в возрастном диапазоне от 17 до 66 лет. Испытуемым предлагалась анкета, первой частью которой был ассоциативный эксперимент. Им в письменном виде был представлен стимул «социальные сети» и было предложено написать первое, что приходит в голову, в ответ на данный стимул.

В результате было получено 544 реакции и проанализированы первые 130 из них. Отказов не было. Результаты исследования представлены в виде сводной таблицы.

#### Результаты ассоциативного эксперимента

Ассоциаты	Результат, кол-во чел.	Ассоциаты	Результат, кол-во чел.
Общение	30	Контакты	1
Друзья	5	Место для общения	1
Контакт	5	Место для общения и быстрого обмена информацией	1
Люди	5	Мир	1
«ВКонтакте»	4	Молодежь	1
Новости	4	Надо удалиться	1
Зависимость	2	Неприватные	1
Залипалово	2	Новое у друзей	1
Интернет	2	Общение по интересам	1
Информация	2	Омут	1
Коммуникация	2	Паук	1
Работа	2	Письменные коммуникации	1
Связи	2	Пост	1
Спам	2	Просмотр фото	1
«Фейсбук»	2	Пустая трата времени	1
Фильм	2	Рекламное агентство	1
SMM	1	Связь с друзьями	1
Авоська	1	Сети коммуникаций	1
Ад	1	Синий	1
Асоциальные сети	1	Скоротать время	1
Бестолковость	1	Слоник	1
Быстро	1	Способ оперативной связи посредством текстовых сообщений	1
Быстрое общение	1	Срач	1
Вагон времени	1	Среда общения	1
Виртуальная площадка для общения	1	Срочно связаться	1
Виртуальный мир	1	Так, полистать что-нибудь интересное	1
«ВКонтакте»	1	Толкучка	1
Возможность поддерживать связь с людьми, которые тебе интересны и дороги	1	Тупить	1

Окончание таблицы

Ассоциаты	Результат, кол-во чел.	Ассоциаты	Результат, кол-во чел.
Времяубиватель	1	Тусовка	1
Всемирная паутина	1	Удобно	1
Глупость	1	Финчер	1
Гроб	1	Фото	1
Джесси Айзенберг	1	Что-то для школьников и подростков	1
Дополнительная реальность	1	Что-то новое у кого-то	1
Источник информации	1	Это здорово	1
Коммуникация с группой людей	1	–	–
«Контактник»	1	–	–

Как мы видим, ядро ассоциативного поля представлено словом «общение», периферия – как минимум 57 единичными реакциями. Тем не менее низкочастотные реакции не отбрасывались, поскольку могли оказаться полезными для сравнительных этнокультурных исследований [3, с. 21–22].

Стоит отметить, что в расчет принимались не только слова, но и словосочетания как смысловые единицы, не редуцируемые по смыслу к словам. Примем, что главным в словосочетании «социальная сеть» является слово «сеть», и тогда в качестве реакций на него гораздо чаще представлены парадигматические ассоциации. Синтагматические ассоциации представлены адъективными, адвербиальными и глагольными формами.

Самая большая группа (46,2 % ассоциаций) – это ассоциации-оценки. Причем негативных ассоциаций в 3,3 раза меньше, чем позитивных (10,8 % негативных против 35,4 % позитивных). Негативные ассоциации – *зависимость, спам, ад, асоциальные сети, бестолковость, времяубиватель, глупость, гроб, надо удалиться, неприватные, срач, тупить*. Позитивные ассоциации – *общение; друзья; быстро; быстрое общение; вагон времени; возможность поддерживать связь с людьми, которые тебе интересны и дороги; место для общения; место для общения и быстрого обмена информацией; новое у друзей; общение по интересам; связь с друзьями; так, полистать что-нибудь интересное; это здорово*. Тот факт, что практически половина всех ассоциаций носит эмоциональный характер, говорит, во-первых, о том, что у большинства испытуемых есть эмоционально окрашенное личностное отношение к социальным сетям, а во-вторых, о том, что существует двойственность оценок этого феномена. Соотношение негативных и позитивных ассоциаций представлено на рис. 1.

В списке ассоциаций присутствуют реакции-представления (40 %): *общение; контакт; коммуникация; работа; связи; возможность поддерживать связь с людьми, которые тебе интересны и дороги; коммуникация с группой лю-*

дей; общение по интересам; письменные коммуникации; просмотр фото; пустая трата времени; скоротать время; способ оперативной связи посредством текстовых сообщений; срочно связаться; так, полистать что-нибудь интересное; тупить. Они отражают связь стимула с деятельностью испытуемого.



Рис. 1. Количественное соотношение позитивных и негативных реакций

Тематические ассоциации представлены реакциями, связанными с фильмом «Социальная сеть», посвященном созданию сети Facebook (*фильм, Джесси Айзенберг, Финчер*). Таких ассоциаций 3 %.

Кроме того, в списке реакций присутствуют реакции-ассоциации (*виртуальный мир, дополнительная реальность, общество, омут*), их 5 %; цветовые ассоциации (*синий*) и ассоциации, отражающие отношения части и целого (*пост, фото*).

Количественное соотношение типов ассоциатов представлено на рис. 2.

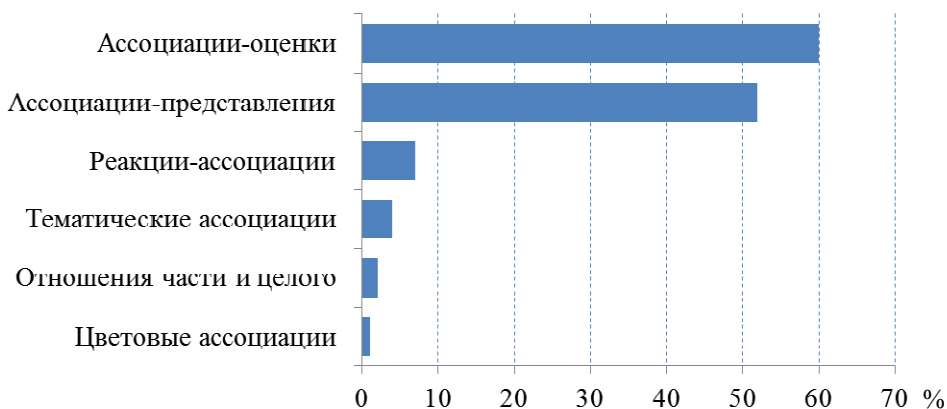


Рис. 2. Типы ассоциатов (количественное соотношение)

На сегодняшний день Русский ассоциативный словарь не содержит информации об ассоциативном поле концепта «социальные сети», поэтому сравнить полученные данные фактически не с чем. Однако мы можем обратиться к определению термина «социальная сеть», которое дает Энциклопедия социологии [4].

Социальная сеть – «множество акторов (социальных объектов) и определенное на нем множество отношений» [4]. При сравнении этого определения с данными нашего эксперимента мы заметим несколько пересечений. Ряд ассоциаций (контакт, люди, «ВКонтакте», друзья, «ВКонтакте», «Фейсбук») отсылают к акторам социальных сетей, которыми могут выступать как пользователи, так и веб-сервисы. Другие ассоциации (общение, быстрое общение, коммуникации, коммуникация, письменные коммуникации, связь, связь с друзьями) указывают на тип и характер отношений между различными акторами социальных сетей. Таким образом, мы можем сделать два вывода:

- подавляющее большинство ассоциаций отражает структурные отношения внутри социальных сетей как системы;
- ответы испытуемых отражают отношения преимущественно между одушевленными акторами (при этом отношения между человеком и веб-сервисом или его объектами эксплицируются значительно реже).

В качестве заметки на полях хочется отметить, что особенности выбранной методики позволяют нам делать некоторые дополнительные наблюдения. Поскольку мы использовали метод сетевого ассоциативного эксперимента и общение с испытуемыми было исключительно письменным, мы смогли заметить, что:

- все полученные реакции написаны кириллицей, даже те, что более привычны для нас в оригинальном написании (например, «Фейсбук»);
- испытуемые склонны использовать обиходные («Контакт», «ВКонтакте», «Контактик») названия социальной сети «ВКонтакте» чаще оригинального.

По результатам проведенного эксперимента в структуре концепта «социальные сети» выделено несколько типов ассоциаций. Наибольшую долю из них (46,2 %) занимают ассоциации-оценки. При сопоставлении данных эксперимента со словарным определением мы получаем аналогичные данные, которые говорят нам, что наибольшая часть ассоциаций соответствует понятийному содержанию концепта. При этом в реакциях эксплицируются преимущественно intersubjectные отношения. Кроме того, наблюдается двойственность оценок социальных сетей, а также присутствуют ассоциативные реминисценции на культурные явления.

Данное исследование проведено на носителях наивного языкового сознания, его результаты в дальнейшем планируется сравнить с результатами аналогичного эксперимента, проведенного с носителями профессионального языкового сознания. Вслед за В.А. Пищальниковой [5, с. 113] мы принимаем пози-

цию, что ассоциативный эксперимент и его интерпретация в отечественной психолингвистике несовершенны и используем его преимущественно как средство сбора данных для дальнейших исследований.

### Список литературы

1. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. М.: Изд-во РГГУ, 2000. – 349 с.
2. Паутова Л.А. Ассоциативный эксперимент: опыт социолингвистического применения // Социология: методология, методы и математическое моделирование. – 2007. – № 24. – С. 146–168.
3. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избранные труды. – М.: Гнозис, 2005. – 543 с.
4. Социология: энциклопедия / А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Минск: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
5. Пищальникова В.А. История и теория психолингвистики: курс лекций. Ч. 2. Этнопсихолингвистика. – М.: Изд-во МГЛУ, 2007. – 228 с.

Получено 15.03.2016

**Клюев Никита Александрович** – аспирант кафедры «Иностранные языки и связи с общественностью», гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: n.a.klyuev@gmail.com.

Научный руководитель – **Шляхова Светлана Сергеевна**, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой «Иностранные языки и связи с общественностью», гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет.