

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УСТАНОВЛЕНИЯ БАЗОВОЙ ЦЕННОСТИ *ARBEIT* / РАБОТА В АВСТРИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

А.И. Хлопова

Московский государственный лингвистический университет
Россия, 119034, Москва, Остоженка 38

*Статья посвящена установлению социально-культурного содержания базовой ценности **Arbeit / работа** в австрийской лингвокультуре. В качестве основного метода установления социально-культурного содержания базовой ценности используется свободный ассоциативный эксперимент, который был проведён в мае-июле 2018 года в городах Вена, Клагенфурт, Филлах, Линц, Зальцбург. Было установлено, что психологически актуальное ядро базовой ценности **Arbeit / работа** подтверждает социально-культурное содержание базовой ценности австрийцев. К ядерным реакциям австрийских респондентов относятся: *Freude* / радость (9), *Anerkennung* / признание (6), *Stress* / большое количество работы (6), *Erfolg* / успех (5), *Motivation* / мотивация (4), *Geld* / деньги (3), *Spaß* / удовольствие (3). Установлено, что реакции, входящие в содержательное ядро базовой ценности **Arbeit / работа** в австрийской лингвокультуре, как правило, положительные. Работа доставляет австрийским респондентам радость и удовольствие. В ассоциатах однозначно актуализируются компоненты «вознаграждение за работу» и «духовные блага» как результат работы. В ядерных и единичных реакциях респондентов проявляются социально-культурные особенности работы в австрийском обществе: для австрийцев важную роль играют коллеги, а не сама работа. Актуальны семантические компоненты «работать на себя», «низкая оплата женского труда», «высокая квалификация», «качественное образование». Носители австрийской лингвокультуры стремятся повысить образование. Несмотря на установленное в ходе эксперимента положительное отношение к работе, австрийцы постоянно жалуются на „Stress“, под которым стоит понимать большое количество работы.*

Ключевые слова: социально-культурное содержание, ассоциативный эксперимент, стимул, реакция, базовая ценность

Познающий субъект в ходе повседневного взаимодействия с миром устанавливает, с одной стороны, определённые взаимоотношения между явлениями, с другой – живёт в мире мнений и представлений. Окружающая культура навязывает индивиду присущие ей ценности, которые воплощаются в гетеро- и автостереотипах, в традициях и этнических стереотипах.

Под базовыми ценностями понимают совокупность жизненных установок и идеалов,

которые сами члены этноса считают характерными и важными для своего народа и системно реализуют их в своей деятельности [3, 5, 7, 8 и др.]. Система базовых ценностей имеет, с одной стороны, устойчивую, но, с другой стороны, динамичную структуру, ведь формирование такой системы происходит под влиянием разнообразных факторов. Базовые ценности реализуются в системе традиций, нравственных идеалов, этнических стереотипов и в полной мере – в языке.

Базовые ценности – это, по сути, стереотипы, в основе формирования которых лежит эмоциональный компонент. Стереотипы являются важной составляющей менталитета индивида и служат для интерпретации социальной информации. У. Липпман определяет стереотипы как ментальные схемы, которые долгое время формируются и функционируют в социуме, это упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки» мира «в голове» человека. И их функция заключается в том, чтобы экономить усилия индивида при восприятии сложных социальных объектов и защищать его ценности, позиции и права [5]. Они базируются на личном опыте, принимаются некритично и обуславливают адаптивное существование человека в рамках определённой культуры. Стереотипы фиксируются вербально и приобретают пропозициональные функции: так, У. Квастхофф утверждает, что стереотипы – это вербальное убеждение, существующее в группе или у единичной личности, которая является представителем этой группы. Это убеждение существует в форме высказывания, которое приписывает людям определённые качества или манеру поведения (или отрицает их) в необоснованно упрощённом или генерализованном виде и имеет тенденцию к эмоционально-оценочному содержанию [11, с. 31] (перевод наш. – А.Х.).

Ю. А. Сорокин отмечал, что стереотипы – это особые «семиотические» модели, представляющие определённую иерархическую совокупность актуальных принципов поведения и ментального освоения мира [8]. Следовательно, содержание стереотипа и базовой ценности может быть изучено в психолингвистическом эксперименте.

При этом мы разделяем мнение, согласно которому ассоциативный эксперимент (далее АЭ. – А.Х.) выявляет языковую реальность, которая не является копией мира и опосредованно отражает его связи и отношения [4; 2].

В своём исследовании мы обращаемся к изучению социально-культурного содержания базовой ценности *Arbeit / работа* в австрийской лингвокультуре. Эта базовая ценность представлена в системе актуальных социальных стереотипов. С одной стороны, она поддерживается и ментально, и поведенчески, но в то же время может изменяться под воздействием факторов, так или иначе изменяющих структуру стереотипа. Поэтому основным методом исследования в работе является свободный АЭ. Он даёт возмож-

ность более непосредственно установить содержание ассоциативно-вербальной цепи, потому что испытуемый реагирует на слово-стимул первым пришедшим в голову словом – и это принципиально, поскольку временной промежуток между стимулом и реакцией в этом случае минимален, что исключает *отбор* ответов и может приблизить реакции респондентов к операциональным. Кроме того, процедура проведения свободного АЭ проста, но одновременно с этим эффективна, так как АЭ обнаруживает частотность однотипных ассоциаций, тип реакции, величину латентных периодов ассоциирования.

АЭ проводился с испытуемыми в индивидуальном порядке в мае-июле 2018 года в городах Вена, Клагенфурт, Филлах, Зальцбург, Линц. Представителям австрийской лингвокультуры экспериментальный материал предъявлялся в форме устного опроса. Испытуемые должны были дать первую пришедшую на ум реакцию на слово-стимул *Arbeit / работа*. Было опрошено 100 респондентов в возрасте от 30 до 40 лет. Группы формировались с учётом приблизительно одинакового возраста и сходства интересов испытуемых, что предположительно может определять и сходство базовых ценностей испытуемых.

Прежде чем обратиться к анализу реакций, рассмотрим некоторые социально-культурные особенности, связанные с осуществлением трудовой деятельности в Австрии.

Рабочий день в Австрии начинается очень рано, в 7 часов утра. Государственные учреждения и банки заканчивают работу при этом также рано, в 15.30-16.00. Многие кафе и рестораны работают обычно с 12 до 18.00 или до 20.00, исключая столичные. Магазины работают с 9.00 до 20.00. Школьники начинают учиться в 7.30 и заканчивают не позже 15.00. На любой фирме есть перерыв на обед, который длится, как правило, 30 минут. В воскресенье, которое принято уделять семье и отдыху, магазины в Австрии не работают.

Австрийцы могут позволить себе опоздать на работу. Немцы считают, что австрийцы ленивые, и называют их *faule Österreicher / ленивые австрийцы*. В Австрии существует традиция заканчивать рабочую неделю в четверг или в пятницу сразу после обеда, так как многие только работают в Австрии, но живут в соседних странах. Хотя рабочий день и начинается в 7.00, но на самом деле трудиться начинают только с 7.30, так как традицией является совместный завтрак.

Важным моментом для каждого работающего в Австрии является налог, который может составлять около 30% заработка.

В Австрии официально работает больше половины населения. 14% работающего населения работают на себя. 1,67 млн. австрийцев – пенсионеры. 400000 жителей Австрии посвящают себя домашнему хозяйству [12].

Большую роль играют профсоюзы. Здесь принято устраивать забастовки и выражать свои требования, не боясь увольнения или притеснений со стороны руководства. Однако все детали забастовки должны обсуждаться с профсоюзами [12].

В Австрии безработные получают пособие. Срок выплаты пособия ограничен 18 месяцами. Известно, что многие австрийцы, несмотря на новые законы, всё ещё с удовольствием остаются безработными (6 % населения в 2016 году), хотя к 2018 году количество таких людей снизилось (5,5 % населения) [12].

Австрийцы постоянно жалуются на «стресс», под которым понимается «большое количество работы».

На июль 2018 года средняя продолжительность рабочей недели в Австрии составляла 39 часов. В июле 2018 года была введена 60-часовая рабочая неделя, что было критично воспринято общественностью [12].

Женский труд оплачивается в Австрии часто ниже, чем мужской, и составляет только 40-50%. Австрийки придерживаются традиции короткого послеродового отпуска [12].

В Австрии принято выплачивать тринадцатую (а иногда и четырнадцатую) зарплату, что помогает при оплате налогов.

Австрия – страна высококвалифицированной рабочей силы. Это касается и служащих, и рабочих. Они имеют высокий образовательный уровень и профессиональную подготовку.

Уровень безработицы в Австрии в 2018 году был 5,5% (Испания – 14,4%, Италия – 10,5%, Франция – 9,1%, Хорватия – 9,6%, Литва – 8,3 %, Латвия – 7%, Португалия – 6,7 %, Болгария – 6,1 %, Швеция – 6%, Польша – 5,8 %, Бельгия – 5,6 %, Финляндия – 5,4%, Германия – 3,5%, Чешская Республика – 3,1%), таким образом, Австрия относится к странам ЕС с самым низким уровнем безработицы [12].

Рассмотрев социально-культурное содержание базовой ценности *Arbeit / работа* в австрийской лингвокультуре, отметим, как оно отражается и отражается ли в психологически реальном содержании базовой ценности, установленном на основе данных АЭ.

Полученные в АЭ ассоциаты классифицировались в соответствии с моделью ассоциативного значения В.А. Пищальниковой [6] с целью более последовательного их сопоставления; в составе ассоциатов и ядерных компонентов ассоциативного поля (далее АП. – А.Х.) выявлялось сходство и различие. Модель ассоциативного значения включает в себя «принципиально функциональное, динамическое соотношение» следующих компонентов: понятие, представление, предметное содержание, ассоциация, операциональные реакции, которые, в свою очередь, могут отображать культурно обусловленные смыслы и эмоционально-оценочные связи единиц языка [6].

В эксперименте проявились реакции-понятия, реакции-представления, и эмоционально-оценочные реакции. Реакции-понятия (18%) указывают на усвоение членами общества инвариантного значения слова *Arbeit / работа*. При этом большое количество реакций-представлений (34%) и эмоционально-оценочных реакций (48%) говорит о наличии у респондентов личностного смысла. Слово *Arbeit / работа* актуально для носителей австрийской лингвокультуры и включено респондентами в ассоциативно-вербальную сеть.

Ввиду большого количества единичных реакций они были разделены внутри каждой группы на подгруппы в соответствии с обозначаемыми дополнительными признаками. Данные, полученные в ходе экспериментов, представлены в таблице:

	Реакции австрийских респондентов
Реакции-понятия	<ul style="list-style-type: none"> – временная форма работы: <i>Freizeit / свободное время</i> – всего 1; – способ выполнения рабочей деятельности: <i>Beschäftigung / занятие</i> – всего 1; – место работы: <i>Arbeitsplatz / рабочее место</i> – всего 1; – профессия: <i>Beruf / профессия, Dienst / служба, Job / подработка</i> – всего 3; – организация рабочего процесса: <i>Urlaub / отпуск</i> – всего 1; – (общественная) организация рабочих: <i>Kollegen / коллеги, Team / команда, Zusammenarbeit / сотрудничество</i> – всего 3; – вознаграждение: <i>Geld / деньги (3), Gehalt / зарплата, Verdienst / заработок</i> – всего 5; – возможность профессионального роста: <i>Aufstiegsmöglichkeiten / возможности профессионального роста, Weiterbildung / повышение квалификации</i> – всего 2;

	Реакции австрийских респондентов
Реакции-понятия	– качество работы: <i>Verantwortung / ответственность</i> – всего 1; – безработица: <i>Arbeitslosigkeit / безработица</i> – всего 1. ВСЕГО: 18
Реакции-представления	– поиск работы: <i>Abwechslung / смена (работы)</i> – всего 1; – временная форма работы: <i>Zeitvertreib / времяпрепровождение</i> – всего 1; – организация рабочих: <i>Freunde / друзья</i> – всего 1; – создание материальных и духовных благ: <i>Existenzsicherung / обеспечение средств к существованию, Familie ernähren / прокормить семью, Lebensgrundlage / основа жизни, Lebensstil / стиль жизни, Leben / жизнь, Menschheit / человечество, Sinn / смысл</i> – всего 7; – следствие работы: <i>Anerkennung / признание (6), Erfahrung / опыт, Leistung / достижение, Dankbarkeit / благодарность</i> – всего 9; – причина работы: <i>Motivation / мотивация (4), Berufung / призвание</i> – всего 5; – характер рабочей деятельности: <i>Einsatz / участие, Genauigkeit / точность, Integration / интеграция, вовлечение, vielfältige / разнообразная</i> – всего 4; – сфера рабочей деятельности: <i>Geduld / терпение, telefonieren / звонить</i> – всего 2; – организация рабочего процесса: <i>lernen / учиться (2), Chef / шеф (2)</i> – всего 4. ВСЕГО: 34.
Эмоционально-оценочные реакции	Положительные реакции: <i>Freude / радость (9), Erfolg / успех (5), Spaß / удовольствие (3), Entfaltung / проявление таланта, Hilfsbereitschaft / готовность помочь, Höflichkeit / вежливость, interessant / интересно, lachen / смеяться, produktiv / плодотворная, Respekt / уважение, Selbständigkeit / самостоятельность, Selbstbewusstsein / самосознание, Selbstverwirklichung / самореализация, Selbstbestimmung / самоопределение</i> – всего 28; Отрицательные реакции: <i>Stress / большое количество работы (6), Anstrengung / напряжение, Arsch / жопа, Druck / давление, Ehrgeiz / тщеславие, eingeschränkt / ограниченный, Härte / жёсткость, Konkurrenz / конкуренция, Lohnungleichheit / несправедливость в зарплате, nicht frei sein / быть не свободным, müde / уставший, Notwendigkeit / необходимость, stressig / напряжённо, schwitzen / потеть, überleben / пережить</i> – всего 20. ВСЕГО: 48

Таблица 1. Распределение реакций австрийских респондентов

Для верной интерпретации результатов АЭ смоделируем содержание базовой ценности *Arbeit / работа* на основе толковых словарей немецкого языка.

Основным значением слова *Arbeit* в толковом словаре немецкого языка DUDEN является значение *Ausführung eines Auftrags / выполнение поручения* [10], значит, основной компонент – ‘выполнение, исполнение’. В качестве основного значения в словаре Agricola указано *Anstrengung / напряжение* [9, S.76]. С основным значением в словаре Wahrig [13] совпадают примеры реализации этого значения: *körperliche oder geistige Tätigkeit / физическая или умственная деятельность*.

Общим значением в словарях Wahrig [13] и Agricola [9] является значение *Produkt / продукт, Erzeugnis / сделанное*. В толковом словаре Wahrig [13] отсутствует значение *Beruf / профессия, Arbeitsplatz / место работы*. Вторым значением в словаре DUDEN [10] является значение *Tätigkeit / деятельность; Beschäftigtsein / занятие*, оно присутствует в словарях Wahrig [13] и Agricola [9]. Следующим значением в словаре DUDEN [10] является значение *Mühe / усилие, Anstrengung / напряжение; Beschwerlichkeit / тягость, Plage / мучение*, которое является основным в толковом словаре Agricola [9]. Значение *Beruf / про-*

фессия, Arbeitstätigkeit / трудовая деятельность, Arbeitsplatz / рабочее место присутствует только в словарях Agricola [9] и DUDEN [10].

В словарях [9], [10] и [13] обнаруживаются общие значения *Ergebnis / результат, Produkt / продукт, Erzeugnis / сделанное; Produkt aus der an einem Körper angreifenden Kraft / продукт силы* (физический термин). Остальные значения, которые относятся к определённой области: ‘*работа с лошастью*’, ‘*тренировка*’, ‘*натаскивание собаки*’, присутствуют только в словаре DUDEN [10].

Сказанное позволит более точно интерпретировать ассоциаты, полученные в эксперименте.

Обратимся к анализу реакций с целью установления психологически актуального значения базовой ценности *Arbeit / работа*.

I. **Понятийные реакции австрийцев** преимущественно единичны. К ядерным на основе частотности можно отнести только реакцию *Geld / деньги (3)*. Для австрийцев важно время, отведённое на работу, и время, отведённое на отдых (*Freizeit / свободное время*), организация рабочего процесса и рабочее место (*Arbeitsplatz / рабочее место, Urlaub / отпуск*), характер трудового коллектива (*Kollegen / коллеги, Team / команда, Zusammenarbeit / сотрудничество*), материальная награда за труд и возможность продвижения по карьерной лестнице (*Geld /*

деньги, *Aufstiegsmöglichkeiten* / возможности профессионального роста, *Weiterbildung* / повышение квалификации, *Gehalt* / зарплата, *Verdienst* / заработок). Отметим, что в этом случае актуализируются разные компоненты ассоциирования. Реакции *Geld* / деньги, *Gehalt* / зарплата, *Verdienst* / заработок указывают именно на материальное вознаграждение, а реакции *Aufstiegsmöglichkeiten* / возможности профессионального роста, *Weiterbildung* / повышение квалификации хотя и

связаны с достижением определённых благ, указывают именно на профессиональный рост. Респонденты чётко разделяют профессиональную занятость и отличают основную работу от подработки (*Beruf* / профессия, *Job* / подработка), выделяя при этом служебную деятельность (*Dienst* / служба). При этом актуализируются компоненты 'профессия' и 'дополнительные работы'.

Результаты анализа понятийных реакций представлены в диаграмме:

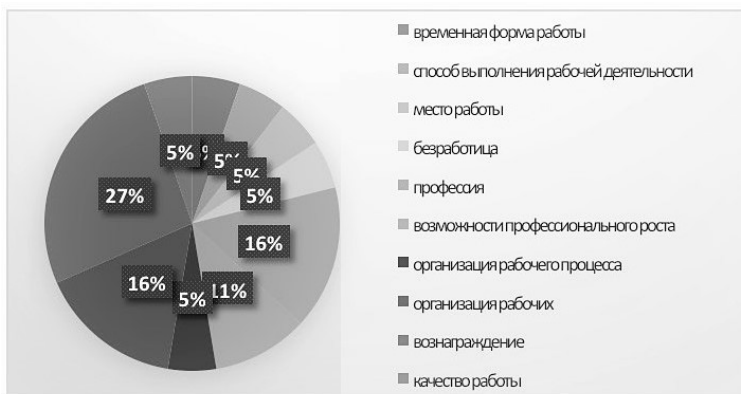


Диаграмма 1. Распределение австрийских понятийных реакций

Наибольшее количество австрийских понятийных реакций отражают компоненты *вознаграждение* (31%) и *профессия* (19%).

II. Следующая группа реакций – **представления**. Реакции *Anerkennung* / признание (6), *Motivation* / мотивация (4) являются ядерными. При этом актуализируются компоненты 'следствие работы' и 'причины работы'. Ядерная реакция *Anerkennung* / признание указывает на социальный престиж. Реакция *Motivation* / мотивация выражает необходимость мотивации труда. Интересна реакция *Berufung* 'призвание', которая указывает на важность для австрийского респондента не просто наличия работы, а работы по душе. В этом случае также актуализируется компонент *причина работы*. Это под-

тверждают реакции, которые начинаются с компоненты *Leben* / жизнь: *Lebensgrundlage* / основа жизни, *Lebensstil* / стиль жизни, *Leben* / жизнь. Эти реакции, а также реакции *Menschheit* / человечество, *Sinn* / смысл подтверждают идею о том, что *работа* является базовой ценностью. Реакция *Chef* / шеф была по нашей просьбе объяснена респондентами, так как она могла входить в подгруппу *результат работы*, если бы респонденты представляли на этой должности себя. Оба респондента в нашем эксперименте представляли себе своего руководителя. Таким образом, в представлениях актуализируются следующие семантические компоненты: *поиск работы*, *временная форма работы*, *организация рабочих*, *создание материальных и духовных благ*, *следствие работы*, *причина работы*, *характер рабочей деятельности*, *сфера рабочей деятельности*, *организация рабочего процесса*.



Диаграмма 2. Распределение австрийских реакций-представлений

ствие работы, причина работы, характер рабочей деятельности, сфера рабочей деятельности, организация рабочего процесса. При этом наибольшее количество реакций актуализирует компонент следствие работы.

III. 58% **эмоционально-оценочных реакций** австрийских респондентов положительные и 42% отрицательные. Положительные реакции *Freude / радость* (9), *Erfolg / успех* (5), *Spaß / удовольствие* (3) мы отнесли к ядерным по критерию частотности. При этом в указанных эмоционально-оценочных реакциях актуализируется компонент *положительный результат работы, достижение определённых результатов: Erfolg / успех* (5), *produktiv / плодотворная, Respekt уважение, Selbständigkeit / самостоятельность, Selbstbewusstsein / самосознание, Selbstverwirklichung / самореализация, Selbstbestimmung / самоопределение*. Отметим, что четыре реакции объединены компонентом *selbst / само*.

Анализ эмоционально-оценочных компонентов АП показывает, что у австрийских респондентов работа связана с их личными интересами,

в том числе и с самосовершенствованием. Среди отрицательных реакций австрийцев отметим *Stress / большое количество работы* и *stressig / напряжённо*, при этом реакция *Stress* относится к ядерным. Для австрийцев актуальны усталость, отсутствие свободы, необходимость работы (*nicht frei sein / быть не свободным, müde / уставший, Notwendigkeit / необходимость*). Единичные реакции *Druck / давление, Härte / жёсткость* и *Konkurrenz / конкуренция* также связаны с негативным отношением к работе. Интересна реакция *überleben / пережить*. Этот глагол имеет негативную коннотацию и понимается как *выжить, остаться после чего-то в живых* [1], например, *пережить* войну, операцию, землетрясение, что подчёркивает отрицательное отношение к работе.

Культурологические, деривационные и формально-грамматические ассоциаты у австрийских респондентов не выявлены.

Сравнение семного поля на основе толковых словарей немецкого языка, АП *Arbeit / работа* и социально-культурных особенностей *работы* в австрийском обществе представлено в таблице:

Толковые словари	Социально-культурные особенности	АП
<i>Ergebnis / результат, Produkt / продукт, Erzeugnis / сделанное; Produkt aus der an einem Körper angreifenden Kraft / продукт силы (физический термин).</i>	<i>Отдых, совместный завтрак, самозанятость, пособие по безработице, Stress, низкая оплата женского труда, высокая квалификация, высокое образование.</i>	Ядро: <i>Freude / радость, Anerkennung / признание, Stress / большое количество работы, Erfolg / успех, Motivation / мотивация, Geld / деньги, Spaß / удовольствие.</i> Совпадающие единичные реакции: <i>Urlaub / отпуск, Kollegen / коллеги, Team / команда, Zusammenarbeit / сотрудничество, Geld / деньги (3), Gehalt / зарплата, Verdienst / заработок, Aufstiegsmöglichkeiten / возможности профессионального роста, Weiterbildung / повышение квалификации, Arbeitslosigkeit / безработица, Selbständigkeit / самостоятельность, Selbstbewusstsein / самосознание, Selbstverwirklichung / самореализация, Selbstbestimmung / самоопределение, Lohnungleichheit / несправедливость в зарплате</i>

Таблица 2. Сравнение семного поля *Arbeit / работа*, АП и социально-культурных особенностей работы в австрийском обществе

К ядерным реакциям австрийских респондентов относятся: *Freude / радость* (9), *Anerkennung / признание* (6), *Stress / большое количество работы* (6), *Erfolg / успех* (5), *Motivation / мотивация* (4), *Geld / деньги* (3), *Spaß / удовольствие* (3). Реакции, входящие в содержательное ядро базовой ценности *Arbeit (работа)*, в австрийской лингвокультуре, как правило, положительные. В ассоциатах однозначно актуализируются компоненты *вознаграждение за работу* и *получение духовных благ*. Первый компонент проявляет-

ся в предметных реакциях, поэтому можно утверждать, что он отражает психологически актуальное содержание базовой ценности *Arbeit / работа*. При этом первый компонент *вознаграждение за работу* не входит в инвариантное значение слова, установленное по данным толковых словарей. Другие компоненты АП *Anerkennung / признание, Erfolg / успех, Geld / деньги*, являясь определённым следствием работы, реализуют один из компонентов инварианта – *Ergebnis / результат*. В ядерных и единичных реакциях

респондентов, полученных на основе АЭ, проявляются социально-культурные особенности работы в австрийском обществе: для австрийцев важную роль играют коллеги, а не сама работа, многие австрийцы хотят быть самозанятыми и работают на себя, женский труд оплачивается в Австрии ниже, чем мужской, австрийские рабочие имеют высокую квалификацию, а студенты –

качественное образование, которое они стремятся повышать, австрийцы жалуются на *Stress / большое количество работы*. Тот факт, что социально-культурное содержание проявляется в реакциях австрийцев, может свидетельствовать о верном установлении и актуальности социально-культурного содержания базовой ценности.

Список литературы

1. Архангельская К. В. Трудности немецкого языка: Немецко-русский учебный словарь. 3-е изд., стереотип. М.: Русский язык, 2003. 288 с.
2. Залевская А.А. Двойная жизнь значения слова и возможности её исследования: теоретическое и экспериментальное исследование. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing, 2012. 278 с.
3. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. 284 с.
4. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1977. 214 с.
5. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
6. Пищальникова В.А. Психопозитика. Барнаул: Изд-во АГУ, 1999. 176 с.
7. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. 238 с.
8. Сорокин Ю.А. Стереотип, штамп, клише: К проблеме определения понятий / Сорокин Ю. А. // Общение: Теоретические и прагматические проблемы. М., 1998. с.133-148.
9. Agricola, E. Wörter und Wendungen. Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2012. 818 S.
10. DUDEN. Das Bedeutungswörterbuch. 3., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Band 10. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2017. 1103 S.
11. Quasthoff, U.M. Soziales Vorurteil und Kommunikation. – Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Frankfurt a. M.: Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag, 1973. 312 S.
12. Statistik Austria: Österreich, Zahlen, Daten, Fakten. Wien: Druckerei Hans Jentsch & Co GesmbH, 2017. 73 S.
13. Wahrig-Burfeind, R. WAHRIG Deutsches Wörterbuch. 9. Auflage. Brockhaus, 2014. 1730 S.

Сведения об авторе:

Хлопова Анна Игоревна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка факультета немецкого языка, старший преподаватель кафедры общего и сравнительного языкознания МГЛУ (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: психоллингвистика, исследование базовых ценностей, германистика, лингвокультурология. E-mail: chloпова_anna@mail.ru.

PSYCHOLINGUISTIC METHODS FOR ESTABLISHING THE BASE VALUE OF THE LEXEME “ARBEIT” (WORK) IN AUSTRIAN LINGUISTIC CULTURE

A.I. Khlopova

Moscow State Linguistic University
38, Ostoshenka, Moscow, 119034, Russia

Abstract: *The article is devoted to the establishment of the socio-cultural content of the basic value "Arbeit"/ work in the Austrian linguistic culture. As the main method of establishing the socio-cultural content of the basic value, a free associative experiment was used. It was conducted with linguistic culture carriers from May to July in 2018 in Vienna, Klagenfurt, Villach, Linz, Salzburg. It was found that the psychologically relevant core of the basic value "Arbeit" / work confirms the socio-cultural content of the Austrian basic value. Austrian respondents' nuclear reactions include: Freude / joy (9), Anerkennung / recognition (6), Stress / large amount of work (6), Erfolg / success (5), Motivation / motivation (4), Geld / money (3), Spaß / pleasure (3). The reactions that are part of the core of the lexeme's value in the Austrian linguistic culture are rather positive. Work in general gives the Austrian respondents joy and pleasure. However, they mention a great amount of work. The associates unambiguously update the components of remuneration for work and the receipt of mental benefits. In the nuclear and individual responses of respondents, obtained on the basis of an associative experiment, social and cultural features of work in Austrian society are manifested: for the Austrians colleagues do play an important role, not the work itself, many Austrians want to be self-employed and work for themselves, female labor is lower paid in Austria than male work, Austrian workers are highly qualified, and students have a qualified education that they strive to improve, Austrians complain about Stress / a lot of work. The fact that the socio-cultural content is manifested in the reactions of the Austrians may indicate the correct establishment and relevance of the socio-cultural content of the basic value.*

Key Words: *socio-cultural content, associative experiment, stimulus, reaction, basic value*

References

1. Arkhangel'skaia K. V. Trudnosti nemetskogo iazyka: Nemetsko-russky uchebny slovar' [Difficulties of the German language: German-Russian educational dictionary]. 3-e izd., stereotip. M.: Russky iazyk, 2003. 288 s.
2. Zalevskaia A.A. Dvoinaia zhizn' znachenii slova i vozmozhnosti ee issledovaniia: teoreticheskoe i eksperimental'noe issledovanie [The double life of the meaning of the word's meaning and the possibilities of its research: theoretical and experimental research]. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing, 2012. 278 s.
3. Krasnykh V.V. Ehtnopsikhologingvistika i lingvokul'turologiia: kurs lektsy [Ethnopsycholinguistics and cultural linguistics: a course of lectures.]. M.: ITDGG «Gnozis», 2002. 284 s.
4. Leont'ev A.N. Deiatel'nost'. Soznanie. Lichnost' [Activity Consciousness. Personality.]. M.: Politizdat, 1977. 214 s.
5. Lippman U. Obshhestvennoe mnenie [Public Opinion] (Russ. ed.: Barchunova T.V. Levinson K.A., Petrenko K.V.) M.: Institut Fonda «Obshhestvennoe mnenie», 2004. 384 s.
6. Pishhal'nikova V.A. Psikhopoetika [Psychotic]. Barnaul: Izd-vo AGU, 1999. 176 s.
7. Prokhorov YU. E., Sternin I. A. Russkie: kommunikativnoe povedenie [Russians: communicative behavior]. Izd. 2-e, ispr. i dop. M.: Flinta: Nauka, 2006. 238 s.
8. Sorokin YU.A. Stereotip, shtamp, klishe: K probleme opredeleniia ponyaty [Stereotype, stamp, cliché: the problem of defining concepts] / Sorokin YU. A. // Obshhenie: Teoreticheskie i pragmaticheskie problemy. M., 1998. s.133-148.
9. Agricola, E. Wörter und Wendungen. Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2012. 818 S.
10. DUDEN. Das Bedeutungswörterbuch. 3., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Band 10. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2017. 1103 S.
11. Quasthoff, U.M. Soziales Vorurteil und Kommunikation. – Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Frankfurt a. M.: Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag, 1973. 312 S.
12. Statistik Austria: Österreich, Zahlen, Daten, Fakten. Wien: Druckerei Hans Jentsch & Co GesmbH, 2017. 73 S.
13. Wahrig-Burfeind, R. WAHRIG Deutsches Wörterbuch. 9. Auflage. Brockhaus, 2014. 1730 S.

About the author:

A.I. Khlopova – PhD (Linguistics), Senior Lecturer of the Department of Lexicology and Stylistics of the German Language, Faculty of the German Language, Senior Lecturer of the Department of General and Comparative Linguistics. Spheres of research and professional interest: psycholinguistics, basic values research, German studies, cultural linguistics. E-mail: chlopova_anna@mail.ru.

* * *