

Коршунова А.И.

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ СУБЪЕКТИВНОГО ОПЫТА ВЗРОСЛЕНИЯ В БРИТАНСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ[©]

*Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Россия, Москва, Alexandra.korshunova.96@gmail.com*

Аннотация. В статье рассматриваются различия в способах вербализации субъективного опыта взросления в британской и американской лингвокультурах. Целью работы является выявление характерных особенностей британского и американского дискурса взросления. Исследование проводится на основе опроса представителей описываемых культур в рамках теста незаконченных утверждений о взрослении. Результаты анализа показывают наличие значимых различий в характеристиках, которыми наделяют взросление британцы и американцы, а также в способах их вербализации. Британцы склонны проявлять меньшую лингвистическую креативность, вербализовать изучаемый феномен в нейтральных терминах, выражая свое восприятие взросления как этапа личностного роста, работы над собой, приобретения ответственности и изучения нового. Американцы в целом больше склонны относиться к взрослению негативно, что в рамках проведенного опроса выражается в многочисленных метафорах, раскрывающих субъективный опыт взросления через боль и переживания.

Ключевые слова: феномен взросления; британская лингвокультура; американская лингвокультура; лингвистическая креативность; метафора.

Поступила: 10.05.2024

Принята к печати: 17.09.2024

Korshunova A.I.

**Verbalizing subjective experience of growing up
in British and American cultures[©]**

*National Research University “Higher School of Economics”,
Russia, Moscow, Alexandra.korshunova.96@gmail.com*

Abstract. The paper examines the differences in the approaches to verbalizing subjective experience of growing up in British and American cultures. The aim of this research is to analyze the characteristics of the British and American discourse of growing up. The study is based on a survey, in which respondents were provided with unfinished statements, they needed to complete based on their subjective experience. The results of the analysis show that there are significant differences between two cultures. The British tend to verbalize growing up in neutral terms, expressing their perception of growing up as a stage of personal growth. Americans are more inclined to have a negative attitude towards growing up, which, according to the survey, is expressed in numerous associations with pain and anxiety.

Keywords: growing up; British culture; American culture; linguistic creativity; metaphor.

Received: 10.05.2024

Accepted: 17.09.2024

Введение

Взросление является неотъемлемой частью нашей жизни. Период детства обязательно подходит к концу, вчерашний ребенок постепенно проходит через процесс становления личности, приобретения ответственности и рано или поздно начинает идентифицировать себя как взрослого. Предположительно в разных культурах этот процесс проходит по-разному. Если сопоставить британскую и американскую культуры в их отношении к процессу взросления, можно заметить существенный контраст в восприятии детей и детства и, следовательно, в отношении к феномену взросления. Инфантильное мироощущение современных американцев весьма точно выразил К.В. Будворд, назвавший США «Питером Пэном среди наций» [Woodward, 1989, р. 103]. При этом британцы не ощущают такой привязанности к детству и спешат воспитать детей в полноценных членов общества [Lamprinakou, Fuller, 2020, р. 4].

Тема данного исследования позволяет обратиться к проблематике осмыслиения жизненного опыта посредством анализа вербализации индивидуальных переживаний в процессе развития человека. Актуальность исследования, посвященного различиям в вербализации субъективного опыта взросления в британской и американской лингвокультурах, обусловлена значимостью феномена взросления как одного из ключевых аспектов личностного и социального развития. Взросление представляет сложный и многогранный процесс, включающий не только биологическое и психологическое созревание, но и интеграцию индивидуума в социальные структуры и нормы, характерные для его культуры. Этот процесс неизбежно сопряжен с формированием идентичности, приобретением ответственности и адаптацией к культурным и социальным ожиданиям. Таким образом, понимание того, как различные культуры воспринимают и интерпретируют этап взросления, имеет важное значение для психолингвистических и культурологических исследований.

Проблема, на решение которой направлено исследование, заключается в выявлении культурно-специфических особенностей вербализации взросления. В контексте глобализации и межкультурного взаимодействия важно понимать, как культурные различия влияют на восприятие и интерпретацию взросления, что может оказывать значительное влияние на межкультурную коммуникацию. Цель данного исследования – анализ различий в подходах к вербализации взросления в британской и американской лингвокультурах, выявление характерных черт и метафор, используемых для описания этого процесса. Исследование опирается на современные теории метафоры и образного переноса.

Ключевыми понятиями, которыми мы оперируем в данной статье, являются «метафора» и «образный перенос». В когнитивной лингвистике метафора рассматривается не просто как стилистический прием, но как основополагающий механизм мышления и знания, что было обосновано Джорджем Лакоффом и Марком Джонсоном. Метафоры структурируют наше восприятие мира и играют ключевую роль в формировании культурных и индивидуальных концептов. Значительный вклад в развитие теории метафоры также внес Золтан Кёвечеш, который подчеркивает, что метафоры не только отражают, но и формируют культурные ценности и мировоззрение. Исследователь отмечает, что метафоры могут различаться в зависимости от культурного контекста, так как они тесно связаны с физическим и социальным опытом носителей языка.

Например, в англоязычных культурах, таких как британская и американская, метафоры взросления часто включают образы путешествия или боли, что отражает культурные представления о развитии и трудностях, связанных с этим процессом.

Работы Рэя Гиббса также подтверждают важность метафоры как когнитивного инструмента, который помогает людям концептуализировать абстрактные понятия через более конкретные образы. Р. Гиббс подчеркивает, что метафоры являются неотъемлемой частью нашего повседневного языка и мышления, и их использование отражает глубинные когнитивные процессы, характерные для различных культур. Образный (или концептуальный) перенос является центральным понятием когнитивной лингвистики и используется для описания того, как один концептуальный домен (в нашем случае взросление) структурируется через другой (например, путешествие или боль). В исследовании образных переносов особое внимание уделяется тому, как они различаются в разных культурах. Как отмечает З. Кёвеш, различия в метафорическом восприятии одного и того же концепта в разных культурах могут быть связаны с уникальными историческими, социальными и физическими условиями бытования этих культур [Kövecses, 2010]. Это подтверждает значимость изучения метафор как средства понимания культурных различий.

Таким образом, исследование направлено на углубленное понимание того, как метафорический язык отражает и формирует культурные различия в восприятии взросления в британском и американском обществах. Результаты этого исследования могут способствовать лучшему пониманию культурных различий и улучшению межкультурной коммуникации.

Методика исследования

Для сравнительного анализа способов вербализации субъективного опыта взросления в США и Великобритании был проведен опрос на онлайн-платформе Survey Monkey; среди американских респондентов – 12 февраля 2020 г., среди британских – 3 мая 2021 г. В опросах приняли участие 58 американцев и 50 британцев. Возраст респондентов варьировался от 18 до 80 лет. Мы решили не устанавливать возрастных ограничений, поскольку тема «детства» актуальна для всех возрастных категорий, и каждый респондент старше 18 лет способен предложить свою интерпретацию данной

темы. В опросе приняли участие 58 американских респондентов, из которых 26 человек (45%) были мужчинами и 32 человека (55%) – женщинами. Среди 50 британских респондентов 23 человека (46%) были мужчинами и 27 человек (54%) – женщинами.

Основой исследования стал метод незаконченных утверждений (sentence completion method), который широко используется в психолингвистике для выявления скрытых смыслов и установок. Респондентам было предложено завершить два незаконченных утверждения: *Growing up is like...* и *Growing up can be compared to...* Этот метод позволяет исследователю глубже понять, какие ассоциации и метафоры возникают у представителей разных культур при осмыслиении процесса взросления.

Полученные ответы были проанализированы с целью выделения и систематизации основных семантических групп, которые отражают типичные концепты, связанные с взрослением. Процедура выделения семантических групп включала несколько этапов. На этапе первичного анализа данных все ответы респондентов были подвергнуты предварительной классификации на основе лексических единиц и фраз, которые использовались для описания взросления. Каждый ответ был проанализирован на предмет наличия ключевых слов и выражений, указывающих на определенные концепты, такие как ответственность, трудности, обучение, боль и т.д. Далее все ответы были закодированы, то есть им были присвоены определенные метки, соответствующие выявленным семантическим группам. Например, если респондент использовал метафору *Growing up is like being hit by a train of responsibility*, его ответ был отнесен к семантической группе «ответственность». Этот этап включал тщательный анализ контекста, чтобы избежать неправильного интерпретирования данных. На этапе систематизации и группировки данных ответы были сгруппированы по семантическим категориям. В рамках каждой группы были выделены подгруппы, отражающие более узкие концепты. Например, в семантическую группу «путешествие» были включены такие подгруппы, как «путешествие как исследование» и «путешествие как приключение». После завершения процедуры систематизации был проведен сравнительный анализ семантических групп, выявленных в ответах британских и американских респондентов. Это позволило выявить культурно-специфические особенности восприятия взросления в двух англоязычных культурах.

Таким образом, метод незаконченных утверждений в сочетании с процедурой выделения семантических групп позволил глубоко исследовать культурные различия в вербализации опыта взросления и выявить ключевые метафоры и концепты, характерные для британской и американской лингвокультур.

Однако мы осознаем, что метод письменного опроса имеет свои ограничения. В частности, он не позволяет исследователю взаимодействовать с респондентом в режиме реального времени, что ограничивает возможность задавать уточняющие вопросы и адаптировать интервью в зависимости от реакции участника, как это возможно при использовании метода глубинного интервью. Мы признаем, что отсутствие «живой реакции» респондентов может привести к некоторой неполноте погружения в материал. В будущем исследовании дополнение письменного опроса методом глубинного интервью могло бы улучшить понимание нюансов восприятия взросления в различных культурах, позволяя более подробно исследовать реакции и ассоциации респондентов. Тем не менее в данном исследовании письменный опрос был выбран как основной метод ввиду его практической применимости и возможности охватить широкую выборку участников, что было критически важно для достижения целей исследования.

Результаты исследования

По результатам опроса было получено 100 ответов британцев (по 50 ответов на каждый вопрос) и 116 ответов американцев (по 58 ответов на каждый вопрос). 15 ответов британских респондентов (15% от общего числа ответов) не были пригодны для обработки, так как они представляют собой уход от ответа (например, *Q2/R25. Not sure; Q2/R46. Dunno*)¹. Аналогичный показатель среди американских респондентов – 10 ответов, которые представляют собой оценочно отрицательное высказывание, касающееся содержания вопросов (*Q2/R20. These questions are total nonsense*) или уход от ответа (*Q2/R39. I have no idea*).

Таким образом, из общего числа ответов британских респондентов (100) было проанализировано 73% ответов, которые удалось отнести к одной из семантических групп. Еще 11% ответов не попали

¹ Здесь и далее: Q (*question*) – вопрос, R (*respondent*) – респондент.

ни в одну из семантических групп, а 16% ответов были исключены из анализа как непригодные. Из общего числа американских респондентов (116) было проанализировано 71,55% ответов, которые удалось отнести к одной из семантических групп. Еще 19,83% ответов не попали ни в одну из семантических групп, а 8,62% ответов были исключены из анализа как непригодные.

Для британских респондентов было характерно давать краткие, зачастую однословные ответы. Из 100 ответов британских участников 39 состояли из одного слова, 33 – из двух слов, и только 28 ответов содержали три и более слова. В среднем британские респонденты давали ответы длиной 1,8 слова. Это может указывать на более сдержаный и лаконичный подход к описанию процесса взросления, что соответствует британской культурной традиции избегать эмоциональной экспрессии [Wierzbicka, 1991]. Например, британские респонденты часто использовали короткие ответы, такие как *Q1/R4. Maturity* (зрелость¹) или *Q1/R1. Hard work* (тяжелая работа), что подчеркивает их склонность к лаконичным описаниям. В 23% ответов использован метафорический компонент (например, *Q1/R14. being slowly skinned alive* (медленно сдирают кожу заживо)).

Американские респонденты, напротив, чаще давали более развернутые ответы. Из 116 ответов 30 состояли из одного слова, 45 – из двух слов, и 41 ответ включал три и более слова, при этом три ответа содержали более десяти слов. Средняя длина ответа американских респондентов составила 2,4 слова. Более длинные и детализированные ответы могут свидетельствовать о том, что американцы склонны к более экспрессивному и детализированному выражению своих мыслей, что отражает культурные особенности, связанные с индивидуализмом и акцентом на личные переживания. Примеры таких ответов включают: *Q2/R28. Pushing a rock up a hill* (толкание камня в гору) или *Q1/R47. Getting kicked in the balls repeatedly* (получение ударов по яйцам снова и снова), что демонстрирует их склонность к использованию более экспрессивных и образных метафор.

Эти различия в длине и структуре ответов позволяют предположить, что представители двух культур по-разному подходят к вербализации опыта взросления. Британцы, как правило, дают краткие и менее эмоциональные описания, в то время как амери-

¹ Здесь и далее перевод с английского языка на русский наш. – A.K.

канцы более склонны к развернутым и экспрессивным ответам. Это различие может отражать культурные установки на выражение эмоций и восприятие взросления. Таким образом, длина ответов также является значимым фактором, который необходимо учитывать при анализе вербализации опыта взросления в разных лингвокультурах.

Ниже выделены несколько наиболее часто встречающихся в ответах респондентов лексико-семантических групп (рис. 1).



Рис. 1. Лексико-семантические группы, выделенные на основе анализа ответов британских и американских респондентов, число ответов¹

Не явилось неожиданностью, что многие респонденты – представители обеих культур (15% британцев и 12% американцев) – ассоциировали взросление с приобретением ответственности (табл. 1).

Однако, несмотря на наличие схожих семантических полей, в ответах британских и американских респондентов наблюдаются значительные различия в эмоциональных оттенках предложенных описаний. В то время как большинство британских респондентов настроено нейтрально, в ответах американцев прослеживается негативное видение ситуации (*Q1/R7. A painful experience* (болезненный опыт); *Q1/R10. painful shoes* (болезненная обувь); *Q1/R47. Getting kicked in the balls repeatedly* (получаю многократные удары по яйцам); *Q2/R47. Surgery without anesthesia* (операция без анестезии)). Иллюстрацией этого тезиса является следующее метафорическое сравнение: *Q1/R34. Growing up is like being hit by a train of responsibility* (взросление похоже на то, как будто тебя сбивает поезд).

¹ Здесь и далее: создано автором на основании данных проведенного опроса.

ответственности). Автор данной метафоры не только образно передал процесс смены беззаботности на ответственность в период взросления, но и подчеркнул резкий и болезненный характер этих изменений.

Таблица 1

Лексико-семантическая группа «ответственность»

Примеры из ответов британцев (16%) ³²	Примеры из ответов американцев (12,93%)
<p><i>Q1/R4. Maturity</i> <i>Q1/R10. Gaining responsibility</i> <i>Q1,2/R12. Responsible</i> <i>Q2/R10. Having to hold more and more weights</i> <i>Q1/R11. experiance³³</i> <i>Q1/R45. Being an adult changing</i> <i>Q1, 2/R13, 28, 29, 48. Adult</i> <i>Q2/R40. Being an adult</i> <i>Q2/R41. Becoming an adult</i> <i>Q1/R31, 35. Losing freedom</i> <i>Q2/R45. Job</i></p>	<p><i>Q1, 2/R5, 13. Being more responsible</i> <i>Q1/R19, 41. Gaining responsibility</i> <i>Q1/R34. Being hit by a train of responsibility</i> <i>Q1/R38. being a adult</i> <i>Q1/R6, 40. accepting reality</i> <i>Q2/R12, 58. becoming responsible</i> <i>Q2/R25. becoming boring</i> <i>Q2/R41. reponsibilities</i> <i>Q2/R43. losing innocence and accepting the unfair and mundane</i> <i>Q2/R53. Leaving carefree days behind</i> <i>Q2/R19. getting promoted- more perks but also more weighing on you</i></p>

Приобретение ответственности – весьма непростой процесс. Логично, что среди британских респондентов второй по частотности группой ответов является восприятие взросления как встречающихся на пути трудностей (табл. 2).

Восемь британских респондентов использовали лексему *hard* (тяжелый) при ответе на вопросы о взрослении. Однако, несмотря на то, что в процентном соотношении ответы британцев вдвое превышают американские, последние склонны проявлять большую языковую креативность, предлагая метафорическое

³² Здесь и далее: расчеты производились от общего числа ответов (британцы – 100, американцы – 116).

³³ Здесь и далее сохранена орфография респондентов.

сравнение взросления с «поднятием камня на гору» (*Q2/R28. pushing a rock up a hill*) и «занятием спортом с утяжелителями и кардиотренировками» (*Q2/R57. Working Out really hard with weights and cardio but harder*).

Таблица 2

Лексико-семантическая группа «трудность»

Примеры из ответов британцев (14%)	Примеры из ответов американцев (7,75%)
<i>Q1/R1, 39, 44. hard work</i>	<i>Q1/R28, 39. hard.</i>
<i>Q1/R3. a struggle</i>	<i>Q1/R21. surviving</i>
<i>Q1/R18, 40. Hard</i>	<i>Q1/R56. Hard times</i>
<i>Q1/R32. Very difficult</i>	<i>Q2/R4. learning the hard way</i>
<i>Q1/R38. Hardest thing to swallow</i>	<i>Q2/R57. Working Out really hard with weights and cardio but harder</i>
<i>Q2/R36. Hardship</i>	<i>Q2/R28. pushing a rock up a hill.</i>
<i>Q2/R37. Hard job</i>	<i>Q2/R41. being in boot camp</i>
<i>Q1/R43. Horrible</i>	<i>Q1/R43. turning the pages in a complex book</i>
<i>Q1, 2/R48,20. A challenge</i>	
<i>Q2/R26. Challenging compared to making your own choices</i>	

Британские (11%) и американские (6%) респонденты описали взросление как обучение и исследование окружающего мира (табл. 3).

Таблица 3

Лексико-семантическая группа «обучение»

Примеры из ответов британцев (13%)	Примеры из ответов американцев (6,9%)
<i>Q1/R17. LEARNING ABOUT THE WORLD</i>	<i>Q1/R12. always learning</i>
<i>Q1/R28. A learning stage</i>	<i>Q1,2/R29. Learning</i>
<i>Q1/R36. Learning new skills</i>	<i>Q2/R1. Learning life</i>
<i>Q2/R2. Learning to earn pocket money</i>	<i>Q2/R5. Learning by trial and error</i>
<i>Q1/R41. Getting curious</i>	<i>Q2/R30. gaining knowledge.</i>
<i>Q2/R47. Difficult learning</i>	<i>Q2/R23. Bio/psycho/ socio/ spiritual schooling</i>
<i>Q2/R16. Always being in school</i>	<i>Q2/R24. Starting a new complicated job and your expected to teach yourself everything about the job by reading a book you can't understand. So you wing it</i>
<i>Q2/R19. EXPERIENCING NEW THINGS AND LEARNING ABOUT THE WORLD.</i>	
<i>Q2/R6. Experiencing life</i>	
<i>Q2/R14. an explosion of knowledge</i>	
<i>Q2/R18. Evolution</i>	
<i>Q2/R32. Science</i>	
<i>Q1/R22. finding your way in life</i>	

Внимания заслуживает ответ британского респондента, который, акцентируя большой объем знаний, усваиваемых подростком, сравнил взросление с взрывом, тем самым прибегнув к гиперболе (*Q2/R14. an explosion of knowledge*). Для того чтобы стать полноценным взрослым, ребенку необходимо пройти через процесс взросления, который представляет собой обучение. Один из британских респондентов сравнил взросление с эволюцией (*Q2/R18. Evolution*).

Развивая мысль о том, что взросление – это эволюционный процесс, выделим группу ответов, в которых за основу образного сравнения взяты различные растения, а точнее, фазы их жизненного цикла. Эта метафора символизирует личностное развитие и переход к зрелости. В рамках опроса такая метафора оказалась более характерной для британских респондентов (табл. 4).

Таблица 4

Лексико-семантическая группа «растения»

Примеры из ответов британцев (7%)	Примеры из ответов американцев (2,59%)
<p><i>Q1/R21. Being a little seed and turning into a beautiful flower</i> <i>Q2/R1. plants growing</i> <i>Q2/R4. 15. Tree</i> <i>Q2/R17. The process of blooming into a flower</i> <i>Q2/R22. flowers emerging</i> <i>Q2/R42. A plant</i></p>	<p><i>Q1/R9. a very slow growing plant</i> <i>Q1/R26. a flower that need to be feed and watered and nurtured</i> <i>Q2/R27. A plant</i></p>

Часто физические процессы (например, рост растения) используются для описания нефизических явлений [Lakoff, Johnson 1980]. Респонденты ассоциируют растения с идеей естественного, непрерывного роста и постепенного развития, что делает их подходящей для данного случая метафорой. Интересно сопоставить два ответа (британского и американского респондентов), которые составляют разительный контраст. В то время как представитель британской культуры описывает взросление в виде самостоятельного превращения маленького семени в красивый цветок (*Q1/R21. Being a little seed and turning into a beautiful flower*), американский респондент акцентирует внимание на том, что кто-то должен заботиться об этом цветке, удобрять и поливать его (*Q1/R26. a flower that need to be feed and watered and nurtured*), то есть помогать ему проходить процесс взросления.

Восприятие взросления как процесса отражено и в метафоре путешествия, которая описывает восприятие взросления не просто как линейного процесса, а как динамического пути с множеством этапов, испытаний и достижений. Эта метафора широко распространена в обеих культурах и символизирует движение человека через различные жизненные фазы, где каждая из них представляет новую ступень на пути к зрелости. Как отмечает Рэймонд Гиббс, метафоры, такие как путешествие, являются важными когнитивными инструментами, которые помогают людям структурировать и понимать свой жизненный опыт, включая процесс взросления [Gibbs, 1994]. Эта метафора оказалась популярной среди респондентов – представителей обеих культур (табл. 5).

Таблица 5
Лексико-семантическая группа «путешествие»

Примеры из ответов британцев (9%)	Примеры из ответов американцев (6,03%)
<i>Q1/R23. a journey of discovery</i>	<i>Q1/R1. A long journey</i>
<i>Q1,2/R26,27. Adventure</i>	<i>Q1/R2. Riding a bike you start slow then speed up</i>
<i>Q1/R27. A long road</i>	<i>Q1, 2/R14, 32. a journey</i>
<i>Q1/R29, 47. A journey</i>	<i>Q1/R53. An adventure</i>
<i>Q1/R34. Moving away from somewhere you were brought up in</i>	<i>Q2/R31. Taking a vacation</i>
<i>Q2/R30. A race</i>	<i>Q2/R18. An adventure. Not all good, not all bad, but something new every day</i>
<i>Q2/R34. Moving</i>	

Метафоры путешествия и приключения характерны для англоязычных культур; без них не обходится ни одна речь американских президентов [Ahrens, Chan, 2015]. Заметим, что в рамках опроса метафора путешествия представлена лексемами, которые можно объединить в различные тематические группы и синонимические ряды. Таким образом, в реакциях респондентов могут профилироваться разные признаки путешествия, наделяясь статусом салиентных: путешествие, приключение, долгая дорога, гонка, движение.

Стоит отдельно отметить, что среди американцев достаточно популярным оказался образ эмоциональных переживаний, выраженный в метафоре *Q1/R34. A roller coaster* (взросление – это американские горки). Такое видение было отражено в 8,62% ответов американских респондентов (ср.: *Q1,2/R30,3. A roller coaster ride* (поездка на американских горках)). Упоминания заслуживает ответ

респондента, в котором гормональные изменения и эмоциональные «качели», переживаемые подростками, описаны посредством метафоры биполярных американских горок: *Q1/R11. Being on a bi polar roller coaster* (это как быть на биполярных американских горках).

Переживание таких изменений зачастую может быть связано со страданием. Негативное восприятие процесса взросления как боли является самым популярным среди ответов американских респондентов, представители же британской культуры практически не прибегали к образной характеристике (табл. 6).

Таблица 6

Лексико-семантическая группа «страдание»

Примеры из ответов британцев (4%)	Примеры из ответов американцев (17,24%)
<i>Q1/R7. Nightmare</i> <i>Q1/R14. being slowly skinned alive.</i> <i>Q/R37. Heart breaking</i> <i>Q2/R3. heartache and pain</i>	<i>Q1,2/R5,11. Hell</i> <i>Q1/R7. A painful experience</i> <i>Q1/R8. Suffering</i> <i>Q1/R10. painful shoes</i> <i>Q1/R18. an aging disease</i> <i>Q1/R47. Getting kicked in the balls repeatedly</i> <i>Q2/R7. Pulling teeth</i> <i>Q2/R34. Being hit by a train</i> <i>Q2/R47. Surgery without anesthesia</i> <i>Q2/R56. Car crash</i> <i>Q1,2/R42. Dying slowly</i> <i>Q1,2/R44. Death</i> <i>Q1/R25. Sad</i> <i>Q1/R48. Growing stress</i> <i>Q2/R9. rude awakenings</i> <i>Q2/R10. loss</i> <i>Q2/R45. Prison</i>

В этой группе ответов американские респонденты представили множество метафорических описаний. Среди них – осмысление процесса взросления посредством сравнения его с автомобильной аварией (*Q2/R56. Car crash*). Такой способ вербализации построен на сходстве впечатления, производимого описываемым феноменом, и образа, лежащего в основе сравнения. Эта метафора может означать, что осознание взросления наступает внезапно, это тяжелое и «болезненное» событие, от которого тяжело оправиться. Американскими респондентами также были предложены метафоры

«причиняющих боль туфель» (*Q1/R10. painful shoes*) и процесса удаления зубов (*Q2/R7. Pulling teeth*). В англоязычной культуре существует традиция ассоциирования негативного жизненного опыта со стоматологическим вмешательством [Нагорная, 2014, с. 214–215]. Два американских респондента связали процесс взросления со смертью (*Q1,2/R42. Dying slowly; Q1,2/R44. Death*).

Взросление как приближение к смерти также выражено в небольшой группе ответов, объединенных наличием лексем *old, age* и их производных (табл. 7).

Таблица 7

Лексико-семантическая группа «старение»

Примеры из ответов британцев (5%)	Примеры из ответов американцев (2,59%)
<i>Q1/R5. Watching your friends get older</i> <i>Q1,2/R8. Coming of age</i> <i>Q1/R25. Aging</i> <i>Q2/R39. Getting old</i>	<i>Q2/R17. Getting older.</i> <i>Q2/R33. Growing old</i> <i>Q2/R48. Getting old</i>

Использование такого сравнения может отражать некий страх перед проходящими годами. Нежелание взрослеть заставляет респондентов гиперболизировать тяжесть этого процесса и прививать взросление к старению и увяданию человека.

Таблица 8

Лексико-семантическая группа «положительный опыт»

Примеры из ответов британцев (5%)	Примеры из ответов американцев (6,9%)
<i>Q1/R2. Good times a plenty</i> <i>Q1/R16. A dream</i> <i>Q1/R20. Best feeling</i> <i>Q1/R42. A fairy tale</i> <i>Q2/R43. The best life</i>	<i>Q1/R3. The best memories ever</i> <i>Q1/R13. becoming who you're meant to be</i> <i>Q1/R58. FUN.</i> <i>Q1/R36. Way cool</i> <i>Q1/R46. a lot of fun</i> <i>Q2/R21. a pathway to freedom</i> <i>Q2/R36. Gaining</i> <i>Q2/R55. Getting prizes (hitting milestones)</i>

Большая часть примеров, проанализированных выше, свидетельствует о нейтральном (58% – британцы и 52% – американцы)

и негативном (19% – британцы и 31% – американцы) восприятии взросления. В заключение обратим внимание на небольшую группу ответов, в которой взросление вербализовано как переживание позитивного опыта (табл. 8). Все ответы в рамках данной группы наделены положительными коннотациями.

Заключение

Анализ обнаруживает множество различий в восприятии взросления представителями США и Великобритании, которые можно объединить в несколько групп:

1) представители США проявляют более высокую языковую креативность и чаще прибегают к метафорам при описании опыта взросления;

2) представители США чаще склонны считать взросление травмирующим опытом; жители Великобритании рассуждают о взрослении как о необходимом этапе жизни;

3) одинаково малое количество представителей обеих культур (~5–6% ответов) представляют взросление как позитивный и радостный опыт, в то время как большая часть респондентов прибегает к нейтральным или негативно окрашенным описаниям.

Полученные данные могут быть полезны в различных областях, таких как межкультурная коммуникация, психолингвистика и культурология. В частности, результаты исследования различий в восприятии взросления в британской и американской лингвокультурах могут быть применимы для разработки образовательных программ, направленных на понимание культурных различий, а также для улучшения межкультурного общения, особенно в контексте глобализации.

Перспективы исследования могут также включать дальнейшее изучение других культур для сравнения способов вербализации субъективного опыта взросления. Это могло бы расширить понимание того, как культурные контексты влияют на восприятие и интерпретацию жизненных этапов. Перспективным направлением может также стать изучение влияния медиакультуры на восприятие взросления, особенно в контексте таких современных тенденций, как цифровизация и развитие социальных интернет-сетей.

Таким образом, это исследование не только углубляет понимание культурных различий, но и открывает новые возможности

для более пристального анализа и применения полученных данных в различных сферах деятельности.

Список литературы

- Nagornaya A.V. Diskurs nevyrazimogo: verbalika vnutritelesnykh oshchushchenii.* [Discourse of the untold: the verbalization of intra-body sensations]. Moscow: Lenand, 2014. – 320 p.
- Ahrens K., Chan I. Changes on the use of JOURNEY metaphors in American presidential speeches // The 13th International Cognitive Linguistics Conference (ICLC-13). – 2015.
- Charteris-Black J. Corpus approaches to Critical Metaphor Analysis. – London : Palgrave Macmillan, 2004. – 293 p.
- Charteris-Black J. Politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor. – London : Palgrave Macmillan, 2011. – 384 p.
- Clery E. British Social Attitudes 28. NatCen Social Research. – London : Sage Publications, 2010. – 232 p.
- Fauconnier G., Turner M. The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities. – New York : Basic Books, 2002. – 464 p.
- Gibbs R.W. The poetics of mind: figurative thought, language, and understanding. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – 540 p.
- Kövecses Z. Metaphor: a practical introduction. – Oxford : Oxford University Press, 2010. – 285 p.
- Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. – Chicago : University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
- Lakoff G., Núñez R.E. Where mathematics comes from: how the embodied mind brings mathematics into being. – New York : Basic Books, 2000. – 511 p.
- Lamprinakou C., Fuller E. Attitudes to education: the British Social Attitudes survey 2019. – London : Department for Education, 2020. – 21 p.
- Wierzbicka A. Cross-cultural Pragmatics: the Semantics of human interaction. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2011. – 515 p.
- Woodward C.V. The future of the past. – New York : Oxford University Press, 1989. – 384 p.

References

- Nagornaya, A.V. (2014). *Diskurs nevyrazimogo: Verbalika vnutritelesnykh oshchushchenii.* [Discourse of the untold: the verbalization of intra-body sensations]. Moscow: Lenand.
- Ahrens, K., Chan, I. (2015). *Changes on the use of JOURNEY metaphors in American presidential speeches.* The 13th International Cognitive Linguistics Conference (ICLC-13).
- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis.* London: Palgrave Macmillan.
- Charteris-Black, J. *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor.* London: Palgrave Macmillan.

- Clery, E. (2010). *British Social Attitudes 28. NatCen Social Research*. London: Sage Publications.
- Fauconnier, G., Turner, M. (2002). *The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York: Basic Books.
- Gibbs, R.W. (1994). *The poetics of mind: figurative thought, language, and understanding*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: a practical introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G., Núñez, R.E. (2000). *Where Mathematics comes from: how the embodied mind Brings mathematics into being*. New York: Basic Books.
- Lamprinakou, C., Fuller, E. (2020). Attitudes to education: the British Social Attitudes survey 2019. London: Department for Education.
- Wierzbicka, A. (2011). *Cross-cultural Pragmatics: the Semantics of human interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Woodward, C.V. (1989). *The future of the past*. New York: Oxford University Press.

Сведения об авторе

Коршунова Александра Ивановна – аспирант, аспирантская школа по филологическим наукам, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Россия, Москва, Alexandra.korshunova.96@gmail.com

About the author

Korshunova Alexandra Ivanovna – Ph. D. student, doctoral school of philology, National Research University Higher School of Economics, Russia, Moscow, Alexandra.korshunova.96@gmail.com