АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ КАК СПОСОБ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНЦЕПТА В ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИХ ЦЕЛЯХ

С.С. Василенко

Аннотация. Одной из важных задач современной лингводидактики становится отбор и включение в содержание обучения иностранному языку не просто лексических единиц, а концептов, передающих тот или иной смысл, заключенный в языке и отражающий картину мира носителей изучаемого языка. Концептосфера каждого народа уникальна, и ее освоение представляет собой довольно сложный процесс. Наличие одних и тех же концептов в двух языках не означает, что их лексическое наполнение будет одинаковым. При этом понимание концептов как ключевых понятий языка является, несомненно, важным для тех, кто изучает его как иностранный. В связи с этим возникла необходимость исследования концептов и их лексем-репрезентантов в лингводидактических целях. В первую очередь, значение концептов изучают на основе анализа словарных статей. Помимо этого одним из эффективных способов изучения иноязычного концепта является ассоциативный эксперимент, направленный не только на выявление ядра концепта, но и его периферии. В статье рассматриваются результаты ассоциативного эксперимента по исследованию концепта «Путешествие» в русском языке и концепта «Reise» – в немецком. Цель исследования состояла в том, чтобы выявить сходства и различия в образных характеристиках данного концепта в разных языках и определить их значение с точки зрения лингводидактики. На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что ассоциативное поле одного и того же концепта в разных языках является различным, что связано с особенностями восприятия тех или иных понятий, существующих в языке и культуре. Многие слова и понятия мы рассматриваем через призму культуры, что связано с особенностями процессами концептуализации и формированием языковой картины мира. Наличие данных сходств и различий в одних и тех же понятиях следует учитывать в процессе преподавания иностранного языка, особенно в преподавании лексики. Кроме этого изучение не только ядерного значения концепта, но и его периферии даст возможность освоить язык на более глубоком уровне и будет способствовать его более эффективному овладению.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент; слово-стимул; слово-реакция; концепт; ядро; периферия концепта.

Введение

В современных условиях развитие лингводидактики идет в тесной связи с развитием лингвистики. В последнее десятилетие в лингвистике активно занимаются изучением концептов, по этой причине и в

лингводидактике все чаще обращаются к ним как важному компоненту содержания обучения иностранному языку. С точки зрения методики обучения иностранным языкам концепт можно представить в виде системного образования, содержательную основу которого составляет понятие во всей его семантической экстенсии, включая ассоциации, импликации и коннотации, связанные с данным понятием и известные носителям языка [1. С. 11]. О значимости изучения концептов в лингводидактических целях свидетельствуют многочисленные работы Н.И. Кургановой, А.М. Лесохиной, Н.Л. Мишатиной, И.Ф. Савельевой, Н.А. Суховой, С.А. Сотниковой, Л.П. Халяпиной, Л.П. Тарнаевой, А.Н. Шамова, С.В. Чернышова и других авторов. В настоящий момент в методике обучения иностранным языкам можно наблюдать становление новых подходов, связанных с изучением концептов, таких как концептно-системный [2. С. 117–122], концептный [3. С. 178–183].

Одной из важнейших задач в обучении иностранному языку становится не просто изучение лексических единиц, а понятий и смыслов, которые носители языка вкладывают в данные слова. Зачастую иноязычная действительность представляет собой другой мир, и, казалось бы, в сходные в двух языках слова люди вкладывают совершенно разный смысл. Для понимания структуры иноязычного концепта, значения и интерпретации его лексем-репрезентантов используются разные методы: изучение словарных статей, анализ контекстуального употребления слов-репрезентантов концепта. Кроме этого одним из эффективных способов выявления образных характеристик концептов является такой метод психолингвистики, как ассоциативный эксперимент, который, прежде всего, направлен на выявление его периферии. Изучение ассоциативного значения слова с помощью данного метода позволяет сделать выводы об особенностях функционирования слов и понятий в сознании носителей языка, значения тех или иных понятий в иноязычной культуре. Далее перейдем к рассмотрению процедуры проведения данного эксперимента.

Методология

Под ассоциативным экспериментом в психолингвистике понимают прием, позволяющий выявить ассоциации, сложившиеся у индивида в его предшествующем опыте. В литературе описываются три основные разновидности ассоциативного эксперимента: *свободный*, *направленный* и *цепной*. Процедура проведения всех видов данного эксперимента является довольно простой.

Свободный ассоциативный эксперимент предполагает, что испытуемым предъявляется слово-стимул, на которое они должны дать свои слова-реакции. Такой прием делает возможным установить психо-

логические связи между словами, определить их субъективную значимость для носителей языка, так как ассоциативные реакции обусловлены собственно языковыми синтагматическими связями слов. *Направленный ассоциативный эксперимент* предполагает, что испытуемые отвечают на слово-стимул не любым словом, а словом из определенной области, например, можно дать задание: подобрать прилагательное к данному существительному. *Цепной ассоциативный эксперимент* проводится следующим образом: испытуемому предлагается в течение определенного времени, например 1–3 минут, произносить любые «приходящие в голову» слова, при этом возможен вариант направленного цепного ассоциативного эксперимента. Далее полученные в ходе ассоциативного эксперимента данные анализируются. В работах А.Н. Леонтьева описан структурный анализ ассоциативного ряда [4. С. 53–61; 5].

В целях исследования концепта ассоциативный эксперимент служит методом выявления образных характеристик концепта, которые закреплены в сознании носителей языка. Участникам эксперимента предлагается написать ассоциации на слово-стимул, при этом их может быть несколько. После этого полученные данные обрабатываются и по частотности встречающихся реакций на слово-стимул делаются выводы о наличии связи данного понятия с другими словами, его смысловом наполнении в языке. Необходимо отметить, что интерпретация результатов ассоциативного эксперимента является довольно сложной задачей для любого исследователя, однако частотность встречающихся однотипных реакций позволяет сделать вывод о некотором общем понимании смысла концепта, заложенном в сознании носителей языка и являющимся специфичным для определенной культуры. При этом представление о данном концепте может не совпадать с представлениями, сложившимися в родной культуре. Особенно четко можно проследить эту тенденцию при сравнении ассоциативного поля одного и того же концепта в разных языках.

Исследование и результаты

Рассмотрим для примера ассоциативный эксперимент, проведенный среди русских и немецких студентов в рамках научного исследования.

В эксперименте приняли участие 100 студентов Вологодского государственного университета и 100 студентов Evangelische Fachhochschule (г. Дармштадт). Возраст участников эксперимента 20–25 лет. Цель эксперимента – выявление образных характеристик концепта «Путешествие» в русском языке и концепта «Reise» – в немецком, а также определение его национальных особенностей в русской и немецкой культурах. Данный концепт является ключевым для обеих культур,

кроме этого выявление его специфики важно и для лингводидактики, так как данная тема изучается в любом курсе обучения иностранному языку. В исследовании использовались свободный и направленный ассоциативный эксперимент.

Для проведения свободного эксперимента среди русских студентов использовались следующие основные слова-стимулы, представляющие изучаемый концепт: путешествие, поездка, отпуск, туризм, дорога. Немецким студентам были предложены аналогичные слова-стимулы: Reise, Fahrt, Urlaub, Tourismus, Weg. Данные слова являются ключевыми лексемами, наполняющими смысловое поле концепта «Путешествие» в русском языке и концепта «Reise» – в немецком. Слова «путешествие» и «поездка» являются синонимичными в русском языке, а слова «Reise» и «Fahrt» – близкими по значению в немецком языке. Путешествия, как правило, совершаются в отпуске. Кроме этого путешествие всегда связано с предстоящей дорогой. Слово «туризм» было добавлено в данный ряд, так как сейчас наблюдается тенденция сближения концептов «путешествие» и «туризм». В настоящее время идет широкое развитие сферы туризма, и человека, который совершает путешествие в другой город, страну называют «турист».

Рассмотрим полученные слова-реакции на данные стимулы. По результатам проведенного ассоциативного эксперимента наиболее частотными реакциями на слово-стимул «путешествие» являются слова: *отдых (36), впечатления (32), море (30), радость (28), новые знакомства (27), солнце (24), страны (19), приключение (18), эмоции (18), города (18), осмотр достопримечательностей (18), дорога (17), развлечение (17), поезд (17), фотографии (17), обычаи, традиции и культуры других народов (17), пляж (17), новые места (17), друзья (17), чемодан (17), новые знания (17), самолет (16), поездка (16), тепло (17), природа (16), горы (16), практика языка (15), кругосветное (15).*

Сравним данные ассоциации с ассоциациями немецких студентов на слово «Reise», они были следующими: *über andere Kulturen lernen (32), Neues sehen, lernen, entdecken, erleben (29), Erholung (27), Sonne (27), Entspannung (24), Urlaub (23), Spaß (23), andere Länder (21), Strand (20), Erlebnisse (20), Natur (19), Freiheit (19), Meer (18), fremdes Essen (17), Städte (17), Freunde (17), Eindrücke (16), Abenteuer (15).*

При сравнении русских и немецких реакций, были выявлены как похожие, так и различные. У русских студентов путешествие ассоциируется, прежде всего, с отдыхом, у немецких студентов на первом месте по частотности оказалась реакция *познакомиться с другой культурой, узнать что-то новое*. При этом в обеих группах частотными являются реакции *солнце, море, пляж*.

Следующее слово-стимул «поездка» в русском языке и слово-стимул «Fahrt» в немецком языке вызвали следующие реакции: *поезд*

(35), автомобиль (34), чемодан (31), дорога (26), самолет (25), путешествие (24), билеты (21), на отдых (20), веселье (20), семьей (19), море (19), в другую страну (19), за город (19), природа (19), пикник (18), знакомства (18), время (17); *Auto* (33), *Stau* (29), *Zug* (28), *Vorfreude* (24), *lange* (24), *Autobahn* (19), *Autofahrt* (19), *Bus* (18), *Ausflug* (18), *Stress* (17), *Anreise* (17), *Landschaften* (16), *Langeweile* (16), *Zeit* (15), *Warten* (15).

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что данные слова имеют схожие ассоциативные поля. Интересен тот факт, что немцы приводят много понятий, связанных с поездкой на автомобиле: *Stau*, *Autobahn*, *Autofahrt*, что связано с популярностью путешествий по автобану, при этом у русских поездка ассоциируется с дорогой, морем, знакомством и т.д.

Следующее слово-стимул, предлагаемое в эксперименте, было слово «отпуск» в русском языке и слово «*Urlaub*» – в немецком. Среди русских реакций наиболее частотными оказались следующие слова: *отдых* (52), *море* (34), *лето* (28), *солнце* (26), *развлечение* (25), *свободное время* (25), *пляж* (24), *друзья* (22), *каникулы* (21), *юг* (18), *загар* (18), *веселье* (17), *месяц* (16).

Среди немецких наиболее частотными оказались *Erholung* (32), *Sonne* (30), *Strand* (29), *Meer* (29), *Entspannung* (28), *Freizeit* (27), *Ferien* (26), *Ruhe* (24), *ausschlafen* (23), *abschalten* (18), *Zeit* (16), *Freiheit* (15).

В связи с тем, что значения слов-стимулов в русском и немецком языке практически совпадают, то и полученные в ходе эксперимента слова-реакции являются сходными в отличие от следующего слова-стимула.

Далее русским студентам предлагалось написать свои ассоциации к слову «туризм», а немецким – к слову «*Tourismus*». У русских данное слово ассоциируется со следующими словами: *палатка* (31), *путешествие* (30), *поход* (29), *рюкзак* (29), *экскурсия* (23), *отдых* (23), *костер* (23), *горы* (22), *фото* (20), *заграница* (20), *иностранцы* (19), *другие страны* (19), *достопримечательности* (18).

Полученные слова-реакции связаны с представлениями, сложившимися в нашей культуре о человеке, который занимается туризмом и идет в туристический поход. У немцев ассоциации оказались совершенно другими, а именно: *viele Menschen* (31), *fremde Menschen* (30), *überfüllt* (29), *Massentourismus* (28), *Reisebüro* (28), *Reiseführer* (25), *Urlaub* (25), *Hotels* (24), *neue Leute treffen* (23), *Umweltverschmutzung* (22), *Museen* (17), *andere Kulturen* (16), *teuer* (15), *Sehenswürdigkeiten* (15).

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что немцы понимают туризм более глобально, у них не приняты туристические походы с палатками и кострами.

В качестве следующего слова-стимула в рамках проведения свободного ассоциативного эксперимента было предложено слово «дорога» в

русском языке и слово «Weg» – в немецком. По результатам обработки русских анкет были получены следующие данные: *машина* (37), *поезд* (32), *музыка* (31), *путь* (30), *автобус* (29), *длинная* (28), *путешествие* (21), *чемоданы* (21), *пыль* (18), *асфальт* (18), *трасса* (17), *домой* (17).

В немецких анкетах наиболее частотными оказались следующие реакции: *Ziel* (33), *Berge* (32), *Lebensweg* (28), *Wanderung* (25), *Spaziergang* (25), *Straße* (24), *wandern* (22), *Jakobsweg* (21), *zu Fuss* (19), *Wanderweg* (17).

Различия в полученных реакциях связаны с семантикой предложенного слова-стимула в русском и немецком языках. В русском языке слова «путь» и «дорога» являются синонимами, что подтверждают данные эксперимента, а в немецком языке эти слова передаются одним словом «Weg». Кроме этого в Германии часто в названии улиц добавляется компонент «weg», и особенно известным, о чем свидетельствуют данные эксперимента, является понятие «Jakobsweg» – знаменитая паломническая дорога к предполагаемой могиле апостола Иакова в испанском городе Сантьяго-де-Компостела, проходящая, в том числе, и через Германию. Очевидно, что данная ассоциация является национально-специфичной и не присутствует в сознании русских людей.

Далее рассмотрим глаголы, представляющие исследуемый концепт в русском и немецком языках. Русским участникам эксперимента было предложено написать свои ассоциации к следующим глаголам: *путешествовать*, *ездить*, *отдыхать*. Немецким участникам эксперимента предлагалось написать слова-реакции к словам-стимулам *reisen*, *fahren*, *sich erholen*. Были получены следующие данные.

Согласно данным эксперимента, слово «путешествовать» ассоциируется со следующими словами: *посещать новые места* (35), *посещать другие страны* (32), *узнавать что-то новое* (31), *выезжать за пределы своей страны* (31), *посещать другие города* (26), *отдыхать* (26), *осматривать достопримечательности* (23), *знакомство с другими культурами* (21), *знакомство с новыми людьми* (21), *расширять кругозор* (18), *проводить время с друзьями и близкими* (18), *получать удовольствие* (18).

Немецкие студенты приводят следующие ассоциации: *Länder besuchen* (27), *Kulturen kennenlernen* (26), *von einem Ort zu einem anderen gehen / fahren* (24), *in den Urlaub fahren* (23), *Neues erfahren* (23), *Menschen kennenlernen* (22), *unterwegs sein* (21), *andere Orte* (21), *dorthin gehen / fliegen / fahren* (20).

При сравнении полученных данных очевидно, что данные слова имеют похожую семантику. Далее рассмотрим слова-реакции на слова «ездить» и «fahren».

На слово «ездить» были получены следующие ассоциации: *переезд из одного места в другое на каком-либо транспорте* (37), *на машине* (26), *перемещение* (24), *путешествовать* (18), *находиться в дороге* (17).

Немецкие студенты ассоциируют слово «fahren» со следующими словами: *von A bis B sich bewegen* (28), *mit dem Auto* (27), *(Fort)Bewegung mit Fahrzeug* (26), *mit dem Zug* (25), *unterwegs sein* (22).

В данном случае слова-стимулы оказались близкими по значению, о чем свидетельствуют похожие ассоциации. Последнее слово-стимул – это «отдыхать» / «sich erholen». Слово «отдыхать» у русских студентов ассоциируется со словами *расслабляться* (34), *проводить время в свое удовольствие* (32), *заниматься любимым делом* (25), *бездельничать, ничем не заниматься* (23), *сменить обстановку, вид деятельности* (22), *набираться сил* (19).

Немецкое слово «sich erholen» вызвало следующие реакции: *keinen Stress* (19), *Entspannung* (18), *den Alltag vergessen* (18), *einfach nichts tun* (17), *keine Arbeit* (17).

Таким образом, семантика данного глагола в русском и немецком языках является также похожей.

На основе результатов свободного ассоциативного эксперимента можно сделать вывод о том, что образные характеристики концепта «Путешествие» и концепта «Reise» имеют как сходства, так и различия. Ключевые лексемы-репрезентанты концептов имеют сходные значения, однако значения других лексем-репрезентантов могут не совпадать так, например, различаются представления о туризме у русских и немецких студентов.

Для выявления всего ассоциативного ряда, связанного с исследуемым концептом в русском и немецком языках, дополнительно был проведен свободный направленный ассоциативный эксперимент. Русским участникам эксперимента было предложено подобрать прилагательное к слову «путешествие», а немецким – к слову «Reise». Русские студенты описывают чаще всего данное слово при помощи таких прилагательных, как *интересное* (32), *увлекательное* (25), *веселое* (20), *новое* (15); немецкие приводили слова *spannend* (27), *schön* (25), *interessant* (15), *erholsam* (16). Слово «spannend» в немецком языке имеет двойное значение, оно может переводиться как «увлекательный» и как «напряженный». Следует отметить, что слово «Spannung» (напряжение) встречалось и в ассоциативном ряду на слово-стимул «Reise».

Следует отметить, что помимо частотных реакций на слова-стимулы были получены единичные слова-реакции, однако при анализе концепта в двух языках они не учитывались, так как были отнесены к ассоциациям, носящим индивидуальный характер и не присущим всем носителям языка.

Кроме этого дополнительным заданием в эксперименте было задание описать человека, который путешествует, одним словом. Немцы и русские приводили следующие слова: *Urlauber* (41), *Reisender* (41), *Tourist* (27), *Weltenbummler* (15), *Abenteuer* (14), *Neugieriger* (14); *nyemeue-*

ственник, турист, странник, любознательный, человек с широким кругозором. В немецком языке существует много слов для обозначения разных видов путешествия, поэтому человека, который путешествует, можно описать дополнительными словами *Wanderer*, *Globetrotter*, *Pilger*, также есть отдельные слова для обозначения любителя путешествий, например *Reisetante*, *Reiseonkel*.

Необходимо отметить, что в ассоциативное поле исследуемого концепта входят не только слова, но и паремии, пословицы, строчки из известных стихов и песен. В связи с этим завершающими заданиями в эксперименте были задания привести пословицу, строчку из стихов или песен, связанных с путешествием. Так, русские студенты приводили такие пословицы, как «В гостях хорошо, а дома лучше», «Тише едешь, дальше будешь», у немцев присутствовали аналоги этих пословиц: «Zu Hause ist es am Schönsten», «Eile mit Weile» и др. Кроме этого в немецком языке есть интересное выражение, связанное с темой «путешествие», у которого нет аналога в русском языке: «Der Weg ist das Ziel». В немецкой культуре есть песня с аналогичным названием, поэтому у немцев данное выражение популярно, что показал также ассоциативный опрос. Напомним, одним из слов-реакций на слово-стимул «Weg» было слово «Ziel». Из известных произведений, связанных с путешествием, русские студенты чаще всего называли «Лягушка-путешественница» В.М. Гаршина, «Путешествие из Петербурга в Москву» А.Н. Радищева, немецкие студенты приводили такие произведения, как «Итальянское путешествие» И.В. Гёте, «Бременские музыканты» братьев Гримм. Среди русских песен по данной теме студенты называли такие общеизвестные песни, как «Ничего на свете лучше нету, чем бродить друзьям по белу свету», «Мы едем-едем в далекие края», «Если с другом вышел в путь» и другие. Немцы приводили в пример песни «Das Wandern ist die Müllers Lust», «Ich war niemals in New York» Udo Jürgens, «Über den Wolken» Reinhard Mey и др. Первая из этих песен является народной и очень популярна в Германии, ее знают все ее жители. Несомненно, знание стихов, песен и других литературных произведений по изучаемой тематике также способствует более глубокому изучению языка.

Еще одной задачей, поставленной в ходе ассоциативного эксперимента, было выяснить: ассоциации к немецким словам строятся на основе ассоциаций родного русского языка или иностранного немецкого? Отдельной группе студентов, не участвующей в первой части эксперимента, были предложены все те же задания только на немецком языке. Результаты получились следующие: русские студенты приводили русские ассоциации к немецким словам; рассмотрим это на примере ассоциации к слову «туризм». Выше уже отмечалось, что представления об этом слове в русской и немецкой культурах не совпадают. Рус-

ские студенты приводили следующие ассоциации на немецкое слово «Tourismus»: Sehenswürdigkeiten, Zelt, Schlafsack, Meer, Souvenir, Reise, Museum, Rucksack, Landschaften, Gitarre, Gebirge, Berge, Hotel, Wanderung, Photos, Wald, Fluss, т.е. можно сделать вывод о том, что представления об иноязычном концепте «Reise» строятся на основе знаний о русском концепте «Путешествие». Кроме этого русские студенты плохо знают периферию немецкого концепта «Reise». Они испытывали трудности с заданиями, где нужно привести строчки из песен, стихов, а также пословиц, связанных с путешествием.

Заключение

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что исследуемый концепт «Путешествие» имеет широкий круг лексем-репрезентантов как в русском, так и в немецком языке. Помимо слов и понятий его периферия представлена пословицами, строчками из стихов и песен, известных всем носителям языка. Результаты ассоциативного эксперимента показали, что данный концепт имеет много общего в обоих языках, однако его образные характеристики различаются, что можно объяснить особенностями восприятия концепта в разных языках и культурах. В процессе обучения иностранному языку представления о концепте родного языка часто мешают правильному пониманию и осмыслению иноязычных концептов. Кроме этого было выявлено, что русские студенты приводят такие же слова-ассоциации на немецкие слова-стимулы, которые приводили студенты на русские слова-стимулы. В связи с этим иноязычные концепты требуют отдельного изучения для формирования о них правильных представлений. Одним из самых эффективных способов исследования концепта помимо анализа словарных статей является ассоциативный эксперимент, который позволяет выявить образные характеристики концепта и все, что с ним связано в изучаемом иностранном языке и культуре. Данные ассоциативных исследований важны не только для лингвистики, но и для лингводидактики, так как изучение поля концепта и его лексем-репрезентантов способствует более глубокому осмыслению изучаемых понятий и более эффективному освоению языка. Результаты ассоциативного эксперимента могут быть учтены при отборе содержания учебного материала для занятий по немецкому языку, а также при составлении комплекса упражнений для обучения лексике в рамках данной тематики.

Литература

1. *Василенко С.С.* Методика формирования концептной компетенции у студентов-лингвистов: немецкий язык как второй иностранный после английского : автореф. дис. ... канд. пед. наук. СПб., 2015. 25 с.

2. **Василенко С.С., Комарова Ю.А.** Концептно-системный подход как методологическая основа обучения иностранному языку студентов-лингвистов // Материалы IV Международной конференции «Прикладные и фундаментальные исследования». М., 2013. Т. 1. С. 117–122.
3. **Чернышев С.В.** Концептный подход в обучении иностранным языкам: основные понятия и термины // Теория и методика обучения иностранным языкам: традиции и инновации. Шатилковские чтения : сб. науч. тр. СПб. : РГПУ им. А.И. Герцена, 2018. С. 178–183.
4. **Горошко Е.И.** Проблемы проведения свободного ассоциативного эксперимента // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2005. № 3. С. 53–61.
5. **Леонтьев А.Н.** Избранные психологические произведения : в 2 т. М. : Педагогика, 1983.

Сведения об авторе:

Василенко Светлана Сергеевна – канд. пед. наук, доцент, Вологодский государственный университет (Вологда, Россия). E-mail: svetavasilenko@inbox.ru

Поступила в редакцию 14 декабря 2019 г.

ASSOCIATIVE EXPERIMENT AS A WAY TO RESEARCH A CONCEPT FOR THE FOREIGN LANGUAGE TEACHING PURPOSES

Vasilenko S.S., Ph.D., Associate Professor, The State Vologda University (Vologda, Russia). E-mail: svetavasilenko@inbox.ru

DOI: 10.17223/19996195/48/5

Abstract. One of the important tasks of modern foreign language teaching is the selection and inclusion in the learning content not just lexical units, but concepts that convey the meaning in the language and reflect the picture of the world of speakers of the language being studied. The conceptual sphere of each nation is unique, and its development is a rather complicated process. The presence of the same concepts in two languages does not mean that their lexical content will be the same. Moreover, the understanding key foreign language concepts is undoubtedly important for those who study it as a foreign language. That's why it is necessary for the foreign language teaching purposes to study concepts and the words representing it. First of all, the meaning of concepts is studied on the basis of the analysis of dictionary entries. In addition to the analysis of dictionary entries, one of the effective ways to study foreign language concepts is an associative experiment aimed first of all at identifying its periphery. In the article are presented the results of an associative experiment in the study of the concept "Travel" in Russian and German languages. The purpose of the study was to identify the similarities and differences in the characteristics of this concept in different languages and to determine their meaning from the point of view of the foreign language teaching. Based on this study, it can be concluded that the associative field of the same concept is different in different languages, which is connected with the peculiarities of the perception of certain concepts existing in language and culture. We consider many words and concepts through the prism of culture, which is associated with the features of the processes of conceptualization and the formation of a linguistic picture of the world. In addition, the study of not only the nuclear zone of the concepts, but also its periphery will provide an opportunity to master the language at a deeper level and will contribute to its more effective acquisition.

Keywords: associative experiment; word-stimulus; word-reaction; concept; nuclear zone; periphery.

References

1. Vasilenko S.S. (2015) Metodika formirovaniya konceptnoj kompetencii u studentov-lingvistov: nemeczkij yazyk kak vtoroj inostrannyj posle anglijskogo. avtoreferat dis... kand ped. nauk: 13.00.02 / Vasilenko Svetlana Sergeevna. Sankt-Peterburg.
2. Vasilenko S.S., Komarova Yu.A. (2013) Kontseptno-sistemnyi podkhod kak metodologicheskaya osnova obucheniya inostrannomu yazyku studentov-lingvistov [Conceptual-systematic approach as the methodological basis of teaching foreign language to students of linguistic major] Materialy IV mezhdunarodnoy konferentsii «Prikladnyye i fundamental'nyye issledovaniya [Proceedings of the 4th International Academic Conference], Vol.1.
3. Chernyshev S.V. (2018) Kontseptnyj podkhod v obuchenii inostrannym yazykam: osnovnye ponyatiya i terminy [The conceptual approach in foreign language teaching: main concepts and terms] Teoriya i metodika obucheniya inostrannym yazykam: traditsii i innovatsii. Shatilovskie chteniya: sb. nauchn. tr. [Theory and methods of teaching foreign languages: traditions and innovations. Shatilov's readings].
4. Goroshko E.I. (2005) Problemy provedeniya svobodnogo assotsiativnogo eksperimenta [Problems of conducting a free associative experiment] Izv. Volgogr. gos. ped. un-ta [Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University], no 3.
5. Leont'ev A.N. (1983). Izbrannye psikhologicheskie proizvedeniya: v 2-kh t. [Selected psychological works: in 2 t.] Moscow, Pedagogika.

Received 14 December 2019