

А. И. Хлопова

## МЕТОДЫ УСТАНОВЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ БАЗОВЫХ ЦЕННОСТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ БАЗОВОЙ ЦЕННОСТИ *FREUNDSCHAFT* (ДРУЖБА))

Московский государственный лингвистический университет,  
г. Москва, Россия

**Аннотация.** В статье устанавливается содержание базовой ценности *Freundschaft* (дружба) в немецкой лингвокультуре. Наполнение понятия определяется с помощью различных взаимоверифицирующих методов. Исследование строится на основе анализа данных двух свободных ассоциативных экспериментов, проведенных автором статьи с носителями немецкой лингвокультуры в 2019 г. и 2024 г. Возраст респондентов варьируется от 17 до 25 лет. По условиям эксперимента они должны были реагировать первым пришедшим на ум понятием на предложенные слова-стимулы, одним из которых выступила анализируемая базовая ценность *Freundschaft* (дружба). Полученные результаты верифицируются с помощью субъективного шкалирования, а также уточняющего вопроса. Установлено, что понятие *Freundschaft* (дружба) имеет высокую значимость для респондентов. Ассоциативное поле рассматриваемой ценности пересекается с другими, что свидетельствует о глубоком личностном осмыслении исследуемого слова. Кроме того, полученные данные указывают на относительную стабильность базовой ценности *Freundschaft* (дружба) среди немецких респондентов, что подтверждает высокий индекс ее стабильности.

**Ключевые слова:** базовые ценности, дружба, немецкая лингвокультура, трансформация, методы

A. I. Khloпова

## METHODS FOR REVEALING THE CONTENT OF BASIC VALUES (USING THE EXAMPLE OF THE BASIC VALUE *FREUNDSCHAFT* (FRIENDSHIP))

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

**Abstract.** The article uses various psycholinguistic methods to reveal the content of the basic value *Freundschaft* (friendship) in the German linguistic culture. The relevance of this study is determined, first of all, by the use of various mutually verifying research methods that allow us to most accurately determine the psychologically relevant content of the basic value under study. The study is based on the analysis of the data from two free associative experiments conducted by the author of the article with native speakers of German linguistic culture in 2019 and 2024. The age of the respondents ranged from 17 to 25 years. According to the conditions of the experiment, respondents had to respond to the proposed stimulus words with the first word that came to mind. One of the stimulus words was the word *Freundschaft* (friendship). The obtained results are verified by the method of subjective scaling, as well as a clarifying question. As a result, it was found that *Freundschaft* (friendship) is of high importance to the respondents. The associative field of the value *Freundschaft* (friendship) intersects with the associative fields of other values, which indicates a deep personal understanding of the value under study by the respondents. In addition, the data obtained indicate the relative stability of the basic value under study among the German respondents, which confirms the high index of value stability.

**Keywords:** basic values, friendship, German linguistic culture, transformation, methods

**Введение.** Многие ученые из разных областей знаний занимаются исследованием базовых ценностей, отмечая при этом значительную роль языка, поскольку он является

не просто средством коммуникации, он позволяет определить мировоззрение, «несет на себе отпечаток материально-духовной жизнедеятельности определенной этнической общности» [2]. Базовые ценности входят в число этнических констант, которые получают реальное существование только через усвоение их содержания индивидами в процессе конкретной деятельности, в частности речевой, поэтому язык является естественным репрезентантом их содержания и трансформации. По словам А. А. Леонтьева, речевое действие – это единица деятельности, частный случай действия, входящего в состав акта деятельности [3]. В таком случае соотношение стимул–реакция следует рассматривать, вслед за исследователем, как речевое действие.

Психолингвисты (В. А. Пищальникова, И. А. Бубнова, Н. И. Степыкин и др.) полагают, что именно свободный ассоциативный эксперимент, проведенный с носителями конкретной лингвокультуры, позволяет наиболее точно определить содержание национально-специфичных понятий, в том числе базовых ценностей. Однако, на наш взгляд, любой метод нуждается в разного рода верификациях, которые позволят уточнить изменения эмоционально-оценочного компонента, с которого начинает формироваться содержание самой ценности.

На сегодняшний день ученые выделяют различные ценности в качестве базовых ([1], [8], [9], [10], [11]). К таким наиболее значимым понятиям практически любого народа относится «дружба». Для молодых людей она представляется важной еще и потому, что является неформальным институтом для социализации этой возрастной группы [4]. Несмотря на то что дружба воспринимается в качестве наиболее важной «социальной и нравственной ценности, она считается ценностью очень редкой» [5].

Целью статьи является рассмотрение содержания ценности *Freundschaft* (дружба) в немецкой лингвокультуре. Для ее реализации автор решает следующие задачи:

- обращение к данным двух свободных ассоциативных экспериментов;
- сопоставление полученных данных между собой;
- определение индекса устойчивости исследуемой базовой ценности в немецкой лингвокультуре;
- верификация данных с помощью метода субъективного шкалирования, а также уточняющего вопроса.

**Актуальность исследуемой проблемы.** На данный момент существует незначительное количество научных работ, посвященных исследованию базовой ценности «дружба», т. к. она воспринимается как «не заслуживающая пристального внимания, но сегодня ученые признают, что дружба – один из важнейших факторов, влияющих на социальное благополучие» [7, с. 453], а потому этот феномен требует детального рассмотрения. Актуальность настоящей работы определяется также использованием различных взаимоверифицирующих методов исследования, которые позволяют наиболее точно определить психологическое содержание базовой ценности.

**Материал и методы исследования.** Теоретико-методологической базой работы выступает теория речевой деятельности А. А. Леонтьева [3]. Материал для исследования – данные двух экспериментов (2019 г. и 2024 г.). Респонденты – носители немецкой лингвокультуры в возрасте от 17 до 25 лет, студенты и школьники старших классов, проживающие в городах Баден-Баден, Берлин, Фрайбург, Фехта, Франкфурт-на-Майне, Потсдам. Всего в эксперименте приняли участие по 200 человек в 2019 г. и в 2024 г. По условиям эксперимента респонденты должны были реагировать первым пришедшим на ум словом на предложенные слова-стимулы. Одним из них выступила лексема *Freundschaft* (дружба).

**Результаты исследования и их обсуждение.**

**Данные лексикографических источников.**

Согласно толковому словарю немецкого языка Duden слово *Freundschaft* (дружба) определяется как “*auf gegenseitiger Zuneigung beruhendes Verhältnis von Menschen zueinander*”

(отношения между людьми, основанные на взаимной привязанности) [8]. Отметим, что в словарях ранних лет издания содержится информация о том, что в основе подобных взаимоотношений лежат симпатия, привязанность, доверие.

#### **Данные свободного ассоциативного эксперимента 2019 г.**

Всего в ходе эксперимента получено по 200 реакций, которые предлагается распределить в соответствии с моделью ассоциативного значения [6] для более детального анализа содержания базовой ценности *Freundschaft* (дружба):

**Понятия:** *Bindung* (связь), *Zuneigung* (симпатия) – всего 2 реакции.

Реакции-понятия соответствуют словарному значению лексемы *Freundschaft* (дружба), а также одному из выделенных компонентов семантики – отношения, основанные на взаимной симпатии, привязанности, доверии, верности, товариществе.

#### **Представления:**

Чувства, на которых строится дружба, и реализация иных ценностей: *Liebe* (любовь) – 31, *Vertrauen* (доверие) – 20, *Familie* (семья) – 14, *Zusammenhalt* (сплоченность) – 11, *Glück* (счастье) – 7, *verlassen können* (возможность положиться) – 2, *Ehrlichkeit* (честность), *Hilfe* (помощь), *hilfsbereit* (готовый помочь), *Leben* (жизнь), *Rückhalt* (поддержка, опора), *Treue* (верность), *etwas Ufer* (немного берега), *Unterstützung* (поддержка) – по 1. Всего 93 реакции.

Разновидность дружеских отношений: *Freunde* (друзья) – 16, *Freund* (друг) – 12, *Ela* (Эла), *Freundinnen* (подруги), *Jenny* (Дженни), *Kumpel* (товарищ), *Semra* (Земра) – по 1. Всего 33 реакции.

Совместное проведение свободного времени: *Freizeit* (свободное время) – 8, *Barstammgäste* (постоянные клиенты в баре) – 1. Всего 9 реакций.

Начало и укрепление дружеских отношений: *beginnen* (начинать), *besorgen* (хранить), *starten* (начинать), *unternehmen* (начинать) – всего 4 реакции.

Время существования дружеских отношений: *Kindheit* (детство) – всего 1 реакция.

Одиночество: *Verlassenheit* (одиночество) – всего 1 реакция.

Большое количество реакций-представлений (70 % от общего числа) позволяет выделить дополнительные признаки: ‘чувства, на которых строится дружба, и реализация иных ценностей’, ‘разновидность дружеских отношений’, ‘совместное проведение свободного времени’, ‘начало и укрепление дружеских отношений’, ‘время существования дружеских отношений’, ‘одиночество’.

Наиболее значимым в количественном плане является признак ‘чувства, на которых строится дружба, и реализация иных ценностей’ – 46,5 % от общего числа реакций. Последние, как и в случае лексической сочетаемости, проанализированной выше, представляют собой чувства, которые лежат в основе ценности *Freundschaft* (дружба). По мнению респондентов, дружеские отношения базируются на взаимопомощи, верности, честности и т. д. В то же время они сами являются ценностями, поскольку пересекаются между собой и создают другие.

В качестве конкретной реализации базовой ценности *Freundschaft* (дружба) респонденты называют имена собственные (друзей и подруг).

Единичная реакция *Kindheit* (детство), на основе которой выделяется признак ‘время существования дружеских отношений’, позволяет говорить о том, что такая ценность как *Freundschaft* (дружба) берет начало именно в этот период времени. Считается, что самые крепкие дружеские отношения зарождаются в детские годы и продолжают существовать всю жизнь. В то же время можно предположить, что исследуемая ценность представляет особую важность именно для респондентов в возрасте от 17 до 25 лет. Для людей более старшего возраста ее заменяют такие понятия как *семья*, *работа* и т. д. Однако такое предположение требует верификации.

В качестве антонимичного понятия *Freundschaft* (дружба) респонденты называют *Verlassenheit* (одиночество).

**Эмоционально-оценочные реакции:**

– положительные: *wichtig* (важно) – 32, *gut* (хорошо) – 6, *schön* (прекрасно) – 6, *Spaß* (удовольствие) – 5, *bedeutend* (значительно), *fröhlich* (радостно), *grundlegend* (основополагающее), *lustig* (весело), *nah* (близко), *notwendig* (необходимо) – по 1. Всего 55 реакций;  
– отрицательные: *kein Interesse* (неинтересно) – всего 1 реакция.

Эмоционально-оценочные реакции характеризуют базовую ценность *Freundschaft* (дружба) как особенно важную в жизни респондентов. Она также приносит удовольствие, веселье, радость и другие позитивные чувства. Положительные реакции составляют 22,5 % от общего количества.

**Данные свободного ассоциативного эксперимента 2024 г.**

**Понятия:** *Verbindung* (связь) – всего 12 реакций.

Эта понятийная реакция соответствует словарному значению слова и представляет 6 % от их общего количества.

**Представления:**

Чувства, на которых строится дружба, и реализация иных ценностей: *Familie* (семья) – 17, *Vertrauen* (доверие) – 14, *Loyalität* (лояльность) – 11, *Verbundenheit* (тесная связь) – 11, *Zusammenhalt* (поддержка) – 10, *Liebe* (любовь) – 6, *Freude* (радость) – 5, *Frieden* (мир) – 4, *Ehrlichkeit* (честность) – 3, *Treue* (верность) – 2, *die selbst gewählte Familie* (семья, выбранная самостоятельно), *Füreinander* (друг за друга), *Glück* (счастье), *helfen* (помогать), *Hilfe* (помощь), *Lächeln* (улыбка), *Lachen* (смех), *Zuverlässigkeit* (надежность) – по 1. Всего 91 реакция.

Близость: *Seele* (душа), *Umarmung* (объятия), *vertraut* (близкий) – всего 3 реакции.

Разновидность дружеских отношений: *Partnerschaft* (партнерство) – 10, *Anna* (Анна), *beste Freundin* (лучшая подруга), *Cathi* (Кати), *Diana* (Диана), *Mädchen* (девочки), *Nicole* (Николь), *Simon* (Симон) – по 1. Всего 17 реакций.

Совместное проведение свободного времени: *Freizeit* (свободное время) – 3, *Bier* (пиво), *Kaffeetrinken* (пить кофе), *spielen* (играть) – по 1. Всего 6 реакций.

Время существования дружеских отношений: *beständig* (постоянный, стойкий), *Beständigkeit* (постоянство, стабильность), *Kindheit* (детство), *lebenslang* (на протяжении всей жизни) – всего 4 реакции.

Дружба как наивысшая ценность: *Lebensinhalt* (смысл жизни), *lebensnotwendig* (необходимо для жизни), *Lebensqualität* (качество жизни), *Sinn* (смысл), *Sonne* (солнце), *überlebenswichtig* (жизненно необходимый) – всего 6 реакций.

Вражда, предательство, разочарование в дружеских отношениях: *Verrat* (предательство) – всего 1 реакция.

Как и в эксперименте 2019 г., наиболее значимо в количественном плане представлен дополнительный признак ‘чувства, на которых строится дружба, и реализация иных ценностей’ – 45,5 % от общего числа реакций. При этом они также качественно сопоставимы. Реакции, относящиеся к данному признаку, указывают на качества, необходимые для существования дружеских отношений: поддержка, доверие, верность и т. д. При этом важную роль играет семья (8,5 % от общего количества реакций), поскольку именно в семейных отношениях реализуются дружеские.

8,5 % реакций объединены признаком ‘разновидность дружеских отношений’. При этом 5 % представляет собой реакция *Partnerschaft* (партнерство). Предположим, что в данном случае речь идет о рабочих отношениях между коллегами и друзьями, но отсутствует указание, как в случае реакции на слова-стимулы *Familie* (семья) и *Liebe* (любовь), на отношения, близкие незарегистрированному браку. Остальные реакции, как и в эксперименте 2019 г., представляют собой имена конкретных друзей респондентов.

Признак ‘близость’ объединяет в себе реакции, которые образуют еще одну ценность, важную для реализации дружбы.

Признак ‘совместное проведение свободного времени’ количественно и качественно сопоставим с тем же признаком в эксперименте 2019 г.

2 % реакций репрезентируют признак ‘время существования дружеских отношений’. Однако в отличие от 2019 г. он также указывает на длительность, долгосрочность дружбы.

3 % реакций представляют дружбу как наивысшую ценность. Она воспринимается респондентами как смысл жизни, нечто жизненно необходимое, без чего невозможно существование в целом. Полагаем, что объединенные в дружбе иные чувства, такие как любовь, семья, мир, доверие, честность, взаимопомощь, не только представляют ее как наивысшую ценность, но в целом позволяют еще раз подчеркнуть ее важность и базисность для жизни человека. Реализация сосуществования ценностей определяет комфорт индивида в обществе.

#### **Эмоционально-оценочные реакции:**

– положительные: *wichtig* (важно) – 32, *angenehm* (приятный), *bereichernd* (обогащающий), *das wichtigste* (самое главное), *essentiell* (незаменимый), *gut* (хорошо), *ja* (да), *schadet nicht* (не повредит), *schön* (прекрасна), *Spaß* (удовольствие), *warm* (теплый), *wertvoll* (ценный), *wundervoll* (удивительна) – по 1. Всего 44 реакции.

– отрицательные: *schwer* (тяжело), *schwierig* (сложно), *unecht* (ненастоящая) – всего 3 реакции.

22 % от общего количества реакций положительные, как и в эксперименте 2019 г., подчеркивают важность рассматриваемой базовой ценности.

#### **Культурные реакции: *der Herr der Ringe* (властелин колец) – всего 1 реакция.**

Эта реакция связана с всемирно известным фильмом, одной из центральных тем которого является дружба между Фродо и Сэмом, которая помогает главному герою совершать подвиги.

**Сопоставление полученных данных** двух ассоциативных экспериментов указывает на высокую значимость исследуемой базовой ценности для респондентов. Небольшое количество понятийных и отсутствие формальных реакций, а также значительное число разнообразных реакций-представлений свидетельствуют о присвоенности дружбы респондентами. Эмоционально-оценочные реакции, представленные преимущественно положительно, также подтверждают эту идею. Следует отметить, что данные двух ассоциативных экспериментов сопоставимы, что указывает на стабильность исследуемой базовой ценности среди немецких респондентов. Ассоциативное поле понятия *Freundschaft* (дружба) пересекается с другими, что свидетельствует о глубоком личностном осмыслении анализируемой ценности опрашиваемыми.

#### **Индекс устойчивости базовых ценностей.**

Для верификации полученных данных мы обращаемся к другим видам эксперимента, позволяющим уточнить психологически актуальное содержание базовых ценностей.

Как было отмечено выше, на основе анализа реакций респондентов, данных с разницей в 5 лет, можно выявить индекс устойчивости понятия *Freundschaft* (дружба). Выявим для этого реакции, которые остались неизменными.

Ядерные реакции, представленные в двух экспериментах, сопоставимы в количественном и качественном плане. Отличие составляют понятия *Freunde* (друзья) – 16 и *Freund* (друг) – 12, которые не были даны респондентами в эксперименте 2024 г. Ядерные реакции *Verbindung* (связь) – 12, *Loyalität* (лояльность) – 11, *Verbundenheit* (тесная связь) – 11, *Partnerschaft* (партнерство) – 10, *Zusammenhalt* (поддержка) – 10, *Liebe* (любовь) – 6, *Freude* (радость) – 5, *Frieden* (мир) – 4 не были указаны опрашиваемыми в эксперименте 2019 г.

В количественном плане эти реакции несколько расходятся. Особенно значимым является снижение количества понятий *Liebe* (любовь) с 31 до 6 реакций. Остальные количественные различия менее значимы: число понятий *Vertrauen* (доверие) снизилось с 20 до 14 реакций, *Zusammenhalt* (сплоченность) – с 11 до 10, *Freizeit* (свободное время) – с 8 до 3, *Glück* (счастье) – с 7 до 1, *gut* (хорошо) – с 6 до 1, *schön* (прекрасно) – с 6 до 1, *Spaß* (удовольствие) – с 5 до 1.

Незначительно увеличилось количество реакций *Familie* (семья) с 14 до 17, *Ehrlichkeit* (честность) – с 1 до 3, *Treue* (верность) – с 1 до 2.

Результаты эксперимента свидетельствуют об относительной сохранности ценности *Freundschaft* (дружба), которая признается опрошенными респондентами как значимая, что подтверждается также тем фактом, что ассоциативное поле понятия пересекается с другими чувствами (любовь, доверие, семья, счастье).

Индекс сохранности измеряется следующим образом:

Количество разнообразных реакций 2019 г. следует разделить на количество реакций, которые сохранились в эксперименте 2024 г.:  $42 / 14 = 3$ .

Индекс сохранности, равный более 1, позволяет говорить о стабильности исследуемой ценности, а также о ее высокой значимости для опрошенных.

#### **Верификация результатов ассоциативного эксперимента методом субъективного шкалирования.**

Метод субъективного шкалирования – один из приемов трансформации качественных характеристик слова в числовую переменную.

В анкете респондентов просили оценить степень эмоциональности слова *Freundschaft* (дружба) и дать ему оценку от 1 до 5, где 1 – неэмоционально, 5 – эмоционально. Согласно результатам шкалирования все опрашиваемые находят анализируемое слово-стимул эмоциональным (средняя оценка – 3,8) и положительным (средняя оценка – 3,4).

#### **Уточняющий опрос.**

Для дополнительной проверки результатов эксперимента проведен опрос, в котором респонденты должны были ответить на вопрос «Что такое дружба?». Состав опрашиваемых оставался прежним.

Распределим ответы в соответствии с уже выделенными при анализе данных свободного ассоциативного эксперимента интегративными признаками. Всего от респондентов получено 30 определений слова *Freundschaft* (дружба), однако в них выделяется несколько оснований предикации, поэтому один ответ может соответствовать нескольким интегративным признакам.

#### **Реализация иных ценностей (35 %):**

1. *Freundschaft hat für mich eine ähnliche Bedeutung wie Familie* / Для меня дружба имеет такое же значение, как и семья.

2. *Zumindest sehr enge Freundschaft ist wie Familie, nur dass man nicht miteinander verwandt ist* / Как минимум очень близкая дружба – это как семья, единственное, что люди не родственники друг другу.

3. *Vertrauen ist sehr wichtig innerhalb einer Freundschaft. Dabei muss man sich nicht oft persönlich sehen, um eng miteinander befreundet zu sein* / Доверие очень важно в дружбе. Чтобы быть близкими друзьями, не обязательно часто видеться лично.

4. *Freundschaft ist die Beziehung zwischen Menschen. Sie basiert auf Vertrauen* / Дружба – это отношение между людьми. Оно основано на доверии.

5. *Vertrauensmenschen und Personen auf die man immer zählen kann* / Люди, которым можно доверять и на которых всегда можно рассчитывать.

6. *Freunde sind die Familie, die man sich aussuchen kann* / Друзья – это семья, которую вы можете выбрать.

7. *Vertrauen* / Доверие.

8. *Menschen, denen ich vertrauen kann* / Люди, которым я могу доверять.

9. *Fast die Familie* / Почти семья.

10. *Menschen, die ich liebe* / Люди, которых я люблю.

11. *Liebe und Vertrauen* / Любовь и доверие.

**Люди (19 %):**

1. *Meine Freunde* / Мои друзья.

2. *Leute, mit denen ich mich gut verstehe* / Люди, с которыми я хорошо лажу.

3. *Menschen, denen ich vertrauen kann* / Люди, которым я могу доверять.

4. *Menschen, mit denen ich mich gut verstehe und gemeinsame Werte teile* / Люди, с которыми я хорошо лажу и разделяю общие ценности.

5. *Leute, die ich von klein auf kenne* / Люди, которых я знаю с детства.

6. Многоуровневый социальный конструкт.

**Дружба как наивысшая ценность (16 %):**

1. *Freundschaft hat für mich eine ähnliche Bedeutung wie Familie* / Для меня дружба имеет такое же значение, как и семья.

2. *Für mich haben nur wenige das Privileg, Freund/in genannt zu werden* / Для меня лишь немногие имеют честь называться друзьями.

3. *Wichtig* / Важно.

4. *Ist für mich wichtig* / Важно для меня.

5. *Gute Freunde – Sinn des Lebens* / Хорошие друзья – смысл жизни.

**Поддержка (9 %):**

1. *In einer engen Freundschaft unterstützt man sich gegenseitig* / В тесной дружбе вы поддерживаете друг друга.

2. *Freundschaft bedeutet, gemeinsam durch schöne und schwere Zeiten zu gehen und das Leben gegenseitig zu bereichern* / Дружба означает вместе пережить хорошие и трудные времена и обогатить жизнь друг друга.

3. *Menschen, mit denen man gern zusammen ist* / Люди, рядом с которыми вам нравится находиться.

**Сходство мировоззрений (6 %):**

1. *Freunde kann man frei wählen. Meist kommt es durch Ähnlichkeiten des Charakters, der Interessen und des Mindset zu einer Freundschaft* / Вы можете свободно выбирать друзей. Дружба обычно возникает благодаря сходству характеров, интересов и мировоззрения.

2. *Menschen mit denen ich mich gut verstehe und gemeinsame Werte teile* / Люди, с которыми я хорошо лажу и разделяю общие ценности.

**Близость (3 %):**

1. *Freundschaft kann sehr innig und tiefgründig sein* / Дружба может быть очень интимной и глубокой.

**Время существования дружеских отношений (3 %):**

1. *Leute, die ich von klein auf kenne* / Люди, которых я знаю с детства.

**Эмоциональная оценка (9 %):**

– **положительная:**

1. *Freude* / Радость.

2. *Menschen, die füreinander da sind und Spaß miteinander haben* / Люди, которые есть друг для друга и которые весело проводят время вместе.

– **отрицательная:**

1. *Ich brauche es nicht* / Мне это не нужно.

Согласно преобладающему количеству ответов респондентов (35 % от общего числа)

понятие *Freundschaft* (дружба) тесно связано с другими ценностями. Результаты эксперимента подтверждает гипотезу о том, что ассоциативные поля базовых ценностей пересекаются, а потому они способствуют реализации других. По мнению респондентов, дружба основывается на таких ценностях, как доверие и любовь. Опрашиваемые считают друзей второй семьей, что также можно отметить, анализируя определения слова *Familie* (семья).

19 % от общего количества ответов представляют исследуемую ценность как социальный конструкт. Это прежде всего люди, с которыми респонденты имеют хорошие отношения, которые готовы помочь, которым можно доверять.

Значительное количество опрошенных (16 % от общего числа) рассматривают дружбу как базовую ценность, сопоставляя ее со значимостью понятия семья, и видят в ней смысл жизни. По мнению респондентов, друзья – это люди, которые не только приходят на помощь в нужную минуту, но и с которыми они имеют общие интересы и взгляды на мир.

**Выводы.** Полученные в ходе эксперимента результаты свидетельствуют о высокой значимости исследуемой базовой ценности *Freundschaft* (дружба) для респондентов. Она сопоставима с таким важным понятием, как *Familie* (семья), и воспринимается людьми как смысл их жизни. Дружба включает в себя такие важные составляющие, как взаимопонимание, доверие и готовность прийти на помощь. Она способствует социальной гармонии в обществе, поскольку позволяет знакомиться с новыми взглядами и идеями.

Данные взаимоверифицирующих экспериментов свидетельствуют о присвоенности респондентами ценности *Freundschaft* (дружба). При этом результаты опросов и уточняющего вопроса, высокий индекс стабильности свидетельствуют об относительной стабильности исследуемого понятия, несмотря на незначительные изменения, происходящие в его коннотации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Ерастов Б. С.* Цивилизационное устройство общества: универсалии и самобытность. – М. : Наука, 2002. – 524 с.
2. *Леонтович О. А.* Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию. – Волгоград : Перемена, 2003. – 399 с.
3. *Леонтьев А. А.* Основы психолингвистики. – М. : Смысл, 2005. – 310 с.
4. *Касьянова Е. И.* Дружба как социально-нравственная ценность студенческой молодежи // Организация безопасности на транспорте : Межвузовский сборник научно-методических трудов / Забайкальский институт железнодорожного транспорта. – Чита, 2015. – С. 239–247.
5. *Никитина Д. В.* Дружба: парадигмы исследования // Вестник Читинского государственного университета. – 2011. – № 12(79). – С. 133–143.
6. *Пицальникова В. А.* История и теория психолингвистики. – М. : «Р.Валент», 2021. – 488 с.
7. *Субботина М. В.* Феномен дружбы в контексте изучения социального благополучия // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2022. – Т. 22, № 2. – С. 451–460.
8. *Tinglehart R., Baker W.* Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values. – New York : American Sociological Review, 2000. – P. 19–51.
9. *Kluskhohn S.* Values and Value Orientations in the Theory of Action. Toward a General Theory of Action / ed. by T. Parsons, E. Shils. – Cambridge, 1951. – P. 388–433.
10. *Lay R.* Die neue Redlichkeit. Werte für unsere Zukunft. – Frankfurt am Main : Campus-Verl, 2006. – 253 p.
11. *Miller G. A.* Language and Communication. – New York : McGRAW. HILL BOOK COMPANY, INC, 1951. – 298 p.

Статья поступила в редакцию 15.10.2024

#### REFERENCES

1. *Erastov B. S.* Civilizationnoe ustroenie obshchestva: universalii i samobytnost'. – M. : Nauka, 2002. – 524 s.
2. *Leontovich O. A.* Rossiya i SSHA: vvedenie v mezhkul'turnuyu kommunikaciyu. – Volgograd : Peremena, 2003. – 399 s.
3. *Leont'ev A. A.* Osnovy psiholingvistiki. – M. : Smysl, 2005. – 310 s.

4. Kas'yanova E. I. Druzhba kak social'no-nravstvennaya cennost' studencheskoj molodezhi // Organizaciya bezopasnosti na transporte : Mezhvuzovskij sbornik nauchno-metodicheskikh trudov / Zabajkal'skij institut zheleznodorozhnogo transporta. – Chita, 2015. – S. 239–247.
5. Nikitina D. V. Druzhba: paradigmy issledovaniya // Vestnik Chitinskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2011. – № 12(79). – S. 133–143.
6. Pishchal'nikova V. A. Istorija i teoriya psiholingvistiki. – M. : «R.Valent», 2021. – 488 s.
7. Subbotina M. V. Fenomen družby v kontekste izučeniya social'nogo blagopoluchija // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Sociologiya. – 2022. – T. 22, № 2. – S. 451–460.
8. Tinglehart R., Baker W. Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values. – New York : American Sociological Review, 2000. – P. 19–51.
9. Kluskhohn S. Values and Value Orientations in the Theory of Action. Toward a General Theory of Action / ed. by T. Parsons, E. Shils. – Cambridge, 1951. – P. 388–433.
10. Lay R. Die neue Redlichkeit. Werte für unsere Zukunft. – Frankfurt am Main : Campus-Verl, 2006. – 253 p.
11. Miller G. A. Language and Communication. – New York : McGRAW. HILL BOOK COMPANY, INC, 1951. – 298 p.

The article was contributed on October 15, 2024

#### **Сведения об авторе**

*Хлопова Анна Игоревна* – кандидат филологических наук, доцент кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка, доцент кафедры общего и сравнительного языкознания, ведущий научный сотрудник лаборатории психолингвистики Московского государственного лингвистического университета; доцент кафедры иностранных языков Национального исследовательского института МЭИ, г. Москва, Россия, <https://orcid.org/0000-0002-6576-4111>, [chloпова\\_anna@mail.ru](mailto:chloпова_anna@mail.ru)

#### **Author Information**

*Khlopova, Anna Igorevna* – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of German Lexicology and Stylistics, Associate Professor of the Department of General and Comparative Linguistics, Leading Researcher at the Laboratory of Psycholinguistics, Moscow State Linguistic University; Associate Professor of the Department of Foreign Languages, National Research University “National Research University MPEI, Moscow”, Moscow, Russia, <https://orcid.org/0000-0002-6576-4111>, [chloпова\\_anna@mail.ru](mailto:chloпова_anna@mail.ru)