

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Этнокультурная специфика лексем с социально-конструируемым значением в русском и английском языках (на материале ассоциативного эксперимента)

Кишин Сергей Александрович

Студент

КГУ (Курск) - Курский государственный университет, Факультет иностранных языков, Курск, Россия

E-mail: steingauf@yandex.ru

В конце XX века в российских и зарубежных лингвистических исследованиях наблюдается переход к антропоцентрической парадигме исследования [1]. Язык изучается в тесной связи с мышлением, сознанием, человеком. В основе антропоцентрического подхода лежит триединство «человек-язык-культура».

Антропоцентризм современной лингвистической научной парадигмы определил одну из ведущих тем исследований, проводимых методом ассоциативного эксперимента. Это вопрос о роли индивидуальных и групповых характеристики личности – пола (гендер), возраста, социального статуса, этнокультурной принадлежности в формировании и репрезентации языковой картины мира в том или ином языке.

Исследователи (И.А.Стернин [4], А.А.Залевская [1], Н.И.Миронова [3]) отмечают, что для полноценного изучения языковой картины мира необходимо исследовать её закреплённость у носителей конкретного языка. Для изучения национальной специфики языковой картины мира английского языка необходимы эмпирические данные. Этнокультурная специфика проявляется в срезе коллективных представлений, отражённых в индивидуальном сознании, поскольку внутренний лексикон индивида формируется внешними факторами (социальная реальность) и внутренними (опыт индивида) [2].

Для свободного ассоциативного эксперимента (далее – САЭ) были отобраны 10 лексем с социально-конструируемым значением: добро, справедливость, красота, война, семья, истина, зло, правда, счастье, жизнь. При выборе слов-стимулов использовались данные ассоциативных словарей (Черкасова Г.А., Караулов Ю.Н.), тематическая выборка была осуществлена на основе списка, предлагаемого фондом Общественного мнения и актуальных аксиологических исследований [5].

Список стимулов для носителей английского языка: good, justice, beauty, war, family, verity, evil, truth, happiness, life. Для формирования анкеты на английском языке использовались данные 2 словарей: «Англо-русский словарь общей лексики «LingvoUniversal» (на сервисе Яндекс.Словари), «Oxford Russian Dictionary» (в программной оболочке).

В качестве гипотез, на основе лексико-семантических вариантов слов [1], были выдвинуты следующие положения:

1. по эмоциональной окраске зарубежные реакции будут позитивнее по эмоциональной окраске и стилистически будут выражены неформальными лексемами по сравнению с отечественными;
2. при соответствии ядра значения лексемы в русском и английском языке будут отличаться их семантические поля и закреплённость в языке;
3. в русском языке лексемы с социально-конструируемым значением более дифференцированы по оттенкам значения.

4. культурный компонент специфики лексем будет отражён в использовании в качестве реакций свойственных данной культуре идиоматических выражений или фразеологизмов.

В САЭ приняли участие 30 носителей русского и 30 носителей английского языка в возрасте от 18 до 24 лет. Поскольку в английском языке редуцирована падежная система, существительные и прилагательные в результатах САЭ приводились к словарной форме, за исключением фразеологизмов и идиом.

В ходе анализа массива САЭ гипотезы нашли подтверждение.

Стилистически реакции иностранных респондентов оказались стилистически менее формальными. Так, в числе высокочастотных реакцией на стимул “justice” были “peace” и “Batman”. Образ героя комиксов и кинофильмов в западном сознании закрепился как олицетворение борца за справедливость. У русскоговорящих респондентов высокочастотными оказались реакции «честность», «честь».

Семантическое смещение лексемы “good” от ценностной категории «добро» к качеству «хороший» подтверждают высокочастотные реакции “nice”, “bad”. В русском языке лексема «добро» представлена реакциями как аксиологическая категория: «благо», «помощь другим». Необходимо отметить, что для двух языков характерны контрастные лексемы как высокочастотные реакции (ср. «добро» – «зло»; “good” – “bad”).

В двух языковых системах по-разному раскрывается лексема «семья» – ключевой компонент социальной реальности, представляющий «малую ячейку общества». Семья представляет интересы общества, отношение общества к своим членам, поскольку символически в ней представлены все возрастные и гендерные категории; она представляет идеал общества, реализованный на микроуровне. В английском языке центральным понятием является “love”, в русском – «дети». Т.е. в первом случае цель семьи реализуется через эмоциональную связь членов семьи (английский язык), во втором случае семья педоцентрична (русский язык).

Семантические поля лексем «правда» и «истина» в русском языке менялись с течением времени, но дифференцировались по семантике. В английском языке эти лексемы не дифференцируются. Лексема “verity” в английском САЭ показывает отказ от реакции или замену на лексему “truth”. В русском языке нет отказов от реакции и, не смотря на высокочастотность реакции «правда», лексема «истина» репрезентуется в речи через идиомы и парадигматические конструкции («истина в вине», «докопаться до истины»).

Культурную специфику лексем с социально-конструируемым значением в русском и английском языке составляют идиомы и фразеологизмы, в которые вовлекаются и через которые репрезентуются в речи стимулы.

Этническую (национальную) специфику лексем с социально-конструируемым значением в русском и английском языках составляют многовековые традиции репрезентации лексем, их семантических полей и архетипизация социальной реальности в коллективном сознании социума.

В своём единстве этнокультурная специфика лексем с социально-конструируемым значением представляет срез культуры, национального характера и менталитета, отношения к обществу, миру и индивида к самому себе, формируя этническую и культурную идентичность через архетипы и коллективные представления, отражённые в языке.

Литература

1. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. – М.: Гнозис, 2005. – 543 с.
2. Лебедева, С.В. Близость значения слов в индивидуальном сознании: монография / С.В. Лебедева. – Тверь: Изд-во Тверск. гос. ун-та, 2002. – 311 с.
3. Миронова Н.И. Ассоциативный эксперимент: методы анализа данных и анализ на основе универсальной схемы. // Вопросы психолингвистики, №2(14), 2011, стр. 108-120.
4. Стернин И.А. «К изучению коммуникативного сознания личности» // Детская речь психолингвистические исследования. Отв.ред. Ушакова Т.Н., Уфимцева Н.В. – 2001, с. 48-53.
5. Федосюткина Н.Н. Психолингвистический подход к изучению ценностных представлений. // Вопросы психолингвистики, №1(3), 2006, стр. 114-127.