

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.2.20>

Баландина Екатерина Сергеевна

Я-ИДЕНТИФИКАЦИЯ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОЙ, КИТАЙСКОЙ И АРАБСКОЙ КУЛЬТУР

В статье рассматриваются способы репрезентации образа "я" в языковом сознании носителей арабской, китайской и русской культур. Объектом изучения является языковое сознание носителей различных культур. Предметом - образ "я". Результаты исследования основываются на материале, полученном в ходе проведенного свободного ассоциативного эксперимента. Анализ построенных ассоциативных полей на стимульное слово позволил разделить полученные вербальные реакции на ассоциации смежности и сходства, выделить наиболее частотные ответы на предъявляемый стимул, оценить ценностно-эмоциональную составляющую исследуемого образа.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/2/20.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 2. С. 95-98. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81-119

Дата поступления рукописи: 24.11.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.2.20>

В статье рассматриваются способы репрезентации образа «я» в языковом сознании носителей арабской, китайской и русской культур. Объектом изучения является языковое сознание носителей различных культур. Предметом – образ «я». Результаты исследования основываются на материале, полученном в ходе проведенного свободного ассоциативного эксперимента. Анализ построенных ассоциативных полей на стимульное слово позволил разделить полученные вербальные реакции на ассоциации смежности и сходства, выделить наиболее частотные ответы на предъявляемый стимул, оценить ценностно-эмоциональную составляющую исследуемого образа.

Ключевые слова и фразы: психолингвистика; языковое сознание; вербальные ассоциации; ассоциативный эксперимент; образ.

Баландина Екатерина Сергеевна, к. филол. н.

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

penash_ek@mail.ru

Я-ИДЕНТИФИКАЦИЯ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОЙ, КИТАЙСКОЙ И АРАБСКОЙ КУЛЬТУР

Развитие антропологической парадигмы в лингвистических исследованиях, рассмотрение межкультурной коммуникации как диалога культур, становление когнитивной лингвистики, психолингвистики, социолингвистики и теории дискурса позволили рассмотреть проблему взаимосвязи «человек – язык – культура» под несколько другим углом [1]. Ключом в познании языка, по мнению Е. С. Кубряковой, становится изучение его в действии – от его истоков в мыслительной деятельности человека до завершающей стадии оформления мысли в слове и передачи ее в целом тексте [3].

Этносоциокультурная сущность языка заключается в том, что он существует в языковом сознании как совокупности образов сознания, формируемых и «овнешняемых» с помощью языковых средств – слов, свободных и устойчивых словосочетаний, предложений, текстов и ассоциативных полей [7]. Согласно Н. В. Уфимцевой, языковое сознание представляет собой опосредованный языком образ мира той или иной культуры [10], а поиск национально-культурной специфики языкового сознания задает статус самого языкового сознания: «...оно рассматривается как средство познания чужой культуры в ее предметной, деятельностной и ментальной формах, а также как средство познания своей культуры» [9, с. 103].

Цель нашего исследования заключается в особенности выявления я-идентификации у современных арабских, китайских и русских студентов. Под я-идентификацией мы понимаем осознание человеком себя в окружающем мире путем соотнесения с себе подобными, определение своей роли в социуме и семье при взаимодействии с окружающими людьми [11]. Достижение поставленной цели предполагало решение следующих задач: подготовка и проведение ассоциативного эксперимента; обработка полученного материала; изучение национально-культурной специфики исследуемого образа в языковом сознании носителей выбранных культур; сравнительно-сопоставительный анализ полученных результатов.

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью фундаментальных разработок лингвистической науки, связанных с проблемами восприятия и отражения действительности и способами ее фиксации и репрезентации. Более того, в настоящее время все большее количество иностранных студентов приезжает в Россию с целью получения высшего образования в российских вузах. В связи с этим встает вопрос, связанный с адаптацией зарубежных слушателей к системе высшего профессионального образования. Исследование проблемы «я» – идентификации через языковое сознание как способ мышления индивида, о котором он не подозревает, но который воспринимает как данность, во многом помогает выстроить доброжелательные отношения российских студентов с молодыми людьми из других стран, понять их внутренний мир и психологию [5].

Среди научных работ, посвященных сформулированной проблеме, можно выделить работу Е. В. Харченко, в которой автор попытался проследить динамику изменения образа «я» в языковом сознании носителей русской культуры [11]. Научная новизна данной статьи состоит в целенаправленной попытке расширить границы исследования, обратиться к сравнительно-сопоставительному изучению образа носителей трех выбранных культур определенной возрастной группы (19-23 года), выстроить схему анализа полученного материала, позволяющую описать всестороннее содержание анализируемого образа.

Основой экспериментальной методики исследования образов языкового сознания послужил ассоциативный эксперимент, который был признан и широко использован в отечественной науке А. А. Залевской, А. А. Леонтьевым, Ю. А. Сорокиным, Е. Ф. Тарасовым, Н. В. Уфимцевой, Т. Н. Ушаковой. Эксперимент был проведен зимой 2018 года среди арабских, китайских и русских студентов в возрасте 19-23 лет, обучающихся на различных факультетах Южно-Уральского государственного университета г. Челябинска. Полученный синхронный срез языка, представляющий собой построенные ассоциативные поля (каждый из которых состоит из 100 реакций), дает возможность описывать образы сознания носителей разных культур, поскольку он овнешняет знания, ассоциированные со словом-стимулом в данной конкретной национальной

культуре [7]. Здесь важно отметить, что анкеты, предлагаемые студентам в ходе эксперимента, были составлены на их родных языках, однако в данной статье для удобства восприятия анализируемые реакции были переведены нами на русский при сохранении формально грамматических характеристик ассоциаций.

Рассмотрим подробно характеристику ответов-реакций на глубинном уровне отношений, существующих между содержаниями слов-ассоциатов.

К ассоциациям по предметно-смысловой смежности относятся ассоциативные пары слов, не имеющие общих существенных признаков в своем содержании, в основных значениях членов которых отражаются реальные отношения смежности между предметами и явлениями действительности или содержаниями абстрактных понятий [4]. Среди ответов, данных арабскими студентами, мы выделили 6% реакций, которые отнесли к данной группе: *ضرغلا* (2) *цель*, *تأاحومط* *амбиции*, *قرسأل* *семья*, *عقنأل* *эгоизм*, *اعم* *вместе*. В русском ассоциативном поле процентное соотношение подобных ассоциатов составило 2% – *семья*, *дружба*, а в китайском ни один ответ не был отнесен в данную категорию.

В свою очередь, ассоциации по сходству можно разделить на две подгруппы. Классификационные – это ассоциативные пары, члены которых имеют в своих содержаниях хотя бы один общий существенный признак. К ним относятся реакции, соотносимые с элементами различного рода лексических объединений парадигматического характера. В арабском ассоциативном поле могут быть выделены следующие ассоциаты, относящиеся к данной группе и составляющие 65% от общего количества полученных ассоциаций: *صخشلا* (7) *личность*, *ناسنأل* (6) *человек*, *بللاط* (6) *студент*, *لجرلا* (3) *мужчина*, *عضملا* *член общества*, *ناسنأل* *люди*, *ان* (12) *мне*, *يسفن* (9) *сам*, *كل* (9) *ты*, *يدلب* (5) *мое*, *نك* *он*, *يوجو* *я*, *سندنم* *инженер*, *لابطل* *барабанистик*, *بيبلا* *врач*, *ملاحلا* *мечтатель*. В китайском ассоциативном поле зафиксировано 37% подобных пар реакций: *我* (16) *мне*, *你的* (12) *ты*, *我们* (2) *мы*, *她的* *она*, *我* *я*, *人* (2) *мужчина*, *只有我* *только я*, *男孩* *мальчик*, *女孩* *девушка*, *梦想家* *мечтатель*. В русском – 52%: *человек* (17), *студент* (11), *личность* (8), *студентка* (4), *ты* (3), *я*, *это я*, *Санек*, *Кирилл*, *Таня*, *инженер*, *спортсмен*, *бакалавр*, *гений*.

Детерминационные – к ним относятся ассоциативные пары, в которых содержание ответа-реакции входит в содержание слова-стимула в качестве одного из признаков этого содержания. В построенном нами ассоциативном поле арабских студентов можно выделить следующий ряд ассоциатов, относящихся к данной подгруппе (20%): словоформы и словосочетания, выявляющие качественные характеристики образа: *عضاوتلا* *смирный*, *عقار* *великий*, *اديحو* *одинокий*, *قويق* *сильный*, *ديعس* *счастливый*, *ان* *я хороший*, *صخش* *хороший человек*, *ديج* *хороший человек*, *لجر* *буду хорошим человеком*; согласованные со словом-стимулом глаголы и глагольные словосочетания: *شيعي* (3) *жить*, *نكمي* (2) *могу*, *كحبأ* *люблю тебя*, *بحلا* *люблю свою девушку*, *ل* *не знаю*, *فرعأ* *объясняю*, *حرش* *мне нужно*, *عقدلا* *платить*, *كذىنمتأ* *надеюсь*. В китайском ассоциативном поле данный тип ассоциаций является преобладающим, поскольку на стимульное слово большинство респондентов выделяли характеристики, которые, как они думают, присущи им (47%): *美麗* (11) *красивый/красивая*, *完善* (5) *совершенный*, *好* (4) *хороший*, *最好* (3) *лучший*, *正常* *обычный*, *fairylike*, *社交的* *общительный*, *思維* *думающий*, *友好* *дружелюбный*, *年輕* *молодой*, *驚人* *удивительный*, *信心* *уверенный*, *聰明的* *умный*, *开朗* *веселый*, *活性* *деятельный*, *有信心* *самоуверенный*, *勇敢的* *храбрый*, *伟大的* *великий*, *自由* *свободный*, *复杂的* *сложный*, *乐观* *оптимистичный*, *谦虚* *скромный*, *更好的* *лучше*, *唯一的* *уникальный*, *不坚强* *не сильный*, *珍贵的* *преlestный*, *很酷的* *крутой парень* и т.д. Русские студенты также использовали большое количество качественных ответов для описания основных характеристик образа «я» (34%): *красивая* (6), *умный* (4), *лучший* (3), *хороший* (3), *русский* (3), *крутой* (2), *добрая* (2), *классный*, *русский*, *чудесная*, *милая*, *крут*, *дружелюбный*, *ответственный*, *спокойный*, *сильный*, *глупый*, *молодец*, – а также согласованные со словом-стимулом глаголы и глагольные словосочетания (10%): *люблю* (2), *учусь* (2), *хочу* (2), *знаю*, *хочу спать*, *думаю*, *хочу есть*.

Отдельно следует отметить, что в полученных ассоциативных парах китайских студентов на исследуемый образ ответ-реакция связана со словом-стимулом непосредственно, а в арабских и русских материалах встречаются ассоциативные пары, в которых эта связь осуществляется опосредованно (посредством некоего третьего члена), – опосредованные ассоциации. В арабском ассоциативном поле схематически подобные связи можно показать через формулы S [лингвистика] – R: *لايضملا* *местоимение*; S [животный мир] – R: *رويطلا* *птица*; S [развитие] – R: *قويط* *путь*; S [современные технологии] – R: *توبورلا* *робот*. В русском – S [взаимоотношения] – R: *секс*.

Таким образом, для носителей трех выбранных культур реакции по сходству являются наиболее типичными, тем не менее русские и арабские респонденты отдают предпочтение классификационным ассоциативным парам, выделяя в своих ответах существенный признак, свойственный стимульному слову (*живой человек*). Группа детерминационных ассоциаций для носителей данных культур представлена не только прилагательными, описывающими признаки исследуемого образа, но и согласованными глагольными словосочетаниями. Однако следует сказать, что арабское ассоциативное поле по сравнению с русским является более насыщенным разнообразными ответами, демонстрирующими глубинный уровень отношений, существующий между содержаниями слов-ассоциатов. Ассоциативное поле китайских студентов отмечено меньшим количеством вариаций. В нем полностью отсутствуют группы реакций, связанные предметно-смысловой смежностью и опосредованными связями, а ассоциации по сходству в большей степени построены по модели «существительное – существительное», «существительное – прилагательное», в которой отсутствуют глагольные реакции.

На следующем этапе анализа ассоциаций рассмотрим ядро исследуемых ассоциативных полей. Относительно объема ядра и принципов его выделения ученые придерживаются различных точек зрения, поскольку расплывчатое определение «наиболее частотные реакции» не дает возможность выделить основные характеристики ядерных ассоциаций [6, с. 67]. В нашей статье мы будем считать, что ядро ассоциативного поля составляет около 47% от общего числа ответов; то есть одиночные реакции и реакции, имеющие небольшой индекс частотности, относятся к периферии ассоциативного поля [2].

Для арабских студентов частотные реакции представлены следующим списком ответов* (*здесь будут даны переводы полученных ассоциатов) – *мне* (12), *сам* (9), *ты/вы* (9), *личность* (7), *человек* (6), *студент* (6), *мое* (5). В полученных данных интересным является наличие в ядре не только различных ответов, относящихся к группе местоимений, но также частотных обобщающих слов-реакций, которые классифицируют образ «я» в языковом сознании носителей исследуемой культуры (*личность, человек, студент*), и местоимения *сам* как идентификатора самостоятельности опрашиваемых респондентов.

Ядерные реакции китайских студентов также характеризуются популярными ответами *мне* (16), *ты* (12) и следующими за ними по частотности ассоциациями *красивый* (6), *красивая* (5), *совершенный* (5). Представленные результаты позволяют заключить, что понятие внешней привлекательности в равных условиях важно как для молодых людей, принявших участие в нашем эксперименте, так и для девушек, поскольку респонденты видят себя совершенными: *хороший* (4), *лучший* (3).

Таким образом, уже на этапе анализа ядра языкового сознания носителей двух разных культур мы можем увидеть сходства и различия в восприятии самого себя. При сравнении полученных данных можно отметить, что для молодых людей исследуемых культур образ «я» связан с восприятием самого себя через местоимение *мне*, однако в данном же образе раскрывается и «другоцентричность» (термин Н. В. Уфимцевой [8]) исследуемого стимульного слова (*ты, вы*), свойственная китайским и арабским студентам. Основные различия наполнения ядра, исследуемых ассоциативных полей можно проследить, обратившись к анализу семантических особенностей ответов опрошенных респондентов. Для арабских студентов характерными частотными ответами являются реакции, связанные с видо-родовыми и социальными отношениями (*личность, человек, студент*), а китайские респонденты склонны к ответам, отражающим качественные характеристики образа «я».

Наиболее частотными ответами в русском ассоциативном поле являются реакции *человек* (17), *студент* (13), *личность* (8), *красивая* (6). Следует отметить, что ядерные ассоциаты, с одной стороны, представлены видо-родовыми реакциями и ассоциациями, иллюстрирующими социальные отношения, что позволяет нам провести параллель с носителями арабской культуры и их моделью реагирования на стимульное слово. С другой стороны, наполняемость ядра ответом *красивая* дает возможность проследить значимость качественных характеристик образа, что является отличительной особенностью китайского ассоциативного поля. Однако, в отличие от носителей других культур, русским респондентам не свойственна «другоцентричность», поскольку в ядре ассоциативного поля отсутствуют реакции *ты* или *вы*. Более того, специфика реагирования состоит в том, что, в отличие от арабских и китайских студентов, русские использовали модель ответа «стимульное слово – местоимение» значительно реже, отдавая предпочтение моделям «стимульное слово – существительное», «стимульное слово – прилагательное», «стимульное слово – глагол».

На следующем этапе интересным представляется изучить ценностно-эмоциональный спектр анализируемых ассоциативных полей, представленный как эмоционально-положительными, так и отрицательными ответами. Процентное соотношение подобных реакций среди арабских студентов составляет 8% (*скромный, хороший человек, я буду хорошим человеком, умный, счастливый, сильный, великий, я – хороший*) к 2% (*одиноким, эгоист*). Следовательно, общее число эмоционально окрашенных ассоциатов составило 10%. Тем не менее среди остальных ответов, составляющих ассоциативное поле арабских студентов, отдельно хотелось бы отметить наличие реакций семантической группы «цель» *амбиции, цель* (2), характеризующих упорство в достижении цели и стремление к личностному и профессиональному росту; а также глагольные ассоциации действия *люблю свою девушку, не знаю, люблю тебя, надеюсь*.

Ценностно-эмоциональный спектр китайских студентов представлен большим количеством разнообразных ассоциаций: положительные (54%): *веселый, толерантный, умный, думающий, дружелюбный, необычный, свободный, активный, уникальный, удивительный, великий, милый, уверенный, счастливый, сильный*; отрицательные (3%): *сложный, не сильный, ничего*; нейтральные (2%): *обычный, нормальный*. Таким образом, ассоциации китайских студентов являются более эмоционально окрашенными с преобладанием положительной личностной оценки, поскольку в процессе эксперимента респонденты делали упор в описании образа «я» на черты характера и внешность.

Процентное соотношение эмоционально окрашенных реакций русских студентов – 29% к 3%: положительные – *красивая* (6), *умный* (4), *лучший* (3), *хороший* (3), *крутой* (2), *добрая* (2), *классный, чудесная, милая, крут, дружелюбный, ответственный, спокойный, сильный*; отрицательные – *одиноким, дебил, глупый*.

Представленные данные позволяют сделать вывод, что образ «я» для русских и китайских респондентов концентрирует в себе широкий оценочный эмоциональный спектр. Среди наиболее значимых семантических полей качественных характеристик студенты выделяют прилагательные, описывающие внешность (*красивый*), социальные (*ответственный, дружелюбный*), умственные (*умный, глупый, думающий*) и внутренние характеристики (*добрая, хорошая, милая, спокойная*). Представители арабской культуры также склонны к описанию исследуемого образа через ценностно-эмоциональные ответы, однако их процентное

соотношение значительно ниже и ограничено небольшим количеством единичных ассоциатов, в которых отсутствует семантическое поле внешней привлекательности.

В связи с вышесказанным мы можем заключить, что изучение национально-культурной специфики исследуемого образа «я» в языковом сознании носителей выбранных культур позволяет ученым приоткрыть завесу, скрывающую национальное представление о себе носителей разных культур. На основе полученных данных свободного ассоциативного эксперимента можно судить не только об основных моделях ассоциирования на исследуемое стимульное слово, но также проанализировать ассоциативные пары на глубинном уровне отношений.

В нашем исследовании мы разбили полученные реакции на группы по предметно-смысловой смежности, сходству и опосредованным связям, что дало нам возможность оценить общее представление носителей трех культур о наиболее важном звене ядра языкового сознания, выделить специфику реагирования и провести параллели между исследуемыми группами. Обращение к ядру образа «я» и ценностно-эмоциональному спектру позволило выделить ключевые семантические поля, составляющие содержание изучаемого стимульного слова, оценить ориентированность образа (я – ты) и его эмоциональное наполнение, рассмотреть типичные качества, которые респонденты приписывали себе как представителю той или иной культуры. Изучение образа через призму сравнительно-сопоставительного анализа помогло нам раскрыть специфику отражения действительности, ее фиксацию и репрезентацию, свойственную носителям арабской, китайской и русской культур.

Перспективными, с нашей точки зрения, являются исследования, направленные на дальнейший сравнительно-сопоставительный анализ образов, сложившихся в языковом сознании носителей различных культур, с целью изучения содержания этих образов, выявления особенностей их восприятия и анализа сходств, различий и динамики их изменения и наполнения.

Список источников

1. Герасименко Э. В. Самоидентификация личности как лингво-философская проблема // Общество и право. 2014. № 2 (48). С. 330-335.
2. Зубкова Т. И. Психолингвистика // Прикладное языкознание: учебник / отв. ред. А. С. Герд. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. С. 245-267.
3. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (обзор) // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: сб. обзоров. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2000. С. 7-25.
4. Мартинович Г. А. Вербальные ассоциации в ассоциативном эксперименте [Электронный ресурс]. URL: <http://zodorov.ru/pdfview/g-a-martynovich-verbalenie-associacii-v-associativnom-eksperim.html> (дата обращения: 23.05.2018).
5. Нечаева Е. Ф. Языковое сознание и национальный менталитет (к вопросу о терминологии) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2009. № 2. С. 30-33.
6. Сергиева Н. С. Пространство и время жизненного пути в русском языковом сознании. СПб.: Наука, 2009. 316 с.
7. Тарасов Е. Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира: сб. статей / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: Институт языкознания РАН, 2000. С. 24-32.
8. Уфимцева Н. В. Языковое сознание: динамика и вариативность. М. – Калуга: Институт языкознания РАН, 2011. 252 с.
9. Уфимцева Н. В. Языковое сознание как отображение этносоциокультурной реальности // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1. С. 102-110.
10. Уфимцева Н. В. Языковое сознание: этнолингвистическая парадигма исследований // Методология современной лингвистики: сб. статей. М. – Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2003. С. 162-174.
11. Харченко Е. В. Я-идентификация современных студентов (на примере ассоциативного эксперимента) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2014. Т. 11. № 1. С. 53-56.

I-IDENTIFICATION OF THE BEARERS OF THE RUSSIAN, CHINESE AND ARAB CULTURES

Balandina Ekaterina Sergeevna, Ph. D. in Philology
South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk
nenash_ek@mail.ru

The article discusses the ways of representing the image of “I” in the linguistic consciousness of the bearers of the Arabic, Chinese and Russian cultures. The object of the study is the linguistic consciousness of different cultures bearers. The subject of the research is the image of “I”. The results of the paper are based on the material obtained in the course of a free associative experiment. The analysis of the constructed associative fields of the stimulus word has made it possible to divide the obtained verbal reactions into the associations of contiguity and similarity, to identify the most frequent responses to the presented stimulus, to evaluate the value-emotional component of the image under study.

Key words and phrases: psycholinguistics; linguistic consciousness; verbal associations; associative experiment; image.