

Покаякова Карина Александровна

ОБРАЗ МУЖЧИНЫ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ И АМЕРИКАНЦЕВ

В статье приводятся результаты исследования национально-культурной специфики языкового сознания на примере образа мужчины в русской и американской культурах по данным свободного ассоциативного эксперимента. Привлечение данных двух языков позволяет выявить универсальные и специфические особенности репрезентации образа мужчины в рассматриваемых лингвокультурах.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2013/7-2/37.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 7 (25): в 2-х ч. Ч. II. С. 147-149. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2013/7-2/

© 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: voprosy_phil@gramota.net

как формулируют свои мысли на изучаемом языке. Такие наблюдения в условиях электронной среды при опосредованном, отсроченном взаимодействии будут проходить более эффективно по сравнению с наблюдениями в ситуации аудиторных занятий. Рефлексия и анализ того, что происходит в процессе совместной деятельности обучающихся в электронной информационно-образовательной среде, будут, несомненно, способствовать более глубокому усвоению материала и осознанию собственного продвижения в изучении иностранного языка.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что возможности электронной информационно-образовательной среды вуза позволяют значительно разнообразить формы и виды организации проектной деятельности в процессе изучения иностранного языка, адаптировать их под возможности и потребности каждого обучающегося, что благотворно влияет как на рост мотивации, так и на повышение уровня сформированности иноязычной коммуникативной компетенции, а также других общекультурных и профессиональных компетенций студента, заявленных в современных образовательных стандартах.

Список литературы

1. Киселёва М. В., Погосян В. А. Модели учебного взаимодействия в высокотехнологичной информационной образовательной среде [Электронный ресурс]. URL: <http://fit-herzen-conf.ru/conf-2012/pogosyan.html> (дата обращения: 23.01.2013).
2. Плеханова М. В., Пигарёва Е. П. Особенности организации групповой формы работы студентов на базе электронной платформы Moodle в процессе обучения иностранному языку в неязыковом вузе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 5 (16). С. 144-149.
3. Полат Е. С. Метод проектов [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.google.com/document/d/13xOCJ50yaEkIzYq2kuRf3nbzVDewud6fcIkMzFqyrq4/edit?pli=1> (дата обращения: 18.02.2013).
4. Тулоханова Н. С. Формирование проектной деятельности студентов технического вуза в условиях предметной информационно-образовательной среды: автореф. дисс. ... канд. пед. наук. Чита, 2009. 20 с.

STUDENTS' PROJECT ACTIVITY UNDER CONDITIONS OF ELECTRONIC INFORMATION-EDUCATIONAL ENVIRONMENT IN PROCESS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGE

Plehanova Marina Viktorovna, Ph. D. in Pedagogy
National Research Tomsk Polytechnic University
plehanova@tpu.ru

The author considers the features of students' project work of nonlinguistic training directions under conditions of electronic information-educational environment of higher education establishment in the process of learning a foreign language, analyzes the main features of this type of activity, and presents the requirements and practical recommendations on the organization of project activity in electronic environment

Key words and phrases: learning foreign language in higher education establishment; project activity; electronic information-educational environment.

УДК 8; 81

Филологические науки

В статье приводятся результаты исследования национально-культурной специфики языкового сознания на примере образа мужчины в русской и американской культурах по данным свободного ассоциативного эксперимента. Привлечение данных двух языков позволяет выявить универсальные и специфические особенности репрезентации образа мужчины в рассматриваемых лингвокультурах.

Ключевые слова и фразы: языковое сознание; образ мужчины; ассоциативный эксперимент; семантический гештальт; семантические зоны.

Покоякова Карина Александровна

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова
karina_p.84@mail.ru

ОБРАЗ МУЖЧИНЫ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ И АМЕРИКАНЦЕВ®

Изучение национально-культурной специфики языкового сознания, отражающей межкультурные различия и являющейся главной причиной непонимания при межкультурном общении, относится к актуальным проблемам психолингвистики. Известно, что исследование языкового сознания в психолингвистике проводится путем анализа вербальных ассоциаций, полученных при помощи ассоциативного эксперимента [2, с. 753-754]. Ассоциативный эксперимент позволяет получить «не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент образа мира того или иного этноса, отраженного в сознании «среднего носителя» той или иной культуры, его мотивов или оценок» [5, с. 144].

Выбор образа мужчины для исследования особенностей его вербальной репрезентации в языковом сознании носителей разных культур связан с важностью бинарной оппозиции «мужчина – женщина», занимающей ведущее место в языковой картине любого народа, формируя «границы поля смыслов культуры» [4, с. 25].

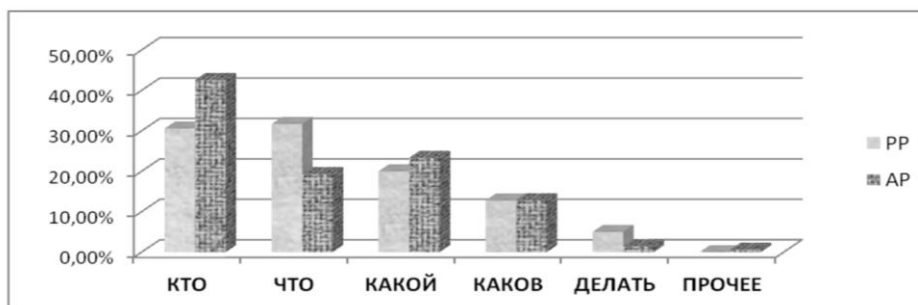
Задача данной статьи – выявить универсальные и национально-специфические особенности психолингвистических значений слов «мужчина/*man*», отраженные в сознании носителей русской и американской лингвокультур. Для этой цели в 2012-2013 гг. был проведен свободный ассоциативный эксперимент (САЭ) с фиксацией первой реакции русских и американских респондентов. Русские респонденты (РР) представлены студентами Хакасского госуниверситета им. Н. Ф. Катанова (г. Абакан, Республика Хакасия). Американские респонденты (АР) являются студентами Западно-Вашингтонского университета (г. Беллингхэм, штат Вашингтон, США). Общее количество испытуемых составило 530 человек в возрасте от 16 до 35 лет.

В основу исследования полученных ассоциативных полей положен метод семантического гештальта Ю. Н. Караулова. Структурирование и анализ ассоциативного поля (АП) с помощью данного апробированного метода позволяет выявить общие особенности отражения фрагментов картины мира, учитывая все реакции, в том числе единичные, важные при изучении восприятия того или иного концепта носителями языка в целом [3, с. 107-108].

По итогам анализа АП стимульных слов МУЖЧИНА и *MAN* было выделено шесть семантических зон (СЗ). Их сравнительная иерархия в двух АП представлена в Диаграмме 1.

Диаграмма 1.

Рейтинг распределения ассоциаций по СЗ в ассоциативном поле «мужчина» (в %)



Показатели, приведенные в диаграмме, позволяют говорить о том, что в АП *MAN* представлены все шесть СЗ. Максимально высокую наполняемость имеет СЗ «Кто» – 42, 58%. Следующая СЗ «Какой» представлена 23,31% реакций. Чуть меньшей оказалась продуктивность СЗ «Что» и «Каков» – 19,28% и 12,82%. Минимальным оказался объем СЗ «Делать» – 1,43% и «Прочее» – 0,58%.

АП МУЖЧИНА отличается от АП *MAN* как рейтингом СЗ, так и долей представленных в них соответствующих ассоциат. Лидером в АП МУЖЧИНА оказалась СЗ «Что» – 31,67%, на втором месте СЗ «Кто» – 30,55%. СЗ «Какой» оказалась примерно одинаковой по объему с СЗ *MAN* – 20%. Далее следуют СЗ «Каков» (12,78%) и «Делать» (5%).

В данной статье мы предлагаем более подробный сравнительный анализ СЗ «Кто», «Что», «Какой» и «Каков», отличающихся высокой наполняемостью у данных групп информантов.

В СЗ «Кто» у РР самой частотной реакцией оказывается ассоциация *отец* (13)¹. Информанты группы АР дали на слово МУЖЧИНА высокочастотную реакцию *woman _женщина_* (40), как части универсальной бинарной оппозиции *мужчина/женщина*. Следует отметить, что и в системе психолингвистических значений слова *WOMAN*, полученных с помощью САЭ ранее, оппозитивная группа реакций *man* также оказалась самой частотной [1, с. 47]. У РР подобные антонимические реакции в анализируемых АП не выявлены.

Значение *биологического пола* оказалось представленным в АП *MAN* через ассоциативные схемы: 1) контраста: *woman _женщина_* (40); 2) акцентирования маскулинности: *male/man _мужчина_* (14), *manly men men _мужчины, которые мужественнее мужчин_*, *He-Man _настоящий мужчина_*, *tacho _мачо_* (1). Сюда же примыкают единичные реакции, выражающие имена собственные: *James Bond _Джеймс Бонд_*, *Mars _Марс_*.

Вторая по частотности ассоциация у АР связана с возрастными маркерами, отличающими мужчину от мальчика: *adult _взрослый человек_* (14) и *guy _парень_* (10).

На третьем месте находятся реакции, связанные с принадлежностью к общей категории людей и с социальными ролями мужчины в обществе: *person _личность, человек_* (8), *human _человек_* (3), *homo sapiens _человек разумный_* (1), а также *father/dad _отец_* (8), *husband _муж_*, *provider _кормилец_* (1). Одушевленность образа мужчины в языковом сознании АР подчеркивается, на наш взгляд, и отмеченным выше лидирующим положением СЗ «Кто». Следует отметить, что у РР ведущей оказалась группа реакций, характеризующая социальные и семейные роли мужчин в обществе. В ней лидируют реакции *отец* (13), *защитник* (10) и затем: *хозяин* (6), *кормилец* (4), *муж* (2), *глава семьи, семьянин* (1).

¹ (13) – здесь и далее цифра в скобках указывает на частотность приведенных реакций в ответах респондентов.

Примечательно, что ассоциации, несущие негативную характеристику, нашли свое отражение только в реакциях женских респондентов групп РР: *ловелас, маньяк, вун*. Эта же группа респондентов приводит такие ожидаемые ими позитивные мужские качества как *сильный пол, рыцарь, джентльмен*.

СЗ «Что» представлена у РР высокочастотной ассоциацией – *сила* (25), которая имеет низкий показатель частотности у АР – *strength* (3). В группе РР присутствуют ассоциации, конкретизирующие или уточняющие понятие *силы*: *мужество* (10), *храбрость, власть, уверенность* (1).

Самой частотной реакцией у АР является ассоциат *suit _костюм_* (12), который можно толковать в его прямом значении части мужского гардероба или как лишь внешний маркер принадлежности к мужской половине человечества. Значительную долю американских ассоциаций составляют реакции, репрезентирующие физиологические особенности мужчины и представляющие его как биологический пол: *penis/male genitalia _мужской половой орган_* (5); *muscles _мускулы_*, *beard _борода_* (3); *body _тело_*, *pecs _мужская грудь_*, *testosterone _тестостерон_*, *у chromosome _хромосома_* (1).

В ответах русских и американских респондентов обнаруживаются слова-реакции, служащие для наименования предметов, вещей или явлений, которые непосредственно ассоциируются с мужчиной: *car _машина_*, *motorcycle _мотоцикл_*, *beer _пиво_*, *beer belly _пивной живот_*, *axe _топор_*, *sword _меч_*; *машина, автомобиль, футбол, хоккей, армия*. В данной группе реакций совпала лишь автомобильная тематика.

В СЗ «Какой» ведущей реакцией на стимул МУЖЧИНА/MAN оказывается ассоциат *сильный/strong* у всех групп респондентов (РР – 34, АР – 31). Важными оказались реакции, связанные с характеристикой внешности. АР обращают внимание на рост мужчины *tall _высокий_* (18), физическую характеристику его тела *masculine _мужской, мужественный_* (9), *big/large _большой, крупный_* (6). Для РР важными оказываются такие реакции как *статный* (2), *высокий* и *крепкий* (1).

Информанты группы АР дают также достаточно частотные реакции, связанные с возрастными характеристиками мужчины, отличающими его от мальчика, юноши: *mature/grown _зрелый, взрослый_* (7), *old _старый, опытный_* (4), *older _старше_* (2).

Значительное место в СЗ «Каков» занимают прилагательные, связанные с характеристикой внутренних качеств мужчины и его интеллектуальных способностей:

1) Реакции РР – *умный* (12), *мужественный* (10), *справедливый* (2), *отважный* (2), *смелый, волевой, упрямый*.

2) Реакции АР – *independent _независимый_* (4), *protective _защитающий_* (2), *responsible _ответственный_*, *assertive _самоуверенный_*, *bold _смелый, решительный_*, *heroic _посланый_*, *smart _умный_*, *intelligent _умный, эрудированный_*, *ordered _рациональный_*.

Следует отметить, что почти 35% всех реакций, данных АР в данной СЗ, занимают слова с негативной окраской: *tough _трудный_* (5), *generic _типичный, заурядный_* (3), *rugged _трудный_* (2), *complicated _сложный_*, *nervous _нервный_*, *close-minded _закопсанный_*, *lost _потерянный_*, *hollow _пустой_*. Причем гендерная специфика в негативных реакциях не обнаружена.

Таким образом, в ведущих СЗ АП МУЖЧИНА и MAN выявлено преимущественно положительное восприятие образа мужчины при наличии гендерной специфики негативных реакций только у РР. Высок удельный вес ассоциаций, связанных с физической и моральной силой, при явном количественном перевесе в АП РР. В американском языковом сознании выявлена высокая продуктивность маркеров биологического пола и возраста. В восприятии представителей русской лингвокультуры образ мужчины, прежде всего, ассоциируется с социально значимой ролью отца и защитника.

Список литературы

1. Боргоякова Т. Г., Покоякова К. А. Лексикографическая и психолингвистическая репрезентация образа женщины в разных лингвокультурах // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. Т. 10. Вып. 2. С. 45-50.
2. Караулов Ю. Н. Русский ассоциативный словарь: в 2-х т. М.: Астрель, 2002. Т. 1. От стимула к реакции: ок. 7000 стимулов. 784 с.
3. Караулов Ю. Н. Семантический гештальт ассоциативного поля и образы сознания // Языковое сознание: содержание и функционирование: тез. док. XIII Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации (Москва, 1-3 июня 2000 г.) / отв. ред. Е. Ф. Тарасов. М.: ИЯ РАН, 2000. С. 107-108.
4. Мельникова А. А. Язык и национальный характер. Взаимосвязь структуры языка и ментальности. СПб.: Речь, 2003. 320 с.
5. Уфимцева Н. В. Русские: Опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М.: ИЯ РАН, 1996. С. 139-162.

IMAGE OF MAN IN RUSSIANS' AND AMERICANS' LANGUAGE CONSCIOUSNESS

Pokoyakova Karina Aleksandrovna
Khakass State University named after N. F. Katanov
karina_p.84@mail.ru

The author presents the results of studying the national-cultural specificity of language consciousness by the example of man's image in the Russian and American cultures, according to the free association experiment, and uses two languages as it allows revealing the universal and specific features of man's image representation in these linguistic cultures.

Key words and phrases: language consciousness; man's image; association experiment; semantic gestalt; semantic zones.