

ОСОБЕННОСТИ КЛИШИРОВАННЫХ ИНОЯЗЫЧНЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ АССОЦИАЦИЙ РУССКОГОВОРЯЩИХ (на материале ассоциативных экспериментов)

В статье представлены результаты проведения серии направленных ассоциативных экспериментов с целью изучения закономерностей формирования ментального лексикона при овладении иностранным языком и особенностей усвоения клишированных единиц русскоговорящими, изучающими английский язык как иностранный.

Выявление некоторой модели ментального лексикона носителей языка и закономерностей её функционирования при овладении родным и неродным языком – один из актуальных аспектов исследования в современных когнитивных областях знания [1; 2; 3; 5; 6]. Структурно-семантический, описательный или трансформационный методы не способствуют результативности в решении указанной проблематики. Ранее апробированные подходы к изучению клишированных единиц – метод фразеологического анализа, контекстологический, вариационный, компликативный и др. – не раскрывают со всей необходимой полнотой вопросы функционирования фразеологизмов в речи, закономерностей их использования в процессах речепорождения или речевосприятия и понимания.

Экспериментальные методики в рамках психолингвистического направления открывают новые возможности для поиска ответов на ключевые вопросы – о месте лексических и фразеологических единиц в ментальной организации человека и закономерностях их функционирования в речи. Для экспериментального исследования субъективных семантических полей слов, формируемых и функционирующих в сознании человека, выявления характера семантических связей слов внутри семантического поля широко применяется ассоциативный эксперимент.

В целях изучения формирования ментального лексикона при овладении иностранным языком и особенностей усвоения клишированных единиц русскоговорящими, изучающими английский язык как иностранный, нами была разработана и проведена серия направленных ассоциативных экспериментов. Данный подход способствовал выявлению содержания клишированных (англоязычных) ассоциаций, описанию их специфики, и позволил определить отдельные закономерности формирования языковых клише в ментальном лексиконе русскоговорящих, изучающих английский язык.

В первой серии экспериментов испытуемым (30 студентов факультета иностранных языков) предлагалось в ответ на предъявленное слово-стимул воспроизвести устойчивые выражения (фразеологизмы, цитаты, пословицы или крылатые выражения), в состав которых входит указанное слово-стимул.

Список слов-стимулов – *dog, cat, to think, cake, mouth, deaf tongue, fish, love, tomorrow, fire, ship, to speak, eye, home, hand, to keep, to come, to lose, to get, rule, word, time* – формировался нами на основе их соответствия таким критериям, как потенциальная фразеологическая активность, общеупотребительность, функциональная разнородность.

В результате проведенного эксперимента было зафиксировано 350 клишированных реакций. Из них: ожидаемые – 266; нестандартные – 62, переводные идиомы русского языка – 22. Большинство реакций, полученных во время эксперимента, относится к стандартным (ожидаемым) реакциям.

Ассоциативные ряды, полученные от испытуемых, репрезентируют известные устойчивые единицы английского языка, напр.: **fish** – *neither fish nor flesh, a big fish in a small pond, like fish out of water*; **cat** – *play cat and mouse, rain cats and dogs*; **deaf** – *no one is so deaf as those who won't hear, deaf and dumb*); а также цитаты – «*Be the person your dog thinks you are*» (Stephens); «*I am thinking that's mean I'm exist*»; «*If you wish to be loved, love!*» (Hecato); «*We accept the love we think we deserve*» (Stephen Chbosky), «*Eyes are mirror of soul*» (Paulo Coelho); лозунги – «*Make love not war*», «*Keep calm and carry on*», афоризмы – «*Everything takes longer than you think*», разговорные выражения – *cheesecake* (лакомый кусочек), слоганы компаний – «*New thinking new possibilities*».

В некоторых фразеологических единицах и поговорках компоненты были заменены синонимами (*actions tell more than words – actions speak louder than words, don't put on tomorrow what you can do today – never put off until tomorrow what you can do today*). В некоторых случаях наблюдался пропуск одного из компонентов фразеологизмов, напр.: *turn a deaf – turn a deaf ear*.

При обработке клишированных ассоциаций отмечается типичная тенденция – обязательное наличие идиом родного языка, буквально переведенных испытуемыми на английский язык, напр.: *like fish in water* (ср. *как рыба в воде*), *catch a gold fish* (ср. *поймать золотую рыбку*), *live like cat and dog* (ср. *жить как кошка с собакой*).

Кроме того, в процессе обработки анкетных данных зафиксированы и нестандартные реакции, напр.:

– *cake by the ocean, love me like you do* – названия популярных зарубежных песен;

– *love my dog, I think about you, we are like fish in the ocean, I love you* – высказывания, которые выражают сиюминутные мысли;

– *keep calm and: watch serials /do nothing / love supernatural*; с тех пор как фраза *keep calm* стала широко известной, у нее появились различные продолжения. В настоящее время в торговой сфере множество товаров сопровождается указанным выражением;

– ольшее количество фразовых глаголов (*get over, get up*);

– фразеологизмы, в которых один из компонентов был употреблен неверно, вследствие чего значение фразеологизма или устойчивого высказывания был изменено: *love lies in lover's eyes – beauty lies in lover's eyes*.

В ходе эксперимента были выявлены следующие тенденции: 1) клишированный компонент английского языка достаточно продуктивен в речи, а значит и ментальном лексиконе русскоязычных испытуемых, изучающих английский язык как иностранный; 2) несмотря на то что испытуемые находятся вне лингвокультурной среды, им известна как идиоматика английского литературного языка, так и разговорные идиомы; 3) очевидна тенденция влияния масс-культуры, интернет- и медиа-коммуникации; 4) влияние родного (русского) языка на формирование клишированного компонента в ментальном лексиконе испытуемых оказывается не столь значительным в сравнении с другими факторами.

Во второй серии экспериментов испытуемым (30 студентов факультета иностранных языков) предлагалось в ответ на предъявленные английские фразеологизмы, а также пословицы и поговорки – коммуникативные фразеологические единицы (в терминологии А.В. Кунина) представить синонимичные им устойчивые единицы (фразеологизмы, цитаты, пословицы или крылатые выражения) и определить их значение. Стимульный материал для эксперимента формировался на основе английского фразеологического словаря А.В. Кунина, электронных словарей и интернет-ресурса для изучающих английский язык «Native English» [4].

Список стимульного материала идиоматических выражений : 1) *Odd bird*; 2) *To tread on air*; 3) *As thick as thieves*; 4) *Roll in money*; 5) *To fly off a handle*; 6) *To play with edge-tools*; 7) *Like a bolt from the blue* ; 8) *To take to smth like a duck to water*; 9) *A hard nut to crack* ; 10) *As plain as the nose on your face*; 11) *Where the devil lives*; 12) *Be in smb's boots*; 13) *Who never climbed, never fall*; 14) *To beat about the bush*; 15) *Follow suit* ; 16) *Actions speak louder than words*; 17) *An old bird*; 18) *Of much account*; 19) *Come up in the world*; 20) *Bad blood*; 21) *From China to Peru*; 22) *Storm in a teacup*; 23) *Cast a false colour*; 24) *Talk through the back of one's neck*; 25) *Let sleeping dogs lie*.

Варианты ответных реакций испытуемых дифференцировались на: 1) подбор синонимичных конструкций к идиоме-стимулу; 2) дефиниция (толкование значений) идиом.

В ходе эксперимента на предложенный стимульный материал было получено 755 реакций. Экспериментальный материал отражает следующие типы реагирования: 1) представлена идиома с синонимичным значением – 118; 2) представлена не синонимичная идиома – 16; 3) представлена идиома родного (русского) языка – 38; 4) продублирована идиома-стимул – 4; 5) представлена дефиниция идиомы, совпадающая с её словарным значением – 486; 6) представлена дефиниция идиомы, не совпадающая с её словарным значением – 93.

Среди реакций данного типа достаточно показателен 6 тип реагирования, при котором испытуемые предлагают дефиниции устойчивых единиц, которые далеки от их основных словарных значений, напр.: *an old bird – cunning fellow, a stupid person; as plain as the nose on your face – a person who is not self-important; to beat about the bush – to cheat, to spare money; storm in a teacup – quiet is not always good*. Отсутствие представлений о семантике идиом не мешало испытуемым делать предположения на основе языковой догадки и определять их значение на основе страте-

гии «компонентного анализа» по аналогии с семантизацией свободных словосочетаний. Некоторые варианты синонимов, предложенных испытуемыми, не обладают идиоматичностью – *on the 7th clouds, don't spill water*, либо не являются синонимами для идиомы-стимула: *cast a false colour* ('представить в ложном свете') – *cast down* ('бросить вниз, опустить'), *to fly off a handle* – *to fly off the hinges, beat about the bush* – *beat around the bush*.

Кроме того, в качестве реакций достаточно типичны случаи фиксации идиом русского языка, переведенных на английский язык, напр.: *more simply than the soared turnip, don't wake up evil when it's sleeping; don't wake up the beast; where the crayfish winter*.

На основе полученных экспериментальных данных определим некоторые закономерности: 1) в ментальном лексиконе испытуемых активны клишированные единицы английского языка, так как испытуемые узнавали идиомы и могли объяснить их значения; 2) в процессе овладения иностранным языком семантическая сторона иноязычной идиоматики усваивается более эффективно (76% от общего количества реакций), все идиомы получили дефиниции на английском языке, что позволяет определить, что испытуемые обладают способностью к дефиниции (определению значения языковых единиц неродного языка; 3) в ментальном лексиконе испытуемых идиоматика родного и иностранного языка распределены автономно, количество интерферентных явлений минимально – 5% от общего количества реакций; 4) у испытуемых активен не только определенный пласт клишированных единиц английского языка, но и сформированы устойчивые парадигматические связи в идиоматике иностранного языка.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в развитии углубленных представлений об особенностях ассоциативных процессов при овладении иностранным языком; о клишированных ассоциативных связях в процессе усвоения английского языка как иностранного, что применимо в практике преподавания иностранного языка в высших учебных заведениях и общеобразовательной средней школе.

Список литературы

1. Залевская, А.А. Слово в лексиконе человека: психолингвистическое исследование / А.А. Залевская. – Воронеж Воронежский государственный университет, 1990. – 134 с.
2. Залевская, А.А. Вопросы овладения вторым языком в психолингвистическом аспекте / А.А. Залевская. – Тверь : Тверской государственный университет, 1996. – 195 с.
3. Караулов, Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть / Ю.Н. Караулов. – Москва : Ин-т языкознания РАН Науч. шк. «Русская языковая личность» Рос. фонда фонд. иссл., 1999. – 180 с.
4. Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь [Электронный ресурс] / А.В. Кунин. – Режим доступа: <http://padaread.com/?book=17653&pg=1>. – Дата доступа: 28.05.2017

5. Garman, M. Psycholinguistics / M. Garman. – Cambridge etc.: Cambridge University Press, 1990. – 269 p.

6. Lieber, R. On the organization of lexicon / R. Lieber. – Bloomington: The Indiana University Linguistics Club, 1981. – 156 p.