

МАТЭРЫЯЛЫ І ПАВЕДАМЛЕННІ

УДК 81'23

© Т.И. Антоненко

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД
К ИЗУЧЕНИЮ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ КАРТИН МИРА
(на материале английского и русского языков)**

Статья посвящена проблеме использования психолингвистического подхода к изучению интерференции картин мира.

The article is dedicated to the problem of using of psycholinguistic approach to studying the interference pictures of the world.

Понятие языковой картины мира является одним из центральных при описании национально-культурной семантики слов. Изучение специфики языковой картины мира способствует выработке способов и механизмов преодоления барьеров в межкультурном и межнациональном речевом взаимодействии.

Овладение иностранным языком непосредственно влияет на содержание сознания субъекта. При освоении второго языка происходят изменение языковой картины мира, которая до сих пор была сформирована в контексте одного лишь родного языка, а также, изменяя языковую картину мира индивида, новый язык неизбежно влияет и на общую картину мира в когнитивной сфере [Залевская 1999, с. 91-96]. При овладении иностранным языком происходит изменение имплицитной картины мира индивида: наблюдается перестройка коннотативного значения когнитивных объектов, им приписывается новая эмоционально насыщенная образность; происходит переформирование общего эмоционального настроения мироощущения, категоризации общих контуров выстраиваемого в сознании концептуального образа мира; изменяется категориальная структура индивидуального сознания, а также классификация объектов окружающей социальной действительности.

Одним из репрезентативных способов исследования языковой картины мира является психолингвистический эксперимент, который делает возможным изучение субъективных семантических полей, исследование характера парадигматических связей, существующих внутри семантических полей в рамках отдельного языка, а при двуязычии – выявление специфики

в языковой семантике, проявляющейся в сочетаемости слов (т. е. в семантико-грамматическом и семантико-синтаксическом плане) [Белянин 2007, с. 129-136]. Наиболее известным психолингвистическим экспериментальным методом является ассоциативный эксперимент. Исследования языковой картины мира с помощью ассоциативного эксперимента дают возможность выявить как системность содержания образа, стоящего за словом в той или иной культуре, так и системность самого языкового сознания носителей той или иной культуры как целого, а также показывают уникальность и неповторимость образа мира каждой культуры мира.

При проведении ассоциативного эксперимента может быть выявлена интерференция картин мира, в результате которой происходит наложение одной языковой картины мира на другую. Это явление приводит к тому, что иноязычный материал вписывается в контекст родного языка, а сообщения на нем понимаются с точки зрения родной культуры, что выражается в наличии периферических и синтагматических реакций и свидетельствует об особом грамматическом (синтагматическом) выборе.

В ходе исследования нами были проведены 2 серии свободного ассоциативного эксперимента среди студентов 3 курса факультета иностранных языков УО «МГУ им. А.А. Кулешова». В эксперименте приняли участие 55 человек.

Проявление интерференции в языковой картине мира выразилось в следующем.

1. В наличии периферических реакций, напр.: *choice – action, pain – spirit, sweet – boy, country – air, people – life, soil – true, pollution – treat, run – jump, head – shoulders, country – live in Belarus, colour – eyes, choice – way, ocean – fresh, day – study, ticket – free, square – green, head – mind, interesting – funny, interesting – thing, hope – love, pain – anger, interesting – popular, sweet – people, blue – to make somebody, daughter – orange, voice – five*. Так, периферическая реакция *country – people* связана с различным видением, пониманием и интерпретацией окружающей действительности. Для носителей русского языка реакция *воздух* на слово-стимул *деревня* является типичной. Известно, что для представителей русской культуры отдых в деревне всегда ассоциируется с чистым воздухом. Для представителей иноязычной культуры, напротив, *country* ассоциируется с русским аналогом *провинция*, а не *деревня*. Распространенными реакциями на стимул *country* являются *outfield, in the country, countryside*. Пара слов *square – green* также иллюстрирует существующие национально-культурные различия. Носители русского языка слово *площадь* связывают с ухоженным участком земли, засаженным зеленью и цветами. У носителей же английского языка со стимулом *square* возникают следующие реакции – *mile* (квадратная миля), *squares* («клеточки») – детская

игра, напоминающая игру в «крестики и нолики»), *yard* (квадратный ярд), *leg* (игрок в левом положении во время игры в крикет). Показательна также пара *head – shoulders*. В сознании носителей русского языка стимул *голова* ассоциируется с другими частями тела (*голова – плечи*), в языковом же сознании носителей англоязычной культуры *head* имеет преимущественно значения ‘главный’, ‘основной’, ‘ведущий’ (*headmaster, headquater, headroom*).

2. В наличии преимущественно синтагматических реакций у некоторых участников эксперимента, что свидетельствует о комплексном, инфантильном мышлении, напр.: *sweet – honey, to ask – a question, choice – independent, blue – colour, blue – sky, pain – strong, high – mountain, pollution – environment, student – study, job – to work, sweet – candy, soil – good, voice – loud, to tell – stories, young – man, old – friend, good – daughter, student – active, work – mental, choice – my, water – blue, pain – awful, bread – tasty, day – nice, result – high, work – difficult, choice – right, people – blind*.

3. Наиболее ярко своеобразие языковой картины мира проявилось в грамматическом (синтагматическом) выборе, напр.: англ. *heavy rain (strong rain)* – рус. *сильный дождь*; англ. *sound teeth (healthy teeth)* – рус. *здоровые зубы*; англ. *sharp pain (deep pain)* – рус. *сильная боль*; англ. *to book a ticket (to order a ticket)* – рус. *заказывать билет*; англ. *heart disease (illness)* – рус. *болезнь сердца*; англ. *a tall man (a high man)* – рус. *высокий человек, мужчина*; англ. *toothache (toothpain)* – рус. *зубная боль*; англ. *intelligent student (clever student)* – рус. *умный студент*; англ. *grey hair (white hair)* – рус. *седые волосы*; англ. *regular, right features (good features)* – рус. *правильные черты лица*; англ. *continuous pain (long pain)* – рус. *продолжительная боль*; англ. *comfortable words (calm words)* – рус. *утешительные слова*; англ. *convenient time (comfortable time)* – рус. *удобное время*; англ. *in high / low spirits (in good/bad spirits)* – рус. *быть в хорошем / плохом настроении*; англ. *to catch the bus (to be in time for bus)* – рус. *успевать на автобус*; англ. *compulsory attendance (necessary attendance)* – рус. *обязательная посещаемость*; англ. *to meet difficulties (to find difficulties)* – рус. *сталкиваться с трудностями*; англ. *to keep in mind (to be in mind, to remember in mind)* – рус. *запомнить, принять во внимание*; англ. *heavy repair (difficult repair)* – рус. *сложный ремонт*; англ. *deadline (last line)* – рус. *крайний срок*; англ. *to be of big value (to be of high value)* – рус. *иметь большую ценность*.

Часто особенности языковых картин мира создают определенные коммуникативные барьеры и затрудняют общение. Так, своеобразие пары *comfortable – convenient* может вызывать определенные трудности. Носители русского языка используют слово *comfortable* для передачи только одного значения ‘удобный’, в то время как представители иноязычной культуры разделяют сферы употребления слов *comfortable* и *convenient*. *Comfortable* –

‘удобный, комфортабельный’ (*chair, room, shoes*); ‘довольный, спокойный, утешительный, успокоительный’ (*words*); *convenient* – ‘удобный, не вызывающий никаких трудностей’ (*time, method, place*).

В отношении образности языка русский и английский существенно отличаются друг от друга. Это связано прежде всего с языковой традицией, расхождениями в сочетаемости слов, разными путями переосмысления значений слов, различными внутренними законами развития лексической подсистемы языка. Данное положение легко проиллюстрировать следующими примерами.

Так, на первый взгляд, будет правильным соответствие рус. *сильное впечатление* – англ. *strong impression*. Но для представителей англоязычной картины мира *strong impression* звучит неестественно, так как ‘impression’ (в прямом значении ‘отпечатленный след’) не может быть ‘strong’. Из двух вариантов для английского языка типичным является только один: *deep impression*.

Эквивалентом английского существительного *home* в русском языке является существительное *дом*. Мы пришли к выводу, что русское слово *дом* шире по значению, чем слово *home* в английском языке, что видно из сравнения лексико-семантической структуры этих двух слов. Словом *дом* обозначаются: 1. жилое (или для учреждения) здание; 2. свое жилье, а также семья, люди, живущие вместе, их хозяйство, очаг; 3. место, где живут люди, объединенные общими интересами, условиями существования (родина); 4. учреждение, заведение, обслуживающее какие-нибудь общественные нужды; 5. династия, род. Семантическая структура *home* включает значения: 1. *the house, where one is born; the house of ones parents and family*; 2. *the place or house where one lives*; 3. *the family; domestic life*; 4. *a place of rest*; 5. *motherland*. Русское слово *дом* можно считать эквивалентом английского *home* в таких значениях, как ‘место жительства человека’, ‘место жительства людей, объединенных общими интересами, условиями существования (родина)’. Но русское *дом* имеет также значение ‘учреждение’, отсутствующее в английском *home*. В английском языке коррелятами слову *дом* в значении ‘учреждение’ служат самые разнообразные лексемы, не связанные со словом *home*, напр.: *детский дом* – *orphanage (childrens home)*; *торговый дом* – *commercial firm*; *сумасшедший дом* – *lunatic asylum*; *исправительный дом* – *reformatory*.

Литература

Белянин, В.П. Психоллингвистика: учебник / В.П. Белянин. – 4-е изд. – М.: Флинта: МПСИ, 2007. – 226 с.

Залевская, А.А. Введение в психоллингвистику: учебник для студентов вузов, обуч. по филол. спец. / А.А. Залевская. – М.: РГГУ, 1999. – 382 с.