

УДК 81:39

***ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ КАК СРЕДСТВО ВЫЯВЛЕНИЯ
НАЦИОНАЛЬНОЙ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ В СОЗНАНИИ
РУССКОЯЗЫЧНЫХ СТУДЕНТОВ***

Титова Н. М.

Студент магистратуры,

Таганрогский институт им. А. П. Чехова (филиал) ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»

Россия, Таганрог

Аннотация

Национальная самоидентификация является одной из важных составляющих межкультурного общения, позволяющей интуитивно различать своих и чужих. Статья посвящена изучению национальной самоидентификации паремиологических единиц английского и русского языков как индикаторов национальной самоидентификации. Эксперимент основывается на методе свободных ассоциаций, позволяющем выявить особенности национального языкового сознания и содержание концепта в когнитивном сознании. В статье приводятся результаты эксперимента, основанного на методе свободных ассоциаций. Метод свободных ассоциаций позволяет выявить особенности восприятия русских и английских пословиц, что ведет к выявлению специфики национального самосознания и национальной самоидентификации.

Ключевые слова. Национальная самоидентификация, языковое сознание, паремиологические единицы, ассоциативный эксперимент, лакуны.

***PAREMIOLOGICAL UNITS AS MEANS OF NATIONAL SELF-
IDENTIFICATION OF RUSSIAN STUDENTS***

Titova N. M.

Graduate student

Anton Chekhov Taganrog State Institute,

Taganrog, Russia

Annotation

National self-identification is one of the most important components of cross-cultural communication, which allows to tell the foreigners from the peoples belonging to the same lingvocultural community. This article is dedicated to the study of the national self-identification on the material of Russian and English paremiological units. The paper represents the results of the experiment based on the method of free associations. The method of free associations allows to depict the peculiarities of English and Russian proverbs which help to disclose the specificity of national consciousness and identification.

Key words. National self-identification, linguistic consciousness, paremiological units, associative experiment, lacuna.

Национальная самоидентификация или национальное сознание является одним из критериев национального сообщества, позволяющим нам интуитивно отличать его от других сообществ, что говорит о специфике концептосфер культурных пространств разных народов. Через национальное сознание нация определяет свои коренные интересы, цели и идеалы, свое лицо в многонациональном мире. Национальный характер и мировоззрение народа отражают особенности национальной культуры, детерминированной языковым кодом культуры и системой концептуализации мира. Язык богат не только словарным запасом и грамматическими возможностями, но и концептуальным миром, концептосферой, в которой формируется национальная языковая личность. Чем богаче культура нации, ее история, традиции, литература, искусство, религия, тем богаче концептосфера этого народа.

Под самоидентификацией в широком смысле этого слова, понимают, принадлежность к определенной нации активного выразителя национальных интересов своего народа и его национального духа [5]. Теоретической основой

национальной самоидентификации являются «Я - концепция» и «Мы - концепция», которые определяются в психологии как сложная динамическая структура, отражающая жизнь человека. В структуру национальной самоидентификации входят три компонента:

1. Когнитивный (знание о национальном сообществе и знание о себе как его части);
2. Эмоционально - оценочный (общность чувства, вызванная у человека национальным обществом);
3. Поведенческий (действия и поступки, которые обусловлены когнитивным и эмоционально-оценочным компонентами) [6, 8].

Основным компонентом национальной самоидентификации является чувство принадлежности, родства и сопереживания национальному сообществу. Каждая национальная община объединена одним и тем же языком, культурой, психическими особенностями и историческим развитием [1]. Таким образом, чтобы быть членом такого сообщества необходимо принять его нормы, ценности и законы, или, другими словами, пройти процесс социализации, который влияет на дальнейшую самоидентификацию человека.

Паремиологические единицы составляют важнейший элемент духовной культуры. Они заключают в себе смысловое богатство, демонстрируют семантическую емкость языка и фиксируют миропонимание народа. Паремии предлагают специфическое восприятие мира, обусловленное национальным сознанием через систему образов, стереотипов и эталонов. Культурно-языковые характеристики паремий являются важным компонентом национальной культуры, и, следовательно, могут свидетельствовать о специфике национальной картины мира и национальной самоидентификации. Сопоставительное лингвокультурологическое исследование паремиологических единиц дает возможность выявить универсальное и

культурно-национальное в их семантике и структуре, а также охарактеризовать национальный менталитет и особенности миропонимания народа.

Мы выяснили, что описание национально-культурной специфики паремий тесно связано с проблемами исследования человеческого сознания, восприятия мира и способов его осознания, отраженных в языке. Язык является одним из средств, позволяющих постичь сознание человека, его концептосферу, содержание и структуру концептов как единиц мышления. Через язык можно познать и эксплицировать значительную часть концептуального содержания сознания.

Наиболее разработанной и информативной методикой в области изучения языкового сознания и национальной самоидентификации является ассоциативный эксперимент. Языковое сознание – опосредованный образ мира той или иной культуры, т.е. совокупность перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителя культуры об объектах реального мира. Образ сознания, ассоциированный со словом – это одна из многих попыток описать знания, используемые коммуникантами при производстве и восприятии речевых сообщений. Язык же в данном случае выступает как интерпретирующее, а сознание как интерпретируемое [2]. Кроме того, свободный ассоциативный эксперимент не сосредоточен на денотативной части словарного значения паремий, он основан на методе свободных дефиниций. Согласно Ю.Н. Караулову, повторяющиеся ответы, получаемые в результате ассоциативного эксперимента, могут быть интерпретированы как смыслы. Именно они характерны для всех представителей данной культуры, не обладая которыми человек не сможет вступить в полноценное и эффективное взаимодействие с окружением изучаемого языка [2]. З. Д. Попова и И. А. Стернин разработали ассоциативный эксперимент, смысл которого заключается в соотнесении ассоциатов с единицами языка, содержащими определенный концепт, который мы и взяли за основу проводимого нами эксперимента [7].

Языковыми единицами, проводимого нами эксперимента являются паремиологические единицы английского и русского языков, поскольку на наш взгляд они являются наиболее репрезентативными для изучения национальной самоидентификации русскоязычных студентов.

Данный эксперимент содержит следующие этапы:

1. Проведение ассоциативного эксперимента;
2. Распределение полученных ответов по разным типам информации.
3. Построение ассоциативного поля для каждой пословицы и для концепта, которого она представляет;
4. Семантическая интерпретация ассоциативных реакций как языковых репрезентаций сем;
5. Интерпретация полученных ответов.

Для эксперимента мы выбрали концепты русского и английского языков «Дом/Home», «Дружба/Friendship». Каждый из них был представлен десятью русскими и английскими пословицами. В эксперименте участвовали студенты первого курса факультета иностранных языков (30 человек), изучающие английский язык как иностранный. Их задачей являлось записать ассоциат, который первым придет им в голову. В случае отсутствия такового в ответе ставится прочерк. Все полученные ответы были обработаны и приведены полностью, без каких-либо изменений и сокращений (исключая грамматические ошибки и описки).

На основе проанализированный ассоциатов мы отметили, что студенты осуществляют различные ментальные операции и воспринимают несколько типов информации: денотативно-сигнификативный (знания о свойствах обозначаемого); оценочный (интерпретация обозначаемого с позиции ценностной картины мира); мотивационный (операции с воображимыми или умозрительно представимыми гештальт-конструкциями); эмотивный (эмоционально-оценочная реакция как отпечаток пережитых эмоций) [3].

Кроме того, многие полученные ответы можно трактовать как индивидуально-образную иллюстрацию для описываемой ситуации в пословице.

Проанализировав ассоциативные реакции на английские и русские пословицы, мы выявили, что опорными словами для концептов «Home/ Дом» являются дом, хозяин, гостеприимство, домашний очаг и уют, а для концептов «Friendship/ Дружба» - дружба, товарищ, друг. Данный результат подтверждает работу с разными типами информации, содержащимися в пословицах.

Проанализировав английские и русские пословицы концептов «Home/ Дом», «Friendship/ Дружба», мы отметили, что при восприятии английских пословиц большинство русскоязычных студентов использовали прямой перевод пословиц и опирались на их денотативное значение. Например: *owner should bring honor to the house, not the house to the owner; all are not friends that speak us fair.*

Следующие пословицы сразу вызвали в сознании студентов эквиваленты родного языка: *East or West – Home is best; An Englishman’s house is his castle; A friend in need is a friend indeed; If you lie down with dogs, you will get up with fleas.* Это говорит о том, что русскоязычный студент, воспринимая паремиологические единицы, руководствуется знаниями о мире и культурных установках своего национального лингвокультурного сообщества. В таких английских пословицах как «A man is known by the company he keeps», «Owner should bring honor to the house, not the house to the owner», «*It’s a foolish bird that soils its own nest*» были зафиксированы случаи восприятия индивидуального - образного типа информации, что указывает на индивидуальную трактовку смысла предложенных пословиц.

Были зафиксированы случаи проявления национальной самоидентификации русскоязычных студентов через перенос концепта «Home» на концепты «Родина» («*East or West – Home is best*»), «Путешествие» («*The wider we roam, the welcome home*»), а концепта «Friendship» на концепты

«Желание» (пословица «*A friend is known till needed*»), «Одиночество», «Предательство» (пословица «*Better be alone than in bad company*»), «Бедность» (пословица «*Friendliness is poor*») и концепт «Правда», «Ложь», «Лесть» (пословица «*All are not friends that speak us fair*», «*If you lie down with dogs, you will get up with fleas*»).

Проанализировав восприятие русских пословиц, можно сказать, что большая часть русскоязычных студентов воспринимает образно-мотивационный и эмоциональный типы информации. Данное явление объясняется тем, что носитель языка не концентрирует свое внимание на прямом значении пословицы, его сознание фиксирует эмоции или образы, которые вызывают предложенные паремиологические единицы. При анализе полученных реакций на русские пословицы были также зафиксированы случаи переноса смысла концептов «Дружба» и «Дом» на концепты «Деньги» («Не имей сто рублей, а имей сто друзей») и «Родина» («Своя земля в горсти мила») соответственно. Четыре пословицы из десяти вызвали у русскоязычных студентов индивидуально-образные ассоциации: *Старый друг лучше новых двух; Без беды друга не узнаешь; Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты; С кем поведешься, от того и наберешься*. Данное явление связано с тем, что в сознании студентов уже сложились определенные образы, отражающие содержание пословиц.

Таким образом, полученные результаты подтверждают восприятие всей интегрированной макрокомпонентной структуры русских паремиологических единиц. Кроме того, некоторые английские паремиологические единицы вызывают в национальном сознании русскоязычных студентов «лакуны», национально-специфический элемент культуры, нашедший соответствующее отражение в языке и речи носителей этой культуры. В данном эксперименте «лакуны» проявляются в полученных ассоциатах, выбор которых зависит от представителя национальной самоидентификации испытуемых. Отсутствие

ассоциатов при восприятии пословиц может указывать на особенности национального сознания и национальной самоидентификации. Таким образом, сопоставление паремий, относящихся к определенным концептам, позволяет выявить особенности национальной самоидентификации.

Библиографический список

1. Дубянский С. И. Самоидентификация в структурировании «Я»// М., 2002.
2. Красных В. В. Свой среди чужих чужой среди своих. - М.: Гнозис, 2003. – 93 с.
3. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии. Коды культуры. - М.: Ленанд, 2009 – 95 с.
4. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. - М.: Политиздат, 1977.
5. Накашидзе Н. В. Национальный язык и национальная культура. - М., - 1978.
6. Налчаджан К.А. Самоидентификация безначальный поиск (самоидентификация и обусловленность), Этнопсихология, СПб, - Питер, - 2004.
7. Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и национальное сознание. Вопросы теории и методологии.\\ Научное издание. – Воронеж. - 2002. – 74 с.
8. Телия В. Н. Архетипические представления как источник метафорических процессов, лежащих в основе образа мира// XII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. - М., - 1997.
9. Сорокин Ю. А. Лакуны как сигналы специфики лингвокультурной общности// Аспекты изучения текста. - М., - 1981.

Оригинальность 89%

