

**ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВ СОЗНАНИЯ
В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ
СОВРЕМЕННОГО ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО
СООБЩЕСТВА****VERBALISATION OF CONSCIOUS IMAGES
IN COMMUNICATIVE SPACE OF MODERN
LINGUOCULTURAL COMMUNITY**

В статье рассматривается проблема изучения вербализации образов сознания в коммуникативном пространстве современного лингвокультурного сообщества. Представлены результаты экспериментального исследования, отражающие ценности россиян. Теоретической основой данного исследования послужил разработанный В.А. Янчуком триангуляционный подход, позволяющий учитывать междисциплинарные данные. Сделан вывод, что существуют способы вербализации образов сознания, являющихся фактами культуры. Методика исследования вербализации образов сознания может быть использована для изучения ценностных ориентаций носителей различных лингвокультурных сообществ.

Ключевые слова: взаимосвязь языка, сознания и мышления, языковое сознание, лингвокультура, лингвокультурное сообщество, стереотипы, базовые ценности, экспериментальное исследование, визуализация вербальных единиц.

The article is devoted to the problem of study of consciousness images' verbalization in communicative space of modern linguacultural community. The results of the experimental research of Russian's values are presented. The theoretical research basis is a triangulation approach developed by V.A. Yanchuk, which enables to consider interdisciplinary data. To sum up, we should say that ways of consciousness images' verbalization (which are fact of culture) exist. The research methods of consciousness images' verbalization can be used for research of value orientations of native speakers in different linguocultural community.

Keywords: relationship between language, consciousness and thinking, language consciousness, linguoculture, linguocultural community, stereotypes, basic values, experimental study, verbal units' verbalization.

Введение

В процессе коммуникации сознание взаимодействует с мышлением и языком. Язык оказывается многосложной знаковой материей, сопровождающей операции между сознанием и мышлением, что подводит к проблеме рефлексии мысли. Осуществляется ли мышление на вербальном уровне или предполагаются довербальные формы мышления? Обусловлены ли

сознание и мышление ментальностью и этничностью или оказываются независимыми от этих факторов?

Согласно вербалистскому подходу (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, Е.С. Кубрякова и др.) [1], готовая мысль не образуется без участия языка. Противники этого подхода (Н.И. Жинкин, К.Ф. Седов) утверждают, что мысль присутствует до процесса вербализации. Высказываются также утверждения об особом универсальном языке мысли, обладающем невербальным характером и единым кодом, позволяющим перевести мысль на язык человека.

Язык, сознание, мышление осваиваются конкретной языковой личностью во всех ее областях бытия. Дефиницию «языковая личность» с 80-х годов прошлого века связывают с ее трактов-

¹ Доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации АНО ВО «Российский новый университет».

© Вашунина И.В., 2017.

² Доктор философских наук, профессор, профессор кафедры теории и практики перевода факультета гуманитарных технологий АНО ВО «Российский новый университет».

© Рябова М.Э., 2017.

кой Ю.Н. Карауловым: «языковая личность есть многослойный и многокомпонентный набор языковых способностей, умений, готовности к осуществлению речевых поступков разной степени сложности, ... которые классифицируются, с одной стороны, по видам речевой деятельности, а с другой – по уровням языка...» [2, с. 29]. Предлагая трехуровневую структуру языковой личности (вербально-семантический, когнитивный, прагматический), Ю.Н. Караулов выявляет общерусский языковой тип и высказывает предположение, что этот общерусский языковой тип указывает на наличие некой инвариантной части в структуре каждой отдельной языковой личности. Именно эта инвариантная часть служит предпосылкой взаимопонимания языковых личностей, принадлежащих различным лингвокультурным сообществам. Обращаем внимание на использование термина *лингвокультурное сообщество*, а не этнос, так как внимание акцентируется не столько на биологической, географической сторонах, а на глубоком языковом и социокультурном единстве данного сообщества.

Тем самым, исходной точкой наших рассуждений выступают положения, что не существует языковой личности вообще, она вырастает из национального коммуникативного дискурса, всегда является сложным переплетением коллективного, преломляемого через индивидуальное определенное лингвокультурное сообщество.

Человеческая реальность

Ретроспективный взгляд на историю свидетельствует о том, что «интеллектуализация» (в терминологии М. Вебера) культуры, осуществляемая человеком, обусловлена его движением мышления, т.е. способностью познавать разнообразие мира. Культура, разум возникли вместе с человеком как его определения, как атрибуты. Человеческая реальность – это прежде всего реальность замыслов сущностных сил субъекта, воплощенных в фактор своего культурного мира (опредмечивание). Восприятие горизонтальных и вертикальных социокультурных связей задает ряд значимых параметров в их измерении.

Любое общество существует и воспроизводит себя как целое, в первую очередь за счет единого пространства общественного сознания и культуры. Здесь существует двусторонняя связь. С одной стороны, субъекты вырастают в определенной культуре, и эта культура детерминирует формирование сознания каждого отдельного человека. Совершенно очевидно, что сознание представителей разных культур в определенной степени отличается. В качестве примера можно привести отношение к смерти в различных куль-

турах. Однозначно печальное событие в нашем понимании в индуизме, например, таковым не является. Последователи этой религии верят, что смерть – это самый большой праздник в жизни человека, окончание его земных мучений и переход в новую сущность. Ясно, что человек, вырастающий в таком обществе, будет отличаться в этом сегменте сознания от человека нашего общества. И это отличие сформировано культурой. С другой стороны, общественное сознание постоянно постигает объективную реальность и в соответствии с новым знанием вносит определенные изменения в культуру. Под внесением изменений понимается как осознанный, целенаправленный процесс (примером может служить демонтаж памятников – объектов культуры после распада Советского Союза как выражение изменений в общественном сознании), так и постепенная эволюция взглядов людей, приводящая к появлению новых культурных явлений, течений, направлений. По сути, любое новое культурное направление (например, Ренессанс) возникает как форма, реакция, ответ, итог (здесь возможны разные термины в зависимости от методологии исследования) изменения общественного сознания.

Возникает вопрос, как можно исследовать взаимосвязь общественного сознания и культуры, что именно должно являться предметом исследования. Вероятно, это должны быть какие-то единицы, которые могут быть отграничены от других. Такую роль играют стереотипы.

Язык как способ закрепления, передачи и формирования стереотипных представлений

Стереотипы часто определяются как односторонние и схематичные представления о группах людей и о разных социальных явлениях и объектах. И.В. Захаренко дает следующее определение стереотипа: «Стереотипы есть ... национально маркированные ментально-лингвальные единицы, которые предписывают нормы, правила, установления, складывающиеся в процессе социального, психологического и – как отражение этого – языкового опыта лингвокультурного сообщества и являющиеся каноническими для данного общества» [3, с. 106–107]. Следует также различать стереотип и эталон. Эталон – это мера, в соответствии с которой оцениваются те или иные предметы, явления. Принадлежность к определенному лингвокультурному сообществу определяется именно наличием общепринятого эталона, воспроизводимого этим сообществом в языковой форме. Языковое воплощение – это вербальная оболочка, образ сознания, оказывающий влияние на восприятие и понимание дру-

гих языков и культур. Особенностью языковых форм существования стереотипа будет являться невозможность рассмотрения их с точки зрения истинности или ложности содержания, так как в стереотипе основное не истинное знание, а убежденность людей в истинности этого знания.

Стереотипы лежат в основе жизненных ориентиров людей, которые получили название «базовые ценности». Базовые ценности лингвокультурных сообществ как основа функционирования общества исследуются социологами, психологами, лингвистами в разных аспектах. Одной из главных проблем лингвистических исследований является определение содержания базовых ценностей. В литературе уже отмечалось, что «любое содержание может быть (с разной степенью полноты) вербализовано, то есть соотносено с содержанием языковых единиц» [4, с. 52]. Исходя из сказанного, ценности, выраженные словами, или вербальные единицы, несут совершенно конкретную смысловую нагрузку. Вопрос заключается в том, чтобы определить, что именно они номинируют в общественном сознании. Например, что имеют в виду представители определенной лингвокультуры, когда говорят, что ценностью для них является дружба? Что они понимают под дружбой? В словаре С.И. Ожегова дается определение: «Дружба – близкие отношения, основанные на взаимном доверии, привязанности, общности интересов» [5, с. 184]. Эта формулировка не дает представления о том, что именно является ценностью. Совместное времяпрепровождение? Помощь и поддержка? Доверие и привязанность? Или что-то еще? Что актуально для представителей русской лингвокультуры? Вопрос отнюдь не праздный, потому что, например, в американской лингвокультуре понятие «дружба» не включает в себя верность и преданность, а в основном базируется на совместном времяпрепровождении.

С целью выявления содержания ценностей в русском языковом сознании в 2016 году нами был проведен эксперимент. В основе эксперимента лежит триангуляционный подход, разработанный В.А. Янчуком, согласно которому интегрируются междисциплинарные данные с целью получения наиболее полного представления об искомом феномене [6, с. 173–186]. Названия ценностей взяты из информационно-исследовательской базы отдела психолингвистики Института языкознания РАН «Общечеловеческие ценности в русском языковом сознании». Испытуемыми являлись 40 студентов магистратуры РУДН, граждане РФ, представители разных регионов нашей страны. Студентам

(в группах по 3–5 человек) было предложено найти изображения, при помощи которых можно проиллюстрировать ценности (общее число ценностей 32). Результаты были представлены в виде презентации. Полученные изображения без подписей были скомпонованы случайно, чтобы исключить последовательное предъявление изображений одной ценности. Испытуемым (всей группе) предлагалось ответить на вопрос: «Какие понятие/свойство/ценность/черта характера изображены на экране?» Обратимся к результатам эксперимента.

Базовые ценности россиян: результаты ассоциативного исследования

При составлении задания испытуемым было рекомендовано искать картины русских авторов, однако это сделали очень немногие. Следует отметить, что при предъявлении картин на слайдах (тех немногих картин) студенты их в большинстве случаев сразу «опознавали». Однако очевидно, что малая доля произведений живописи в представленном материале доказывает некоторую «невключенность» этого вида искусства в формирование аксиологического компонента сознания. Студенты проводили очень неплохой семиотический анализ картин (в рамках другого задания), подмечали нюансы, высказывали неравнодушие. Но очевидно, что это только эстетическое восприятие. Вид искусства «живопись» в наше время практически не влияет на формирование мировоззрения молодежи.

Еще одна рекомендация предполагала поиск «русских» картинок, где изображены реалии нашей страны. Однако в результате было получено много иностранных картинок. При этом студенты часто не отличают наши и «не наши» картинки. Вероятно, сказывается глобализация: одинаковая одежда, еда, мода, места отдыха и досуга. Но можно посмотреть на результаты и с другой точки зрения – как навязывание «чужого» (но престижного, западного) образа жизни нашей молодежи.

Среди стимулов были единицы разной степени абстрактности. Естественно, это сказалось на возможностях визуализации. Совершенно очевидно, что труд, природа, достаток и семья легко могут быть изображены любым человеком. Имена некоторых ценностей соотносятся с общеизвестными символами. Такие символы есть для ценностей *вера, милосердие, власть, дружба, любовь, мир*.

Наибольшую сложность представляет изображение чувств и состояний, для которых нет общепринятых и понятных всем символов. Например, *доверие, надежда, смысл жизни, убеж-*

дение визуализировать однозначно почти невозможно.

Однако не всё просто и с теми ценностями, для которых существуют возможности визуализации. Большинство изображений допускает неоднозначную трактовку. Особенно это касается картин, сложных многокомпонентных изображений. Поэтому нужно было выяснить два вопроса: 1) насколько объективен подбор изображений; 2) насколько «чисто», «без примесей» представлена ценность. Для решения этих вопросов были созданы группы студентов, то есть мы видели результаты коллективных усилий. В наше исследование были включены только те изображения, для названия которых большинство использовало целевой стимул, то есть должно было происходить однозначное опознание. Если этого не происходило (приблизительно в 7–10% случаев), то мы не включали материал в нашу работу. Число 7–10% может рассматриваться как цифровое выражение субъективности трактовки ценностей.

Нас интересовало, какую трактовку может получить изображение, кроме имени ценности, для иллюстрации которой оно было подобрано. Таким образом мы получили некоторое семантическое пространство, ядром которого является понятие, обозначаемое именем «ценность», а периферией – другие связанные с данным именем смыслы. Это позволяет уточнить представление о том, что понимают испытуемые под определенной ценностью.

В таблице 1 приводятся результаты эксперимента: в каждой колонке слева стимул (ценность, которая была проиллюстрирована), справа – ответы испытуемых на вопрос «Какие понятие/свойство/ценность/черта характера изображены на экране?». Большая часть ответов была, естественно, именем иллюстрируемой ценности, и мы в таблице это имя не дублируем. Приведены только реакции, отличные от этого имени. Светлым курсивом выделены слова-реакции, которые до сих пор никак не были связаны со словом-стимулом – ни семантически (наличие общей части содержания), ни синтаксически («семья – счастье» можно трансформировать в ряд расхожих высказываний «счастье в семье», «счастливая семья»), ни ассоциативно (стимулы, которые проверены по Русскому ассоциативному тезаурусу [7], написаны полужирным курсивом)

Проведенный анализ углубляет и расширяет понимание ценностей россиян. Например, как нам известно, крупное преимущество другого человека вызывает зависть – и она присутствует при трактовке изображений ценностей «здо-

ровье», «известность», «профессионализм». Исследование показывает, что до сих пор существуют остатки «союзного» миропонимания: равенство как *милосердие*, убеждение как *агрессия*. Вместе с этим появились и новые компоненты: старые – новые (которые пришли к нам вместе с капитализмом): например, независимость как *богатство*, а также новые веяния времени: труд как *развитие*, мир как *экология*, власть как *раскаianie*, могущество как *недоброta*. А вот семья, дружба, любовь представлены вполне традиционно.

Таблица 1

Ценности россиян

<i>Безопасность</i> – спасение, хаос, Ной, милосердие	<i>Независимость</i> – свобода, богатство, мечта, радость, уединение
<i>Вера</i> – покорность, поклонение, болезнь, надежда	<i>Образование</i> – кругозор, познание, мировоззрение, учеба
<i>Внимание к людям</i> – милосердие	<i>Покой</i> – гармония, умиротворение, свобода, отдых, одиночество
<i>Власть</i> – могущество, раскаianie	<i>Порядочность</i> – гармония, совершенство, идеал, вежливость, галантность, согласие, преданность, помощь, поддержка
<i>Доверие</i> – преданность, дружба, верность	<i>Природа</i> – красота, гармония, спокойствие
<i>Долг</i> – преданность, патриотизм, война, стратегия, искушение	<i>Профессионализм</i> – труд, мастерство, преимущество, успех, рост, развитие, зависть, творчество, известность, признание, здоровье
<i>Достаток</i> – удовольствие, богатство	<i>Равенство</i> – дружба, единство, любовь, поддержка, милосердие
<i>Дружба</i> – помощь	<i>Развитие</i> – сила, наследие, воображение, фантазия, поддержка, рост, карьера
<i>Законность</i> – верность	<i>Семья</i> – счастье, согласие
<i>Здоровье</i> – красота, молодость, женственность, самолюбование, зависть, гармония, согласие	<i>Смысл жизни</i> – будущее, любовь, надежда, достаток, семья
<i>Известность</i> – слава, знаменитость, зависть, власть, уважение, успех, признание, гласность, высокомерие, красота, достоинство, порядочность	<i>Согласие</i> – счастье, радость, успех, романтика

Любовь – верность	Сотрудничество – согласие
Милосердие – отчаяние, безысходность, покровительство, забота, долг	Творчество – воображение, фантазия, развитие
Мир – братство, безопасность, могущество, любовь, экология, равенство, дружба	Труд – творчество, развитие
Могущество – злость, угроза, агрессия, одиночество, спокойствие, смелость, власть, гордость, храбрость, честь, сила	Убеждение – агрессия
Надежда – спокойствие, безмятежность, волшебство, воображение, мир	Уважение к родителям – внимание, поддержка, забота, семья

Полученные результаты позволяют уточнить, какое именно содержание базовых ценностей присутствует в сознании жителей нашей страны. При этом важно отметить, что такое содержание сложно или почти невозможно выявить чисто вербальным путем.

Выводы. Проведенное исследование выявило один из аспектов связи языка, мышления и культуры, который ранее ускользал от внимания ученых. Общеизвестным является тезис о нетождественности языка и мышления. Этот тезис получил подтверждение и в нашем исследовании. Однако констатация нетождественности практически создавала сложности изучения сознания и мышления посредством языка. При-

мененная в исследовании методика доказывает, что существуют способы вербализации образов сознания, являющихся фактами культуры. В результате мы получаем некоторую смысловую область, которая, вероятно, и соответствует содержанию ценности в массовом языковом сознании.

Литература

1. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З. К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. – М. : Институт языкознания; Тамбов : Тамбовский гос. университет им. Г.Р. Державина, 2007. – № 4. – С. 8–16.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – 1-е изд. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
3. Захаренко И.В. К вопросу о каноне и эталоне в сфере прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация. – Вып. 1. – М., 1997. – С. 104–113.
4. Рябова М.Э., Вашунина И.В. Функционирование зрительных образов в средствах массовой коммуникации // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек в современном мире». – 2016. – Выпуск 2. – С. 50–54.
5. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – М. : Мир и Образование: Оникс, 2011. – 736 с.
6. Янчук В.А. Введение в современную социальную психологию. – Минск : АСАР, 2005. – 768 с.
7. Русский ассоциативный словарь : в 2 т. – М., 2002. / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. От стимула к реакции: ок. 7000 стимулов. – М. : АСТ-Астрель, 2002. – Т. I. – 782 с.