

СЛОВО «АВТОМОБИЛЬ» В МЕНТАЛЬНОМ ЛЕКСИКОНЕ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

К.П. Михеев

Брянский государственный университет имени И.Г. Петровского, Брянск

С.А. Чугунова

Брянский государственный университет имени И.Г. Петровского, Брянск

В статье рассмотрено определение ментального лексикона, его роль в исследовании сознания носителей языка. На основе ассоциативного поля, состоящего из слов-реакций на слово-стимул АВТОМОБИЛЬ, раскрыты свойства ментального лексикона, характерные для носителей русского языка. Кроме того, определены типы знаний, вербализованные в реакциях носителей русского языка на слово-стимул АВТОМОБИЛЬ.

Ключевые слова: ассоциативно-вербальная сеть, ментальный лексикон, побочная реакция, фрейм, экстралингвистические знания, языковая компетенция, языковое сознание

Ментальный лексикон представляет собой сложное лингвокогнитивное образование, преобразующее лексическую систему языка в сознании индивида, а также отражающее процессы познания и структурирования человеком окружающей действительности [1; 4]. Изучение ментального лексикона представляет собой одну из наиболее важных задач психолингвистики, поскольку позволяет установить закономерности организации и функционирования живого знания, реального бытования концептов в сознании носителей языка [5: 205]. Самым эффективным способом «овнешнения» языкового сознания с целью изучения ментального лексикона является проведение ассоциативных экспериментов, результаты которых формируют различные ассоциативные словари, наиболее полно отражающие ассоциативно-вербальную сеть (далее АВС), т.е. модель вербально-семантического уровня знаний и опыта, приобретённые социумом в течение определённого промежутка времени. АВС, как правило, состоит из ассоциативных полей слов-стимулов, относящихся к общеупотребительной лексике. Кроме того, АВС – это один из источников получения информации о смысловой стороне образов сознания в их системных связях [3: 141]. По мнению Ю.Н. Караулова, АВС является базовым средством фиксации вербальных знаний, дифференцированных по трём типам: экстралингвистические, рефлексирующие языковое сознание и языковые знания [2].

Целью настоящего исследования является определение сформировавшегося в определённый период времени (1988–1990 гг.) ментально-эмоционального состояния среднестатистического носителя языка через АВС, в частности, через ассоциативное поле слова-стимула АВТОМОБИЛЬ.

В русле антропоцентрического подхода принято считать, что значение слова рассматривается не только как его словарная дефиниция, но и так же как «весь запас лингвистических и экстралингвистических сведений, ассоциаций, смутных, как будто бы априорных представлений, и всех «добавочных» смыслов» [8: 70]. Следовательно, совокупность ассоциатов (реакций) на слово-стимул, т.е. ассоциативное поле слова как основная составная часть АВС, также наиболее достоверно отражает актуальное состояние (материальное, экономическое, духовное и т.д.) жизни общества. Таким образом, первая задача эксперимента заключается в выборе слова-стимула, соотнесённого с концептом, содержание которого формируется под влиянием процессов, протекающих в различных сферах жизни человека. Концепт АВТОМОБИЛЬ вполне удовлетворяет этому требованию. Например, У. Эко, пишет, что концепт АВТОМОБИЛЬ можно исследовать с точки зрения следующих уровней: *физического* (вес, материалы); *механического* (функционирование механизмов); *экономического* (цена); *социального* (социальный статус); *семантического* (связь с другими предметами) [11: 27].

Материалом исследования послужила база данных русского ассоциативного словаря (РАС), а именно ассоциативное поле слова-стимула АВТОМОБИЛЬ, состоящее из 100 реакций, среди которых 71 – различные реакции, а 51 – одиночные [7].

РАС является результатом проведённого в СССР массового эксперимента. В эксперименте приняли участие респонденты, соответствующие следующим критериям:

1) они должны были а) владеть русским языком в качестве родного; б) проживать в городе, чтобы минимизировать долю диалектизмов в ответах испытуемых; в) являться представителями коренного населения практически каждого региона России; г) обучаться в высших учебных заведениях России по различным специальностям и профилям подготовки специалистов;

2) возраст испытуемых должен составлять 17–25 лет, так как в указанном возрасте процесс формирования языковой способности индивида практически завершён [2].

Эксперимент проводился с использованием метода анкетирования. В первую очередь, респонденту было необходимо указать в анкете личные сведения (пол, возраст, специальность), а также дату заполнения. Далее, напротив слова-стимула АВТОМОБИЛЬ испытуемый должен был записать слово-реакцию (ассоциат), вызванное в его сознании этим словом-стимулом.

Анализ результатов эксперимента показал, что более половины от общего количества реакций обусловлены экстралингвистическими знаниями. Экстралингвистические, или внеязыковые, знания содержат информацию об окружающем нас мире (процессы, состояния, явления и т.д.) [6: 7]. Самой распространённой группой реакций, обусловленных экстралингвистическими знаниями, являются номенклатурные обозначения, входящие в сферу материальной культуры, в нашем случае через наименования марок и модельных семейств автомобилей: *Opel, Volvo, БМВ, ГАЗ, Вольво, Жигули,*

Запорожец, Комби, Мерседес, Москвич и Ниссан. Необходимо отметить, что половину номенклатурных реакций составляют наименования отечественных автомобилей (*ГАЗ, Жигули, Запорожец, Комби, Москвич*), а вторая половина состоит из наименований представителей автомобильной промышленности континентальной Европы (*Volvo/Вольво, БМВ, Мерседес*) и Японии (*Ниссан*). Так как РАС составлялся на основе результатов массового анкетного опроса, проведённого в период с конца 1988 года по середину 1990 года, можно предположить, что наименования автомобилей в качестве реакций, помимо простого номенклатурного обозначения, отражают знания и опыт опрашиваемых, связанные с актуальным состоянием социальной, политической и экономической жизни в стране и мире [2]. Информация о проблемах и событиях текущей жизни общества занимает в массиве реакций, иначе говоря, в сознании носителей языка и в их ассоциативно-вербальной сети, довольно заметное место [там же].

Далее необходимо выделить в отдельную группу следующие ответы респондентов: *не роскошь, роскошь, средство, средство передвижения* – реакции, отсылающие к общеизвестному изречению главного литературного персонажа романа Ильфа и Петрова «Золотой телёнок» О. Бендера, ставшему впоследствии крылатой фразой: «Автомобиль – не роскошь, а средство передвижения!». Так же, как и в предыдущем случае, такие реакции носят двойственный характер – с одной стороны, они являются продуктами массовой культуры (литература, кино, театр и т.д.), а с другой, являются составляющими фразеологизма. Наблюдаемую дисперсию составляющих фразеологизма можно объяснить тем, что в ответах испытуемых фразеологизм приводится не полностью, а в сокращённом виде, что соответствует, очевидно, форме его хранения в памяти и существования в предречевой готовности носителя языка [там же].

Другая форма содержания экстралингвистических знаний может быть описана понятием «фрейм». Фрейм – это конструкция знания или схематизация опыта, на базе которых определённые слова мотивируются, определяются и взаимно структурируются, образуя целую группу [9: 54]. Проще говоря, фрейм является ментальной структурой, в которой зафиксированы характерные признаки и свойства ситуаций, выраженные словом или словосочетанием [2]. Согласно фреймовому подходу, слова или понятийные значения слов связаны друг с другом не прямо, а исключительно посредством их связи с общими фреймами [12: 76–77]. На наш взгляд, слова-реакции *машина* и *трактор* совместно со словом-стимулом АВТОМОБИЛЬ представляют в сознании носителя языка фрейм *наземное техническое устройство, осуществляющее самостоятельное движение с помощью двигателя и колёс*.

Знания, отражающие языковое сознание испытуемых, прежде всего, выражены в эмоционально-оценочных ответах: *не нужно, отлично, проблема, удобно, хорошая, хочу*.

Некоторые реакции образовались не по стандартной схеме $S \rightarrow R$, а именно следующим образом: $S + R$, например, *мой* (автомобиль), *не наши* (автомобиль), *у меня* (автомобиль).

Кроме того, необходимо выделить пары «стимул – реакция», в которых реакция, на первый взгляд, не имеет никакого отношения к стимулу, например, *автомобиль – велосипед* или *автомобиль – запах*. Данное явление можно интерпретировать с помощью явления пресуппозиции, выраженной наличием промежуточной реакции (*реакция), т.е. реакцией, являющейся первой реакцией на стимул, но одновременно выступившей в роли стимула, вызвавшего конечную реакцию. Таким образом, пара принимает следующий вид: «стимул – *реакция – реакция». В этом случае в целях наиболее достоверной интерпретации полученных реакций необходимо выдвинуть собственный вариант промежуточной реакции, но одновременно наиболее совпадающий с той промежуточной реакцией, которая возникла в сознании испытуемых во время ответа. Например, *автомобиль – *колесо – велосипед* или *автомобиль – *средство передвижения – велосипед*, *автомобиль – *бензин – запах*.

В лингвистике понятие «языковые знания» тождественно термину «языковая компетенция», введённому американским лингвистом Н. Хомским. Итак, языковая компетенция – это неосознанное знание носителя языка о функционировании родного языка. Основу этого знания составляет усвоенная в раннем возрасте информация о языковых знаках и правилах их соединения, необходимая для порождения и понимания грамматически правильных предложений [10]. Например, значительное количество реакций на существительное АВТОМОБИЛЬ выражено прилагательными (*большой, грузовой, классический, красивый, красный, легковой, мощный, новый, первый, разбитый, старый, стоящий, черный, шикарный, шумный*) и глаголами (*едет, задавил, застрял, проехал, сигналит, сломался, стоит, приехал, на обочине*), необходимыми для построения грамматически правильного словосочетания. Кроме того, реакции *гараж* и *дорога* в паре со словом-стимулом образуют потенциальное словосочетание и представляют собой синтагматические реакции, например, *автомобиль в гараже, автомобиль на дороге* и т.д.

В ответах респондентов также ярко выделена стилистическая дифференциация лексики, представленная жаргонизмом *тачка*.

Таким образом, результаты анализа слов-реакций на слово-стимул АВТОМОБИЛЬ действительно открывают если не полный, то, во всяком случае, частичный доступ к сознанию испытуемых. Настоящий опыт анализа слов-реакций на слово-стимул АВТОМОБИЛЬ может быть использован в процессе планирования, проведения и описания результатов ассоциативных экспериментов в области исследования разных групп слов, в том числе автомобильной терминологии.

Список литературы

1. Залевская А.А. Слово в лексиконе человека: Психолингвистическое исследование. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1990. 208 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности. URL: <https://gigabaza.ru/download/124506.html> (дата обращения: 01.10.2023).
3. Кафтанов Р.А. Анализ профессиональной идентичности курсантов военного вуза с помощью ассоциативно-вербальной сети // Трибуна молодых учёных. 2018. № 3 (37). С. 138–148.
4. Кубрякова Е.С. О ментальном лексиконе: лексикон как компонент речевой способности человека // Актуальные проблемы современной лингвистики. 2011. С. 327–343.
5. Лебедева С.В., Денисова В.В. Слово в индивидуальном лексиконе: исследования Курской школы психолингвистики // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2023. № 1 (48). С. 205–213.
6. Петров В.В., Герасимов В.И. На пути к когнитивной модели языка // Новое в зарубежной лингвистике. 1988. Вып. XXIII: Когнитивные аспекты языка. С. 5–11.
7. Русский ассоциативный словарь. URL: <http://thesaurus.ru/dict/> (дата обращения: 10.05.2020).
8. Склярская Г.Н. Реальный и ирреальный мир в толковом словаре // Семантика и коммуникация. 1996. Вып. № 4. С. 68–81.
9. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания (перевод с англ. А.Н. Баранова) // Новое в зарубежной лингвистике, 1988. Вып. XXIII: Когнитивные аспекты языка. С. 52–92.
10. Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса (перевод с английского под редакцией и с предисловием Н.А. Звегинцева). М.: Издательство МГУ, 1972. 257 с.
11. Eco U. A Theory of Semiotics. Bloomington: Indiana Univ. Press, 1976. 354 p.
12. Fillmore C.J. & Atkins B.T. Toward a frame-based lexicon: The semantics of RISK and its neighbors // Lehrer A. & Kittay E.F. (Eds.). Frames, fields, and contrasts: New essays in semantic and lexical organization. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1992. Pp. 75–102.

THE WORD CAR IN THE MENTAL LEXICON OF NATIVE RUSSIAN SPEAKERS

K.P. Mikheev

Bryansk State University named after I.G. Petrovsky, Bryansk

S.A. Chugunova

Bryansk State University named after I.G. Petrovsky, Bryansk

The article discusses the definition of the mental lexicon, its role in the study of the consciousness of native speakers. Based on the associative field consisting of words-reactions to the word-stimulus CAR, the mental lexicon of native speakers of the Russian language is identified. In addition, the types of knowledge verbalized in the reactions of native speakers of the Russian language to the word-stimulus CAR are determined.

Key words: *associative-verbal network, mental lexicon, side reaction, frame, extralinguistic knowledge, language competence, language consciousness*

Об авторах:

МИХЕЕВ Кирилл Павлович – аспирант кафедры теории английского языка и переводоведения Брянского государственного университета имени И.Г. Петровского, *e-mail*: miheevcyrille@yandex.ru

ЧУГУНОВА Светлана Александровна – доктор филологических наук, профессор кафедры теории английского языка и переводоведения Брянского государственного университета имени И.Г. Петровского, *e-mail*: chugunovasveta1@rambler.ru