УДК 81´23

ОБРАЗ ГЕРОЯ В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

М.В. Репьевская

Проблема языкового сознания является актуальной в работах по психолингвистике. Сознание постоянно меняется, в результате изменений, происходящих вокруг, смены образа жизни. Происходит трансформация образов в сознании личности. Герой – неотъемлемая часть воспитания индивидуума. Образ героя должен быть под пристальным вниманием, так как он определяет идеал, то есть является примером для подражания. И наша задача – соотнести образ героя, который рисуется в публицистике, с ценностями, которые он транслирует, что передается наше или западное, так как согласно результатам эксперимента происходит вытеснение наших персонажей, получается, что герой должен быть с приставкой СУПЕР.

Ключевые слова; языковое сознание, образ сознания, герой, ассоциативный эксперимент.

Проблема сознания находится в центре внимания различных наук. В таких отраслях науки, как философия и психология оно чаще встречается в виде оппозиции «сознание-бытие», «сознание-материя». Интерес к данному явлению обусловлен тем, что сознание не представляет собой ничего постоянного, на протяжении всей человеческой жизни оно меняется, и меняется качественно. Как писал А.Н. Леонтьев, «сознание человека не представляет собой ничего неизменного» [1].

Сознание имеет различные формы проявления. Так, согласно психолингвистической концепции, реальный мир отражается в сознании личности в виде образов мира, воспринимаемых личностью единственно верными. В центре внимания Московской психолингвистической школы в последние десятилетия стоит проблема языкового сознания. Языковое сознание понимается как знание человека, выражаемое вовне при помощи язы-

ковых средств [2]. Согласно структуре сознания по А.Н. Леонтьеву, если сознание имеет языковое выражение, то оно является языковым. А именно, «языковое сознание – это образы сознания, овнешняемые языковыми средствами: отдельными лексемами, словосочетаниями, фразеологизмами, текстами, ассоциативными тезаурусами как совокупностью этих полей. Образы языкового сознания интегрируют в себе умственные знания, формируемые самим субъектом преимущественно в ходе речевого общения, и чувственные знания, возникающие в сознании, в результате переработки перцептивных данных, полученных от органов чувств в предметной деятельности» [3]. Значение является важнейшей составляющей образа языкового сознания, так как в значении отражается опыт. Значение рассматривается как эквивалент образа сознания, «идеальный образ предмета, т.е. значение, не зависит целиком от самого предмета, а в значительной мере зависит от той деятельности, которая была направлена на этот предмет и, продуктом которого было формирование идеального образа [4]. Отсюда можно сделать вывод, что образ сознания может быть соотнесен с ассоциативным значением, однако, не с лексическим значением соответствующей языковой единицы. «Образ сознания, ассоциированный со словом – это одна из многих попыток описать значения, используемые при производстве и восприятии речевых сообщений. А имя (слово, тело знака) – это та культурная рамка, которая накладывается на индивидуальный опыт каждого человека, прошедшего социализацию в определенной культуре. «Назвать» - значит приписать определенное значение, а приписать определенное значение – значит понять, включить в свое сознание» [6].

При таком понимания образа сознания, одним из наиболее распространенных методов его исследования является свободный ассоциативный эксперимент. В ходе анализа полученных данных конструируются ассоциативные поля, которые, по мнению Е.Ф. Тарасова, отображают некую абстракцию, принципиально отличающуюся от простой суммы индивидуальных сознаний и аналогичную абстракциям «коллективное сознание», «общественное сознание», «массовое сознание» [5]. Индивидуальное сознание всегда оперирует знаниями в рамках определенной культуры, в рамках «общественного сознания», поэтому анализ «общественного» ассоциативного поля позволяет изучать и содержание «индивидуального» сознания.

Ассоциативный эксперимент рассматривается нами как один из возможных способов описания образа «герой» в языковом сознании россиян. Герой – неотъемлемая часть воспитания и становления индивидуума. Герои были всегда, как выразители идеологии, примеров для подражания, как трансляторы определенных убеждений, установок, ценностей актуальных на конкретном этапе развития общества. Изменения, происходящие в обществе в результате межкультурных взаимодействий, оказывают непосредственное влияние и на образ героя, как на воплощение системы ценностей общества, их предпочтений и ожиданий. Выявление героя необходи-

мо и для того, чтобы понять, каким должен быть герой коммерческой рекламы, какой образ необходимо создать кандидату в политической рекламе, каким имиджем должен обладать публичный политик и т.д.

Необходимость изучения образа героя в языковом сознании носителей разных культур обусловлена и тем обстоятельством, что в условиях глобализации и становления рыночных взаимоотношений происходят существенные изменения системы ценностей, которые находят отражение в языковом сознании молодых людей. Последствия подобной трансформации традиционных взглядов и норм сложно предугадать, но их содержание уже можно исследовать с помощью методов, применяемых в психолингвистике с целью дальнейшего научного прогнозирования необходимости героя.

Нами был проведен ассоциативный эксперимент, в котором приняли участие 274 респондента, студенты разных вузов Челябинска 1–2 курсов. Из них 162 девушки и 112 юношей. Результаты, полученные в ходе эксперимента, позволяют нам сделать следующие выводы: реакции на стимул герой можно условно разделить на такие **семантические поля** – история (79), качества (43), литература (30), персонаж (30), фильмы (29), образец (10). Интересны единичные реакции, связанные с историей Челябинска – Танкоград, отражающие новые реалии: игра 3, комиксов, комиксы, любовник 5, сексуальный, соотнесение со своей жизнью: выпускник, студент 3, я 2. Заставляют задуматься реакции: Бонапарт, высокомерный, никакой, обезбашенный.

Таким образом, для современного носителя русской культуры образ героя в первую очередь ассоциируется с историческими событиями, в частности с войной, Великой Отечественной Войной. На втором месте по значимости, оказались качества присущие героя, например, храбрый, супер, настоящий, мужественный. Третье место разделяют две группы слов, относящиеся к персонажам (супермен-9, Гарри Поттер, человек паук, черный плащ, черипашки-ниндзя и другие) и к литературе (антогонист, книги – 10, мифа – 3, легенды – 5, нашего времени – 7 и т.д.). На следующей позиции слова, относящиеся к фильмам (фильма – 23, мультфильма – 3, актер – 2, боевика).

Образ героя должен быть под пристальным вниманием, так как он определяет идеал, то есть является примером для подражания. И наша задача – соотнести образ героя, который рисуется в публицистике, с ценностями, которые он транслирует, что передается наше или западное, так как согласно результатам эксперимента происходит вытеснение наших персонажей, получается, что герой должен быть с приставкой СУПЕР.

Библиографический список

1. Леонтьев, А.Н. Эволюция психики / А.Н. Леонтьев. – М.: Воронеж, 1999. – 300 с.

2. Тарасов, Е.Ф. Межкультурное общение – новая онтология анализа языкового сознания / Е.Ф. Тарасов. – М.: Прогресс, 1996. – 168 с.

3. Тарасов, Е.Ф. Языковое сознание – перспективы исследования. Языковое сознание: содержание и функционирование / Е.Ф. Тарасов. – М.: АСТ, 2000. – 34 с.

4. Тарасов, Е.Ф. Психолингвистические проблемы семантики / Е.Ф. Тарасов. – М., 1983.

5. Тарасов, Е.Ф. Исследование ассоциативных полей представителей разных культур / Е.Ф. Тарасов. – М.: Прогресс, 1997. – 261 с.

6. Уфимцева, Н.В. Этнические константы и структура языкового сознания славян. Лингвокультурологические проблемы толерантности: Тезисы докладов международной конференции / Н.В. Уфимцева. – Екатеринбург, 2001. – 136 с.