

УДК 004.823:81'243'36

Влияние культурного фрейминга на восприятие грамматических значений иностранных текстов

Белявский Г.Н.

Академия последипломного образования

Понятие культурного фрейминга лишь недавно появилось в психологии, а его исследование носит в большей степени постановочный характер. Существует сравнительно небольшое количество работ на русском и английском языках в сфере психологии, посвященных понятию культурного фрейминга. Будучи способом упорядочивания и структурирования мира, культурный фрейминг можно сравнить с грамматикой в языке, которая призвана структурировать лексическое разнообразие и придавать ему смысл в высказывании. При всем разнообразии языков выделяют всего 9 грамматических способов, которые в разной степени представлены в каждом отдельном языке.

Цель научной работы – выявить возможную связь грамматической структуры родного языка и процесса культурного фрейминга при восприятии иностранных текстов.

Материал и методы. С целью изучения данной связи было проведено кросскультурное исследование, в котором участвовали носители английского, персидского и русского языков. Испытуемые читали одинаковый англоязычный текст и давали письменный ответ на вопрос о его главной идее. Ответы испытуемых были подвергнуты контент-анализу с целью выявить и посчитать наличие в ответах определенных грамматических значений. Последующий непараметрический U-тест Манна–Уитни и критический дискурсивный анализ были применены с целью установить и объяснить значимые различия на уровне грамматических значений в трех независимых группах.

Результаты и их обсуждение. Непараметрический тест позволил выявить 20 значимых различий на уровне грамматических значений в восприятии испытуемыми исходного текста. В статье приводятся примеры и объяснения некоторых различий, среди которых категории определенности / неопределенности, предмета / признака / действия, а также модальности глагола.

Заключение. Полученные результаты позволяют утверждать, что при восприятии иноязычного текста имеет место процесс культурного фрейминга, при котором грамматические значения текста смещаются в сторону схожих грамматических форм родного языка.

Ключевые слова: культурный фрейминг, итика и илика культуры, грамматические значения, грамматические способы, культурный контекст.

Influence of Cultural Framing on the Perception of Grammatical Meanings in Foreign Texts

Bialiauski H.N.

Academy of Postgraduate Education

The concept of cultural framing has appeared in psychology rather recently, and it has yet a formulating character. There are a relatively scarce number of publications both in Russian and English academic literature, dedicated to cultural framing. Being a means of ordering and structuring the world, cultural framing can be compared with grammar in a language, because grammar structures all the lexical units into a meaningful utterance. Taking into account all the diversity of existing languages, one can speak of only 9 grammatical means which are represented to a different extent in any particular language.

The aim of the research is revealing a possible connection between grammatical structure of a language and the process of cultural framing while perceiving a foreign text.

Material and methods. A cross-cultural research has been conducted in order to study this possible connection. English, Persian and Russian native speakers participated in the research, reading one and the same authentic English text and answering the question about its main idea. Content-analysis was used to reveal and count grammatical meanings in the participants' answers. Non-parametric U-test of Mann–Whitney and critical discourse analysis were used to find and explain significant differences at the level of grammatical meanings in the answers of the participants.

Findings and their discussion. Non-parametric U-test revealed 20 significant differences at the level of grammatical meanings while perceiving a foreign text. The article contains the examples and explanations of certain revealed differences, including the categories of definiteness – indefiniteness, object – action – attribute, and verb modality.

Conclusion. According to the research findings it can be stated that the process of cultural framing while perceiving a foreign text takes place, which implies the shift of grammatical meanings to the resembling grammatical forms in one's native language.

Key words: cultural framing, cultural ethics and emics, grammatical meanings, grammatical means, cultural context.

В процессе межкультурной коммуникации иностранному языку отводят особое место. Это ключ к постижению другой культуры, который позволяет человеку сделать, однако, лишь первые шаги в своем исследовании, так как любая культура гораздо обширнее, чем ее язык. Тем не менее даже на данном начальном уровне погружения происходят процессы, которые часто приводят к искажениям в понимании друг друга. Даже если собеседники из разных культур говорят на одном языке, все же для одного из них данный язык является иностранным, и он им пользуется несколько иначе, чем носитель данного языка.

Как отмечают В.А. Янчук и В.А. Мазилков, в мировой психологии исследования культурного фрейминга только начинаются и имеют постановочный характер. Впервые понятие фрейма было

введено Ирвином Гофманом для обозначения способа, используемого людьми в повседневной жизни для упорядочивания и структурирования мира посредством утверждений, позволяющих распознавать и сортировать социальные феномены [1].

По мнению С.И. Некрасова и Н.С. Молчановой, современную теорию фреймов применяют в самых различных областях науки, поэтому сложно ответить на вопрос, какая область является источником формирования фрейм-подхода [2]. Данный термин можно встретить в научных работах по лингвистике, педагогике, информатике, где он используется для структурирования и понимания системы знаний. Однако в русскоязычной литературе по психологии данная дефиниция едва встречается, что делает исследование в области культурного фрейминга крайне интересным и актуальным, тем более, что анализ ан-

гоязычной психологической литературы по данной теме также не выявил большого количества работ [3–5]. Все данные исследования в большей степени касаются возможностей применения понятия фрейминга в рекламе, средствах массовой информации, а также в политике при организации избирательных компаний.

Говоря об отдельно взятом языке, можно проследить специфические особенности, согласно которым все разнообразие феноменов подвергается уникальной форме упорядочивания и структурирования. Будучи чрезвычайно сложным явлением, язык рассматривается на различных уровнях (фонетика, лексика, грамматика и т.д.). Если допустить, что различные языки описывают приблизительно схожие феномены окружающей действительности (итика культур), то те законы и правила, с помощью которых строятся данные описания, сильно отличаются в разных языках (имика культур). Лексический состав языка содержит слова, описывающие схожие предметы и явления. Но если мы переходим на уровень грамматических значений, то именно здесь мы наблюдаем значительные отличия. Грамматика призвана упорядочивать лексику, приводить ее в систему, и именно по грамматическим правилам набор разрозненных лексических единиц выстраивается в осмысленное высказывание [6]. Данная упорядочивающая функция грамматики очень похожа на процесс культурного фрейминга, и это позволяет предположить, что особенности данного феномена следует искать именно на уровне грамматических, а не лексических значений.

Слова сравнительно легко мигрируют из одного языка в другой. Но слово не считается полностью заимствованным, пока оно не прошло через грамматические правила нового языка. Например, заимствованное слово «стиль» – это существительное, мужского рода, единственного числа, в именительном падеже, которое к тому же приняло участие в процессах словообразования, результатами чего явились другие части речи («стильный», «стильно», «стилизовать»). Однако заимствованный термин «пенальти» только начал осваиваться правилами русской грамматики, так как он не склоняется по падежам, имеет или средний или мужской род, а также пока не участвовал в процессах словообразования.

Грамматика – это наиболее ригидная часть языка. Она выражает значения, которые не всегда очевидны самим носителям, но ими разделяются, чтобы диалог получился осмысленным. Лингвистика выделяет всего 9 грамматических способов: аффиксация, внутренняя флексия, редупликация, сложение, служебные слова, порядок слов, ударение, интонация и супплетивизм. Однако каждый

язык использует разный грамматический способ для выражения того или иного грамматического значения, что делает языки настолько непохожими. Грамматика не заимствуется так легко, как лексика, и ее можно сравнить с ядром культуры, которое сохраняет целостность и отвергает все угрожающие культуре перемены [7]. Очевидно, что при восприятии иностранного сообщения будет иметь место процесс культурного фрейминга, так как человеку нужно воспринять и структурировать не только лексическую сторону данного сообщения, но и уровень его грамматических значений. Именно здесь возможны существенные искажения из-за не столь явной очевидности данных значений.

Цель научной работы – выявить возможную связь грамматической структуры родного языка и процессом культурного фрейминга при восприятии иностранных текстов.

Материал и методы. С целью проверки данной гипотезы было проведено исследование, в котором испытуемым из трех групп (с родным английским, персидским и русским языками) был сначала предложен одинаковый аутентичный текст на английском языке, а потом было дано задание письменно на английском языке ответить на вопрос о том, какова главная идея текста. Выборка состояла из 30 испытуемых с родным английским языком (15 американцев, 13 британцев и 2 австралийца), 30 испытуемых с родным персидским языком (граждане Ирана), а также 37 испытуемых с родным русским языком (граждане Беларуси). Все три языка имеют разные алфавитные системы: латинский алфавит в английском языке, кириллица в русском языке и аналог арабского алфавита в персидском языке, в котором помимо всего прочего письменность осуществляется справа налево. Единственным критерием включения в исследование был показатель родного языка, при этом пол, возраст, образование и иные демографические показатели в данном эксперименте не учитывались. Вторым важным критерием была необходимость владеть английским языком на достаточном уровне, чтобы выполнить предложенное задание.

Текст для чтения был выбран из учебного пособия Focus on Academic Skills for IELTS авторов Morgan Terry и Judith Wilson. Текст назывался Childhood Obesity Goes Global (Детское ожирение приобретает глобальный характер). В качестве обоснования выбора данного текста следует отметить, что материалы экзамена IELTS – гарантия того, что тексты являются аутентичными, так как именно данный экзамен является одним из широко признанных стандартов для проверки уровня английского языка всех, кто претендует на имми-

грацию, учебу или работу в англоязычной стране. Данный текст был выбран по той причине, что он написан на тему здравоохранения, являющуюся одной из наиболее проблемных в процессе межкультурной коммуникации из-за больших различий во взглядах на вопросы здоровья, болезни, лечения, жизни и смерти в различных культурах [2]. Текст соответствует по объему стандартам экзамена IELTS в модуле по чтению, и испытуемые должны были дать развернутый письменный ответ на вопрос о главной идее текста в размере 250 слов, что также является международным стандартом при проверке навыков письма на данном экзамене в модуле письма.

Полученные высказывания были подвергнуты контент-анализу с целью выявления особенностей понимания грамматических значений тремя группами испытуемых. В качестве единиц анализа были выбраны определенные грамматические категории, имеющие четкую выраженность в грамматике английского языка. При анализе обращалось внимание на следующие значения: определенность / неопределенность, единичность / множественность, время (настоящее / прошедшее / будущее), активность / пассивность, модальность и т.д. Так как грамматика является стандартизированным и наиболее четко структурированным уровнем языка, каждое из выбранных грамматических значений имеет четкие соответствующие формы, которые можно выявить и посчитать в любом тексте.

Полученные показатели были статистически проверены с помощью непараметрического U-теста Манна-Уитни с целью определения значимых различий в частоте использования тех или иных грамматических значений между тремя независимыми группами. Для объяснения полученных различий также применялся критический дискурсивный анализ, призванный придать исследованию дополнительный качественный ракурс. Данный метод был выбран в первую очередь из-за того, что в нем важное внимание уделяется лингвистическому анализу эмпирического материала, что соответствует целям эксперимента. Таким образом, применение в рамках одного исследования методологической триангуляции, возможностей количественных и качественных методов позволяет получить более полное и объективное объяснение изучаемого феномена.

Результаты и их обсуждение. Непараметрический U-тест Манна-Уитни выявил 20 значимых различий в частоте использования выбранных грамматических значений, что подтверждает первоначальную гипотезу о том, что в ходе восприятия иностранного текста испытуемые склонны существенно искажать первоначальные граммати-

ческие значения предлагаемого текста. При этом исследование показало, что данные искажения не являются случайными: каждая группа уводила первоначальный смысл предложенного текста в сторону наиболее частотных грамматических форм в своем языке, если они в чем-то перекликались с соответствующими грамматическими формами английского языка. Иными словами, даже выполняя задание на английском языке, испытуемые, тем не менее, использовали различный вариант английского языка, наиболее приближенный к грамматической структуре родного языка. Это подтверждает гипотезу о том, что в ходе восприятия иностранного текста человек не может избежать процесса культурного фрейминга, который реструктурирует первоначальное послание и упорядочивает информацию в соответствии с правилами фрейминга своего родного языка, насколько это возможно. Нижеприведенные примеры призваны проиллюстрировать данное явление.

Англоязычные испытуемые значимо реже использовали грамматическую категорию признака (56, 85), чем русскоязычные испытуемые (74, 82) при описании главной идеи предложенного текста. Иными словами русскоязычные участники исследования в значительно большей степени восприняли предложенный текст, как описательный, нежели носители английского языка. Русский и английский языки существенно различаются по количеству имен прилагательных. Класс относительных имен прилагательных, которые выражают признак предмета, который невозможно изменить в степени, в английском языке выражен очень слабо по сравнению с русским языком. Примеры относительных прилагательных – слова «медицинский», «сельский» или «ежедневный», не имеющие степени сравнения. В английском языке значения, передаваемые в русском языке относительными прилагательными, часто передаются существительными в общем падеже. То есть, в данном случае существительное и прилагательное не имеют различий в форме слова, что невозможно для русского языка, где форма прилагательного всегда отличается специальными аффиксами.

Описывая главную идею англоязычного текста, носители русского языка могут ставить больший акцент на признаках и качествах, чем имел в виду автор текста из-за различной количественной представленности данных форм в двух языках. Таким образом, из-за гораздо большего количества прилагательных в русском языке носители русского языка могут ошибочно присваивать англоязычным текстам больше описательных характеристик и признаков, чем изначально содержится в предложенном тексте, что уже является особенностью фрейминга и частично искажает

правильное понимание англоязычного послания.

В описании главной идеи предложенного текста англоязычные испытуемые значимо реже использовали грамматическую категорию определенности (53,05), чем русскоязычные испытуемые (75,85). Таким образом, можно сказать, что группа носителей русского языка восприняла информацию в предложенном тексте как более определенную, чем это сделали носители английского языка. Различия в структуре русского и английского языков также позволяют предложить возможное объяснение данному явлению. В русском языке артикль вообще отсутствует, так как определенность в русском языке не выражена грамматически, а подается через контекст. Определенный артикль в английском языке грамматически более однообразен, так как используется и в единственном и во множественном числе, что позволяет русскоязычным студентам избегать лишних ошибок в его использовании, так как для этого не нужно держать в уме некоторые дополнительные грамматические правила.

Таким образом, описывая главную идею англоязычных текстов, русскоязычные испытуемые могут подавать информацию как более определенную, чем имеется в виду изначально, так как употребление грамматической категории определенности для них значительно проще, чем использование категории неопределенности. Это может являться особенностью культурного фрейминга и приводить к искажению восприятия изначально англоязычного послания.

Как и в случае с русскоязычными испытуемыми, носители английского языка значимо реже использовали категорию признака для описания главной идеи текста (36,87), чем носители персидского языка (49,82). Формы прилагательных английского и персидского языков больше похожи, чем формы прилагательных английского и русского языков, тем не менее персидский язык отличается наличием в нем длинных изафетных цепей. Изафетная цепь – это длинная цепь имен, в которой все имена, предшествующие последнему слову, являются его определителями и несут значения его признака. В данном случае речь идет не столько о морфологических различиях английского и персидского языков, сколько о различиях в синтаксисе. Изафетные цепи делают признаки в структуре персидского высказывания крайне заметными и значимыми, что может повлиять на то, что иранские испытуемые будут использовать больше имен прилагательных для описания главной идеи текста, прочитанного ими на иностранном языке.

Как и в случае с русскоязычными испытуемыми, исследование выявило значительные отличия в категориях модальности, где иранцы предпочли

аспект долженствования (иранцы – 53,30; носители английского языка – 29,90). Объяснениями могут служить культурные различия в иерархии, дистанции субъектов в системах образования и коммуникативной активности студентов. Англоязычная система отличается меньшей дистанцией между преподавателями и студентами, большей коммуникативной активностью и свободой студентов, а также акцентом на ценностях индивидуализма. Иранская культура в данной связи больше приближена к русскоязычной культуре, чем к культуре англоязычных народов.

Иранские испытуемые значимо реже использовали категорию действия (66,30) по сравнению с русскоязычными испытуемыми (96,65). С одной стороны, причиной могут быть различия, выявленные при дискурсном анализе, где иранцы отнесли к обсуждаемой проблеме больше как дистанцированные наблюдатели, в то время как белорусы отметили свою большую включенность в обсуждаемую проблему, что выразилось в их значимо более частом использовании глаголов и отглагольных форм при ее описании. Также причиной данного явления может служить синтаксически большая схожесть английского и русского языков, где глагол в высказывании чаще ставится на второе место, тогда как в персидском языке он имеет строго последнее положение в высказывании. Опираясь на теорию актуального членения предложения и понятия темы и ремы, которые могут существенно искажаться при переходе с правостороннего письма на левостороннее, логические акценты во фразе могут оказаться полностью смещенными. Это может сделать действия, выражаемые глагольными формами, менее замечаемыми при прочтении текста иранскими испытуемыми.

Иранские испытуемые значимо реже использовали категорию определенности (73,90), по сравнению с русскоязычными испытуемыми (92,54). В отличие от русского языка, персидский язык все же содержит подобную служебную часть речи, как артикль, которая несет в себе функцию определенности предмета. Это делает английский способ оформления данной категории не столь чуждым для иранцев, как для русскоговорящих людей, у которых данная категория выражается исключительно лексически. Это могло послужить причиной данного значимого различия между группами.

Заключение. В результате исследования получилось заметить и статистически доказать следующую тенденцию: несмотря на то, что восприятие лексической стороны предложенного иностранного текста почти не выявило различий между разными культурными группами, на уровне грамматических значений группы сместили ак-

ЛИТЕРАТУРА

центы в сторону тех форм, которые приняты в их родной грамматике, чем исказили исходное сообщение автора. Данное явление подтверждает тот факт, что при восприятии иностранных текстов имеет место процесс культурного фрейминга, который реструктурирует воспринимаемую информацию согласно грамматическим правилам родного языка в тех случаях, когда грамматические системы двух языков перекликаются. Полученные данные являются важным доказательством того, что изучение иностранного языка – лишь первый необходимый шаг в приобретении межкультурной компетентности. Даже если человек на достаточно хорошем уровне владеет иностранным языком, он все же не может в полной мере реконструировать лингвистический контекст чужой культуры, и он неизбежно искажает в той или иной степени ту информацию, которую он получает в межкультурном контексте.

1. Янчук, В.А. Методологические проблемы исследования культурного фрейминга / В.А. Янчук, В.А. Мазилев // Ярослав. пед. вестн. – 2013. – Т. 1, № 3. – С. 212–219.
2. Некрасов, С.И. Значение теории фреймов в современной науке / С.И. Некрасов, Н.С. Молчанова // Научные ведомости Белгородского государства. – 2009. – С. 13–17.
3. Douglas Creed, W.E. A Picture of the Frame: Frame Analysis as Technique and as Politics / W.E. Douglas Creed, J.A. Langstraat, M.A. Scully // Organizational Research Methods. – Vol. 5, No. 1, January 2002. – P. 34–55.
4. Landau, M.J. Evidence That Self-Relevant Motives and Metaphoric Framing Interact to Influence Political and Social Attitudes / M.J. Landau, D. Sullivan, J. Greenberg // A Journal of the Association for Psychological Science. – 2009. – Volume 20, Number 11. – P. 1421–1427.
5. Chingching, Ch. Consumption Products: An Affect Priming Process / Ch. Chingching // Psychology and Marketing. – 2008. – Vol. 25(1): 24–46 (January). – P. 24–46.
6. Реформатский, А.А. Введение в языковедение / А.А. Реформатский. – М.: АСПЕКТ-ПРЕСС, 1996. – 536 с.
7. Samovar, L.A. Communication between Cultures / L.A. Samovar, R.E. Porter, E.R. McDaniel. – Wadsworth Cengage Learning, Boston, 2010. – 463 p.

Поступила в редакцию 05.09.2017 г.