

# ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕНТАЛЬНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ ДЛЯ ЗАПОМИНАНИЯ ИНФОРМАЦИИ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ

**Воробьева Оксана Михайловна**

Старший преподаватель, Московский  
промышленно-финансовый университет «Синергия»  
ovorobeva@synergy.ru

## PRACTICAL USAGE OF MENTAL REPRESENTATIONS OF MODERN LIFE IN ORDER TO MEMORIZE INFORMATION IN FOREIGN LANGUAGES

**O. Vorobyeva**

**Summary:** The article describes a practical experiment of using mental representations as structures of symbols for memorization of information in foreign languages. The object of the study belongs to the field of cognitive linguistics and psychology. The research is based on the concept of mental representation as a structure of codes changing under certain conditions and for specific goals. Realities of modern life may be considered as certain conditions. Specific goals are understood as the intention to remember a content. The study is relevant, as the rapidly changing realities of the modern world require to accelerate processes of memorization by optimizing them. Preliminary data reflecting the results of tests and students' survey suggest that the offered method is effective.

**Keywords:** mental representation, cognitive linguistics, cognitive psychology, content memorization, associative memory, learning, teaching methods, marketing research, brands.

**Аннотация:** В статье описан практический эксперимент по использованию ментальных репрезентаций для запоминания информации на иностранном языке. Объект исследования относится к области когнитивной лингвистики и психологии. Исследование основано на понятии о ментальной репрезентации как изменяющейся структуре кодов под определенные условия и цели. В качестве условий рассматриваются реалии современной жизни. Под определенными целями понимается намерение запомнить контент. Исследование является актуальным, так как стремительно изменяющиеся реалии современного мира требуют ускорить процессы запоминания путем их оптимизации. Предварительные данные, отражающие результат тестирования и опроса студентов, дают возможность предположить, что данный метод является эффективным.

**Ключевые слова:** ментальная репрезентация, когнитивная лингвистика, когнитивная психология, ассоциативная память, методы обучения, маркетинговые исследования, бренды.

**М**ентальная репрезентация — это изменяющаяся структура кодов в мозгу человека, отражающая в упрощенной версии реальный мир в образах, созданных в результате переработки информации. Данная структура используется в мыслительной деятельности человека для того, чтобы облегчить процессы изучения реального мира и обеспечить коммуникативную деятельность.

Данное определение представляет собой краткое изложение концептов современной когнитивной лингвистики и психологии. В частности, ментальная репрезентация, согласно Е.С. Кубряковой – «ключевое понятие когнитивной науки, относящееся как к процессу представления ... мира в голове человека, так и к единице подобного представления, стоящей вместо чего-то в реальном или вымышленном мире и потому замещающей это что-то в мыслительных процессах. Это операция в сознании человека, позволяющая производить познавательную и коммуникативную деятельность» [2].

Е.М. Позднякова отмечает, что «в настоящее время в рамках когнитивного подхода репрезентации — это не

только отношение «реальный мир – язык», но и отношение «реальный мир – сознание» [4, с. 67-70].

Мозг и сознание изучает психология. Поэтому добавим к определению взгляд на ментальные репрезентации и с точки зрения психологии. В психологии ментальная репрезентация по представлениям Т.А. Ребеко является «конструкцией, зависящей от обстоятельств и построенной в конкретных условиях для специфических целей.» [5, с.25-54].

Ментальные репрезентации как структуры моделей, кодов или символов рассматривают как российские, так и зарубежные ученые.

Например, «... человеческий мозг использует для концептуализации мира приём, похожий на моделирование, а именно, создаёт упрощённую «копию» (модель) окружающего мира, чтобы обеспечить себе возможность его изучения [3, с. 167-169].

«Ментальные репрезентации – это информационно-содержащие, физически реализованные структуры

в сознании, которые позволяют нам воспринимать, осмысливать, обрабатывать, понимать и вспоминать все стимулы» [7].

Кодирование информации «...в структуре зрелого интеллекта одновременно идет как минимум в системе трех основных модальностей опыта: 1) через знак (словесно-речевой способ кодирования информации); 2) через образ (визуально пространственный способ кодирования информации); 3) через чувственное впечатление (чувственно-сенсорный способ кодирования информации)» [6, с. 112].

Цель данного исследования: определить возможно ли использовать полученную структуру кодов для ассоциаций с контентом текста и помогает ли это лучше запомнить содержание текста.

Предположительно, ментальный образ должен являться кодом, вызывающим в памяти ассоциации и запускающим процесс, восстанавливающий информацию из текста.

Рассмотрим один из аспектов реалий современной жизни, а именно, бренды.

Действительно, бренд — это своеобразный код, соответствующий всем 3 вышеуказанным условиям создания кода по переработке информации:

1) через знак (словесно-речевой способ кодирования информации); 2) через образ (визуально пространственный способ кодирования информации); 3) через чувственное впечатление (чувственно-сенсорный способ кодирования информации)»

Предлагается проверить:

1. Закрепится ли с помощью этого кода ассоциация в памяти;
2. Как быстро будет запоминаться материал;
3. Будет ли обращение к коду вызывать процесс, восстанавливающий информацию текста.

Таким образом нам предстоит перестроить структуру бренд под структуру: бренд-контент, используя ассоциативные связи.

#### Описание эксперимента

Эксперимент является продолжением исследования, которое было начато в октябре 2021 года [1].

В исследовании предлагалось для запоминания информации текста на иностранном языке использовать образы – ментальные репрезентации – и создавать изменяющиеся структуры под определенные условия и цели. Структуры были созданы при помощи обсуждения, кейсов, проблемных задач, ролевых игр.

На данный момент предположим, что опорной точкой будет не информация, которую нужно запомнить, а реальный мир.

Между ментальными репрезентациями реального мира и содержанием предлагается установить ассоциативные связи. То есть одни коды соотнести с другими и посмотреть какой это дает результат.

Рассмотрим в качестве кодовой структуры такой мульти-брендовый продукт как кофе.

Далее был использован текст, который на взгляд преподавателя оптимально подходил для эксперимента.

Данная модель была использована для закрепления материала. Предварительно контент был уже изучен.

Студентам были предложены ассоциации описательного характера, свободного типа, а именно цитаты о кофе, чтобы закодировать информацию текста

Текст содержал следующую информацию: описание новостных каналов Великобритании и США, содержащих достаточное количество не достоверных сведений, в противовес правдивой информации, поступающей с российских каналов новостей и из азиатских стран. Автор текста советовал читать блоги и писать новостные статьи самостоятельно.

Примерные структуры в схеме бренд – ассоциация – контент, выполненные студентами, выглядели следующим образом:

- описание новостных каналов Великобритании и США, содержащих достаточное количество не достоверных сведений – *Americano increasingly popular, but it is just 90% of water, 10% of coffee;*
- правдивая информация, поступающая с российских каналов новостей и из азиатских стран – *stay grounded, take your life one sip at a time;*
- совет автора: писать новостные статьи самостоятельно – *espresso yourself;*

В ходе эксперимента некоторые студенты соотнесли информацию из текста с другими брендовыми продуктами, например, из парфюмерии.

- описание новостных каналов Великобритании и США, содержащих достаточное количество не достоверных сведений – *Perfume is a message but chanel is hiding the truth.*

Чтобы проверить гипотезу: ментальный образ должен являться кодом, вызывающим в памяти ассоциации и запускающим процесс, восстанавливающий информацию из текста, были проведены 3 теста с интервалом через 2 недели, 1 месяц, 1,5 месяца. Точность воспроизведения материала текста составила от 67-82% (первичный

показатель) до 59,4% (3 тест).

Результаты опроса студентов показывают, что метод запоминания считают вовлекающим и мотивирующим 64% участника эксперимента, странным – 8%; 23,6% студентов не смогли выстроить ассоциативные связи. Не были заинтересованы исследованием 5,4 % студентов.

Таким образом предварительные результаты подтверждают, что способ, предложенный для запоминания информации, является эффективным. Возникающие ассоциативные связи улучшают процесс запоминания, делают этот опыт положительным и мотивирующим.

Изучение процессов обработки или кодирования информации, происходящих в мозгу человека, является важным направлением исследований. Результаты данных экспериментов могут быть использованы для оптимизации процессов обучения, развития ассоциативной памяти, улучшения процессов мышления. Это в свою очередь является альтернативой разработок и применения искусственного разума. Чтобы управлять искусственным разумом мозг человека должен перейти на качественно новую ступень развития.

Исследование на данном этапе является незавершенным и будет продолжено.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьева, О.М. Ментальные репрезентации в тематическом портфолио как эффективный способ запоминания материала и использования знаний / О.М. Воробьева // Актуальные проблемы коммуникации. Язык и перевод: материалы II международной научно-практической конференции, Москва, 20–22 апреля 2022 года / Московский педагогический государственный университет, Институт иностранных языков. – Москва: Московский педагогический государственный университет, 2022. – С. 28-33. – EDN ВАККАО.
2. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов, М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
3. Лукьянченко, Е.А. К вопросу понимания ментальной репрезентации / Е. А. Лукьянченко // Вестник МГИМО Университета. – 2013. – № 2(29). – С. 167-169. – EDN РYУКCD.
4. Позднякова Е.М. К вопросу о методологии репрезентационализма // Вопросы когнитивной лингвистики № 4. 2007. С. 67-70.
5. Ребеко Т.А. Ментальная репрезентация как формат хранения информации // Ментальная репрезентация динамика и структура. М.: ИП РАН, 1998. С. 25-54.
6. Холодная, М.А. Психология интеллекта: Парадоксы исследования / М.А. Холодная. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 272 с. – ISBN 5-318-00301-X. – EDN PVNRAD.
7. Krstnar M., Haberkorn K. Mental Representations., 2020. С. 1-17. – Doi: 10.1002/9781119011071.iemp0191.

© Воробьева Оксана Михайловна (ovorobeva@synergy.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»