УДК 808.2 : 159.9.018 : 316.6

СУБЪЕКТИВНЫЙ ОБРАЗ РОССИИ В СОЗНАНИИ СТУДЕНТОВ-УКРАИНИСТОВ (ПО ИТОГАМ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

Богомолова О.В., студент, Хейлик Т.А., к. филол.н., доцент

Запорожский государственный университет

Как показало анкетирование пятиклассников, дети, выросшие после распада СССР, в отличие от старшеклассников и студентов, уже естественно воспринимают Россию не как республику-"старшую сестру", а как чужую, часто опасно не предсказуемую страну, граничащую с Украиной волею то ли географических, то ли политических судеб.

Задача нашего исследования – выявить субъективный образ России в сознании студентов украинского отделения как представителей образованной части молодежи, выяснить, как они видят Россию, ее жителей, как оценивают политику, культуру, литературу, вклад в развитие цивилизации, какова спонтанная реакция на слово *русский*, существует отрицательный или положительный стереотип русских, насколько серьезны этнопредрассудки и т. д.

Одно из назначений работы – коррекция занятий по русскому языку с учетом полученных результатов.

В основе исследования – известный в психологии свободный ассоциативный эксперимент, суть которого в том, что испытуемые реагируют на словесный стимул первым «пришедшим в голову» в течение 7 секунд словом или словосочетанием [1, 5]. Эксперимент базировался на 10 вербальных стимулах: *XX век* (с целью опосредованно выяснить роль и место России в историческом процессе), *Россия, Москва, Кремль, русский, русская женщина, русский мужчина, новый русский, русский народ, русская литература*. В эксперименте приняли участие 123 студента (61 первокурсник и 62 пятикурсника). Время проведения – ноябрь-декабрь 1999 года, что важно для характеристики поверхностных этностереотипов.

В определенной степени, в отличие от метода Каца-Брейли, свободный ассоциативный эксперимент позволяет избежать заданности в ответах.

По мнению А. А. Леонтьева, ассоциативные данные можно использовать как источник лингвистической и психологической информации: каковы бы ни были индивидуальные особенности испытуемых, общая тенденция «пробьется» в наиболее частых или семантически близких ответах. Ассоциативные данные в силу своей статистической «благонадежности» легко поддаются математической обработке. Ассоциативные реакции вскрывают «культурную» специфику вербальных стимулов, побочные, непосредственно не релевантные для обобщения семантические связи слов. Наконец, ассоциативные данные – «мощное орудие социологического и социально-психологического исследования» [1, 14-15].

Выделяются синтагматические (типа *небо – голубое*) и парадигматические (типа *стол – стул*) ассоциации. По данным А. А. Леонтьева, обобщившего результаты исследования Палермо и Вудворса, стимулы-существительные вызывают парадигматические ассоциации в 70 % случаев [1, 6], у Палермо даже 77 %, что в целом подтверждается и нашими подсчетами: примерно 80 %. Соотношение синтагматических и парадигматических ассоциаций приведено в таблице 1

Таблица 1 – Соотношение парадигматических и синтагматических ассоциаций

№	Слово-стимул	Общее кол-во слов-реакций	Парадигма-тические ассоциации	%	Синтагмати-ческие ассоциации	%	Ассоциации-высказывания	%
1	XX век	122	109	90	12	9,1	1	0,8
2	Россия	123	112	91,1	7	5,7	4	3,2
3	Москва	122	113	92,6	7	5,7	2	1,6

4	Кремль	121	111	91,7	7	5,9	3	2,4
5а	Русский (как существительное)	36	26	72,2	10	27,7	-	-
5б	Русский (как прилагательное)	84	76	90,5	8	9,5	-	-
6	Русская женщина	117	82	70,1	35	29,9	-	-
7	Русский мужчина	118	91	77,1	26	22	-	-
8	Новый русский	118	80	67,8	36	30,5	2	1,7
9	Русский народ	111	82	73,9	27	24,3	2	1,8
10	Русская литература	122	99	81,1	22	18	1	0,8

Помимо типичных для ассоциативных норм синтагматических и парадигматических реакций, выявлены ассоциации-высказывания, чаще всего это цитаты известных стихотворений: “В Россию можно только верить”, завершения устойчивых выражений: “слезам не верит” на стимул “Москва”.

Весьма любопытным представляется соотношение пейоративных и мелиоративных характеристик. Если взять за 100 % все ассоциации, включающие оценочный компонент, то из 9 стимулов, непосредственно связанных с понятием “Россия”, 5 вызвали преимущественно негативную реакцию: *Россия* – 78,4 %, *Кремль* – 63,61 %, *русский* – 87,5 %, *новый русский* – 78 %, *русский народ* – 70,8 %.

Положительная коннотация преобладает в реакциях на стимул “Москва” – 60 % : *златоглавая, красивая, красивый город, красавица, хочу там побывать*, на стимулы-словосочетания “Русская женщина” – 74,2 %, “Русская литература” – 91,7 % : типичные ответы – *классика* (13), *богатая (3), интересно (3), великая (2), классика мировая*, *богатство, класс, большая, интеллигентность, могучая, основа духовная, прекрасна и удивительна, шедевры, шедевры мировой классики, приятные произведения*. Заметим, что у 30 % студентов реакция на этот стимул была вполне предсказуемо стереотипной: *Пушкин* (36 ответов).

Лишь на стимул-словосочетание “Русский мужчина” дано почти равное количество позитивных и негативных ответов. Соотношение оценочных реакций представлено в таблице 2.

Как видим, у студентов-украинистов довольно сложное, неоднозначное отношение к России, ко всему русскому: при почти абсолютном признании достоинств русской литературы, положительной оценке русской женщины, что в целом типично и для автостереотипа, и представлений других народов, отмечается преобладание осторожных, порой отрицательных, а то и враждебных оценок, экстремистски обобщенных одним из испытуемых: “Все російське нам вороже”.

Разберем подробнее реакции на один из вербальных стимулов. Некоторые лингвисты (К. Иван) для анализа ассоциаций предлагают использовать когнитивный подход [2], когнитивную категоризацию, основой которой является понятие прототипа как познавательной структуры, отражающей данный фрагмент действительности .

Таблица 2 – Соотношение оценочных реакций.

№	Слово-стимул	Положительная (в %)	Отрицательная (в %)
1	XX век	42,3	57,6
2	Россия	21,6	78,4
3	Москва	60	40
4	Кремль	36,3	63,6

5	Русский	12,5	87,5
6	Русская женщина	74,2	25,7
7	Русский мужчина	47,9	52,1
8	Новый русский	22	78
9	Русский народ	29,2	70,8
10	Русская литература	91,7	8,3

Когнитивные категории обычно имеют внутреннюю структуру, состоящую из “семейных отношений”, где некоторые представители являются более прототипическими, то есть обладают большим количеством черт, совпадающих с прототипом [3, 71].

Когнитивная категоризация может иметь три уровня: основной, на котором общие очертания членов категории воспринимаются как подобные и на котором человек эффективнее всего взаимодействует с окружающей средой; высший, более обобщающий уровень; нижний, более конкретный: *собака*, *животное, терьер* [3, 71].

Таким образом, если признать понятие “Россия” основной категорией, то реакции на это слово-стимул можно разделить на категории, находящиеся на обобщающем и на конкретном уровнях. Первые более полно отражают прототип: *страна* (12 ответов), *федерация* (3), *государство* (2), *страны ближнего зарубежья* (1). Сюда примыкают указания на размеры занимаемой территории: *большая страна* (5), *огромная страна* (1); ее ассоциативно значимую часть: *Сибирь* (1), климатические особенности: *холодно* (1); расположение по отношению к Украине: *север* (1), *соседи* (1). Некоторые ответы подчеркивают политическое состояние: *империя* (3), *великая держава* (1). В сознании 9 человек (8 из которых первокурсники) Россия противопоставляется Украине. Отмечено столкновение двух диаметрально противоположных ассоциаций: *родина – не родина* (оба ответа принадлежат пятикурсникам).

Категории конкретного уровня являются во многом субъективными. Они называют привычные “типичные атрибуты” как прошлого, так и настоящего России: *Ельцин* (10), *Москва* (8), *Кремль* (4), *Пушкин* (1), *царь* (1), “*Спартак*” (1), *медведь* (1), *лапти* (1), и сугубо индивидуальные: *бабушка, классные парни*, *Арбатова*, *Тальков*, ; двумя студентами Россия воспринимается как *мать*. Филологическая подготовка студентов проявилась в ассоциациях *Пушкин, стихи*, *Чичиков.*

Как видно из таблицы 3, в которой ассоциации на вербальный стимул “Россия” скомпонованы по частотному признаку, во многих ответах-реакциях проявляется этнический стереотип, этнопредрассудки.

Таблица 3. – Ассоциации на вербальный стимул “Россия”.

№	Ответ-ассоциация	Кол-во ответов
1	страна	12
2	Ельцин	10
3	Украина	9
4	Москва	8
5	война	7
6	большая	4
7	Кремль	4
8	Чечня	4
9	большая страна	3
10	империя	3
11	соседи	3
12	государство	2
13	кризис	2
14	мать	2
15	Сибирь	2
16	“В Россию можно только верить”	1
17	“Все російське нам вороже”	1
18	“сестра старшая”	1
19	“Спартак”	1
20	Арбатова	1
21	бабушка	1
22	бездорожье	1
23	беспорядок в большом	1
24	большой	1
25	великая держава	1
26	война с Боснией	1
27	враг	1
228	выборы	1
29	газ	1
30	горе	1
31	деньги	1
32	дура	1
33	Ельцин болеет часто	1
34	захватчик	1
35	карта (географическая)	1
36	классные парни	1
37	красный цвет	1
38	крах	1
39	крестьяне	1
40	лапти	1
41	лес	1
42	мама-анархия	1
43	медведь	1
44	москали	1
45	насилие	1
46	не родина	1
47	нищета	1
48	ну и что, а мы лучше	1
49	огромная страна	1
50	Пушкин	1
51	родина	1
52	север	1
53	стихи	1
54	страна большая	1
55	страны ближнего зарубежья	1
56	Тальков	1
57	ужас	1
58	федерация	1
59	холодно	1
60	царь	1
61	Чичиков	1
62	шумная	1
63	эстрада	1
	всего ответов	123

Существуют две категории национальных стереотипов: поверхностные и глубинные. По определению А.В. Павловской, поверхностные – это представления о том или ином народе, обусловленные исторической, международной, внутриполитической ситуацией или другими временными факторами. Такие стереотипы меняются в зависимости от ситуации в мире и обществе. Это, как правило, образы-представления, связанные с конкретными историческими реалиями [4, 101]. Так, в ноябре-декабре 1999 года на стимул "Россия" 8 % испытуемых (10 ответов) отреагировали словом "Ельцин" (примыкает сюда ответ "Ельцин болеет часто"), два раза в ряду ассоциаций появляется "Путин": по одному ответу на стимулы "Русский мужчина" и "Русский народ" (оба ответа даны пятикурсниками). Естественно, если бы эксперимент проводился в настоящее время, фамилия Путина упоминалась бы чаще. Больше ни один политический деятель России, кроме Ленина, в ответах-ассоциациях не присутствует. К числу составляющих поверхностный стереотип относятся ассоциации "*Чечня*" (4), "*война с Боснией*" (1), *выборы* (1).

В сознании студентов-украинистов отрицательный образ России связан с ее милитаристской политикой: *война* (8 реакций), *Чечня* (4), *захватчик* (1), *насилие* (1). Кроме того, Россия для них – *враг* (1), там – *бездорожье* (1), *нищета* (1), *беспорядок в большом* (1), *крах* (1), *кризис* (1), даже *ужас* (1). Этнонетерпимость сквозит в инвективе-вульгаризме *дура* (1). Украинско-российское соперничество проявилось в реакции *ну и что, а мы лучше*.

В отличие от поверхностных глубинные стереотипы устойчивы, они не меняются с течением времени, стереотипы передаются из поколения в поколение, воспринимаются как реальность, биологический факт. Глубинные стереотипы сформировались давно. Пути их распространения различны: разного рода литература, рассказы очевидцев, уроки в школе, разговоры с родителями, и, что особенно важно сегодня, телевидение, кино, видео. Среди глубинных в особую группу выделяются внешние, связанные с атрибутами жизни и быта народа, в русском языке их часто именуют словом "клюква" [4, 103]. Несмотря на постоянные перемены, подобные стереотипы меняются незначительно: *лапти, кокошник, сарафан, изба*. К глубинным стереотипам следует, видимо, отнести этномаркеры русских *москаль*, *москали*, *кацап*, *москаль у Шевченко*, зафиксированные не только на стимулы «Россия», но и на стимулы «Русский», «Русский мужчина». Более подробный анализ ассоциаций на восемь оставшихся стимулов будет представлен в следующей статье.

Изучение этнических стереотипов – упрощенных, схематичных, но широко распространенных в общественном сознании представлений одной нации о других или о себе самой – весьма актуально. Научиться общаться, избегая этнических предрассудков, возможно, имея четкое представление о том, как видят этносы друг друга. Задача русистов – не только совершенствовать знания украинских студентов по русскому языку, но и откорректировать в сторону объективности их знания о России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Леонтьев А. А. Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах // Словарь ассоциативных норм русского языка. – М.: Издательство Московского университета, 1977. – С.5-17.
2. K. Iwan. Subiektywny obraz Rosji w świadomości studentów rusycystów // STUDIA ROSSICA POSNANIENSIA. ZESZYT XXVIII . – Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersutetu im. Adama Mickewicza, 1998. – S. 167-173.
3. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С. 68-78.
4. Павловская А. В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 1998. – № 1. – С. 94-105.