

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Уральский государственный педагогический университет»



ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

3(53)'2015

Научный журнал

- Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-34838 от 25.12.2008
- Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering – ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN 1999-2629 от 14.05.2008
- Материалы журнала размещаются на сайте научных журналов Уральского государственного педагогического университета: journals.uspu.ru
- Материалы журнала размещаются на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки
- Включен в каталог Роспечать. Индекс 81955
- Включен в Европейский индекс цитирования по гуманитарным наукам European Reference Index for the Humanities (ERIH)
- Включен в международный каталог периодических изданий Ulrich's Periodicals Directory
- Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук, Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ от 19.02.2010 №6/6

Екатеринбург 2015

УДК 409.34
ББК Ш107
П50

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: доктор филол. наук, проф. А. П. ЧУДИНОВ (Екатеринбург)

Заместители главного редактора:

доктор филол. наук, доцент Э. В. БУДАЕВ (Нижний Тагил)

кандидат филол. наук, доцент М. Б. ВОРОШИЛОВА (Екатеринбург)

Члены редакционной коллегии:

PhD, профессор Р. АНДЕРСОН (Лос-Анджелес, США)

доктор филол. наук, профессор В. Н. БАЗЫЛЕВ (Москва, Россия)

доктор филол. наук, профессор В. М. БРИЦЫН (Киев, Украина)

PhD, профессор АНДЖЕЙ ДЕ ЛАЗАРИ (Лодзь, Польша)

PhD, профессор Д. ВАЙС (Цюрих, Швейцария)

доктор филол. наук, профессор, чл.-кор. РАН В. А. ВИНОГРАДОВ (Москва, Россия)

доктор филол. наук, профессор Е. А. НАХИМОВА (Екатеринбург, Россия)

доктор филол. наук, профессор Э. ЛАССАН (Каунас, Литва)

доктор филол. наук, профессор Н. Б. РУЖЕНЦЕВА (Екатеринбург, Россия)

PhD, профессор П. СЕРИО (Лозанна, Швейцария)

доктор филол. наук, профессор В. В. ХИМИК (Санкт-Петербург, Россия)

доктор филологических наук, профессор У АЙХУА (Пекин, Китай)

PhD, профессор Л. ЦОНЕВА (Велико-Тырново, Болгария)

доктор филол. наук, профессор Е. В. ШУСТРОВА (Екатеринбург, Россия)

PhD, профессор ЯН КЭ (Гуанчжоу, Китай)

Технический редактор: кандидат филол. наук Д. О. МОРОЗОВ

Заведующий отделом перевода: кандидат филол. наук И. С. ПИРОЖКОВА

Политическая лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО
П50 «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2015. – Вып. 3 (53). – 283 с.
ISSN 1999-2629

Журнал призван способствовать обмену новейшей информацией в области политической лингвистики, а также в сфере взаимоотношений языка, культуры и общества. Включает пять основных разделов – «Теория политической лингвистики», «Политическая коммуникация», «Язык – политика – культура», «Лингвистическая экспертиза: язык и право» и «Из истории политической лингвистики». Предназначен для филологов, политологов, социологов и всех тех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

УДК 409.34
ББК Ш107

Благодарим РГНФ за материальную поддержку проекта в рамках гранта № 14-04-0268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».

ISSN 1999-2629

© ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», 2015
© Политическая лингвистика, 2015

Ural State Pedagogical University



POLITICAL LINGUISTICS

3(53)'2015

Editor-in-Chief

Anatoliy P. Chudinov, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg)

Deputy Editors-in-Chief:

Edward V. Budaev, Ph.D., Assoc. Prof. (Nizhniy Tagil)

Maria B. Voroshilova, Ph.D., Assoc. Prof. (Ekaterinburg)

Editorial Board

Richard Anderson Jr., Ph.D., Prof. (Los Angeles, USA)

Vladimir N. Bazylev, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)

Britsyn V. M., Ph. D. (Kiev, Ukraine)

Vasiliy V. Khimik, Ph.D., Prof. (Saint-Petersburg, Russia)

Eleonora Lassan, Ph.D., Prof. (Kaunas, Lithuania)

Andrzej de Lazari, Ph.D., Prof. (Lodz, Poland)

Elena A. Nakhimova, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg)

Natalia B. Ruzhentseva, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)

Elizaveta V. Shustrova, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)

Patrick Seriot, Ph.D., Prof. (Lausanne, Switzerland)

Lilyana Tsoneva, Ph.D., Prof. (Veliko Tarnovo, Bulgaria)

Viktor A. Vinogradov, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)

Daniel Weiss, Ph.D., Prof. (Zurich, Switzerland)

Yang Ke, Ph.D., Prof. (Guangzhou, China)

Wu Aihua, Ph.D., Prof. (Beijing, China)

Ekaterinburg 2015

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Редакционные принципы журнала «Политическая лингвистика» | 10 |
|--|----|

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

| | | |
|---|--|----|
| Беглова Е. И., Шмелёва О. Ю. Нижний Новгород, Россия | «Языковой код» политической коммуникации (на материале выступлений Президента России В. В. Путина 2012—2015 гг.) | 12 |
| Карасик В. И. Волгоград, Россия | Ценностные приоритеты в анекдотах о новых русских | 17 |
| Катермина В. В. Краснодар, Россия | Оценочные номинации политиков (на материале русской и английской субстандартной лексики) | 26 |
| Кретов А. А. Воеводская О. М. Титов В. Т. Воронеж, Россия | Ментальное членение языков Европы в зеркале эксклюзем | 32 |
| Меркулова Э. Н. Нижний Новгород, Россия | «Ай спик фром май харт», или А был ли RunGLISH? | 42 |
| Руженцева Н. Б. Екатеринбург, Россия | Имиджевое интервью-перформанс В. Жириновского: смена масок, эпатаж, технология примитива | 50 |
| Химик В. В. Санкт-Петербург, Россия | <i>Майдан</i> как феномен русской и восточнославянской языковой действительности | 57 |
| Шустрова Е. В. Екатеринбург, Россия | Ориентационные метафоры в американской карикатуре времен Великой депрессии | 65 |

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

| | | |
|---|--|-----|
| Алферов А. В., Кустова Е. Ю. Пятигорск, Россия | Ксеностереотипы в языковой картине мира и в дискурсе Европейского парламента | 74 |
| Попова Г. Е. Астрахань, Россия | | |
| Белюсов К. И. Ерофеева Е. В. Пермь, Россия | Семантические модели актуальных представлений о России (на материале психолингвистических экспериментов разных типов) | 80 |
| Ворошилова М. Б. Екатеринбург, Россия | «Дружба крепкая не сломается»: визуальные символы дружбы в советском политическом плакате | 91 |
| Гизатуллина А. Р. Гумерова М. И. Казань, Россия | Идеологемы постперестроечного периода как фактор формирования нового сознания: общая характеристика (на материале газеты «Известия») | 95 |
| Горбачева Е. Н. Астрахань, Россия | Стратегическая перформативность в политическом дискурсе | 102 |
| Копцева В. А. Павлодар, Казахстан | Жанр интервью в политическом дискурсе Г. А. Зюганова | 107 |
| Корбо Беатриче Москва, Россия | Спортивно-игровая метафора в политическом дискурсе (на материале русского и итальянского языков) | 116 |

К. И. Белоусов, Е. В. Ерофеева
Пермь, Россия

СЕМАНТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ АКТУАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О РОССИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ЭКСПЕРИМЕНТОВ РАЗНЫХ ТИПОВ)

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются способы репрезентации в языковом сознании образа России. Осуществляется попытка представить теоретико-методологическую модель изучения образа России, состоящую из следующих измерений: образ индивидуальный / образ социальный (коллективный), образ внутренний / образ внешний, образ обыденной / образ профессиональной картины мира, образ художественный / образ нехудожественный; тип исследования: корпусное/экспериментальное; представленность образа России на уровне материала: эксплицитная/имплицитная. В исследовании ставилась задача экспериментального изучения социального (коллективного) внутреннего обыденного образа России. Исследование выполнялось на материале двух разновидностей цепочечных ассоциативных экспериментов с большим количеством реакций, в которых разными способами репрезентировались актуальные представления о России: эксперимента по перечислению слов ряда и эксперимента по выявлению актуального лексикона. Полученный в обоих экспериментах материал анализировался с помощью выделения семантических полей и определения их количественных характеристик: объема реакций, входящих в поле (актуальность поля для информантов) и количества разных реакций в поле (проработанность данного поля в языковом сознании). Классификация реакций осуществлялась в информационной системе «Семограф». Сопоставление результатов двух экспериментов позволяет сделать вывод, что ядром представлений о стране и России является семантическое поле КУЛЬТУРА, которое поддерживается устойчивыми полями ГОСУДАРСТВО, СОЦИУМ, ПРИРОДА, ПЕРСОНАЛИТИ, ТЕРРИТОРИЯ, варьирующимися в зависимости от условий обращения информантов к ментальному лексикону.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: образ России; актуальный лексикон; ментальный лексикон; ассоциативный эксперимент; семантические модели; семантическое поле; информационная система «Семограф».

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Белоусов Константин Игоревич, доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания, Пермский государственный национальный исследовательский университет; адрес: 614046, Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: belousovki@gmail.com.

Ерофеева Елена Валентиновна, доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания, Пермский государственный национальный исследовательский университет; адрес: 614046, Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: elevaer@gmail.com.

ВВЕДЕНИЕ

Проблематика образа России является одной из наиболее разработанных в современной лингвистике. Образ России, представления о России, концепт России — эти и другие возможные синонимические теоретические конструкции концентрируют внимание на одной из современных цивилизационных геополитических общностей с помощью анализа текстовых (в семиотическом понимании) проекций индивидуального или коллективного сознания. С другой стороны, ментальная природа «образа» позволяет рассматривать его как концепт или как систему концептов, входящих, с одной стороны, в ментальное пространство субъекта, а с другой — в концептосферу социума и его отдельных страт. Поэтому проблематика «образа России» объединяет интересы и методы политической лингвистики, теории дискурса, медиалингвистики, психолингвистики и когнитивной лингвистики.

Популярность исследования образа России проявляется в многочисленности конференций, симпозиумов и круглых столов соответствующей тематики [Кибальник, Трофимова 2010; Медоева и др. 2013]. Многообразие подходов к изучению образа России нашло отражение в объемном корпусе диссертационных, монографических и статейных публикаций по данной теме. В создаваемом образе России можно выделить несколько измерений (см. табл. 1).

1. Образ индивидуальный / образ социальный (коллективный). К индивидуальному образу Рос-

сии можно отнести исследования, выполненные на материале произведений одного писателя/публициста [Линкова 2010]. Социальный образ России формируется отдельными социальными группами, в частности журналистами [Телегина и др. 2008; Нахимова 2009], поэтами [Дом и душа... 2010] и др.

2. Образ внутренний / образ внешний. По данной оси распределяются исследования, реконструирующие образ России с позиций носителей русского языка и культуры и со стороны представителей иных лингвокультур [Куданкина 2006; Красильникова 2007].

3. Образ обыденной / образ профессиональной картины мира. Образ России может быть как предметом целенаправленной профессиональной рефлексии (например, в сфере массмедиа) [Литвинова 2009], так и неосознаваемых в полной мере представлений, смыслов, стереотипов на уровне обыденной картины мира [Белоусов, Зелянская 2013].

4. Образ художественный / образ нехудожественный. В данном случае речь идет о формировании образа России в художественной литературе, с одной стороны, и в нехудожественных речевых формах — с другой. Необходимость выделения данного измерения обусловлена тем, что художественный образ развивается по своим законам, в соответствии с логикой художественного произведения, т. е. может заметно отличаться от образа, функционирующего в национальной картине мира [Хабибуллина 2008; Чудинов 2005].

Таблица 1. Аспекты изучения образа России

| Материал | Образ России | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|------------------|------------|--------------|------------|------------------|------------|--------------|------------|------------------|------------|--------------|------------|------------------|------------|--------------|---|
| | Индивидуальный | | | | | | | | Социальный | | | | | | | |
| | Внутренний | | | | Внешний | | | | Внутренний | | | | Внешний | | | |
| | Профессиональный | | Обыденный | | Профессиональный | | Обыденный | | Профессиональный | | Обыденный | | Профессиональный | | Обыденный | |
| Художеств. | Нехудожеств. | Художеств. | Нехудожеств. | Художеств. | Нехудожеств. | Художеств. | Нехудожеств. | Художеств. | Нехудожеств. | Художеств. | Нехудожеств. | Художеств. | Нехудожеств. | Художеств. | Нехудожеств. | |
| Корпус | + | + | — | — | + | + | — | — | + | + | — | + | + | + | + | + |
| Эксперимент | — | — | — | — | — | — | — | — | — | + | — | + | — | + | — | + |

Четыре измерения образа России следует дополнить измерением методологическим, в составе которого можно выделить:

А. Тип исследования: корпусное/экспериментальное. В качестве корпусов могут выступать интернет-тексты, тексты СМИ, литературные произведения и языковые единицы (метафоры, географические наименования и мн. др.). Экспериментальные исследования могут основываться на разнообразных методах экспериментальной лингвистики (см., напр/ [Тарасов 2006]), наиболее популярные в данном случае — ассоциативные эксперименты разных типов [Романова 2014].

Б. Представленность образа России на уровне материала: эксплицитная/имплицитная, обусловленная целями исследования. В том случае, когда собранный материал связан в первую очередь с образом России, говорится об эксплицитности образа. Если же анализируемый материал преимущественно посвящен какой-то другой проблеме, а образ России «выводится» в процессе анализа как ее составляющая, речь идет об имплицитности образа. Данный аспект не внесен в таблицу 1, так как он может присутствовать в любых «открытых» ячейках исследовательской парадигмы.

В таблице 1 видно, что не все возможные варианты исследований могут быть реализованы. Основные причины «закрытых» ячеек исследовательской парадигмы состоят в следующем: 1) в противоречиях классификации, 2) в проблемах сбора материала и 3) в отсутствии интереса к отдельным исследованиям. Так, например, в классификационных ячейках есть противоречие, выраженное сочетанием обыденного и художественного. В нашем понимании художественная деятельность является разновидностью профессиональной, хотя может отражать «наивные» (обыденные) представления о мире. Отсутствие корпусного исследования с нехудожественным обыденным индивидуальным (внешним и внутренним) материалом обусловлено не невозможностью осуществления такого исследования, а отсутствием интереса к нему. Результатом такого исследования была бы реконструкция образа России на основе представлений одного типичного носителя языка. Отсутствие экспериментальных исследований индивидуального образа России обусловлено, во-первых, невозможностью в

эксперименте моделировать художественный образ (*Проф. + Худ.*), во-вторых, отмеченной выше несочетаемостью в формуле *Обыд. + Худ.* и, в-третьих, отсутствием интереса к проведению экспериментов с одним информантом.

Таким образом, системное рассмотрение возможных аспектов изучения образа России выявляет относительно широкий спектр корпусных исследований и заметно меньшую потенциальную вариативность при обращении к эксперименту. В то же время экспериментальные исследования образа России обладают рядом преимуществ перед корпусными, особенно тогда, когда предмет исследования (образ России) представлен в материале имплицитно. Эксперимент позволяет варьировать независимые переменные (в частности, задание) таким образом, чтобы результаты работы испытуемых над поставленной проблемой можно было использовать для решения других задач. В первую очередь речь идет о поиске более широких контекстов функционирования образа России (и его отдельных составляющих) в языковом сознании. И поскольку косвенное изучение представленности образа России в языковом сознании не может претендовать на целостность образа, мы используем термин *представления о России*.

Структура представлений о том или ином объекте у человека довольно сложна и объединяет когнитивные «единицы» разного уровня, от чувственных образов до вычленения отдельных дифференциальных признаков. При этом объекты в сознании человека связаны множественными отношениями и в совокупности формируют картину мира, которая фиксируется различными семиотическими кодами, в том числе и языковым. Язык — это «средство, дающее возможность упорядочить весь массив опыта — результаты взаимодействия с действительностью; в языке и средствами языка вырабатывается и фиксируется картина мира, как она складывается у данного языкового коллектива на некотором этапе его развития» [Касевич 2006: 384]. Представления человека о том или ином предмете или явлении закрепляются средствами языка в ментальном лексиконе — системе репрезентации слов (и эквивалентных им единиц) в долговременной памяти человека [Баранов и др. 2001; Кубрякова 1996; Carroll 1994 и др.], которая служит средством дос-

тупа к продуктам переработки многогранного опыта взаимодействия человека с окружающим его миром [Залевская 2005]. И картина мира в целом, и отдельные представления вариативны и зависят от множества параметров, в первую очередь — от социальных характеристик их носителей, поскольку напрямую связаны с индивидуальным и социальным опытом и являются их продуктом. Кроме того, ментальный лексикон и, следовательно, картина мира имеют динамическую природу, могут перестраиваться, вследствие чего в разных ситуациях активируются разные части картины мира, закрепленной в структурах ментального лексикона [Залевская 2005]. Поэтому моделирование разных объектов действительности зависит в том числе и от типа эксперимента, при котором мы получаем «доступ» к той или иной части картины мира и к разным аспектам представления об объекте.

Будучи сложной системой фиксации различного — индивидуального и социального — опыта, ментальный лексикон отражает и различные социальные и социально-психологические структуры: социальные ценности, стереотипы, идентичности [Ерофеева 2014]. Большое значение среди ценностей имеет ценность «страна», в которой человек вырос, в которой живет, потому что именно в этом контексте формируются все остальные структуры, и представления о своей стране накладывают отпечаток на все иные ценности, стереотипы и идентичности.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предметом исследования стали представления о России, которые актуальны для определенной социальной группы — студентов Пермского государственного университета (40 человек). Студенты, по мнению социологов, являются так называемой «социально перспективной группой», которая в ближайшем будущем будет определять базовые социальные тенденции. Именно поэтому их представления о России как о стране особенно интересны.

Поскольку, как уже говорилось выше, тип эксперимента влияет на полученный материал (т. е. является фактором контекстного варьирования), в исследованиях подобного рода лучше использовать как минимум две экспериментальные методики. Этот прием позволяет выявить устойчивые компоненты представлений, не зависящие от типа обращения к ментальному лексикону. В данном случае использовались два типа ассоциативного направленного цепочечного эксперимента: перечисление слов заданной группы (эксперимент-1 — проведен в январе 2015 г.) и выявление актуального лексикона (эксперимент-2 — проведен в феврале 2014 г.).

Эксперимент по перечислению слов заданной группы нацелен на определение границ категории и ее структуры. При проведении подобных экспериментов информантов просят перечислить как можно больше слов, описывающих определенное понятие или входящих в ту или иную категорию

[Глазанова 2001]. Инструкция для информантов в данном случае звучала следующим образом: «Перечислите как можно больше слов (не менее 30), имеющих отношение к понятию „страна“».

Актуальный лексикон — это наиболее частотная лексика ментального лексикона человека [Агибалов 1995]. Методика получения актуального лексикона) состоит в следующем: информантов просят написать список из ста слов, которые они, по их мнению, наиболее часто используют в речи (т. е. происходит актуализация наиболее субъективно важных компонентов картины мира, выраженных лексически).

Оба эксперимента направлены на актуализацию лексем ментального лексикона, обозначающих те или иные понятия, однако первый показывает структуру понятия, а второй — его вес среди более широких представлений.

Объем полученного от информантов материала представлен в таблице 2. Всего в целом получена и обработана 5231 реакция информантов.

Полученный в обоих экспериментах материал анализировался с помощью выделения семантических полей и определения их количественных характеристик: объема реакций, входящих в поле, и количества разных реакций в поле. Объем реакций показывает значимость, актуальность поля для информантов, а количество разных реакций — детализированность, проработанность данного поля в языковом сознании.

Все полученные реакции распределялись по семантическим полям, соответствующим выделенным аспектам. Классификация реакций проходила в информационной системе «Семограф» [Белоусов 2014], которая позволяет анализировать полученные данные с помощью инструментов полевого анализа (создавать семантическую классификацию реакций с много-многозначными соответствиями между реакциями и полями). При этом принципы распределения были следующими.

1. Учитывался контекст реакции: конкретное значение многозначных слов определялось из контекста, т. е. соотносилось со стоящими рядом реакциями. Например, слово *градус* может иметь отношение и к погоде, и к здоровью, и к алкогольным напиткам. При этом оно встретилось в следующей цепочке реакций: *снег, температура, градус, весна*, что позволяет в данном случае идентифицировать его как слово, связанное с семантическим полем ПРИРОДА.

2. Если многозначное слово встречалось в анкетах в разных значениях, то оно соответственно учитывалось в двух семантических полях. Например, слово *мир* может иметь значения 'Земля, часть пространства' и 'согласие, отсутствие войны'. В экспериментальном материале это слово встретилось в цепочках реакций: 1) *город, область, край, мир, место, государство*; 2) *единство, труд, мир, гордость*. В первом случае слово относится к семантическому полю ТЕРРИТОРИЯ, во втором — к полю ОТНОШЕНИЯ.

Таблица 2. Объем материала исследования

| Эксперимент | Количество реакций | Количество разных единиц |
|------------------------|--------------------|--------------------------|
| Перечисление слов ряда | 1233 | 605 |
| Актуальный лексикон | 3998 | 1649 |

Таблица 3

Объем реакций, связанных с понятием «страна», в общем объеме актуального лексикона

| Семантические поля | Количество реакций | Количество разных единиц |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------------|
| Все поля | 1939 | 825 |
| Поля, описывающие структуру объекта | 1145 | 400 |

3. В два (или более) полей заносятся словосочетания, состоящие из двух (или более) компонентов: *национальные традиции* — одновременно относится и к полю НАЦИОНАЛЬНОСТИ, и к полю КУЛЬТУРА.

4. К нескольким семантическим полям относятся слова и выражения, связанные со всеми полями. Например: *Петр I* относится и к группе ИСТОРИЯ, и к группе ПЕРСОНАЛИ.

Такие «многократные отнесенности» отражают устройство семантической системы человека и пересечение семантических категорий в ментальном лексиконе.

Первый этап анализа состоял в определении структуры понятия «страна» (эксперимент-1), второй этап — в вычленении в структуре объекта компонентов, важных для представлений о России (эксперимент-1 и эксперимент-2).

Материал эксперимента-1 анализировался полностью. Из общего массива реакций, полученных в ходе эксперимента-2, были выделены те, которые касались ядерных семантических групп в понятии «страна», а также группа слов, связанная непосредственно с Россией и с символами России (объем экспериментального материала представлен в табл. 3).

РЕЗУЛЬТАТЫ Эксперимент-1

Анализ экспериментального материала показал, что структура понятия «страна» включает три

аспекта: 1) структуру самого объекта, 2) контекст, в котором существует объект, 3) восприятие объекта субъектом.

1. **Структура объекта** весьма сложна и отражает устройство страны как комплексного территориально-политического образования. Она включает в себя такие аспекты, как государственное устройство; территорию, на которой расположена страна; устройство общества и социальные институты; природу и климат страны; политические организации; экономику; инфраструктуру, которая характерна для данной страны; историю; культуру; науку; религию; персоналии; сознание — ментальность, характерную для социума страны; язык; характеристики; атрибуты страны.

2. **Контекст существования страны** описывается через следующие аспекты: другие страны; национальности, представители которых населяют разные страны; отношения между странами и народами.

3. **Отношения между объектом и субъектом** сводятся к восприятию объекта субъектом и описываются через эмоции и чувства, которые вызывает страна у субъекта; нравственные категории, которые связаны с отношениями «объект — субъект» (т. е. страна — граждане).

В таблице 4 представлены примеры реакций, принадлежащих разным семантическим полям, выделенным в структуре объекта, контексте существования объекта и восприятии объекта субъектом.

Таблица 4. Примеры реакций разных семантических полей

| СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ | ПРИМЕРЫ |
|-------------------------------------|---|
| Структура объекта | |
| ГОСУДАРСТВО | <i>власть, закон, право, правительство, полиция, армия...</i> |
| ПРИРОДА | <i>климат, животные, лес, зима, снег, небо, солнце...</i> |
| ХАРАКТЕРИСТИКИ | <i>целостность, мощь, независимая, сила, красивая...</i> |
| СОЦИУМ | <i>здравоохранение, рождаемость, коллектив, семья...</i> |
| ТЕРРИТОРИЯ | <i>материк, границы, простор, мир, ширь, Урал...</i> |
| КУЛЬТУРА | <i>фольклор, музыка, памятники, традиции, зимний салат...</i> |
| ИНФРАСТРУКТУРА | <i>города, села, плохие дороги, строения, заводы...</i> |
| ПОЛИТИКА | <i>идеология, митинг, раздел мира, санкции США, Путин...</i> |
| АТРИБУТЫ | <i>флаг, герб, гимн, столица, конституция...</i> |
| ЭКОНОМИКА | <i>бизнес, валюта, бюджет, работа, инфляция...</i> |
| ИСТОРИЯ | <i>Вторая мировая война, революции, империя...</i> |
| ЯЗЫК | <i>язык, сленг, диалекты, акценты, слово...</i> |
| СЕМЬЯ | <i>семья, дочь, мать, родители, родственники, детство...</i> |
| ПЕРСОНЫ | <i>Лавров, Путин, Пугачёва, Пушкин, Петр I, Шопен...</i> |
| РЕЛИГИЯ | <i>церкви, православие, золотые купола, вера...</i> |
| СОЗНАНИЕ | <i>менталитет, общественное сознание, стереотипы...</i> |
| НАУКА | <i>технологии, космическая программа, наука, открытие...</i> |
| Контекст объекта | |
| СТРАНЫ | <i>США, Великобритания, Китай, Бразилия, СНГ...</i> |
| ОТНОШЕНИЯ | <i>дружба, соседи, любовь, конфликт, зависимость...</i> |
| НАЦИОНАЛЬНОСТЬ | <i>этнос, раса, народ, китаец, русские...</i> |
| ПУТЕШЕСТВИЯ | <i>виза, чемодан, туризм, отдых, аэропорт, багаж...</i> |
| Восприятие объекта субъектом | |
| ЭМОЦИИ И ЧУВСТВА | <i>страх, слёзы, радость, любовь, умиротворение...</i> |
| НРАВСТВЕННОСТЬ | <i>честь, патриотизм, долг, милосердие, верность...</i> |

Объем семантических полей, описывающих структуру объекта, а также количество разных реакций в них даны в таблице 5. Количественные показатели рассчитывались в процентах исходя из общего количества реакций и общего количества разных реакций.

Как видно из таблицы 5, в реакциях информантов, относящихся к структуре объекта, наиболее часто представлены поля ГОСУДАРСТВО (11,8 %), ПРИРОДА (11,3 %), ХАРАКТЕРИСТИКИ (10,9 %), СОЦИУМ (9,5 %), ТЕРРИТОРИЯ (8,7 %), КУЛЬТУРА (7,5 %). Таким образом, студенты представляют страну прежде всего как государство и государственные структуры. Помимо этого, важными составляющими их представлений являются территория и природа страны, а также социальные институты.

Отдельное место в списке семантических полей, относящихся к структуре объекта, занимают различные характеристики. Из таблицы 5 видно, что разнообразие лексем наиболее велико именно в этой группе. Среди всех характеристик, которые называют информанты, можно выделить объективные (чаще всего это указание на размер и площадь), которые занимают чуть более трети от всех названных характеристик (31 %). Отметим, что информанты среди объективных характеристик называют такие, которые с большой долей вероятности относятся не к стране вообще, а в первую очередь к России: *большая территория, огромная, размер, многонациональная, красивая природа, пьянство, плохие дороги* и т. п. Поэтому можно предположить, что и остальные характеристики относятся в первую очередь к России. Все характеристики можно условно разделить на положительные, отрицательные и нейтральные. Доля положительных в общем числе характеристик — более половины (52 %),

а доля отрицательных — 16 %. Таким образом, в целом информанты рисуют положительный образ страны.

Интересно, что такие важные составляющие устройства страны, как ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИЯ, ИСТОРИЯ, не говоря уже о НАУКЕ, занимающей последнее место среди всех семантических полей, описывающих структуру объекта, менее важны для представлений о стране у студентов.

Среди семантических полей, описывающих контекст, в котором существует объект, наиболее объемными оказываются поля СТРАНЫ и ОТНОШЕНИЯ, что в целом описывает структуру современного устройства мира. Однако показатели частотности этих групп все же ниже, чем у «топовых» групп в самой структуре объекта.

В поле СТРАНЫ перечисляется 25 разных стран и объединений стран из разных концов света (*Аргентина, Бразилия, США, Канада, Германия, Великобритания, Индия, Китай, Египет, СНГ, Украина* и т. п.), что свидетельствует о том, что в понятие «страна» входит в качестве достаточно важного компонента и ее существование в системе подобных объектов. Кроме того, в большинстве перечисленные страны являются крупными геополитическими игроками, и основные политические события и новости связаны именно с ними. В целом данный список подтверждает важность влияния СМИ на формирование представлений о том или ином объекте.

Что касается поля ОТНОШЕНИЯ, то в нем, естественно, перемешаны отношения между странами и между конкретными людьми. Однако разделить их в материале практически невозможно, поэтому было принято решение рассматривать это поле как контекстный в широком смысле фактор.

Таблица 5. Объем семантических полей и количество разных реакций (эксперимент-1)

| СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ | Объем, абс. | Кол-во разных единиц, абс. | Объем, % | Кол-во разных единиц, % |
|-------------------------------------|-------------|----------------------------|----------|-------------------------|
| Структура объекта | | | | |
| ГОСУДАРСТВО | 151 | 59 | 12,2 | 9,8 |
| ПРИРОДА | 138 | 58 | 11,2 | 9,6 |
| ХАРАКТЕРИСТИКИ | 135 | 93 | 10,9 | 15,4 |
| СОЦИУМ | 111 | 56 | 9,0 | 9,3 |
| ТЕРРИТОРИЯ | 106 | 48 | 8,6 | 7,9 |
| КУЛЬТУРА | 101 | 56 | 8,2 | 9,3 |
| ИНФРАСТРУКТУРА | 73 | 38 | 5,9 | 6,3 |
| ПОЛИТИКА | 68 | 25 | 5,5 | 4,1 |
| АТРИБУТЫ | 68 | 11 | 5,5 | 1,8 |
| ЭКОНОМИКА | 59 | 37 | 4,8 | 6,1 |
| ИСТОРИЯ | 54 | 23 | 4,4 | 3,8 |
| ЯЗЫК | 32 | 15 | 2,6 | 2,5 |
| СЕМЬЯ | 26 | 11 | 2,1 | 1,8 |
| ПЕРСОНЫ | 13 | 10 | 1,1 | 1,7 |
| РЕЛИГИЯ | 9 | 7 | 0,7 | 1,2 |
| СОЗНАНИЕ | 9 | 7 | 0,7 | 1,2 |
| НАУКА | 9 | 6 | 0,7 | 1,0 |
| Контекст объекта | | | | |
| СТРАНЫ | 93 | 42 | 7,5 | 6,9 |
| ОТНОШЕНИЯ | 77 | 35 | 6,2 | 5,8 |
| НАЦИОНАЛЬНОСТЬ | 52 | 22 | 4,2 | 3,6 |
| ПУТЕШЕСТВИЯ | 37 | 21 | 3,0 | 3,5 |
| Восприятие объекта субъектом | | | | |
| ЭМОЦИИ | 32 | 15 | 2,6 | 2,5 |
| НРАВСТВЕННОСТЬ | 30 | 15 | 2,4 | 2,5 |
| ВСЕГО | 1233 | 605 | | |

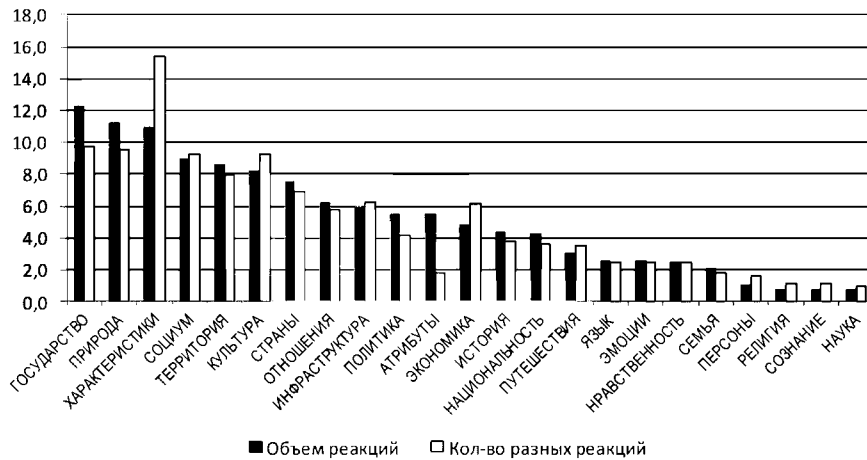


Рис. 1. Структура понятия «страна» по результатам эксперимента-1

Таблица 6

Объем реакций, относящихся непосредственно к России, в общем объеме материала эксперимента-1

| Семантические поля | Количество реакций | Количество разных единиц |
|---------------------------|--------------------|--------------------------|
| РОССИЯ | 88 (7,1%) | 42 (7,0%) |
| Реакции — названия России | 39 (3,2%) | 4 (0,7%) |

Отметим, что в группу НАЦИОНАЛЬНОСТИ реально вошли только 2 конкретные национальности — русские (в разных словоформах) и китайцы. Остальные реакции этой группы представлены общими словами типа *народ, коренные народы, народность, нация, многонациональная, раса, этнос* либо представляют собой часть словосочетаний *народные инструменты, народные танцы и песни, национальные костюмы, национальные ценности* и т. п. Этот факт можно трактовать так: 1) в настоящее время национальный вопрос не слишком остро стоит среди студентов (по крайней мере, пермских), 2) информанты ориентируются на свою страну, описывая понятие страны вообще.

Интересно, что в реакциях информантов было реализовано семантическое поле ПУТЕШЕСТВИЯ, наличие которого не предполагалось заранее. Это поле отражает, скорее, индивидуальный опыт информантов, хотя в целом является не самым низкочастотным. Отметим, что среди стран перечислены и традиционные места отдыха россиян (*Египет, Испания, Индия, Таиланд* и др.)

Два семантических поля, описывающие субъективное восприятие объекта — ЭМОЦИИ И НРАВСТВЕННОСТЬ — практически одинаковы по объему и количеству разных реакций (см. табл. 5). Объемы этих полей еще ниже, чем объемы полей, относящихся к контексту объекта.

Таким образом, если рассмотреть все аспекты объекта целиком (см. рис. 1), то окажется, что в центре категории (или понятия) находятся семантические поля, описывающие структуру объекта. Основу, ядро понятия «страна» в сознании студентов составляют семантические группы,

относящиеся к описанию структуры страны — ГОСУДАРСТВО, ПРИРОДА, ХАРАКТЕРИСТИКИ, СОЦИУМ, ТЕРРИТОРИЯ, КУЛЬТУРА. При этом группа «Государство» является преобладающей.

Среднюю часть категориального поля в равной степени формируют как семантические поля, относящиеся к структуре объекта, так и семантические поля, описывающие контекст объекта (наиболее важным полем средней части оказывается поле СТРАНЫ), а периферию составляют группы структуры объекта и его субъективного восприятия.

Дополнительно из материала эксперимента-1 были выделены реакции, которые имели отношение непосредственно к России, т. е. конкретные российские реалии или те реакции, в которых в явном виде содержались компоненты *русский, российский, Россия, РФ* и т. п.

Объем таких реакций в общей доле оказался достаточно велик — 88 реакций, что составило 7 % от всего объема материала (см. табл. 6). Собственно наименования России среди всего материала составили 3,2 %. Все это еще раз подтверждает, что информанты воспринимают понятие «страна» через представления о своей собственной стране.

Если распределить все реакции, имеющие непосредственное отношение к России, по тем же семантическим полям, то получается иная структура, чем у общего понятия «страна» (см. табл. 7). Важно, что многие реакции из таких семантических полей, как ГОСУДАРСТВО, ПРИРОДА, ТЕРРИТОРИЯ и т. п., не могут быть соотнесены непосредственно с Россией, поскольку в основном являются общими для любых стран и территорий.

Таблица 7

Объем семантических полей и количество разных реакций среди реакций, относящихся непосредственно к России (эксперимент-1)

| СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ | Объем, абс. | Кол-во разных единиц, абс. | Объем, % | Кол-во разных единиц, % |
|--------------------|-------------|----------------------------|----------|-------------------------|
| РОССИЯ | 39 | 4 | 44,3 | 9,5 |
| КУЛЬТУРА | 14 | 14 | 15,9 | 33,3 |
| ПЕРСОНЫ | 9 | 6 | 10,2 | 14,3 |
| АТРИБУТЫ | 7 | 5 | 8,0 | 11,9 |
| ПОЛИТИКА | 6 | 3 | 6,8 | 7,1 |
| ХАРАКТЕРИСТИКИ | 6 | 3 | 6,8 | 7,1 |
| ГОСУДАРСТВО | 6 | 3 | 6,8 | 7,1 |
| ИСТОРИЯ | 5 | 3 | 5,7 | 7,1 |
| ИНФРАСТРУКТУРА | 4 | 3 | 4,5 | 7,1 |
| НАЦИОНАЛЬНОСТЬ | 3 | 3 | 3,4 | 7,1 |
| ПРИРОДА | 3 | 2 | 3,4 | 4,8 |
| ЭКОНОМИКА | 3 | 3 | 3,4 | 7,1 |
| ЯЗЫК | 3 | 1 | 3,4 | 2,4 |
| ТЕРРИТОРИЯ | 2 | 2 | 2,3 | 4,8 |
| РЕЛИГИЯ | 1 | 1 | 1,1 | 2,4 |
| ВСЕГО | 88 | 42 | | |

Наиболее крупным полем в данном случае оказывается поле названий России, которое включает всего 4 разных единицы: *Россия, родина, отечество* и *СССР*. Почти все информанты (кроме одного) так или иначе обозначили свою страну в реакциях.

Наиболее частотными из оставшихся семантических полей являются поля КУЛЬТУРА и ПЕРСОНЫ.

Поле КУЛЬТУРА представлено 14 разными реакциями, из которых половина (7) относятся к искусству (*Пушкин, Лермонтов, Есенин, великая литература, золотые купола, фильм «Ирония судьбы», Алла Пугачёва*). В целом мы видим, что студенты реперезентируют Россию через разные пласты культуры: высокое искусство (прежде всего литература), современное массовое искусство (*Алла Пугачёва*), фольклорных персонажей (*Дед Мороз*), народные сувениры (*матрёшка*), современные символы (*знак зодиака Водолей*) и бытовые традиции — национальные блюда и напитки (*зимний салат, сельдь под шубой, водка*).

Среди ПЕРСОН называются исторический деятель (*Петр I*), 3 поэта (*Пушкин, Лермонтов, Есенин*), народная певица (*Алла Пугачёва*) и 2 современных политических деятеля (*Путин, Лавров*), т. е. среди отдельных лиц больше всего представителей культуры.

Напомним, что хотя поле КУЛЬТУРА и вошло в ядро структуры понятия «страна», оно было наименее частотным в нем. Однако конкретные российские реалии в сознании студентов связаны прежде всего с этим семантическим полем.

Кроме того, были проанализированы символы России, актуализированные в эксперименте-1. Приведем список таких реакций полностью: *бездорожье, берёзы, великая литература, вечные проблемы, водка, гимн РФ, двуглавый орел, Дед Мороз, зимний салат, знак зодиака Водолей, золотые купола, красные звезды, Кремль, Лада, матрёшка, медведь, Москва, Петр I, плохие дороги, Путин, Пушкин, пьянство, рубль, сельдь под шубой, СССР, триколор, фильм «Ирония судьбы»*. Общий объем таких реакций в материале эксперимента — чуть более 3 %, однако они пока-

зательны: то, что они стабильно реализуются у всех информантов, и то, что представлены они очевидными штампами, показывает, что стереотипные представления о России актуальны для студентов.

Эксперимент-2

Цель эксперимента-2 — проанализировать, какие аспекты представлений о стране в целом и о России в частности актуализируются вне направленности на конкретное понятие.

В целом во всем массиве реакций, полученных во втором эксперименте, оказалось 1939 слов, входящих в семантические группы, связанные с понятием «страна», что составляет почти половину всех реакций. То же самое наблюдается и с разнообразием лексем: половина разных реакций входит в семантические группы, имеющие отношения к понятию «страна» (см. табл. 3). Напомним, что семантические группы пронизаемы и многие, такие, например, как характеристики, относятся сразу к множеству объектов. Поэтому рассмотрим здесь только семантические группы, описывающие саму структуру объекта, исключив группу характеристик. Такие реакции занимают в общем объеме экспериментального материала почти треть и покрывают почти четверть его разнообразия. Таким образом, мы видим, что в направленном не на актуализацию слов, связанных с понятием «страна», а на актуализацию частотных (т. е. важных для информанта) понятий страна оказывается представлена весьма подробно.

Структура объекта в рамках данного материала представлена в таблице 8 (в данном случае процент реакций рассчитывался от общего количества реакций, актуализирующих понятие «страна»).

Таблица 8 показывает, что, когда информантов не нацеливают прямо на содержание понятия «страна», его структура предстает в ином виде. На первые места выдвигаются те стороны понятия, которые касаются повседневной жизни людей, а именно: устройство социума, экономика и инфраструктура. Кроме этого, сохраняют ведущие позиции поля ПРИРОДА и КУЛЬТУРА. Поле ГОСУДАРСТВО переходит в среднюю зону.

Таблица 8. Объем семантических полей и количество разных реакций (эксперимент-2)

| СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ | Объем, абс. | Кол-во разных единиц, абс. | Объем, % | Кол-во разных единиц, % |
|--------------------|-------------|----------------------------|----------|-------------------------|
| СОЦИУМ | 276 | 108 | 14,2 | 13,1 |
| ЭКОНОМИКА | 190 | 60 | 9,8 | 7,3 |
| ИНФРАСТРУКТУРА | 186 | 53 | 9,6 | 6,4 |
| ПРИРОДА | 182 | 57 | 9,4 | 6,9 |
| КУЛЬТУРА | 163 | 51 | 8,4 | 6,2 |
| ГОСУДАРСТВО | 68 | 26 | 3,5 | 3,2 |
| НАУКА | 26 | 14 | 1,3 | 1,7 |
| ПОЛИТИКА | 26 | 11 | 1,3 | 1,3 |
| ЯЗЫК | 24 | 11 | 1,2 | 1,3 |
| ПЕРСОНЫ | 23 | 15 | 1,2 | 1,8 |
| ТЕРРИТОРИЯ | 23 | 8 | 1,2 | 1,0 |
| РЕЛИГИЯ | 13 | 8 | 0,7 | 1,0 |
| ИСТОРИЯ | 2 | 2 | 0,1 | 0,2 |
| АТРИБУТЫ | 2 | 2 | 0,1 | 0,2 |
| ВСЕГО | 1939 | 825 | | |

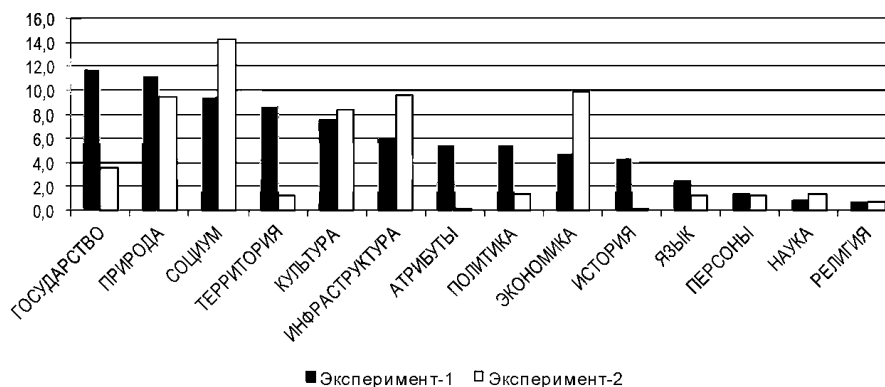


Рис. 2. Структура понятия «страна» в разных экспериментах

Таблица 9

Объем реакций, относящихся непосредственно к России, в общем объеме материала эксперимента-2

| Семантические поля | Количество реакций | Количество разных единиц |
|---------------------------|--------------------|--------------------------|
| РОССИЯ | 71 (6,2%) | 37 (9,3%) |
| Реакции — названия России | 11 (1,0%) | 2 (0,005%) |

Итак, ядро понятия в материале эксперимента-2 составляют уже иные семантические поля: СОЦИУМ, ЭКОНОМИКА, ИНФРАСТРУКТУРА, ПРИРОДА, КУЛЬТУРА. Эксперимент-2 выявляет ядро явно более зависящее от насущных потребностей людей. Наполнение групп в этом эксперименте больше ориентировано на социальные проблемы, с которыми люди сталкиваются в жизни.

Сопоставление данных обоих экспериментов (см. рис. 2) показывает, что периферия понятия в целом остается периферией в обоих случаях, а вот семантические группы ядра и середины могут меняться местами в зависимости от условий эксперимента. Тем не менее в ядре в обоих случаях остаются группы СОЦИУМ, ПРИРОДА и КУЛЬТУРА, очевидно, наиболее устойчивые в данном понятии и менее всего зависящие от контекста обращения к нему.

Как показано в таблице 9, доля реакций, относящихся непосредственно к России, среди реакций, описывающих структуру объекта, равна 6,2%, а разнообразие их составляет 9,3% от всех реакций без учета повторов. Эти цифры почти повторяют полученные в эксперименте-1 данные, что еще раз подтверждает тезис о довольно большой опоре на представления о собственной стране при формировании понятия «страна».

Распределение реакций, относящихся непосредственно к России, по семантическим полям показывает, что структура представлений несколько меняется в зависимости от типа эксперимента: в ядре в случае с экспериментом-2 попадают семантические группы ТЕРРИТОРИЯ, КУЛЬТУРА, ПЕРСОНЫ, ИНФРАСТРУКТУРА, а вот СОЦИУМ и ПРИРОДА уходят в конец списка.

Таблица 10. Объем семантических полей и количество разных реакций среди реакций, относящихся непосредственно к России (эксперимент-1)

| СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ | Объем, абс. | Кол-во разных единиц, абс. | Объем, % | Кол-во разных единиц, % |
|--------------------|-------------|----------------------------|----------|-------------------------|
| ТЕРРИТОРИЯ | 26 | 17 | 35,1 | 44,7 |
| КУЛЬТУРА | 23 | 8 | 31,1 | 21,1 |
| ПЕРСОНЫ | 20 | 12 | 27,0 | 31,6 |
| ГОСУДАРСТВО | 14 | 7 | 18,9 | 18,4 |
| ПОЛИТИКА | 13 | 6 | 17,6 | 15,8 |
| РОССИЯ | 11 | 2 | 14,9 | 5,3 |
| ИНФРАСТРУКТУРА | 5 | 3 | 6,8 | 7,9 |
| ЭКОНОМИКА | 5 | 4 | 6,8 | 10,5 |
| ПРИРОДА | 3 | 1 | 4,1 | 2,6 |
| СОЦИУМ | 1 | 1 | 1,4 | 2,6 |
| ВСЕГО | 71 | 37 | | |

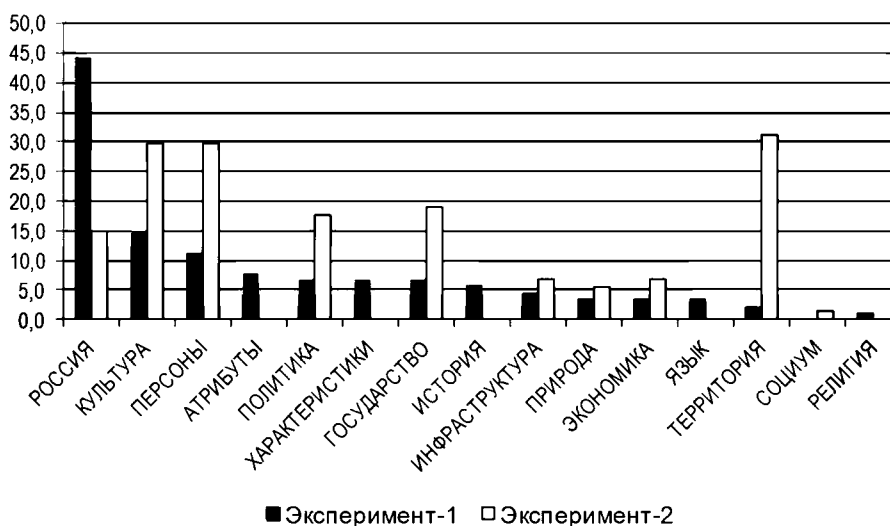


Рисунок 3. Представления о России (по данным разных экспериментов)

Таблица 10. Ядра понятий в разных экспериментах

| ЭКСПЕРИМЕНТ | | | |
|--|-------------------------------|--|--|
| Эксперимент-1 | | Эксперимент-2 | |
| Страна | Россия | Страна | Россия |
| Государство Природа Характеристики Социум Территория Культура | Россия Культура Персоны | Социум Экономика Инфраструктура Природа Культура | Территория Культура Персоны Государство Политика Россия |

Отличия в реализации семантических полей, к которым относятся реакции, непосредственно связанные с Россией, по данным разных экспериментов, показаны на рисунке 3. График демонстрирует, что в эксперименте-2, где реакции не нацелены на определенный объект, в структуре представлений о стране частоты реакций, относящихся непосредственно к России, значительно выше. Кроме того, очевидна разница в актуализации полей ТЕРРИТОРИЯ, ПЕРСОНЫ, КУЛЬТУРА, ГОСУДАРСТВО и ПОЛИТИКА, а также поля РОССИЯ по данным разных экспериментов. Первые пять полей гораздо активнее выражаются в эксперименте на выявление актуального лексикона, последнее — в эксперименте на перечисление слов ряда.

Если рассмотреть ядра понятий, полученные в разных экспериментах и при разных выборках

из них, то можно увидеть, что в них есть как общее, так и отличное (см. табл. 11).

При разных типах экспериментов и при разных выборках реакций понятия объединяет опора на КУЛЬТУРУ. Для ядра понятия «страна», помимо этого, при разных типах эксперимента оказываются общими семантические поля СОЦИУМ, ПРИРОДА. Опора на ПЕРСОНАЛИИ появляется в обоих случаях при формировании представлений о России. ГОСУДАРСТВО и ТЕРРИТОРИЯ повторяются в ядре понятия в актуальных представлениях о России.

ВЫВОДЫ

Итак, результаты двух разновидностей цепочечных ассоциативных экспериментов с большим количеством реакций — эксперимента по перечислению слов ряда и эксперимента по выявлению

нию актуального лексикона — позволили выявить следующие закономерности.

1. Структура понятия зависит от контекста обращения к нему информанта.

2. В эксперименте на перечисление слов ряда информанты обращаются скорее к идеальному образу страны, который сформирован в их сознании. В этом образе ведущими признаками выступают государство, природа, территория, культура и социум.

3. В эксперименте по выявлению актуального лексикона информанты обращаются к бытовому представлению о стране, с которым они сталкиваются в повседневной жизни. Здесь ядерными становятся семантические группы СОЦИУМ, ЭКОНОМИКА, ИНФРАСТРУКТУРА, ПРИРОДА и КУЛЬТУРА.

4. В обоих случаях понятие «страна» в большой степени строится с опорой на представления о России как стране. Люди формируют понятие исходя прежде всего из того контекста, который их окружает. Сопоставление результатов двух экспериментов позволяет сделать вывод, что ядром представлений о стране и России является семантическая группа КУЛЬТУРА, которая поддерживается устойчивыми группами ГОСУДАРСТВО, СОЦИУМ, ПРИРОДА, ПЕРСОНАЛИИ, ТЕРРИТОРИЯ, варьирующимися в зависимости от условий обращения информантов к ментальному лексикону.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агибалов А. К. Вероятностная организация внутреннего лексикона человека: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 1995.
2. Баранов А. Н. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский, М. Н. Михайлов [и др.] ; под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского. — М. : Азбуковник, 2001.
3. Белоусов К. И., Зелянская Н. Л. Лингвосомиотическое моделирование обыденной географической картины мира // Вопросы когнитивной лингвистики. 2013. № 2. С. 73—85.
4. Ерофеева Е. В. Несоциологическое исследование социальных идентичностей и ценностей: теоретическое обоснование, методы исследования, язык // Социо- и психолингвистические исследования. 2014. Вып. 2. С. 90—102.
5. Глазанова Е. В. Типы связей в ментальном лексиконе и экспериментальные методы их исследования : дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2001.
6. Дом и душа. Образ России в русской поэзии XX века / ред. А. Чагин. — М. : ИМЛИ РАН, 2010.

7. Залевская А. А. Психолингвистические исследования: слово. Текст : избр. труды. — М. : Гнозис, 2005.

8. Касевич В. Б. Семантика. Синтаксис. Морфология // Труды по языкознанию : в 2 т. / В. Б. Касевич ; под ред. Ю. А. Клейнера. — СПб. : Филол. фак. С.-Петерб. ун-та, 2006. Т. 1.

9. Кибальник С. А., Трофимова Т. Б. Международная научная конференция «Россия в многополярном мире: образ России в Болгарии, образ Болгарии в России» // Вестн. Рос. гуманит. науч. фонда. 2010. № 1. С. 215—221.

10. Красильникова Н. А. «В плену у русского медведя», или Современная Россия в метафорах британских и американских СМИ // Политическая лингвистика. 2007. Вып. 1 (21). С. 92—97.

11. Кубрякова Е. С. Ментальный лексикон // Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. Е. С. Кубряковой. — М. : Филол. фак. МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. С. 97—99.

12. Куданкина О. А. Россия и Германия: сравнительный анализ (на материале российских СМИ) // Политическая лингвистика. 2006. № 18. С. 85—91.

13. Линкова Я. С. Образ России и русских в «Путешествии в Россию» Теофиля Готье // Вестн. Моск. гор. пед. ун-та. Сер.: Филологическое образование. 2010. № 1. С. 73—78.

14. Литвинова Е. А. Метафорический образ России во французском политическом дискурсе // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. 2009. № 1. С. 47—49.

15. Медоева З. Г. Образ России: дефицит «мягкой силы»? / З. Г. Медоева, И. А. Василенко, Е. М. Мальшева, О. М. Хауер-Тюкаркина, С. В. Чутров // Полис. Политические исследования. 2013. № 4. С. 88—99.

16. Нахимова Е. А. Имена русских царей как прецедентное поле в современных российских СМИ // Вестн. Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2009. Вып. 2. С. 12—19.

17. Романова Т. В. Образ России по материалам ассоциативного эксперимента (моделирование и интерпретация) // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 76—81.

18. Тарасов Е. Ф. Образ России: методология исследования // Вопросы психолингвистики. 2006. № 4. С. 69—73.

19. Телегина И., Белоусов К., Зелянская Н. Образ России в СМИ Британии: «Брутальный, грязный русский медведь» // Российский КТО есть КТО : журнал биографий. — М. : Русский биографический институт. 2008. № 3(66). URL: http://www.whoiswho.ru/old_site/russian/Curnom/32008/smb1.htm.

20. Хабибуллина Л. Ф. Концепт «Россия» в английском политическом романе середины XX века // Уч. зап. Казан. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2008. № 6. С. 116—123.

21. Чудинов А. П. Метафорический образ России в национальном сознании // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. — Екатеринбург, 2005. № 3. С. 174—181.

22. Carroll D. W. Psychology of language. 2nd ed. — Pacific Grove, CA : Brooks/Cole, 1994.

K. I. Belousov, E. V. Erofeeva
Perm, Russia

SEMANTIC MODELS OF POPULAR IMAGES OF RUSSIA (BASED ON PSYCHOLINGUISTIC EXPERIMENTS OF VARIOUS KINDS)

ABSTRACT. *The article discusses the ways of representation of Russia's image in linguistic mentality and presents a theoretical and methodological model for studying the image of Russia. The model includes the following dimensions: individual image/social (collective) image, internal image/external image, everyday worldview image / professional worldview image, artistic image/ inartistic image; the type of research: corpus/experimental; representation of Russia's image at the level of the material: explicit/implicit. The aim of the study is an experimental research of the social (collective) internal everyday image of Russia. The study is carried out on the material of two varieties of associative chain experiments with a large number of responses in which the modern image of Russia is represented in different ways: the experiment on enumerating the words of a semantic group and the experiment on revealing the topical lexicon. The material obtained as a result of both experiments is analyzed by isolating the semantic fields and determining their quantitative characteristics: amount of responses included in the field (the field relevant to the informants), and the number of different responses in the field (whether this field is conceived in linguistic mentality). The classification of responses is carried out in the information system "Semograph". The comparison of the results of two experiments leads to the conclusion that the conceptual core of the country and Russia is the semantic field CULTURE, which is supported by the stable fields STATE, SOCIETY, NATURE, PEOPLE, LAND. These fields vary depending on the conditions of the informants' appeal to the mental lexicon.*

KEYWORDS: *the image of Russia, topical lexicon, mental lexicon, associative experiment, semantic models, semantic field, information system "Semograph".*

ABOUT THE AUTHORS: *Belousov Konstantin Igorevich, Doctor of Philology, Professor of Department of Theoretical and Applied Linguistics, Perm State National Research University, Perm, Russia.*

ABOUT THE AUTHORS: *Erofeeva Elena Valentinovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Theoretical and Applied Linguistics, Perm State National Research University, Perm, Russia.*

REFERENCES

1. Agibalov A. K. Veroyatnostnaya organizatsiya vnutrennego leksikona cheloveka: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 1995.
2. Baranov A. N. Anglo-russkiy slovar' po lingvistike i semiotike / A. N. Baranov, D. O. Dobrovolskiy, M. N. Mikhaylov [i dr.] ; pod red. A. N. Baranova i D. O. Dobrovolskogo. — M. : Azbukovnik, 2001.
3. Belousov K. I., Zelyanskaya N. L. Lingvosemioticheskoe modelirovanie obydennoy geograficheskoy kartiny mira // Voprosy kognitivnoy lingvistiki. 2013. № 2. S. 73—85.
4. Erofeeva E. V. Nesotsiologicheskoe issledovanie sotsial'nykh identichnostey i tselestey: teoreticheskoe obosnovanie, metody issledovaniya, yazyk // Sotsio- i psikholingvisticheskie issledovaniya. 2014. Vyp. 2. S. 90—102.
5. Glazanova E. V. Tipy svyazey v mental'nom leksikone i eksperimental'nye metody ikh issledovaniya : dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 2001.
6. Dom i dusha. Obraz Rossii v russkoy poezii XX veka / red. A. Chagin. — M. : IMLI RAN, 2010.
7. Zalevskaya A. A. Psikholingvisticheskie issledovaniya: slovo. Tekst : izbr. trudy. — M. : Gnozis, 2005.
8. Kasevich V. B. Semantika. Sintaksis. Morfologiya // Trudy po yazykoznaniiyu : v 2 t. / V. B. Kasevich ; pod red. Yu. A. Kleynera. — SPb. : Filol. fak. S.-Peterb. un-ta, 2006. T. 1.
9. Kibal'nik S. A., Trofimova T. B. Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya «Rossiya v mnogopolyarnom mire: obraz Rossii v Bolgarii, obraz Bolgarii v Rossii» // Vestn. Ros. gumanit. nauch. fonda. 2010. № 1. S. 215—221.
10. Krasil'nikova N. A. «V plenu u russkogo medvedya», ili Sovremennaya Rossiya v metaforakh britanskikh i amerikanskikh SMI // Politicheskaya lingvistika. 2007. Vyp. 1 (21). S. 92—97.
11. Kubryakova E. S. Mental'nyy leksikon // Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov / pod red. E. S. Kubryakovoy. — M. : Filol. fak. MGU im. M. V. Lomonosova, 1996. S. 97—99.
12. Kudankina O. A. Rossiya i Germaniya: sravnitel'nyy analiz (na materiale rossiyskikh SMI) // Politicheskaya lingvistika. 2006. № 18. S. 85—91.
13. Linkova Ya. S. Obraz Rossii i russkikh v «Puteshestvii v Rossiyu» Teofilya Got'e // Vestn. Mosk. gor. ped. un-ta. Ser.: Filologicheskoe obrazovanie. 2010. № 1. S. 73—78.
14. Litvinova E. A. Metaforicheskiy obraz Rossii vo frantsuzskom politicheskom diskurse // Vestn. Voronezh. gos. un-ta. 2009. № 1. S. 47—49.
15. Medoeva Z. G. Obraz Rossii: defitsit «myagkoy sily»? / Z. G. Medoeva, I. A. Vasilenko, E. M. Malysheva, O. M. Khauer-Tyukarkina, S. V. Chugrov // Polis. Politicheskie issledovaniya. 2013. № 4. S. 88—99.
16. Nakhimova E. A. Imena russkikh tsarey kak pretsedentnoe pole v sovremennykh rossiyskikh SMI // Vestn. Perm. un-ta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya. 2009. Vyp. 2. S. 12—19.
17. Romanova T. V. Obraz Rossii po materialam assotsiativnogo eksperimenta (modelirovanie i interpretatsiya) // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 4. S. 76—81.
18. Tarasov E. F. Obraz Rossii: metodologiya issledovaniya // Voprosy psikholingvistiki. 2006. № 4. S. 69—73.
19. Telegina I., Belousov K., Zelyanskaya N. Obraz Rossii v SMI Britanii: «Brutal'nyy, gryaznyy russkiy medved'» // Rossiyskiy KTO est' KTO : zhurnal biografii. — M. : Russkiy biograficheskii institut. 2008. № 3(66). URL: http://www.whoiswho.ru/old_site/russian/Curnom/32008/smb1.htm.
20. Khabibullina L. F. Kontsept «Rossiya» v angliyskom politicheskom romane serediny KhKh veka // Uch. zap. Kazan. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki. 2008. № 6. S. 116—123.
21. Chudinov A. P. Metaforicheskiy obraz Rossii v natsional'nom soznanii // Psikholingvisticheskie aspekty izucheniya rechevoy deyatelnosti. — Ekaterinburg, 2005. № 3. S. 174—181.
22. Carroll D. W. Psychology of language. 2nd ed. — Pacific Grove, CA : Brooks/Cole, 1994.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.