

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории языка
и прикладной лингвистики

**СТЕРЕОТИПЫ РУССКОГО ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ
И ИХ ДИНАМИКА
(НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНЫХ ПОЛЕЙ
РАС, ЕВРАС И СИБАС)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 412 группы
направления 45.03.01 «Филология»
Института филологии и журналистики
Рябцевой Дарьи Константиновны

Научный руководитель

к.филол.н., доцент

Зав. кафедрой

д.филол.н., профессор

Е.В. Старостина

О.Ю. Крючкова

Саратов 2017

ВВЕДЕНИЕ

Данное исследование посвящено изучению стереотипов русского языкового сознания и их динамики. Проблемы динамики стереотипов русского языкового сознания, уровня стереотипности ассоциативных полей и изменения семного состава слова с течением времени разрабатывались многими учёными: Н.В. Уфимцевой, О.А. Савельевой, И.Л. Гарбар, К.В. Битюцких, Е.В. Лукашевич, Г.Я. Селезнёвой, Н.В. Юдиной, М.А. Чёрных, Л.Б. Кузнецовой, Д.А. Морелем и другими.

Так, исследования, проведённые ими, показали, что в последнее время произошло существенное снижение уровня стереотипности реакций, а среднее число разных и единичных реакций выросло в два раза. Современные студенты и люди старшего поколения стали более рациональными, чем студенты, участвовавшие в экспериментах для создания РАС. Также произошла трансформация содержания базовых ценностей россиян. Причинами данных изменений, по всей видимости, стали политические, экономические и социальные преобразования, произошедшие в последние годы в России.

Однако исследований по данной теме пока мало, современные ассоциативные словари (ЕВРАС, СИБАС) были созданы совсем недавно, их материал только начинает изучаться. При этом между их созданием и созданием РАС прошло около 20 лет, за которые в нашей стране произошли существенные государственные и социально-экономические изменения, способные повлиять на динамику стереотипов и семантическое наполнение слов. Этим объясняется **актуальность** нашей работы.

Новизна же нашей работы состоит в том, что мы впервые проводим направленный ассоциативный эксперимент, в котором испытуемые должны попытаться «угадать», какие ассоциации на то или иное слово-стимул явля-

ются самыми популярными среди носителей языка, то есть они должны «угадать» существующие стереотипы.

Объектом настоящего исследования являются стереотипы русского языкового сознания, зафиксированные в наиболее частотных ассоциативных связях.

Предметом изучения являются динамические процессы, происходящие в языковом сознании носителей русского языка, которые могут влиять на изменение данных стереотипов.

Цели нашего исследования:

1. выяснить, изменились ли стереотипы русского языкового сознания за период с 1988 по 2016 г.;
2. выяснить, изменились ли уровни стереотипности ряда ассоциативных полей, представленных в трех ассоциативных словарях;
3. предположить, что могло повлиять на изменение стереотипов и уровня стереотипности ассоциативных полей.

Задачи нашего исследования:

1. Отобрать из РАС, ЕВРАС и СИБАС главные ассоциаты исследуемых ассоциативных полей и сравнить их, чтобы выявить качественные изменения в составе главных ассоциатов.
2. Вычислить уровни стереотипности данных ассоциативных полей и сравнить их.
3. Определить факторы, повлиявшие на разницу в уровнях стереотипности.
4. Провести направленный ассоциативный эксперимент с целью узнать, могут ли носители русского языка «угадать» исследуемые стереотипы.
5. Сравнить результаты эксперимента с данными ассоциативных словарей и определить, к какому (каким) словарю (ям) они ближе.
6. Определить факторы, повлиявшие на процесс «угадывания» стереотипов.

Методы, которые мы используем в своей работе, можно разделить на три группы:

1. качественные (анализ, синтез, сравнение);
2. количественные (вычисление доли главных ассоциатов, вычисление уровня стереотипности ассоциативного поля);
3. экспериментальные (проведение направленного ассоциативного эксперимента).

Кроме результатов проведённого нами направленного ассоциативного эксперимент, наше исследование основывается на **материалах** трёх ассоциативных словарей:

1. ЕВРАС – Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В. Русский региональный ассоциативный словарь-тезаурус. – М., 2014. – Т.1. От стимула к реакции: Эл. ресурс. Режим доступа: http://iling-ran.ru/library/evras/evras_1.pdf (дата обращения 25.04.2016)

2. РАС – Русский ассоциативный словарь. В 2 т. / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М., 2002.

3. СИБАС – Русская региональная ассоциативная база данных (2008 – 2015) (авторы-составители И.В. Шапошникова, А.А. Романенко): Эл. ресурс. Режим доступа: <http://adictru.nsu.ru> (дата обращения 25.04.2016)

Всего было исследовано 27 ассоциативных полей РАС, 13 ассоциативных полей ЕВРАС и 13 ассоциативных полей СИБАС.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы исследования, сформулированы цели, основные задачи, представлена научная новизна, характеризуются объект, предмет и методы исследования.

В первой главе «Понятие стереотипа» рассматривается понятие стереотипа с психолингвистической точки зрения как когнитивной структуры, служащей для фиксации оценки представленного знания, функционирующей в

качестве психологического механизма стабилизации социально значимой деятельности и способствующей более эффективному процессу общения. Данная структура состоит из двух компонентов: знания и отношения. На формирование стереотипов влияет ряд причин: социальная, собственно языковая и психологическая. В любом обществе стереотипы выполняют ряд важнейших функций: экономии речевых усилий; «контейнеров», в которых хранится информация; когнитивная; аффективная; социальная. Если же говорить о свойствах стереотипа, то он является постоянным, устойчивым, общеизвестным, механически воспроизводимым, схематичным и национально-культурно обусловленным явлением.

Вторая глава «Стереотип в вербальных ассоциациях» посвящена вербальным ассоциациями, которые будучи результатом ассоциативного эксперимента, являются материалом для изучения стереотипов.

В первом параграфе рассматриваются разновидности и формы проведения ассоциативного эксперимента и типы ассоциативных словарей.

Во втором параграфе внимание уделяется ассоциативной структуре слова, которая представляет собой основные направления, по которым происходит ассоциирование слова в ходе эксперимента, иными словами, векторы ассоциирования. Выделение векторов способствует проявлению стратегий ассоциирования – способов приобретения, сохранения и использования информации, служащих для достижения определённых целей.

В третьем параграфе подробно рассматривается стереотипизация, которая связана с особой структуризацией знаний и стандартизацией жизни в мозгу человека, характерной для восприятия окружающего мира. Сама же стереотипизация проявляется в том, что многие стереотипные реакции можно предсказать, предугадать. Стереотип, будучи результатом стереотипизации, предстаёт стандартной ассоциативной связью стимул-реакция. Понятию стандартности ассоциативного поля близко другое понятие – стереотипности поля, которое также может пониматься как доля самых частотных реакции в ассоциативном поле. Существует несколько способов выявления уровня сте-

реотипности ассоциативного поля, однако в нашем исследовании мы будем использовать метод подсчёта уровня стереотипности ассоциативного поля путём сложения долей главных ассоциатов.

В четвёртом параграфе рассматривается понятие ассоциативной нормы, которая являясь результатом массового ассоциативного эксперимента, предстаёт источником уникальной лингвистической и паралингвистической информации. Ассоциативные нормы определяют стандарт, в котором отражены актуальные для сознания носителей языка особенности семантики слова-стимула. Чем выше относительная частота ассоциации в ассоциативном поле, тем прочнее связь слова-реакции со словом-стимулом. Данную зависимость отражает понятие главного ассоциата – реакции, имеющей относительную частоту более 5% и полученной в результате эксперимента, в котором приняли участие испытуемые, разнородные в социальном и культурном отношении. Понятие главного ассоциата в нашем исследовании синонимично понятию вербальный стереотип.

В пятом параграфе рассматривается классификация вербальных ассоциаций. Особое внимание уделяется парадигматическим и синтагматическим реакциям, поскольку именно на эти два типа будут делиться реакции в нашем исследовании. На соотношение парадигматических и синтагматических связей в ментальном лексиконе оказывают влияние различные факторы: тип языка (флективный или аналитический), часть речи слова-стимула, форма проведения ассоциативного эксперимента, поражения головного мозга, наличие «предпочтения» в стратегии ассоциирования и образование испытуемого. Отдельно рассматриваются прецедентные феномены, поскольку они часто оказываются в числе реакций с наибольшей относительной частотой в ассоциативном поле.

В третьей главе «Динамика языкового сознания и динамика ассоциативных полей» рассматриваются исследования на материалах ассоциативных словарей и ассоциативных экспериментов, посвящённые изменениям семантического наполнения слова под влиянием политических, экономических и

социальных преобразований. Исследования, проведённые различными учёными, показали, что в последнее время произошло существенное снижение уровня стереотипности реакций, а среднее число разных и единичных реакций выросло в два раза. Современные дети и родители стали более рациональными, чем дети (студенты), участвовавшие в экспериментах для создания РАС. Также произошла трансформация содержания базовых ценностей. Причинами данных изменений, по всей видимости, стали названные ранее преобразования, которые произошли в нашей стране в последние годы.

Четвёртая глава «Стереотипные ассоциативные реакции и факторы, влияющие на их угадывание носителями русского языка» представляет собой практическую часть нашего исследования.

В первом параграфе обосновывается выбор стимулов для исследования. Основой для списка послужили слова, представленные в ролике, посвящённом русскому языку и показанном в телевизионной трансляции церемонии открытия XXII зимних Олимпийских игр в Сочи. В нём назывались буквы алфавита и слова, начинающиеся на них: явления, люди, предметы, занимающее важное место в истории России, – то, чем гордится наша страна. Нам стало интересно, какие ассоциации возникают у наших соотечественников, когда они слышат эти слова. Поскольку не все слова из «олимпийского» алфавита были в РАС, то часть слова была заменена на другие, но также связанные с историей России. В итоговый список вошли 27 стимулов: *азбука, Байкал, вертолёт, Гагарин, Дон, ёлка, жизнь, зерно, империя, герой, калина, лес, Москва, народ, орёл, победа, Россия, спутник, театр, ушанка, хлеб, царь, чайка, шуба, щи, юность, я.*

Во втором параграфе исследуются главные ассоциаты данных стимулов на материале РАС, определяется их тип: парадигматические, синтагматические и прецедентные. Среди данных реакций преобладают синтагматические реакции. Это является показателем того, что при ассоциировании реализуются, прежде всего, стереотипные речевые связи, т.е. те связи, которые формируются путём частой встречаемости сочетания стимула и реакции в

текстах и речи. Необходимо добавить, что, если проанализировать прецедентные реакции, то выяснится, что все они являются синтагматическими, поскольку между ними и стимулами имеется грамматическая связь, поэтому мы их также включили в состав синтагматических.

Третий параграф посвящён направленному ассоциативному эксперименту, проведённого нами с целью выяснить, могут ли испытуемые опознавать стереотипы, имеющиеся в словарях, и попытаться ответить на вопрос, какие именно факторы влияют на успешное «угадывание» либо «неугадывание» стереотипов. Испытуемым нужно было «угадать», какие ассоциации возникают у большинства носителей языка на тот или иной стимул, назвав 5 вариантов. Затем мы сравнили результаты этого эксперимента с данными РАС, ЕВРАС и СИБАС. Стереотип считался угаданным, если его назвали более 5% испытуемых. Полученные нами результаты говорят о том, что стереотипизация большей части ассоциативных полей является довольно высокой, а семантика данных слов не изменилась за последние 20 лет, либо изменилась незначительно, и носители языка успешно опознают стереотипные реакции на данные стимулы. Большинство «неугаданных» главных ассоциатов – это синтагматические и прецедентные ассоциации, которые были актуальны во время сбора материалов для РАС.

В четвёртом параграфе изучаются стереотипы, представленные в современных ассоциативных словарях ЕВРАС и СИБАС. В них из 27 изучаемых нами ассоциативных полей имеется только 13: *«жизнь»*, *«зерно»*, *«империя»*, *«лес»*, *«Москва»*, *«народ»*, *«орёл»*, *«победа»*, *«Россия»*, *«театр»*, *«хлеб»*, *«царь»*, *«я»*. Именно на них мы и сосредоточим своё дальнейшее внимание. В обоих словарях преобладают парадигматические реакции, что свидетельствует о реализации, прежде всего, стандартных языковых связей при ассоциировании.

В пятом параграфе сравниваются уровни стереотипности ассоциативных полей исследуемых нами стимулов на материале РАС, ЕВРАС и СИБАС. Проведённое нами сопоставление различных по времени фиксации од-

ноименных ассоциативных полей по совокупной относительной частоте главных ассоциатов показывает, что уровень стереотипности ассоциативных полей меняется: в 8 случаях из 13 увеличивается («*жизнь*», «*зерно*», «*лес*», «*Москва*», «*народ*», «*орёл*», «*победа*», «*я*»), в 3 случаях из 13 снижается («*империя*», «*театр*», «*царь*»), в 2 случаях из 13 наблюдается разнонаправленное изменение уровня стереотипности поля («*Россия*», «*хлеб*»).

В шестом параграфе сопоставляются главные ассоциаты РАС, ЕВРАС, СИБАС и сравниваются с результатами эксперимента. Результаты нашего эксперимента оказались ближе к данным современных словарей. Обусловлено это тем, что разница между экспериментами, проводимыми для сбора материалов для словарей, и нашим экспериментом, составляет менее 10 лет. Разница же между стереотипами, представленными в РАС, и стереотипами, зафиксированными в ЕВРАС и СИБАС и отражёнными в нашем эксперименте, составляет более 20 лет.

Седьмой параграф посвящён динамике стереотипных представлений о «победе». Сейчас в поле «*победа*» есть главные ассоциаты, в отличие от РАС. Мы считаем, что это свидетельствует о том, что в настоящее время складывается стереотипное представление о победе, чему способствует целенаправленная политика государства.

В заключении подводятся итоги исследования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы изучили качественный и количественный состав главных ассоциатов 13 ассоциативных полей: «*жизнь*», «*зерно*», «*империя*», «*лес*», «*Москва*», «*народ*», «*орёл*», «*победа*», «*Россия*», «*театр*», «*хлеб*», «*царь*», «*я*», используя ассоциативные словари РАС, ЕВРАС и СИБАС. Поскольку РАС создавался в конце 1980-х – начале 1990-х гг, а ЕВРАС и СИБАС в середине 2000-х – середине 2010-х гг, то на материале данных словарей легко было

проследить изменения стереотипов и уровня стереотипности ассоциативных полей.

Проведённое нами исследование показало, что со временем стереотипы меняются, какие-то в большей мере, какие-то в меньшей. Наименее **подвержены изменениям** те стереотипы, которые относятся к понятиям, являющимся одним из элементов связи «род - вид», не связанным тесно с определёнными событиями и не имеющие отношения к политике.

Так, стереотипы только одного ассоциативного поля – «*жизнь*» оказались устойчивыми. Главные ассоциаты *смерть* и *прекрасна* совпадают во всех исследуемых словарях, и их легко угадали испытуемые.

В остальных же случаях мы наблюдаем расхождение стереотипов: с одной стороны – РАС, с другой – ЕВРАС, СИБАС и результаты эксперимента. Как мы и предполагали, результаты нашего эксперимента оказались ближе к данным современным словарям, что связано с небольшой временной разницей (менее 10 лет).

Мы выяснили, что большинство главных ассоциатов, не зафиксированных современными словарями и «неугаданных» участниками эксперимента, – это синтагматические и прецедентные ассоциации.

Количество синтагматических реакций, по сравнению с **РАС**, снизилось, а количество парадигматических, наоборот, возросло. Таким образом, мы наблюдаем, как меняются главенствующие актуализирующиеся связи: если в РАС преобладали стандартные речевые связи, проявляющиеся в синтагматических ассоциациях, то в современных словарях на первый план вышли языковые связи (т.е. парадигматические реакции).

Однако следует добавить, что часть главных ассоциатов, полученных в ходе нашего эксперимента и представляющих собой парадигматические реакции, являются однокоренными словами к синтагматическим реакциям на тот же стимул в РАС. Эти слова имеют другую частеречную принадлежность и являются существительными: так, испытуемые не угадывают представленные в РАС главные ассоциаты стимула *орёл* – *горный* и *гордый*, но называют

свои: *горы* и *гордость*. Скорее всего, это свидетельствует о том, что если участника просят «угадать» частотную ассоциацию, то он склонен писать слово, не связанное грамматически со стимулом, а являющее собой отдельное понятие.

Прецедентные же реакции, являясь также и синтагматическими, часто связаны с прецедентными текстами, которые были популярны именно в 90-е годы, во время сбора материала для РАС, а сейчас полузабыты, не являются актуальными. Например, *Россия – мать* (материнский образ страны, тиражировавшийся в период существования СССР) и *Россия молодая* (название сериала 1981-1982 г).

Среди возможных причин «неугадывания» синтагматических стереотипных реакций нашими испытуемыми можно назвать письменно-письменную форму проведения ассоциативного эксперимента при сборе материалов для РАС. Данная форма способствует преобладанию синтагматических реакций. Большинство же ответов испытуемых в нашем эксперименте, проходившем в Google Forms, являются парадигматическими реакциями. Возможно, это также было связано с тем, что испытуемые были ограничены во времени, а парадигматические связи устанавливаются быстрее, чем другие типы связи. Как говорилось выше, время прохождения эксперимента было ограничено.

Ещё одной причиной неугадывания реакций могло стать влияние на семантическое наполнение стимула экстралингвистических причин: политических, экономических, социальных и иных преобразований. Например, поле *победа*. В СИБАС и ЕВРАС, в отличие от РАС, в нём есть главные ассоциаты. В СИБАС это *война, 9 мая, радость, ура*. И практически те же ассоциаты, за исключением одного, представлены в ЕВРАС: *9 мая, радость, война*. По результатам нашего эксперимента можно назвать 16 популярных ответов: *война, 9 мая, радость, праздник, парад, салют, Великая отечественная война, ветераны, великая, гордость, машина, поражение, счастье, слава, герои, герой* (даны в порядке убывания частоты).

Мы склонны считать, что такая ситуация свидетельствует о том, что в отличие от 90-х гг., в настоящее время появляется стереотипное представление о победе, чему способствует целенаправленная политика государства.

Сопоставление различных по времени фиксации одноименных ассоциативных полей по совокупной относительной частоте главных ассоциатов показывает, что уровень стереотипности ассоциативных полей меняется: в 8 случаях из 13 увеличивается («жизнь», «зерно», «лес», «Москва», «народ», «орёл», «победа», «я»), в 3 случаях из 13 снижается («империя», «театр», «царь»), в 2 случаях из 13 наблюдается разнонаправленное изменение уровня стереотипности поля («Россия», «хлеб»).

Изменение уровня стереотипности ассоциативных полей происходит за счёт вхождения новых реакций в число главных ассоциатов, выбывания реакций из числа главных ассоциатов и повышения/снижения относительной частоты главных ассоциатов.

Результаты данного исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения динамики стереотипов языкового сознания с помощью других методов.