

Исследования текста и дискурса

УДК 81'23

Doi 10.26456/vtphilol/2025.2.083

Репрезентация образа России в сознании представителей русской лингвокультуры: возрастной фактор

А.В. Анненкова, Е.А. Таныгина

Юго-Западный государственный университет, г. Курск

В статье приводятся результаты проведённого экспериментального исследования образа России, сформированного в сознании представителей современной русской лингвокультуры, с использованием САЭ и СД и с учётом возрастного фактора. Анализ данных эксперимента показал наличие линейной корреляции между сформированным в сознании индивида образом России и возрастом ИИ.

Ключевые слова: образ, Россия, семантический дифференциал, возрастной фактор, ассоциативный эксперимент, языковое сознание.

Введение

Изучение образа России, сформировавшегося в сознании индивида, является актуальной проблемой различных отраслей гуманитарной науки: политологии, социологии, философии, литературоведения, лингвистики и др. Настоящее исследование посвящено выявлению особенностей образа Россия в сознании современной молодёжи с использованием психолингвистических методов: свободного ассоциативного эксперимента (САЭ) и семантического дифференциала (СД)². Мы предположили, что образ России в сознании индивида отражает события и явления окружающей действительности, связанные с Россией и её образом, следовательно, этот образ будет разным у людей разных возрастов.

На основании предложенной Дж. Бирреном (см.: [1: 90–91]) возрастной категоризации, описывающей 8 основных возрастных периодов, мы выбрали для проведения эксперимента группы испытуемых, возраст которых соответствует пятой (ранняя зрелость) и шестой (зрелость) фазам, соответствующим состоянию *зрелость/взрослость*, позволяющему учитывать также профессиональную деятельность испытуемых (далее – ИИ). В нашем эксперименте участвовали две группы: первая – 17–25 лет (студенты),

² Экспериментальное исследование было проведено в период с ноября по декабрь 2021 г. при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31248.

вторая – 26–50 лет (специалисты). Первая группа выступила в качестве экспериментальной, вторая – в качестве контрольной. Это позволило проанализировать трансформацию образа России в современных условиях развития страны и общества.

Становление личности респондентов контрольной и экспериментальной групп происходило в разные временные периоды под воздействием отличающихся общественных, политических, социальных, культурных, идеологических и других явлений и событий окружающей действительности, что оказало непосредственное влияние на формирование в их сознании внутренних образов, стоящих за словом-стимулом ***Россия***. Таким образом, проанализировав особенности образов, сформированных в сознании респондентов обеих групп, мы сможем проследить их трансформацию в континууме общественно-политического развития и становления современной России.

Организация и проведение экспериментального исследования

Экспериментальное исследование проводилось с использованием Google Forms. В эксперименте приняли участие 606 испытуемых в возрасте от 17 до 50 лет (521 человек от 17 до 25 лет и 85 человек от 26 до 50 лет). Использовались методики САЭ и СД. Подобная методика изучения образов слов была успешно апробирована нами ранее в ряде исследований [2; 5].

Результаты САЭ

В первой возрастной группе (от 17 до 25 лет) нами было получено 527 реакций, отказов – 9. Количество повторяющихся ассоциаций – 39, единичных – 98. В возрастной группе от 26 до 50 лет получено 88 реакций (10 повторяющихся ассоциаций и 35 единичных), 1 отказ.

Структура полученного в ходе интерпретации данных САЭ ассоциативного поля (АП) представлена в табл. 1³.

Таблица 1. Структура АП ***Россия***
с учетом возрастного фактора

Реакция	Количество реакций	
	Группа 1 (возраст 17-25)	Группа 2 (возраст 26-50)
Страна	145	18
Родина	100	19
Путин	31	1

³ В представленных в таблице ответах сохранена авторская орфография и пунктуация

Москва	13	3
Государство	10	2
Дом	10	2
Моя страна	10	1
Бедность	9	1
Да	9	1
Россия	8	1
Курск	7	1
Медведь	6	1
Большая	3	1
Водка	3	1
Моя Родина	3	1
Патриотизм	3	1
Гордость	2	2
Мать	2	2
Для русских	2	1
Матушка	2	1
Священная наша держава	2	1
Великая	1	2
Дороги	1	1
Империя	1	1
Моя	1	1
Щедрая душа	1	1

Отличающиеся реакции

Группа 1 (возраст 17-25)	Группа 2 (возраст 26-50)
Флаг 8, Берёза (Берёзки, Березы) 4; Сила 4, Природа 3, леса (Лес) 2, Украина 2, The best, Автоваз, Антиутопия, Армия, Байкал, Боль, Большая площадь, большая но бессовестная; Большая страна, Быдло, в перде, Великая держава, Великая история, Великая многонациональная страна, Военная мощь, Где я живу, Гимн, Грязь, Для грустных, Деньги, Держава, Диктатура, Дорогой бензин, Достоевский, Единая, Жигули, жизнь, Запрет, Застой, Зелень, История, Комедии с Галустяном плохого качества, Коррупция, красота, Кремль, Крепостная, крупнейшая страна мира, Крутая, Круто, Литература, Лучшая в мире страна!!!!!!!!!!!!!!!, Любовь, Любовь к Родине, Люди, Масштаб, Матрешка, Мать наша, Милитаризированная страна, Моя родная страна, Надо возродить, Не великая, Не верю в нее, Не справедливость, нестабильность, Низкий уровень жизни, Нищий менталитет, Обширная, Один президент, ок, От Волги до Енисея, отчизна, Парад на 9 мая, Патриот, Петергоф, плохие дороги, Провинция, Расея, Рост, Родина моя, родная	Просторы 2, Будущее, Воровство, Вперёд, Гагарин, грязь, карта мира, Красная Площадь, Многострадальная, Наша, Не просила вас рожать, Несправедливость, Нищета, Огромная страна, Помойка, Русская душа, Русский, Убожество, Фигня

страна, родной дом, родные поля и леса, Россия для русских, рост цен, Рулит, Русские Люди, Русь, Самая большая страна, Санкт-Петербург, Территория, Свобода, Сибирь, Скука, Слава, Славься, Слезы, Снова воскреснет, Советская Россия, Страна в которой живу, Страна возможностей, Терпение, Тлен, Топ, Триколор, улицы, федерация, Холод, Хорошая, Хорошие дороги, Щедрость, Это мой дом, Юзгу	
---	--

Ядром АП стимульного слова **Россия** в первой группе респондентов являются реакции *страна* (27,51%), *Родина* (18,98%), *Путин* (5,88%); во второй – *Родина* (21,59%) и *страна* (20,45%).

Рассмотрение полученных в ходе эксперимента данных с учётом фактора возраста показывает ряд различий. Во-первых, представители основной группы тесно связывают образ России с образом её президента В.В. Путина (Ассоциация *Путин* находится в центре АП, в то время как у контрольной группы упоминание этой реакции единично). Структура АП, полученного по реакциям старшей возрастной группы, схожа со структурой АП, зафиксированных в ассоциативных словарях [4; 6]. Кроме того, следует отметить, что реакции респондентов первой возрастной группы, характеризуются разнообразием нетипичных откликов, что позволяет не только построить обобщённый образ России, сформированный в сознании индивида, но и уточнить его единичными уникальными реакциями, отражающими личный опыт и индивидуальность респондента.

При сравнении единичных реакций двух групп можно сделать вывод, что в ответах респондентов первой группы присутствует больше позитивно окрашенных (например, *Великая держава, Единая, крупнейшая страна мира, Лучшая в мире, справедливость, родной дом, Страна возможностей, Щедрость, Хорошая*), чем негативно окрашенных (например, *Быдло, Застой, Нищий менталитет, Низкий уровень, нестабильность*) реакций, в то время как для второй группы характерны негативно окрашенные реакции (например, *Многострадальная, Не просила вас рожать, Несправедливость, Нищета, Помойка, Убожество, Фигня*), что подтверждает воздействие окружающей индивида действительности на процесс формирование образа в сознании в период становления личности.

Анализ и обсуждение результатов СД

Обратимся подробнее к результатам второго (СД) эксперимента, позволяющего установить общие тенденции или их отсутствие при восприятии и конструировании образа **России**. Согласно С.Ю. Головину [3], интермодальность «образа мира» проявляется в контексте транслируемых в информационном пространстве идей и мнений, что

выражается в конструировании единой многоступенчатой системы представлений индивида о себе, окружающем мире и проявляется в создаваемых в сознании образах. Главной задачей СД является построение семантического пространства, изучив структуру которого, можно определить, как индивид понимает, классифицирует, сравнивает, оценивает заданные стимульные объекты или их характеристики.

Испытуемым было предложено оценить стимул *Россия* по девяти двухполюсным шкалам. Для исследования были выбраны биполярные семибалльные шкалы, которые можно объединить в три классические фактора, составляющие основу трёхмерного базисного пространства Ч. Осгуда (табл. 2), успешно апробированные в ряде научных исследований [2; 5].

Таблица 2. Шкалы СД

Факторы	Оценка	Сила	Активность
Шкалы	неприятный – приятный, злой – добрый, бесполезный – полезный	слабый – сильный, маленький – большой, тяжелый – легкий	пассивный – активный, медленный – быстрый, тусклый – яркий

Испытуемым была дана инструкция: «Оцените каждое из предложенных вам слов по каждой из характеристик по шкале от “-3” до “+3” в соответствии с вашими ощущениями». Время, отведенное на исследование, не ограничивалось. Все полученные результаты были признаны годными к анализу и обработаны с помощью статистических методов с использованием программного продукта Microsoft Office Excel.

В табл. 3 представлен процент ответов по каждой шкале, сначала по всей выборке, а затем отдельно по основной и контрольной группе респондентов.

Таблица 3. Распределение оценок по шкалам (стимул *Россия*)

Россия								
Шкалы	Возрастные группы	Градации шкал СД						
		-3	-2	-1	0	+1	+2	+3
неприятный – приятный		3%	3%	5%	15%	20%	18%	36%
	17-25	3%	3%	5%	15%	19%	19%	36%
	26-50	1%	2%	6%	11%	24%	15%	39%
злой – добрый		3%	4%	9%	23%	18%	14%	28%
	17-25	3%	5%	9%	23%	19%	13%	27%
	26-50	1%	4%	10%	19%	14%	18%	35%
бесполезный – полезный		3%	3%	7%	18%	21%	14%	35%
	17-25	3%	3%	7%	18%	21%	14%	34%
	26-50	2%	2%	5%	19%	19%	13%	39%

пассивный – активный		3%	5%	8%	18%	20%	13%	33%
	17-25	3%	5%	8%	18%	20%	13%	33%
	26-50	2%	8%	6%	18%	19%	12%	35%
медленный – быстрый		4%	8%	15%	20%	20%	11%	22%
	17-25	5%	8%	16%	20%	20%	11%	22%
	26-50	2%	11%	12%	20%	25%	10%	20%
тусклый – яркий		8%	7%	10%	19%	17%	13%	26%
	17-25	8%	8%	11%	19%	16%	13%	25%
	26-50	5%	4%	7%	18%	19%	15%	32%
слабый – сильный		1%	2%	4%	11%	18%	19%	44%
	17-25	1%	2%	4%	11%	18%	18%	45%
	26-50	4%	2%	5%	14%	13%	24%	38%
маленький – большой		1%	1%	2%	7%	9%	11%	69%
	17-25	1%	1%	2%	7%	9%	10%	70%
	26-50	1%	2%	1%	10%	6%	17%	63%
тяжелый – легкий		11%	9%	14%	28%	16%	7%	16%
	17-25	11%	9%	14%	28%	15%	7%	16%
	26-50	7%	11%	14%	32%	19%	5%	12%

Результаты исследования показывают, что у современной молодежи сформирован положительный образ стимульного объекта **Россия**. Можно отметить незначительное отличие данных по двум возрастным группам и по всей выборке в целом. Наименее значимой оказалась шкала «тяжёлый – лёгкий», около трети респондентов выбрали нейтральную оценку. Примерно такое же количество наблюдается как на положительном, так и на отрицательном полюсе оценивания. Относительно нейтральный характер носит и шкала «медленный – быстрый».

Наиболее ярко выраженной в семантическом пространстве образа России оказалась шкала «маленький – большой». Около двух третей всех респондентов выбрали максимальное значение, однозначно охарактеризовав Россию как большую, что, на наш взгляд, связано с представлением о размере территории страны и отражает территориально-географическую составляющую образа России. При этом количество нейтральных оценок в сравнении с другими характеристиками минимально. Это подтверждается и результатами САЭ: среди ассоциаций на стимул **Россия** отмечены реакции *большая страна (3), Великая (3), большая (3), самая большая страна (2), просторы (2), территория (2), крупнейшая страна мира, обширная, большая площадь, огромная страна*.

Из графика распределения средних оценок слова-стимула **Россия** (см. рис.1) очевидно, что у представителей обеих групп наблюдается сходство оценок (в пределах уровня значимости 0,05) по признаковым шкалам «бесполезный – полезный», «пассивный – активный», «медленный – быстрый», «тяжёлый – лёгкий». В итоге образ стимула **Россия** респондентами обеих групп расценивается как более полезный, актив-

ный, скорее быстрый, чем медленный и с индифферентным значением шкалы «тяжёлый – лёгкий», что определяет неспособность респондентов однозначно оценить образ рассматриваемого стимула.



Рис. 1. Распределение средних оценок стимула *Россия*

Следует отметить однонаправленность средних оценок респондентов обеих групп и по остальным признаковым шкалам (за исключением шкалы «тусклый – яркий»), отражающим схожее формирование образа стимульного слова *Россия* у респондентов разного возраста, но с разной степенью выраженности того или иного качества, описываемого признаковыми шкалами. Следовательно, в сознании респондентов обеих групп образ стимула *Россия* скорее приятный, добрый, сильный и большой, но для представителей второй возрастной группы (26–50 лет) он ещё более яркий, в то время как у респондентов первой группы (17–25 лет) это качество менее выражено. Анализ полученных графиков показывает, что респондентами проецируется сформированный в их сознании образ России – родной страны, Родины – на исследуемое стимульное слово *Россия*, это отражено в оценках по шкалам «маленький – большой», «неприятный – приятный». Вместе с тем, оценки по признаковым шкалам «слабый – сильный», «пассивный – активный», «бесполезный – полезный» неявно соотносятся с политической, экономической и социальной ситуацией в стране и экстраполируются на обобщённый образ стимула *Россия*, формируемый в сознании респондентов.

Заключение

Итак, возрастной фактор оказывает непосредственное влияние на формирование образа России в сознании современной молодёжи. При сравнении экспериментальной и контрольной групп у представителей старшей (контрольной) возрастной группы отмечено более негативное отношение к исследуемому понятию. Это может быть связано с тем, что респонденты первой группы родились в 2000-е гг. в условиях более стабильной политической ситуации в стране, а родившиеся в 80-е и 90-е гг. прошлого века застали времена перестройки и развала СССР, а также экономический кризис и нестабильное положение в стране в 90-е гг.

Результаты экспериментального исследования подтвердили гипотезу о влиянии фактора «Возраст» на образ России в сознании индивида. Вероятно, это не единственный фактор, активно влияющий на формирование образа России. Перспективным представляется исследование особенностей трансформации образа России в сознании индивида с учётом таких факторов как «Территория проживания», «Вид профессиональной деятельности», «Уровень образования», что предоставит возможность многостороннего анализа изучаемого в работе феномена.

Список литературы

1. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания // Избр. психол. труды: в 2 т. Т. I. М.: Педагогика, 1980. С. 16–178.
2. Анненкова А.В. Метод семантического дифференциала в исследовании социальной рекламы // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2013. № 4. С. 82–87.
3. Головин С.Ю. Словарь практического психолога. Минск: Харвест, 1998. 800 с.
4. Русский ассоциативный словарь. URL: <http://thesaurus.ru/dict/> (дата обращения: 10.03.2025).
5. Таныгина Е.А. Исследование внутреннего образа слов-цветообозначений русского языка с использованием методики семантического дифференциала // «Вестник Вятского государственного гуманитарного университета». Филология и искусствоведение. Киров: ВятГГУ, 2011. № 1 (2). С. 35–41.
6. Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В. Русский региональный ассоциативный словарь-тезаурус ЕВРАС. Институт языкознания Российской академии наук. URL: <https://iling-ran.ru/web/ru/publications/evras> (дата обращения: 10.03.2025).

Об авторах:

АННЕНКОВА Антонина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Юго-Западный государственный университет (305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94), e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

ТАНЫГИНА Елена Александровна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Юго-Западный государственный университет (305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94), e-mail: eabel@yandex.ru

Representation of the image of Russia in the minds of Russian linguistic culture representatives: age factor

A.V. Annenkova, E.A. Tanygina

Southwest State University, Kursk

The article presents the results of an experimental study of the inner image of Russia, formed in the minds of representatives of modern Russian linguistic culture using a free associative experiment and a semantic differential taking into account the age factor. Analysis of the experimental data showed the presence of a linear correlation between the image of Russia formed in the individual's mind and his age.

Keywords: *image, linguistic consciousness, associative experiment, Russia, semantic differential, age factor.*

About authors:

ANNENKOVA Antonina Vladimirovna – PhD, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Southwest State University (305040, Kursk, 50 Let Oktyabrya Str., 94,); e-mail: Antonina-1984@yandex.ru

TANYGINA Elena Alexandrovna – PhD, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Southwest State University (305040, Kursk, 50 Let Oktyabrya Str., 94,); e-mail: eabel@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 20.02.25

Подписана в печать 13.03.25