

УДК 316.3/.4+316.7+37.0

Юшкова Лариса Ананьевна

Кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры общей психологии и истории психологии, Новосибирский государственный педагогический университет, yushkova_l@mail.ru, Новосибирск

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ О РОССИИ И АМЕРИКЕ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЙ 1992, 1995, 1998 И 2015 ГГ.

Аннотация. В статье приводится сравнительно-сопоставительный анализ исследования части культурной и языковой картины мира современных русских студентов, отражающей представления об Америке и американцах, России и русских. Данные свободного ассоциативного эксперимента, проведенного С. Я. Тер-Минасовой в 1992, 1995, 1998 гг., сравниваются с данными, полученными автором в результате исследования 2015 г. Респондентов просили записать от одной до десяти ассоциаций, связанных с одним из понятий. На основе сравнительного анализа выдвинуты предположения об изменениях в представлениях, произошедших у русских студентов о России и русских, Америке и американцах и их причинах. Наиболее заметными результатами можно считать исчезновение из реакций слов лексико-семантических групп, описывающих финансовое состояние: «бедные», «богатые», «доллар» и появление слов, входящие в лексико-семантические группы власти: «война», «наглые», «самолюбивые», «высокомерные», «стремление к господству над другими», «хитрые», «властные», «расизм».

Ключевые слова: ассоциативный образ России, ассоциативный образ Америки, русские, американцы, современная молодежь.

Политические и социальные перемены последних лет жизни нашей страны привели к изменению тех областей языковой и культурной картин мира современной молодежи, которые отражают представления таких понятий, как: русские, Россия, Америка, американцы.

Данная тема в контексте последних политических тенденций становится перспектив-

ной проблемой исследования, позволяющей, осознав различия и приняв индивидуальность каждой нации, исследовать возможности осуществления общечеловеческой идентичности. Э. Эриксон писал, что «поскольку человек сегодня способен полностью уничтожить весь людской род, формирование общечеловеческой идентичности становится абсолютной необходимостью» [8, с. 49].

Организация и ход исследования

Для более детального изучения представлений молодых людей о русских и американцах нами была предпринята попытка повторить эмпирическое исследование, проведенное в 1992, 1995 и в 1998 гг. С. Я. Тер-Минасовой [7] со студентами Московского государственного университета.

Мы изучили представления русских студентов, обучающихся на втором курсе в Сибирском государственном университете путей сообщения (СГУПС) на факультете управления персоналом, направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью». Так же, как и в исследованиях 1992, 1995 и 1998 гг., мы просили студентов пись-

менно привести от одной до десяти ассоциаций на следующие понятия:

1. Что вам приходит в голову, когда вы произносите: «Америка»?
2. Черты характера американца.
3. Современная жизнь США.
4. Природа, пейзаж Америки.
5. Имена собственные.
6. Что вам приходит в голову, когда вы произносите: «Россия»?
7. Черты характера русских.
8. Современная жизнь России.
9. Природа, пейзаж России.
10. Имена собственные.

Первая часть исследования была посвя-

щена изучению образа Америки у русских студентов, вторая часть – изучению ассоциативного образа России.

Опрос проводился нами в сентябре 2015 г. в рамках преподавания учебной дис-

циплины «Межкультурная коммуникация», в опросе приняли участие студенты одной учебной группы общим числом 26 человек в возрасте от 18 до 21 года (8 юношей, 18 девушек).

Анализ представлений молодых людей об Америке (результаты первой части исследования)

Охарактеризуем коротко полученные результаты, для того, чтобы сравнить их с результатами более ранних исследований.

1. Наиболее частые десять ассоциаций, связанных у студентов с Америкой, представлены в порядке убывания (слова, имеющие одинаковую частотность, представлены под одним номером): 1) фаст-фуд (36 %); 2) американский флаг (32 %); 3) голливудские фильмы (28 %); 4) статуя Свободы (24 %); 5) афроамериканцы (20 %); 6) война (16 %); 7) Обама (12 %); 8) Нью-Йорк (8 %); 9) свобода, баскетбол, популярная музыка (по 4 %).

Эти реакции далее распределяются на следующие тематические группы.

2. Черты современного американца в представлении русских студентов: 1) любят веселье и шутки; 2) общительные, наглые, самолюбивые, высокомерные; 3) хитрые, шумные; 4) тщеславные; 5) ленивые; 6) много говорят, жестикулируют; 7) лицемерные; 8) предприимчивые; 9) властные; 10) вежливые.

3. Современная жизнь США представляется русским студентам как: 1) стремление к господству над другими; 2) свобода; 3) идеализм; 4) расизм; 5) суэта; 6) активная.

4. Природа, пейзаж Америки связаны у русских студентов с понятиями: 1) города-небоскребы; 2) горы; 3) пустыни; 4) каньоны; 5) национальные парки; 6) водоемы; 7) джунгли; 8) простор; 9) леса; 10) разнообразные красивые пейзажи.

5. Собственные имена, которые ассоциируются с Америкой: 1) Обама; 2) Нью-Йорк; 3) Вашингтон; 4) Кеннеди; 5) Линкольн.

Продолжая изучать впечатления студентов [9], заметим, что никто из опрошиваемых лично не был в Америке, так что ассоциации, полученные в результате описываемого исследования, во многом можно считать результатом влияния средств массовой комму-

никации и, в первую очередь, телевидения. Практически все опрошиваемые (кроме одной девушки, которая сказала, что у нее дома нет телевизора) ежедневно смотрят телевизионные передачи и предпочитают именно этот источник в качестве информации о новостях в стране и мире (наряду с Интернетом, считают его наиболее достоверным).

Некоторые студенты ссылались на своих друзей и знакомых, бывавших в США и делившихся своими личными впечатлениями о повседневной жизни американцев, поэтому можно считать, что отчасти стереотипы восприятия представлений об американцах, демонстрирующиеся в СМИ, подверглись коррекции отзывами близких людей опрошиваемых.

Сравнивая результаты, полученные С. Я. Тер-Минасовой за 1992–1998 гг., отметим, что во все время ее исследований в состав наиболее частотных ассоциаций студентов МГУ входили такие слова, как: улыбка, Нью-Йорк, статуя Свободы, Голливуд, свобода, небоскребы, доллар, Белый Дом [7, с. 130]. По сравнению с прошлыми ассоциациями в нашем исследовании повторились частотные слова: статуя Свободы, голливудские фильмы (что мы считаем аналогом ассоциации «Голливуд»), Нью-Йорк, свобода, города-небоскребы (=небоскребы). Не представленными оказались в прошлом частотные ассоциации: улыбка, доллар, Белый Дом. Вместе с тем появились слова: афроамериканцы, война, популярная музыка.

Эти изменения, видимо, отражают изменения в представлении современной молодежью Соединенных Штатов Америки. Такие изменения аспектов культурной и языковой картин мира, на наш взгляд, можно объяснить политическими событиями последних лет, охлаждением отношений между Россией и США из-за различного понимания событий, касающихся взаимоотношений с третьими

странами: Украиной (в частности, вопросов, связанных с принадлежностью Крыма), Сирией и Ираном; а также европейскими санкциями, партнерством с Турцией и другими вопросами внешней политики.

Социальная жизнь современных молодых людей во многом является продолжением политических процессов, происходящих в стране, влияющих на их политические взгляды [3]. Именно этим мы склонны объяснять возникновение среди частотных ассоциаций слова «война».

Автор прежних исследований С. Я. Тер-Минасова отмечает: «В 1998 году утратили частотность употребления слова, присутствующие или в обоих списках (1992 и 1995 годов): богатый, не ограниченный запретами, бизнес; или в одном из них: ковбои, разговорчивый, машины, прагматизм, бодрый, великий/большой, громкий, супермаркет, комфорт, независимость, здоровье, гостеприимный. По данным опроса 1998 года, в число наиболее частотных впервые вошли кока-кола, гамбургеры, баскетбол» [7, с. 130].

Интересно, что в исследовании 2015 г. совсем нет слов лексико-семантических групп, описывающих финансовое состояние (например, тех, что встречались в ранних исследованиях: богатый, бедный, бедность, деньги, доллар), однако стали наиболее частотными слова, входящие в лексико-семантические группы власти: «война», «наглые», «самолюбивые», «высокомерные», «стремление к господству над другими», «хитрые», «властные», «расизм».

В последнем исследовании стали заметны наиболее частотные различия в описании русскими студентами американцев: «наглые», «высокомерные», «тщеславные», «ленивые» и русских: «добрые», «гостеприимные», «широкая душа», «открытые», «веселые». Вслед за Д. В. Лифинцевым [4] отметим как отдельные области исследований разные культурные контексты и принадлежность описываемых национальностей к разным типам культур.

В результате нашего исследования наиболее частотным словом-реакцией было понятие «фаст-фуд», что, видимо, можно считать объединением в себе наиболее частотных результатов 1998 г.: «кока-кола» и «гамбургер». Слово «баскетбол» также относится к наиболее частотным и в исследованиях 2015 г.

Итак, проведя сравнительный анализ результатов опросов 1990-х и 2015 г., мы можем увидеть, что восприятие Америки и отношение к этой стране изменилось [5]. Мы можем предположить, что со времени открытия «железного занавеса» представления наших соотечественников об американцах стало менее поверхностным: так, например, студенты перестали описывать эту страну во внешних терминах «бедный – богатый», появились характеристики, являющиеся попытками психологического описания: «идеализм», «любят веселье и шутки», «общительные», «наглые», «хитрые», «высокомерные», «тщеславные», «властные».

По-видимому, эти изменения можно объяснить также и переменами социальной сферы жизни в России: в целом с 1992 г. заметно повышение культуры обслуживания населения на всех уровнях (от сервиса до органов государственной власти), расширяющаяся глобализация и развитие международного туризма, дающие возможность соотносить жизнь своей страны с жизнью в других странах и континентах [12]. В таких условиях русские студенты не только демонстрируют готовность видеть внутренние, психологические характеристики другой страны, способность замечать не только внешнюю атрибутику Америки, но и, выражая собственную межкультурную компетентность [10; 14], берут на себя некоторые функции межкультурного посредничества [13].

При этом многие из них отмечают свое хорошее владение иностранным (чаще всего английским) языком, что способствует формированию у них особой формы гражданской ответственности [1] и нового опыта переживания межкультурной коммуникации [11].

Анализ представлений молодых людей о России (результаты второй части исследования)

Теперь обратимся к той части опроса, которая касалась представлений о России и

основных чертах национального характера русских.

Нам представляется, что подобная методика исследования обобщенного усредненного образа национальности может позволить в дальнейшем проанализировать смысловую нагрузку значения «русский» и ту часть национальной идентичности современной молодежи, которая принимает этот образ как свой вне зависимости от особенностей психологического мира студентов [6].

1. Наиболее частотными ассоциациями, связанными с Россией, были следующие: 1) Кремль (44 %); 2) медведи (40 %); 3) Путин (36 %); 4) водка, красавицы, просторы (32 %); 5) российский флаг (28 %); 6) Родина (20 %); 7) красивая природа (16 %); 8) Москва (12 %); 9) березы, матрешки, могущество (8 %).

2. Говоря об основных чертах русских людей, русские студенты описывают их так: 1) добрые, гостеприимные; 2) широкая душа, открытые; 3) веселые; 4) замкнутые, сдержанные; 5) смелые; 6) суровые; 7) умные; 8) справедливые; 9) отзывчивые.

3. Современная жизнь России описывается русскими студентами как: 1) преодоление кризиса; 2) поиск себя; 3) политическая борьба; 4) кризис; 5) низкие доходы; 6) патриотизм; 7) сплоченность; 8) лидерство.

4. Природа, пейзаж России описывается русскими студентами как: 1) красивая; 2) леса; 3) разнообразная; 4) степи; 5) поле; 6) горы; 7) реки.

5. Основными именами собственными, связанными с образом России, у русских студентов стали: 1) Путин; 2) Москва; 3) Ленин; 4) Петр I; 5) Санкт-Петербург; 6) Пушкин; 7) Медведев; 8) Сибирь; 9) Сталин.

Неожиданными и излишне стереотипными оказались для нас полученные результаты. Складывается мнение, что молодые люди приводят не свои ассоциации, а восприятие России жителями других стран, как бы смотрят на страну извне, описывая ее так, как принято в других странах, отмечая, однако, что это их Родина.

Вероятно, здесь играют определенную роль всемирно признанные национальные атрибуты России: «медведи», «матрешки», «водка», «красавицы», «березы». К ним присоединяются и государственные атрибутивные образы: российский флаг как официальный государственный символ страны и Путин как официальный представитель

России во внешней политике. К ним же прилегают ассоциации «Москва» и «Кремль», также ассоциативно связывающие внешний образ страны и ее столицы [2].

Однако у нас вызывает настороженность подобное восприятие молодыми людьми своей Родины. Совсем нет слов, описывающих личные переживания человека: «дом», «мать», «родители», «друзья», впервые появились слова: «сплоченность» и «лидерство».

Эти данные создают, на наш взгляд, некую механистическую картину, лишенную чрезвычайно важных личностно-интимных переживаний, связанных с Родиной. Получается, что молодой человек воспринимает страну, в которой он родился и вырос, страну, в которой живут его родные и друзья, наконец, страну, в которой он учится в настоящий момент, не через призму своих переживаний и своего опыта, а как бы со стороны, смотрит на нее не своими глазами, а как будто примеряет к ней некий шаблон, принятый в ее описании («дураки и дороги», «русская водка, черный хлеб, селедка» и т. п.). В качестве предположения о причинах подобной ситуации мы считаем уместным сослаться на описание Эриком Эриксоном кризиса идентичности, переживаемого как раз в юношеском возрасте [8].

На наш взгляд, именно переживанием данного кризиса можно попытаться объяснить ту внутреннюю отчужденность, которую продемонстрировали результаты данного исследования. Видимо, в современных условиях кризиса традиционных ценностей с навязываемыми и активно пропагандируемыми ценностями иной культуры молодое поколение остро переживает кризис идентичности. Усугубляет остроту переживания также и отсутствие в обществе авторитета старших поколений, так как и они в создавшихся условиях переживают что-то сродни кризису идентичности. Похоже, подобное положение характерно для России последних лет и поэтому не выражено в исследованиях 90-х годов.

Сравним полученные результаты с результатами 1998 г., в которых Россия описывалась такими понятиями, как: «великий, обширный, громадный, большой (26 %), родина, патриотизм (24 %), культура, история, беспорядок, хаос, водка (23 %), загадочный, странный, душа (18 %), дом, мать,

друзья (15 %), Москва, православная церковь (19 %), грязный, серый (12 %), Кремль (10 %), бедный, надежда, большой потенциал, великое будущее (9 %), Красная площадь, нежный, добрый, кризис, дураки, глупый (7 %)» [7, с. 130].

Видно, что из слов-реакций совсем исчезло понятие «загадочная русская душа», исчезло, видимо, с самим явлением. Современные молодые люди не очень понимают значения этого словосочетания, не могут привести примеры подобной «души», даже литературные.

Нет в современном исследовании результатов-оценок будущего страны (например, «большой потенциал», «великое будущее»), как и признания ее прошлого (например, «культура», «история», «православная церковь»). Вместо них появились слова, описывающие настоящий момент как процесс:

«преодоление кризиса», «поиск себя», «политическая борьба», «кризис».

Эти изменения, видимо, связаны с существенным сужением зоны ответственности, нежеланием анализировать последствия тех или иных поступков.

Мы отдаем себе отчет в том, что, видимо, существуют различия в психологических характеристиках студентов МГУ и СГУПС, студентов, обучающихся в столице и в Сибири. Мы понимаем, что незначительность выборки не дает возможности считать данные результаты статистически достоверными. Однако мы считаем, что и по этой капле можно изучать огромный океан культурной и в частности национальной языковой картины мира современной молодежи для того, чтобы выявить те изменения, которые происходят в этой социальной группе в последнее время.

Библиографический список

1. Алмазова Н. И., Костина Е. А., Халяпина Л. П. Новое положение иностранных языков в системе образования, ориентированного на глобальную гражданственность // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2016. – № 4. – С. 7–17.
2. Везбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
3. Гачев Г. Д. Ментальности народов мира. – М.: Алгоритм: Эксмо, 2008. – 544 с.
4. Лифинцев Д. В. Социальная поддержка в кросс-культурной перспективе // Сибирский педагогический журнал. – 2015. – № 6. – С. 196–201.
5. Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
6. Меньшикова Л. В., Левченко Е. В. Психологические особенности жизненного мира студентов // Сибирский педагогический журнал. – 2015. – № 4. – С. 156–160.
7. Тер-Минасова С. Я. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
8. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. – 332 с.
9. Юшкова Л. А. Экспериментальное исследование профессиональной мотивации студентов, получающих первое и второе высшее образование по направлению «Психология» // Актуальные проблемы профориентологии на современном этапе развития общества: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2016. – С. 101–105.
10. Aguilar M. J. Intercultural Communicative Competence as a Tool for Autonomous Learning // Revista Canaria de Estudios Ingleses. – 2010. – № 61. – P. 87–98.
11. Byram M. On being “bicultural” and “intercultural” in Intercultural Experience and Education / Eds. G. Alred, M. Byram and M. P. Fleming. – Clevedon: Multilingual Matters, 2002. – P. 50–66.
12. Robertson R. Globalization: Social Theory and Global Culture. – UK: SAGE Publications, 1992. – P. 8.
13. Rubenfield S. Intercultural Mediation: Social, Linguistic and Psychometric Consideration. – Ottawa, Canada: Canada’s University, 2009. – 15 p.
14. Stier J. Intercultural Competencies as a Means to Manage Interactions in Social work // Journal of Intercultural Communication. – 2004. – Issue 7. – P. 1–17.

Поступила в редакцию 12.09.2016

PRESENTATION OF MODERN YOUTH ABOUT RUSSIA AND AMERICA: COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF RESEARCH RESULTS 1992, 1995, 1998 AND 2015

Abstract. The article provides a comparative analysis of the comparative study of the part of the cultural and linguistic picture of the world of modern students, which is reflecting the view about America and Americans, Russia and Russian. These free associative experiment conducted S. Ter-Minasova in 1992, 1995, 1998, compared with the data obtained by the author as a result of the study 2015. We asked to write one to ten words associations connected with one of the concepts. On the basis of comparative analysis put forward suggestions about the changes in the views of Russian students about Russia and Russian, America and Americans. The most prominent results can be regarded as the disappearance of describing the financial condition of the reactions of words lexical-semantic groups: “poor”, “rich”, “dollar” and the appearance of the words included in the lexical-semantic groups of power: the “war”, “arrogant”, “proud”, “arrogant”, “desire to dominate others”, “sly”, “power”, “racism”.

Keywords: associative image of Russia, associative image of America, Russians, Americans, modern young people.

References

1. Almazova, N. I., Kostina, E. A., Halyapina, L. P., 2016. Novoe polozhenie inostrannykh yazykov v sisteme obrazovaniya, orientirovannogo na global'nyu grazhdanstvennost' [The new position of foreign languages in the education system, based on global citizenship]. Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin], 4, pp. 7–17 (in Russ., abstr. in Eng.).
2. Vezhbickaya, A., 2001. Ponimanie kul'tur cherez posredstvo klyuchevykh slov [Understanding cultures through keywords]. Moscow: Yazyki slavyanskoj kul'tury, 288 s. (in Russ.)
3. Gachev, G. D., 2008. Mental'nosti narodov mira [Mentality of the people of the world]. Moscow: Algoritm Publ., Eksmo Publ., 544 p. (in Russ.)
4. Lifincev, D. V., 2015. Social'naya podderzhka v kross-kul'turnoj perspektive [Social support in cross-cultural perspective]. Sibirskij pedagogicheskij zhurnal [Siberian Pedagogical Journal], 6, pp. 196–201 (in Russ., abstr. in Eng.)
5. Maslova, V. A., 2001. Lingvokul'turologiya [Lingvoculturology]. Moscow: Akademiya Publ., 208 p. (in Russ.)
6. Men'shikova, L. V., Levchenko, E. V., 2015. Psixologicheskie osobennosti zhiznennogo mira studentov [Psychological characteristics of living world of students]. Sibirskij pedagogicheskij zhurnal [Siberian Pedagogical Journal], 4, pp. 156–160 (in Russ., abstr. in Eng.)
7. Ter-Minasova, S. Ya, 2000. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya [Language and Intercultural Communication. Tutorial]. Moscow: Slovo Publ., 624 p. (in Russ.)
8. Erikson, E., 1996. Identichnost': yunost' i krizis [Identity: Youth and Crisis]. Moscow: Progress Publ., 332 p. (in Russ.)
9. Yushkova, L. A., 2016. E'ksperimental'noe issledovanie professional'noj motivacii studentov, poluchayushhix pervoe i vtoroe vysshee obrazovanie po napravleniyu “Psixologiya” [Experimental study of professional motivation of students receiving first and second degree in “Psychology”]. Aktual'nye problemy proforientologii na sovremennom etape razvitiya obshchestva [Actual problems of proforientation at the present stage of development of society. Vseros materials scientific-practical conference]. Novosibirsk: SGUPS Publ., pp. 101–105 (in Russ.)
10. Aguilar, M. J., 2010. Intercultural Communicative Competence as a Tool for Autonomous Learning. Revista Canaria de Estudios Ingleses, 61, pp. 87–98.
11. Byram, M., 2002. On being “bicultural” and “intercultural” in Intercultural Experience and Education. Clevedon: Multilingual Matters Publ., pp. 50–66.
12. Robertson, R., 1992. Globalization: Social Theory and Global Culture. UK: SAGE Publications Publ., p. 8.
13. Rubenfield, S., 2009. Intercultural Mediation: Social, Linguistic and Psychometric Consideration. Ottawa, Canada: Canada's University Publ., 15 p.
14. Stier, J., 2004. Intercultural Competencies as a Means to Manage Interactions in Social work. Journal of Intercultural Communication, 7, pp. 1–17.

Submitted 12.09.2016