

Е. Е. Коптякова
Сургут, Россия

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕРЕОТИПНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ГЕРМАНИИ В РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ СОЗНАНИИ

АННОТАЦИЯ. Данная статья посвящена специфике исследования этнических стереотипов, проводимого с использованием психолингвистического эксперимента. Целесообразность экспериментального изучения языковой картины мира, языкового сознания в настоящее время признается многими исследователями. Автор раскрывает преимущества использованных в работе методов и приводит примеры применения ассоциативных экспериментов для изучения стереотипов. В данном исследовании, посвященном экспериментальному изучению стереотипных представлений о Германии в национальном сознании русских и американцев, методологической основой выступает метод свободных ассоциаций, методика лексико-семантического анализа коннотаций этнонимов и методика семантического дифференциала. Автор описывает участников эксперимента, его ход, процедуру обработки материала. В процессе проведения эксперимента наряду со стереотипными представлениями о Германии и немецкой нации, общими для российской и американской картин мира, были выявлены некоторые особенности стереотипного образа Германии, характерные для американского и российского менталитетов. Выявленная этноспецифика образа объясняется отличиями в национальных системах ценностей и особенностями межнациональных отношений в историческом аспекте. Для американского национального сознания специфично акцентирование таких характеристик, как «сильный», «умный», «культурный», «агрессивный», «националист», в русском языковом сознании дифференцирующими чертами немецкого национального характера выступают «аккуратность» и «грубость», также российские информанты указывают на следующие представления: «Германия — это страна новаторов», «Германия — это символ высокого качества».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: этнические (национальные) стереотипы; картина мира; образ Германии; немцы; экспериментальное исследование.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Коптякова Елена Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры методики преподавания английского языка и перевода, Сургутский государственный университет; 628400, г. Сургут, пр-т Ленина, 1; e-mail: kopyakova-elena@yandex.ru.

Познание закономерностей живого языка невозможно без учета психологической составляющей [Щерба 2007]. Целесообразность экспериментального изучения языковой картины мира, языкового сознания в настоящее время признается многими исследователями. Одним из самых адекватных методов построения картины мира является изучение материала, полученного от носителей языка при помощи ассоциативного эксперимента.

История изучения социальных и национально-культурных стереотипов насчитывает немало случаев применения ассоциативных экспериментов. Ю. Е. Прохоров объясняет просматриваемую закономерность тем, что «стереотипность реакции — уже сам по себе факт, связанный с определенной культурой» [Прохоров 2006: 119]. В этой связи следует отметить диссертационное исследование В. А. Буряковской [Буряковская 2000], в котором производилась реконструкция различных этнических образов. Значительный вклад в изучение стереотипов внес Н. В. Уфимцев [Уфимцев 1998], которая проводила анализ свойств русского национального характера, выявленных в результате ассоциативного эксперимента. О. А. Леонтович использовала психолингвистический эксперимент для определения соотношения авто- и гетеростереотипов во взаимовосприятии [Леонтович 2005]. Направленный вариант ассоциативного эксперимента приводится в качестве примера, использованного для выявления специфики

коммуникативного поведения финнов, в работе Ю. Е. Прохорова и И. А. Стернина [Прохоров, Стернин 2006: 73—82].

Для исследования образа Германии и немецкой нации, бытующих в российской и американской картинах мира, за **методологическую основу** были взяты следующие методики: методика свободного ассоциативного эксперимента, методика семантического дифференциала и методика проведения лексико-семантического эксперимента по выявлению стереотипов национального характера через анализ коннотаций этнонимов, разработанная И. М. Кобозевой [Кобозева 2007: 185—197]. Преимущество анализа коннотаций этнонимов перед ассоциативным экспериментом, по мнению И. М. Кобозевой, заключается в том, что степень свободы ассоциации в данном случае оказывается значительно сужена заранее заданным контекстом с целью отклонения индивидуальных, субъективных ассоциаций и акцентуации общепринятых ассоциативных норм [Кобозева 2007: 187]. Процедуры, составляющие методику семантического дифференциала, состоят в предъявлении каждому индивиду набора полярных шкал, которые необходимо оценить по трех-, пяти- или семибалльной системе. Основными преимуществами данной методики выступают возможность не только качественного определения, но и количественного измерения стереотипов, а также возможность проведения сопоставительных исследований. Наиболее наглядным примером использования метода

семантического дифференциала является работа польского исследователя Е. Бартминского, который рассмотрел стереотипные характеристики поляков и немцев, бытующие среди польских студентов [Бартминский 1995: 7—8].

Эксперимент по исследованию стереотипных представлений проводился на базе Сургутского государственного университета (СурГУ) и молодежного лагеря в Соединенных Штатах Америки (штат Массачусетс). В роли русскоязычных респондентов выступили студенты и преподаватели различных факультетов СурГУ общей численностью 100 человек. С американской стороны в тестировании участвовали персонал и воспитатели молодежного летнего лагеря, их количество составило также 100 человек. В общей сложности в анкетировании участвовало 200 человек в возрасте от 18 до 50 лет. Тестирование испытуемых проводилось в несколько взаимосвязанных этапов, на каждом из которых использовались особые виды заданий.

Задачей первого этапа эксперимента являлось выявление у испытуемых свободных ассоциаций на предъявляемое слово-стимул «Германия».

Тест 1. Какие ассоциации у вас возникают при упоминании *Германии*?

Анализируя данные, полученные от российских и американских респондентов, мы пришли к выводу, что приведенные испытуемыми реакции на слово-стимул *Германия* можно разбить на шесть тематических групп, присутствующих в обеих национальных языковых картинах мира: «война», «персоналии», «автомобили», «пиво и сосиски», «географические названия», «культурные феномены».

В подгруппу «война» были объединены такие реакции, как *фашист, война, фриц* (реакции русских респондентов), *Nazi, Holocaust* (реакции американских респондентов) и др. Категория «персоналии» включает имена известных представителей немецкой нации: *Гёте, Ницше, Гессе* (ассоциаты русскоязычного теста), *Bismarck, Angela Merkel* (варианты ответов американских информан-

тов) и т. д. Категория «автомобили» представлена названиями популярных немецких автомобильных марок: в российской картине мира это *Мерседес Бенц, БМВ, Фольксваген*, в американской лидируют *Audi, Mercedes Benz*. Еще одной частотной в обеих национальных картинах мира категорией является раздел, отражающий кулинарные пристрастия немцев. Как показал эксперимент, среди большого количества немецких национальных блюд именно пиво и сосиски прочно связаны с образом Германии в российском и американском национальном сознании. Достаточно большое количество ассоциатов, представляющих собой названия рек (в русских тестах — *Рейн*, в американских — *Rhein*), городов Германии (в русском варианте — *Берлин, Мюнхен*, в американском — *Munich, Frankfurt, Berlin*), земель (среди русских информантов — *Бавария*, среди американских испытуемых — *Bavaria*) и других объектов обусловило выделение отдельного тематического раздела «географические названия». В категорию «культурные феномены» были объединены различные ответы: в российской картине мира — *Октоберфест, Фауст, Бременские музыканты*; в американской картине количественно значимым культурным феноменом выступает *Octoberfest*.

Обобщенные результаты тестирования, отражающие компоненты, общие для образа Германии в русском и американском национальном сознании, представлены в таблице 1.

Как видно из представленной таблицы, наблюдается сравнительная количественная идентичность реакций, относящихся к сфере «география», «автомобили», «культурные феномены». Несовпадение количественных параметров просматривается в сферах «война», «персоналии» и «пиво и сосиски». Американскому сознанию присуща более высокая частотность ассоциаций Германии со Второй мировой войной, с конкретными известными представителями Германии, в то время как в российском сознании количественно преобладает ассоциация с Германией как с родиной сосисок и пива.

Таблица 1

Тип реакции	Кол-во в российской картине мира (из 650 реакций)	Кол-во в американской картине мира (из 500 реакций)
война	201 (31 %)	190 (38 %)
любовь к пиву и сосискам	123 (19 %)	65 (13 %)
географические названия и достопримечательности	110 (17 %)	95 (19 %)
автомобили	33 (5,1 %)	30 (6 %)
культурные феномены	33 (5,1 %)	35 (7 %)
персоналии	26 (4 %)	45 (9 %)

С нашей точки зрения, ассоциаты, входящие в категории «географические названия и достопримечательности», «культурные феномены», «персоналии», ценны тем, что отражают компоненты концепта «Германия», но не могут быть отнесены к разряду национальных стереотипов, по причине чего не будут учитываться на последующих этапах эксперимента.

В задачу второго этапа эксперимента входило определение стереотипных представлений о немецкой нации, бытующих в российской и американской картинах мира.

Тест 2. Продолжите следующее высказывание: *Он по-немецки...*

Методика проведения данного теста предполагает специфический порядок обработки результатов [Кобозева 2007: 185—197]. Простое выявление релевантных реакций, общее число которых составило 100 среди ответов американских и 100 — русских респондентов, не определяет бытующие стереотипы сознания в силу большого разнообразия реакций. Для установления стереотипных представлений необходимо произвести анализ семантических компонентов приведенных в ответах испытуемых лексем. На этом этапе производится обобщение полученных результатов: близкие по семантике ассоциаты сводятся в один ряд, которому приписывается единый дескриптор, а их частотность суммируется. Так, реакции *пунктуален* (9), *педантичен* (10), *собран* (8), *дисциплинирован* (10), *законопослушен* (10), *точен* (10), *четок* (3) сводятся в дескриптор «ПЕДАНТИЧНЫЙ», которому приписывается суммарная частота всех входящих в него лексем (60). Подведя разнородные лексемы под определенные дескрипторы, целесообразно,

по мнению И. М. Кобозевой, провести последующую декомпозицию слов-дескрипторов с целью выявления общих для них сем. Так, например, для лексем *педантичный*, *вежливый* общим интегральным семантическим компонентом является «соблюдающий норму».

В результате обработки и сопоставления результатов эксперимента, проведенного среди российских и среди американских респондентов, были выявлены следующие стереотипы национального немецкого характера, общие для русской и американской картин мира: *соблюдающий правила* (130 реакций) — *following the rules* (90), *трудолюбивый* (31) — *hard-working* (25), *сдержанный* (20) — *cold* (25), *образованный* (2) — *educated* (35), *жестокий* (2) — *aggressive* (10), *аккуратный* (15) — *neat* (2). Между тем, несмотря на наличие в ответах как российских, так и американских респондентов лексем *образованный* (*educated*), *жестокий* (*aggressive*), *аккуратный* (*neat*), слишком явное несовпадение их количественных параметров скорее указывает не на общность этих свойств, а на значимое различие в восприятии представителей немецкой нации русским и американским национальным сознанием, вследствие чего общими стереотипными представлениями о немцах для американской и российской картины мира выступают характеристики *соблюдающий норму* (*following the rules*) и *трудолюбивый* (*hard-working*).

Обобщенный результат обработки данных теста 2, отражающий доминирующие стереотипы немецкого национального характера в российском и американском сознании, представлен в таблице 2.

Таблица 2

Дескриптор	Частота	Реакции (общее количество реакций российских респондентов — 300, американских — 280)
соблюдающий норму <i>following the rules</i>	130 90	<i>пунктуален, собран, дисциплинирован, законопослушен, точен, щепетилен, вежлив, скучен</i> и т. д. <i>ordered, disciplined, well-organized, strict, following the rules, traditional</i>
трудолюбивый <i>hard-working</i>	31 25	<i>трудолюбив, целеустремлен, работоспособен</i> и т. д. <i>hard-working, industrious, good at work and others</i>
сдержанный <i>cold</i>	20 25	<i>сдержан, замкнут, необщительный</i> и т. д. <i>cold, not friendly, serious and others</i>

Задачей третьего этапа эксперимента стало выявление доминирующих стереотипных представлений о немецком национальном характере путем определения количественных параметров стереотипов согласно методике семантического дифференциала.

Тест 3. Напротив каждого прилагательно-го, обозначающего черты характера, поставь-

те 0 — если данная черта практически отсутствует в немецком характере, 1 — если данная черта присутствует, но выражена слабо, 2 — если данная черта присутствует, но не определяет характер, 3 — если данная черта является характерной для немецкой нации.

В разделе бытовых признаков, включавшем такие черты характера, как *предприим-*

чивый, практичный, бережливый, зажиточный, трудолюбивый, трезвенник, аккуратный и их антонимичные корреляты, объединяющими для российской и американской картин мира выступили характерные признаки *трудолюбивый* (*industrious*), получивший маркер «3» у 50 российских респондентов и 71 американского, и *практичный* (*practical*), отмеченный 69 российскими и 40 американскими информантами.

В подгруппе психических и интеллектуальных признаков, состоявшей из характеристик *храбрый, гордый, чувствительный, умный, серьезный, терпеливый, романтический* и их антонимичных соответствий, как российскими, так и американскими испытуемыми были отмечены признаки *серьезный* (*serious*), *сдержанный* (*reserved*), *гордый* (*proud*) — их доминирование в обеих национальных картинах мира подтверждается большим количеством маркеров «3», поставленных респондентами, что в сопоставительном плане показывает следующее соотношение: *серьезный* (63), *сдержанный* (57), *гордый* (51) в российской картине мира и *serious* (71), *reserved* (42), *proud* (53) в американской.

Анализ результатов дифференциального шкалирования черт характера, относящихся к социальным признакам, а именно: *законопослушный, щедрый, пунктуальный, педантичный, общительный, независимый, культурный, спокойный, мягкий, терпимый, организованный* и их антонимичных соответствий показал, что преобладающее количество маркеров «3» и в российской, и в американской картине мира получили признаки *законопослушен* (*law-obedient*), отмеченный 61 российским и 57 американскими

респондентами, *пунктуален* (*punctual*) — выделен 77 и 57 испытуемыми соответственно и *организован* (*well-organized*) — определен 69 российскими и 60 американскими респондентами.

В подгруппе идеологических признаков, к которым, согласно заданию теста, были отнесены *патриотичный* (*patriotic*), *религиозный* (*religious*), *националистичный* (*nationalistic*), было выявлено отчетливо выраженное в обеих национальных картинах мира преобладание такой черты, как *патриотичный* (*patriotic*), отмеченной 63 российскими и 64 американскими респондентами.

Как видно из результатов анализа, список черт немецкого национального характера, выявленных на данном этапе эксперимента, несколько объемнее набора характеристик, выявленных на втором этапе тестирования, и, помимо *трудолюбия, законопослушности, организованности, пунктуальности*, включает также *серьезность, сдержанность, гордость* и *патриотизм* в качестве доминирующих свойств, приписываемых представителю немецкой нации русскими и американцами.

Обобщенные данные отражены в диаграмме (см. рис.).

Таким образом, **результаты проведенного эксперимента** позволяют выделить в образе Германии ряд стереотипных представлений, идентичных для российского и американского национального сознания. К таковым, в частности, относятся следующие: «Германия — это Вторая мировая война», «Германия — это страна пива и сосисок», «Германия — это страна знаменитых автомобилей».

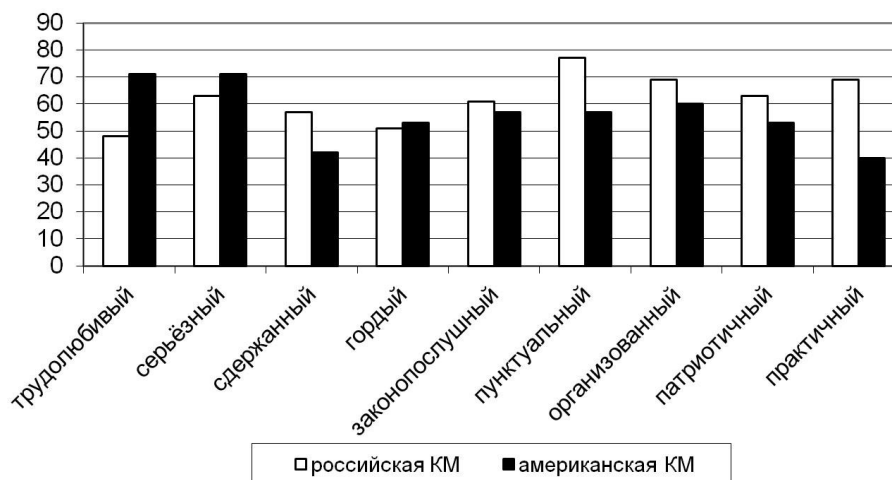


Рис. Стереотипы немецкого национального характера в русской и американской картинах мира

Образ представителя немецкой нации концептуализируется в определенных чертах характера. К числу наиболее выраженных черт немецкого национального характера, с точки зрения российского и американского менталитета, относятся *трудолюбие, серьёзность, сдержанность, гордость, законопослушность, пунктуальность, организованность, практичность, патриотизм*.

В процессе проведения эксперимента наряду со стереотипными представлениями о Германии и немецкой нации, общими для российской и американской картин мира, нами были выявлены некоторые особенности стереотипного образа Германии, характерные для американского и российского менталитетов.

Специфической особенностью американского национального сознания является акцентирование характеристик *strong (сильный), intelligent (умный), cultured (культурный), aggressive (агрессивный), nationalistic (националист)* по отношению к типичному представителю немецкой нации.

Российские информанты фиксируют внимание на следующих представлениях: «Германия — это страна новаторов», «Германия — это символ высокого качества», дифференцирующими чертами немецкого национального характера в русском языковом сознании выступают *аккуратность и грубость*.

Вполне закономерно, что способы представления о мире могут быть различными у разных народов. Применение методики свободного эксперимента, методики лексико-семантического анализа коннотации этнонимов и метода семантического дифференциала позволило выявить общие черты образа Германии в российском и американском национальном сознании и определить национально-культурную специфику представления Германии в указанных картинах мира.

Е. Е. Коптыкова
Surgut, Russia

EXPERIMENTAL RESEARCH OF STEREOTYPES OF GERMANY IN THE RUSSIAN AND AMERICAN MENTALITIES

ABSTRACT. The article studies ethnic stereotypes peculiarities revealed with the help of a psycholinguistic experiment. An experimental approach in linguistics is well acknowledged nowadays. The author describes advantages of the methods used in the study and gives examples of cases when experimental procedures have been applied to national stereotypes studies. This paper is aimed at experimental study of the image of Germany in the Russian and American mentalities. The methodological basis includes a method of free associations, a method of lexical semantics used for the ethnonym connotation analysis, and a semantic differential test. The author describes the subjects, the test and results evaluation procedures of the experiment. As the study shows there are common features of the image of Germany that the Russians and Americans share as well as those that are peculiar for a particular mentality. The results can be explained by the differences in the both countries' national values and the nature of historic relations between the countries. It is typical of the American mentality to stress such characteristics as "strong", "clever", "polite", "aggressive", "nationalist" when describing the Germans, in the Russian mentality among the differential features of the German national character are "orderliness" and "rudeness"; besides the Russian interviewees name the following: "Germany is a country of innovators", "Germany is the symbol of high quality".

KEYWORDS: ethnic (national) stereotypes, world view, image of Germany, Germans, experimental study.

ABOUT THE AUTHOR: Koptiyakova Elena Evgen'evna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Methods of Teaching English, Translation and Interpretation, Surgut State University, Surgut, Russia.

Выявленная этноспецифика образа Германии в российской и американской картинах мира обусловлена различиями в системе ценностных ориентиров, характерных для различных национальных менталитетов, а также контекстом межнациональных отношений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алферов А. В., Кустова Е. Ю., Попова Г. Е. Ксеностереотипы в языковой картине мира и в дискурсе Европейского парламента // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 74—79.
2. Бартминский Е. Этноцентризм стереотипа: результаты исследования немецких (Бохум) и польских (Люблин) студентов в 1993—1994 гг. // Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии : тез. конф. — М., 1995. С. 7—9, 161—162.
3. Буряковская В. А. Признак этничности в семантике языка (на материале русского и английского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2000. 24 с.
4. Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. Этнические ярлыки в речи детей и подростков англоязычного мира // Политическая лингвистика. 2015. № 2. С. 156—161.
5. Иванова М. Г. Особенности русского национального характера в контексте системы верований и языка // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 199—203.
6. Качмазова А. У., Тамерьян Т. Ю. Когнитивные механизмы этностереотипизации «своих» и «чужих» // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 298—305.
7. Качмазова А. У., Тамерьян Т. Ю. Метафорическое поле социотипического типажа «кударец» // Политическая лингвистика. 2015. № 2. С. 102—112.
8. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика : учеб. 3-е изд., стер. — М. : КомКнига, 2007. 352 с.
9. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. — СПб., 1998.
10. Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения : моногр. — М. : Гнозис, 2005. 352 с.
11. Маклашова Е. Г. Дискурс этничности в правовом поле национального субъекта Федерации (на материале Республики Саха (Якутии)) // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 153—156.
12. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. — М. : КомКнига, 2006. 224 с.
13. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. 2-е изд., доп. и испр. — М. : Флинта : Наука, 2006. 328 с.
14. Уфимцева Н. В. Этнические и культурные стереотипы: кросс-культурное исследование // Изв. РАН. Сер. литературы и языка. 1995. Т. 54, № 3. С. 55—62.
15. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. — М. : КомКнига, 2007. 432 с.

REFERENCES

1. Alferov A. V., Kustova E. Yu., Popova G. E. Ksenostereotipy v yazykovoy kartine mira i v diskurse Evropeyskogo parlamenta // *Politicheskaya lingvistika*. 2015. № 3. S. 74—79.
2. Bartminskiy E. Etnotsentrizm stereotipa: rezul'taty issledovaniya nemetskikh (Bokhum) i pol'skikh (Lyublin) studentov v 1993—1994 gg. // *Rechevye i mental'nye stereotipy v sinkhronii i diakhronii* : tez. konf. — M., 1995. S. 7—9, 161—162.
3. Buryakovskaya V. A. Priznak etnichnosti v semantike yazyka (na materiale russkogo i angliyskogo yazykov) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Volgograd, 2000. 24 s.
4. Gorshunov Yu. V., Gorshunova E. Yu. Etnicheskie yarlyki v rechi detey i podrostkov angloyazychnogo mira // *Politicheskaya lingvistika*. 2015. № 2. S. 156—161.
5. Ivanova M. G. Osobennosti russkogo natsional'nogo kharaktera v kontekste sistemy verovaniy i yazyka // *Politicheskaya lingvistika*. 2015. № 3. S. 199—203.
6. Kachmazova A. U., Tamer'yan T. Yu. Kognitivnye mekhanizmy etnostereotipizatsii «svoikh» i «chuzhikh» // *Politicheskaya lingvistika*. 2014. № 4. S. 298—305.
7. Kachmazova A. U., Tamer'yan T. Yu. Metaforicheskoe pole sotsioetnicheskogo tipazha «kudarets» // *Politicheskaya lingvistika*. 2015. № 2. S. 102—112.
8. Kobozeva I. M. *Lingvisticheskaya semantika* : ucheb. 3-e izd., ster. — M. : KomKniga, 2007. 352 s.
9. Kuznetsov S. A. *Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka*. — SPb., 1998.
10. Leontovich O. A. *Russkie i amerikantsy: paradoksy mezhkul'turnogo obshcheniya* : monogr. — M. : Gnozis, 2005. 352 s.
11. Maklashova E. G. Diskurs etnichnosti v pravovom pole natsional'nogo sub'ekta Federatsii (na materiale Respubliki Sakha (Yakutii)) // *Politicheskaya lingvistika*. 2014. № 4. S. 153—156.
12. Prokhorov Yu. E. Natsional'nye sotsiokul'turnye stereotipy rechevogo obshcheniya i ikh rol' v obuchenii russkomu yazyku inostrantsev. — M. : KomKniga, 2006. 224 s.
13. Prokhorov Yu. E., Sternin I. A. *Russkie: kommunikativnoe povedenie*. 2-e izd., dop. i ispr. — M. : Flinta : Nauka, 2006. 328 s.
14. Ufimtseva N. V. Etnicheskie i kul'turnye stereotipy: krosskul'turnoe issledovanie // *Izv. RAN. Ser. literatury i yazyka*. 1995. T. 54, № 3. S. 55—62.
15. Shcherba L. V. *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost'*. — M. : KomKniga, 2007. 432 s.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов.