

УДК 81'23

**М. И. Грицко**

*Институт филологии СО РАН  
ул. Николаева, 8, Новосибирск, 630090, Россия*

*marieg@mail.ru*

**ОЦЕНОЧНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
КАК МАРКЕРЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ  
(НА ПРИМЕРЕ РУССКОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАТИВНОЙ  
БАЗЫ ДАННЫХ СИБАС)**

Анализируются экспериментальные результаты, полученные в ходе психолингвистического массового ассоциативного эксперимента, первый этап которого проводился с 2008 по 2013 г. на территории Сибири и Дальнего Востока среди студентов крупных вузов. Рассматриваются ассоциативные поля, входящие в ядро языкового сознания, с точки зрения наполняющих их оценочных смыслов. Устанавливаются статистически значимые изменения распространенности некоторых оценок, свидетельствующие о новой ценностной ориентации, влияющей на формирование национальной идентичности среди молодежи. Исследование проводится с использованием двух информационных исследовательских ресурсов: русской региональной ассоциативной базы данных (СИБАС) и Русского ассоциативного словаря (РАС). Отмечается необходимость продолжения и расширения исследований с включением других социальных, национальных и возрастных групп.

*Ключевые слова:* психолингвистический массовый ассоциативный эксперимент, русская региональная ассоциативная база данных (СИБАС), ассоциативно-вербальная сеть, ассоциативное поле, ядро ассоциативного поля, ядро языкового сознания, процесс этнокультурной самоидентификации, национальная идентичность, ценности, оценочные маркеры, амбивалентность оценок, разметка ассоциативных баз данных.

Самоидентификация государств и народов, как правило, сопровождающаяся укреплением их суверенитета, часто вызывает неприятие этого процесса так называемыми «развитыми странами». В условиях динамично развивающегося мира с преимущественным глобальным навязыванием западных норм, образцов, стандартов, единой системы ценностей, носящей материальный характер, в последнее время активно происходят процессы национальной культурной самоидентификации. Появился даже новый термин «постглобалистский синдром», когда «культурная интеграция (речь идет о насилии вестернизацией, а не об ограниченном, свободном и взаимозаинтересованном сближении партнеров) воспринимается как искусственный процесс» [Глобалистика,

2006. С. 170], а навязываемый «свободный мировой обмен товарами и услугами наталкивается на культурную автономию и суверенность народов и этносов» [Там же]. Специфика и возможные последствия глобализационных процессов, проявляющихся в центробежных и центростремительных тенденциях взаимодействия рас, государств и этносов пока представляют собой малоизученную, но актуальную и перспективную область исследований, тем более в лингвистике. Среди многочисленных вопросов, имеющих отношение к глобализации, начиная с момента появления самого понятия «глобализация» в 80-х годах XX века, один вопрос волнует мировое сообщество больше всего: «Что есть глобализация – процесс, содержащий альтернативы и варианты, или

*Грицко М. И.* Оценочные характеристики как маркеры национальной идентичности (на примере Русской региональной ассоциативной базы данных – СИБАС) // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 13, вып. 2. С. 5–15.

же процесс однозначный, однонаправленный, императивный; ведет ли этот процесс к созданию однородной мироцелостности или же содержит в себе возможности разных идентичностей и разных компонент человечества?» [Черняк, 1984. С. 52]. Другими словами, суть здесь в «превышении полномочий» развитыми странами и их транснациональными бизнес-компаниями по отношению к другим странам и желаниями последних сохранить свои суверенитет и ценности для равноправного обмена. Создаются конфликтные ситуации, в том числе на уровне языковых процессов, поэтому в лингвистическом плане желательно вовремя отслеживать и анализировать, как реагируют нации, находящиеся в процессе поиска собственной идентичности, на «общемировые» изменения понятий и ценностей, собственных времени.

Психолингвистические исследования, посвященные изучению ассоциативно-вербальных сетей (АВС), получаемых при проведении массовых ассоциативных экспериментов, могут помочь прояснить некоторые аспекты трансформирующейся или вновь формирующейся национальной идентичности, которая, безусловно, изменяется под влиянием динамично-развивающихся факторов различной природы (экономических, геополитических, социальных, культурных и др.). «Ассоциативно-вербальная сеть представляет собой вербально-знаковое отражение образа мира человека, отличаясь устойчивостью и изменчивостью в определенных пределах, соотносимых с динамикой изменения самого образа мира» [Шапошникова, 2012. С. 67]. В этом смысле анализ АВС, полученных с определенным временным промежутком на одной и той же языковой территории среди одних и тех же возрастных категорий опрашиваемых, показывает определенные изменения в языковом сознании этноса, на основе которых можно проводить мониторинг процессов формирования и изменения этнической идентичности с целью своевременного выявления угрожающих или опасных социолингвистических процессов<sup>1</sup>. «Процессы, указывающие на угрожающую лингвистическую обста-

новку, способную привести к внутригосударственным осложнениям или напряжению отношений между разными государствами, характеризуются терминами «языковая глобализация», «языковая гомогенизация», «этноязыкоцентризм», «языковая однополярность», «лингвистический национализм», «лингвистический этношовинизм» (титульный и субъектный), «лингвистический сепаратизм», «языковая манипуляция» и другие... Опасные социолингвистические процессы могут нести угрозу национальному суверенитету государства, а также приводить к открытым внешним межнациональным политическим конфликтам. Крайние проявления опасных социолингвистических процессов это – «лингвистический расизм», «лингвистический мятеж», «лингвистический терроризм», «лингвистическая агрессия», «языковая война», «лингвистический раскол». Как правило, такие действия поддерживаются или инспирируются третьими силами, преследующими собственные интересы под флагом глобализации» [Грицко, 2011. С. 68–69]. Социолингвистический и психолингвистический аспекты изучения процессов культурной самоидентификации народа представляют особую актуальность, поскольку национальная культура «как совокупность традиций, обычаев, обрядов, верований, нравов, норм и правил поведения фиксируется не только в результатах хозяйственной, бытовой деятельности этноса, но, главным образом, в его языке» [Глобалистика, 2006. С. 602].

Развитие процессов самоидентификации в регионах, территориально расположенных на историческом пересечении культур, всегда имеет особую специфику. В этом аспекте огромный интерес вызывают Сибирь и Дальний Восток. Располагаясь в северной части Азии и имея границу на западе вдоль Уральских гор с Европейской территорией России, этот регион является естественным мостом между Европейской и Азиатской цивилизациями. Это проявляется как в сырьевой, экономической, транспортной составляющих региона, так и в социокультурном аспекте.

Первый этап массового ассоциативного эксперимента с целью составления СИБАС<sup>2</sup> проводился на территории Сибири и Даль-

<sup>1</sup> Под социолингвистическими процессами мы понимаем социальные языковые процессы, при которых различные социальные изменения отражаются на развитии языка, а язык в свою очередь опосредованно влияет на общество, в котором он функционирует.

<sup>2</sup> Русская региональная ассоциативная база данных (2008–2015) (авторы-составители И. В. Шапошникова, А. А. Романенко) URL: <http://adictru.nsu.ru>

него Востока с 2008 по 2013 г. в крупных вузах этих регионов. Население каждого из трех крупнейших городов Сибири – Новосибирска, Омска, Красноярска – превышает 1 миллион жителей. В Барнауле, Иркутске, Владивостоке, Хабаровске проживает свыше 600 тысяч человек в каждом из городов, в Томске, Новокузнецке, Кемерово – свыше 500 тысяч человек в каждом из городов, в Чите – свыше 300 тысяч, в Северске – свыше 100 тысяч. Массовый опрос студентов (более 5 тысяч анкет) – такой категории молодых людей, которая представляет самые различные слои общества, географические регионы и пункты, проходящих обучение в вузах столь крупных населенных пунктов Сибири и Дальнего Востока, позволяет делать вывод о масштабности и объективности полученных в ходе эксперимента данных. В настоящее время проводится второй расширенный этап эксперимента, после обработки данных, которого можно будет отслеживать, и анализировать различные аспекты российской и русской идентичности в той же самой возрастной и социальной группе.

В представленной статье мы анализируют данные СИБАС (2008–2013 гг.) с привлечением базы данных РАС, составленной в 90-х годах прошлого века (1994–1998 гг.). Последние 20 лет – это особый период для русской нации после раскола Советского Союза, характеризующийся динамичными явлениями в становлении нового российского общества, новой государственности, новой российской идентичности. Эти процессы и сегодня в самом разгаре. Делать какие-либо выводы о завершении процесса формирования национальной идентичности и о том, какая она – эта новая идентичность, пока преждевременно. Однако анализ ассоциативных полей, получаемых в ходе ассоциативных экспериментов, и сопоставление их с предыдущими исследованиями в этом направлении с 20-летней разницей показывает наметившиеся тенденции в изменении ценностных норм молодых россиян на разных уровнях (бытовом, государственном, социальном). Говоря о системе ценностей в целом необходимо отметить, что «неоднородность социальной структуры общества приводит к сосуществованию в нем в любой исторический отрезок времени различных, иногда противоречивых ценностей» [Глобалистика, 2006. С. 982], например, систем

ценностей различных профессиональных и демографических групп. В этой связи хотелось бы уточнить, что наше исследование базируется только на опросах молодых россиян, остальные слои общества, к сожалению, пока не принимали участия в подобных экспериментах, следовательно, делать выводы о характеристиках новой национальной идентичности через призму ценностей всего российского и русского общества в данный момент не представляется возможным.

Само существование понятия «ценности» тесно связано с понятием «оценка», благодаря которой устанавливается иерархия ценностей человеком. «Основание оценки – критерий, который позволяет дать адекватную квалификацию явления с точки зрения его социальной значимости в данный момент или в перспективе» [Глобалистика, 2006. С. 671]. Хотя в данный момент и в перспективе критерии, а следовательно, ценности могут отличаться, таким критерием могут быть оценочные стереотипы (образцы, нормы, стандарты), принятые в обществе в конкретный исторический период. Можно рассматривать оценочные стереотипы как «часть культурно-исторического наследия, создаваемого в процессе практического освоения мира, которыми субъект оценки вооружен как инструментом оценки, входящим в более сложное орудие оценки – аксиологическое суждение как его часть. Этот инструмент вновь и вновь «прилагается» в практике оценочной деятельности, выступая как своего рода весы, на одной чаше которых – груз практически познанного и оцененного, имеющего статус стандартов, эталонов, норм, а на другой – вновь оцениваемое с учетом познанного и воплощенного в указанных статусах» [Геллия, 1986. С. 40–41]. Ассоциативные поля, полученные в ходе экспериментов, характеризуются большим количеством оценочных маркеров (позитивных, негативных, нейтральных), выраженных как явно, так и имплицитно в самых разнообразных формах. Справедливо утверждение И. В. Шапошниковой о том, что «ценность ассоциативных полей для этнолингвистических исследований еще и в том, что они позволяют увидеть *семантические зоны оценки*, столь значимые для понимания этнокультурной специфики смысловой структуры сознания» [2014. С. 36].

Таблица 1

Ядро языкового сознания русских (первые 10 слов)  
(обратный словарь)

	СИБАС		РАС
1	Человек (10012 – количество реакций, 450 – количество вызвавших его стимулов)	1	Человек (1404 – количество вызвавших его стимулов)
2	Жизнь (1451, 345)	2	Дом (864)
3	Дом (2584, 345)	3	Жизнь (711)
4	Деньги (4037, 263)	4	<b>Плохо (691)</b>
5	<b>Хорошо (1256, 261)</b>	5	Большой (694)
6	<b>Плохо (1443, 260)</b>	6	<b>Хорошо (677)</b>
7	Друг (2343, 253)	7	<b>Нет (667)</b>
8	<b>Нет (505, 235)</b>	8	Деньги (587)
9	Мир (1661, 232)	9,5	Друг (565)
10	Я (932, 230)	9,5	Дурак (565)

В самом ядре языкового сознания<sup>3</sup>, выявляемом как в современном его срезе (СИБАС), так и 20 лет назад (РАС) мы находим слова ХОРОШО, ПЛОХО, эксплицитно выражающие позитивную и негативную оценку, а также слово НЕТ как с эксплицитно, так и с имплицитно выраженными отрицательными оценочными смыслами, что свидетельствует «об актуализированности ценностно-ориентированных установок» [Шапошникова, 2012.С. 75] (табл. 1).

Рассмотрим ассоциативное поле (АП) стимула **НЕТ** в прямом словаре СИБАС с точки зрения репрезентации отрицательных оценочных значений. Проанализировав реакции испытуемых на стимул НЕТ, мы наблюдаем, во-первых, явно выраженные (эксплицитные) отрицательные оценочные смыслы:

**НЕТ** – отказ 38; отрицание 11; отсутствие 8; нельзя 7; никогда, пустота 4; запрет 3; жаль, и не будет, отмена, плохо 2.

Кроме того, подразумевается явное неприятие понятий (также эксплицитно выра-

женное), отраженное в виде эмоциональных стереотипных «лозунгов»:

**НЕТ** – наркотикам 6; войне 5; насилию 2.

В то же время другие реакции только косвенно (имплицитно) свидетельствуют о наличии отрицательного отношения испытуемых (предполагается, что когда нет всего нижеперечисленного – это плохо, но это неочевидно):

**НЕТ** – денег 22; ничего 21; времени 12; слов 6; сил 4; любви, никого 3; воды, выхода, еды, жизни, конца, меня, смысла, тебя 2.

В современной лингвистике принято разграничивать эмоциональную и рациональную оценки в зависимости от присутствия в высказывании эмотивного компонента. Предполагается, что рациональная оценка опирается на социальные стереотипы и подразумевает оценочное суждение (например, нет денег, времени, смысла и т. д. – и это плохо), а эмоциональная предполагает непосредственную реакцию на объект и характеризуется экспрессивностью. В. Н. Телля, например, полагает, что в процессе оценочной деятельности «когнитивное начало действует как доминирующее, охлаждая эмоциональный пыл, даже если он имел место в момент оценочного акта. По этой причине эмоциональный субстрат нейтрализуется в оценочном значении: в таком значении доминирует не эмотивное, а рациональное отношение к миру» [1986. С. 55]. Однако, разграничить эмоциональное и рациональное в высказывании возможно дале-

<sup>3</sup> Под ядром языкового сознания мы понимаем вслед за А. А. Залевской, Н. В. Уфимцевой, Е. Ф. Тарасовым выявленное в ходе массового ассоциативного эксперимента ограниченное количество единиц со значительно превышающим среднее для всей ассоциативно-вербальной сети числом связей внутри этой сети (см.: [Залевская, 1981; Уфимцева, 1996; Уфимцева, Тарасов, 2009]).

ко не всегда, особенно в цепочке реакций ассоциативного поля, в основном по причине отсутствия контекста. Так, в парах *нет – и не будет*, *нет – меня*, *нет – тебя* невозможно точно указать соотношение рационального и эмоционального, уловить градус эмоции опрашиваемого. Еще одним важным свойством является субъективность оценки, поскольку она формируется не только под влиянием предмета, но и субъекта, а также основания оценивания. «Субъективен прежде всего отбор оснований оценки, объясняемый богатством потребностей, сложностью духовной жизни человека» [Глобалистика, 2006. С. 671].

Языковая оценка рассматривается в современной лингвистике как фактор, формирующий ценностную картину мира, ценностные ориентации языковых личностей, когда индивид актуализирует одни ценности, отвергает другие, при помощи оценивания выстраивает собственную ценностную иерархию. Все это хранится в языковом сознании как «совокупности перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителя культуры об объектах реального мира» [Тарасов, 1996. С. 7], которое можно овнешнить и исследовать, опираясь на модели ассоциативно-вербальных сетей. С целью выявления ценностных ориентаций молодых россиян проанализируем входящие в ядро языкового сознания АП стимулов **ХОРОШО** и **ПЛОХО** (подразумевающие наличие явно выраженных положительных и отрицательных оценок) при помощи РАС и СИБАС с точки зрения изменения их наполненности оценочными смыслами в зависимости от временного фактора. Так что же такое **ХОРОШО** и что такое **ПЛОХО** 20 лет назад и сейчас?

Анализ устойчивой части АП **ХОРОШО** (так же как и АП **ПЛОХО**) целесообразнее проводить по обратному словарю, поскольку он дает более развернутую картину того, что оценивается молодыми людьми положительно (отрицательно).

**ХОРОШО** (СИБАС – всего реакций – 1 256, всего различных стимулов, вызвавших реакцию – 261).

Стимулы-существительные, вызывающие реакцию **ХОРОШО** – это *польза 23; добро 22; доброта 19; гостеприимство, трудолюбие 15; оптимизм 14; здоровье 13; достаток, практичность 12; комфорт, удобства 11; удовольствие 10; стабиль-*

*ность, щедрость 9; баня, счастье 8; деньги, еда, качество, милосердие, справедливость, успех 7; богатство, процветание, радость 6; жизнь, отпуск, спорт 5; впечатление, зло, перспектива, пиво, труд, хитрость 4; богач, девушка, лень, патриотизм, помощь, правда, работа, роскошь, свобода, талант, традиция, эгоизм, эффективность 3; алкоголизм, беспечность, бизнес, бюрократия, весна, воскресенье, дача, дело, демократия, дом, достоинство, друзья, жест, законность, интеллигент, искусство, карьерист, любовь, машина, одиночество, постель, президент, прогресс, равенство, результат, семья, сила, слава, событие, солнце, страдание, союзник, стремление, тишина, тщеславие, ум, участие 2.*

Стимулы-глаголы: *относиться 105; жить 54; учиться 53; получаться 40; поступить 22; работать 18; подумать 15; отдыхать 11; спать 9; делать 8; думать, петь, слышать 7; знать, кончиться, ответить, понимать, танцевать 5; кончать, помогать, помочь, стараться, чувствовать 4; быть, вести, готовиться, нравиться, обращаться, сделать 3; видеть, говорить, гулять, есть, молчать, отвечать, передавать, пройтись, сдать, смеяться 2.*

Стимулы-прилагательные: *честный 4; добрый, здоровый, мирный 3; безвредный, большой, великодушный, гармоничный, искренний, лаконичный, понятный, решительный 2.*

Другие стимулы (в том числе интенсификаторы оценки<sup>4</sup>): *плохо 116; очень 47; все 32; конечно 11; совсем 9; здесь, сейчас 7; всегда 6; просто 4; быстро, хорошо3; весь, вместе, долго, много 2.*

Итак, ядро АП **ХОРОШО** в обратном словаре показывает, что современные молодые люди особенно ценят действия, приносящие *пользу* и *добро*, выделяют *гостеприимство* и *трудолюбие*, для достижения своих целей им наиболее необходимы *здоровье, оптимизм*, а целями своими ставят достижение *достатка, комфорта, удобств*,

<sup>4</sup> Интенсификация оценки является одной из характерных особенностей выражения оценочных значений. В рассматриваемых ассоциативных полях **ХОРОШО** и **ПЛОХО** интенсификация (как и деинтенсификация) проявляются на шкале оценок по степени выраженности (усиления или ослабления) признака *хорошо* или *плохо*: *очень хорошо, совсем хорошо, просто хорошо, хуже, просто плохо, совсем плохо, очень плохо* и др.

удовольствия, стабильности, счастья, радости, богатства и процветания. Для них немаловажны баня (!), деньги, еда, качество, успех, жизнь, отпуск, впечатления и перспективы, работа, труд, патриотизм, помощь, роскошь, свобода, талант, эффективность. Из человеческих качеств особо ценятся доброта, щедрость, милосердие, справедливость; хорошо, когда человек честный, мирный, безвредный, великодушный, гармоничный, искренний, лаконичный, решительный. Для них также важно, чтобы люди хорошо относились, хорошо жили, учились, поступали, работали, думали, отдыхали, спали, делали, пели, слышали, знали, понимали, танцевали, помогали, старались, чувствовали, обращались; чтобы все получалось хорошо и заканчивалось хорошо. Почти все слова имеют положительные оценочные смыслы или нейтральные, но несколько слов с отрицательной оценкой все же присутствуют – плохо 116 (стимул, вызвавший самое большое количество реакций ХОРОШО); зло, хитрость 4; лень, эгоизм 3; алкоголизм, беспечность, бюрократия, одиночество 2. Такая частотная реакция словом хорошо на стимул ПЛОХО указывает на распространенное реагирование опрашиваемых на предоставленные стимулы словами антонимами. Все остальные слова, на первый взгляд имеющие очевидный отрицательный смысл, все же попали в ассоциативное поле с противоположным оценочным смыслом, что свидетельствует об амбивалентности оценок, когда оценочное значение может изменяться (вплоть до противоположного) в силу способности человека осмыслять любое интересующее его явление через дуальную оппозицию, постоянно искать пути формирования смысла через полюса этой оппозиции. В контексте определенной эпохи, в условиях существования в определенном обществе, даже просто с учетом личных вкусов и предпочтений, личного психического опыта некоторых людей такие слова как хитрость, эгоизм, беспечность, одиночество и другие могут приобретать положительный смысл, поэтому описание и анализ некоторых оценочных маркеров может потребовать от исследователя как минимум определенных культурологических знаний.

**ПЛОХО** (СИБАС – всего реакций – 1 443, всего различных стимулов, вызвавших реакцию – 260).

Стимулы-существительные, вызывающие реакцию **ПЛОХО** – это зависть 51; вранье 33; тщеславие 30; эгоизм 28; неудача 27; болезнь 26; зло, пьянство 25; алкоголизм 24; лень 21; ложь, наркотик 19; боль 18; обман, одиночество 17; коварство, коррупция, недуг 15; бедность, страдание 13; невостребованность 12; злоба, злость, простуда 11; задолженность, пиво 10; табак 9; жалость, стыд 8; армия, бюрократия, война, вор, коммунизм, проститутка, разочарование, смерть, эгоист 7; бедствие, долг, каторга, мафия, сплетни, холод 6; гнев, грязь, непонимание, неправда, неудачник, отчаяние, тюрьма, штраф 5; власть, влияние, враг, дефицит, покинутость, революция, страх 4; беззаконие, беспечность, гордость, давление, зависимость, коммунист, мучение, однообразие, оптимизм, ошибка, раздражение, расходы, тест, трудности 3; бездельник, безумие, борода, голод, демократия, карьерист, кислота, монополия, мошенник, немоц, очередь, пересуды, проходимец, работа, скряга, служба, сострадание, хаос, экзамен 2.

Стимулы-глаголы: воровать 50; поступить 34; относиться 30; бедствовать 14; кончиться 12; петь, учиться 10; получаться 9; ненавидеть, пить, чувствовать 6; забыть, подумать 5; видеть, сказать, умереть 4; думать, изменить, обращаться, ответить, потерять, слышать, существовать, танцевать, терять 3; бросать, вести, делать, жить, кричать, отвечать, отнять, отобрать, свистеть, сосать, спать, убежать, читать 2.

Стимулы-прилагательные: больной 8; безответственный 6; гордый, ленивый 3; буржуазный, жадный, короткий, несчастный, одинокий, пассивный, стыдливый 2.

Другие стимулы (в том числе интенсификаторы оценки): хорошо 111; хуже 56; совсем 47; очень 12; сейчас 4; все, далеко 3; наверно, нет, просто 2.

Очевидно, что из отрицательных явлений современной жизни молодые люди особенно не приветствуют зависть, вранье, тщеславие, эгоизм. Они осознают, что неудачи, болезни, алкоголизм, наркотики, лень не приведут их к счастливой и продуктивной жизни. Они отрицательно относятся к таким современным реалиям, как коррупция, бюрократия, беззаконие, мафия, монополия. Армия и власть не имеют для них высокого авторитета. А невостребованность, недуги,

немоощь, долги могут привести их к бедности и страданиям.

При беглом сопоставлении АП **ХОРОШО** и **ПЛОХО** в обратном словаре базы данных СИБАС (2008–2013) с данными базы РАС (1994–1998), даже учитывая неполное соответствие стимулов, применявшихся при составлении обеих баз данных, можно увидеть расхождения в смысловой структуре ассоциативного поля. Так, например, для таких стимулов из обратного словаря, вызывающих реакцию **ХОРОШО**, как *очень* (РАС – 71, СИБАС – 47); *плохо* (РАС – 10, СИБАС – 116); *жить* (РАС – 42, СИБАС – 54); *работать* (РАС – 30, СИБАС – 18); *все* (РАС – 26, СИБАС – 32); *просто* (РАС – 15, СИБАС – 4); *поступить* (РАС – 12, СИБАС – 22); *удобства* (РАС – 5, СИБАС – 11); *добро* (РАС – 3, СИБАС – 22) произошли явные количественные изменения, то есть значительно больше или меньше стимулов вызывают реакцию «хорошо» по сравнению с базой двадцатилетней давности. Если два десятка лет назад *добро* характеризовали как «хорошо» 3 респондента, то сегодня это уже 22 респондента.

Такие же изменения наблюдаются в смысловой структуре АП **ПЛОХО** в обратном словаре: *совсем* (РАС – 28, СИБАС – 47); *поступить* (РАС – 18, СИБАС – 34); *хуже* (РАС – 15, СИБАС – 56); *зависть* (РАС – 9, СИБАС – 51); *болезнь* (РАС – 8, СИБАС – 26); *воровать* (РАС – 8, СИБАС – 50); *врачье* (РАС – 8, СИБАС – 33); *недуг* (РАС – 7, СИБАС – 15); *бедствовать* (РАС – 6, СИБАС – 14); *обман* (РАС – 5, СИБАС – 17); *одиночество* (РАС – 5, СИБАС – 17); *зло* (РАС – 4, СИБАС – 25). Раньше *зависть* считали плохим качеством только 9 респондентов, то сегодня это уже 51 респондент. Такие изменения в смысловой структуре ассоциативного поля указывают на явную переоценку молодыми людьми некоторых явлений современной жизни и требуют дальнейшего подробного исследования на примере других ассоциативных полей.

Интересную параллель можно провести между нашим исследованием (опирающимся на результаты РАС (1994–1998) и СИБАС (2008–2013)) и двумя аналогичными социологическими опросами населения России<sup>5</sup>,

<sup>5</sup> За 1986 г. приводятся результаты опроса, проведенного Институтом социологии РАН (объем выборки – 4 400 человек); за 2006 г. приводятся данные опроса ЦЕССИ – Института сравнительных социаль-

которые проводились в 1986 и в 2006 гг. методом случайной вероятностной выборки населения. Эти опросы позволили выявить существенные изменения в образе жизни и ценностях россиян за последние 20 лет. Сравним некоторые смысловые изменения в АП **ХОРОШО** и статистические данные вышеупомянутых социологических исследований. Авторы социологических опросов утверждают, что универсальная ценность семьи и детей несколько упала (53 и 45 % соответственно), зато на первое место вышло материальное благополучие и бытовой комфорт (31 % 30 лет назад и 55 % сегодня). Наше исследование также показывает возникновение или увеличение по частоте в ядре АП **ХОРОШО** таких понятий как *достаток* (СИБАС – 12, РАС – 0); *комфорт* (СИБАС – 11, РАС – 0); *удобства* (СИБАС – 11, РАС – 5); *удовольствие* (СИБАС – 10, РАС – 8); *деньги* (СИБАС – 7, РАС – 1); *богатство* (СИБАС – 6, РАС – 2); *процветание* (СИБАС – 6, РАС – 0).

Изменилось отношение к таким ценностям как «интересная работа» (было 41 %, стало 29 %) и трудолюбие (было 74 %, стало 52 %), зато важным фактором успеха стало образование (было 39 %, стало 54 %). СИБАС и РАС показывают неизменную ценность образования (возможно еще и потому, что опрашиваемые – студенты): *учиться* (СИБАС – 53, РАС – 56), а вот стимул *работать* (СИБАС – 18, РАС – 30) сегодня оценивают положительно гораздо меньше респондентов.

В современном обществе изменилось и проведение досуга, хотя многие привычки и образ жизни в целом сохранились. Наиболее популярный способ проведения свободного времени – это по-прежнему общение с друзьями и близкими (было 96 %, стало 95 %) и хождение в гости (94 % и сейчас и 30 лет назад). Это подтверждается и в нашем исследовании, поскольку в ядре АП **ХОРОШО** сразу заметен стимул *гостеприимство* – 15 (СИБАС), а словосочетание *приходить в гости* встречается в виде ассоциативной пары стимул-реакция в АП **ПРИХОДИТЬ** и имеет высокую частот-

ных исследований (объем выборки – 1 200 человек). Все социологические данные в нашем исследовании приводятся по статье А. В. Андреевской «Изменения в образе жизни и ценностях россиян» // <http://www.cessi.ru/index.php?id=171>

Таблица 2

Совпадающие стимулы ядра АП **ЧЕЛОВЕК**  
(обратный словарь)

Стимул, вызвавший реакцию <i>человек</i>	РАС	СИБАС
<i>деятельный</i>	151	128 ↓
<i>ничтожный</i>	146	116 ↓
<i>энергичный</i>	142	104 ↓
<i>странный</i>	134	112 ↓
<i>взрослый</i>	125	131 ↑
<i>немногословный</i>	124	87 ↓
<i>свободный</i>	114	91 ↓
<i>молодой</i>	107	161 ↑
<i>одинокий</i>	102	84 ↓
<i>высокомерный</i>	97	114 ↑
<i>знакомый</i>	95	111 ↑
<i>гордый</i>	93	97 ↑
<i>экономный</i>	85	87 ↑
<i>инициативный</i>	84	98 ↑
<i>добрый</i>	83	87 ↑
<i>больной</i>	82	76 ↓
<i>стеснительный</i>	79	76 ↓
<i>напористый</i>	74	74 =
<i>интересный</i>	73	73 =
<i>личность</i>	72	86 ↑
<i>настырный</i>	71	71 =
<i>надменный</i>	70	79 ↑
<i>плохой</i>	61	77 ↑
<i>глупый</i>	57	81 ↑
<i>я</i>	56	76 ↑

ность и в СИБАС (*приходить – домой 96; в гости 61; вовремя 37; гости 30; уходить 27*) и в РАС (*приходить – домой 79; уходить 45; в гости 42; вовремя 37; дом 13*). Кроме того, в ходе ассоциативного эксперимента были оценены положительно *спорт* и *баня*: *спорт* (СИБАС – 5, РАС – 0); *баня* (СИБАС – 8, РАС – 1). Тем не менее продолжает увеличиваться тенденция проведения свободного времени, выпивая с друзьями или в одиночку (было 54 %, стало 73 %), в основном, по причине усиленного навязывания молодому поколению информационной средой этого занятия как приятного и расслабляющего времяпровождения. В ассоциативном словаре СИБАС увеличилась положительная оценка *пива* по сравнению с РАС (СИБАС – 4, РАС – 1), а реакция на слово *пить* словом *пиво* показала внушительный количественный рост в ядре АП

**ПИТЬ** (СИБАС: *пить – воду 86; вода 73; пиво 44; жажда 31; чай 28; сок 26; вино 22; есть 20*; РАС: *пить – воду 117, есть 26, водку 22, вода 21, вино 17, сок 17, пиво 13, жажда 12*).

Рассмотрим также на примере АП **ЧЕЛОВЕК** (безусловного лидера ядра языкового сознания<sup>6</sup> 20 лет назад и сегодня) как менялись представления участников ассоциативных экспериментов о самих себе – как они идентифицировали себя в период после развала Советского Союза и какие черты современного россиянина выделяют

<sup>6</sup> Мы придерживаемся мнения, что «ядро языкового сознания представляет собой лингвистическую проекцию бытия человека, сохраняющееся на протяжении его жизни, ориентирующее его в окружающей действительности и составляющее основу его языковой картины мира» [Ушакова, 2000. С. 15].



Таблица 3

Несовпадающие стимулы ядра АП **ЧЕЛОВЕК**  
(обратный словарь)

РАС (1994–1998)*	СИБАС (2008–2013)**
<i>Нужный 162 (СИБАС 64); серьезный 158 (СИБАС 0); советский 122 (СИБАС 35); чванливый 115 (СИБАС 0); рабочий 104 (СИБАС 40); дорогой 97 (СИБАС 67); заносчивый 97 (СИБАС 0); свой 88 (СИБАС 57); современный 85 (СИБАС 69); хороший 82 (СИБАС 69); родной 78 (СИБАС 66); спесивый 78 (СИБАС 0); великий 77 (СИБАС 63); веселый 73 (СИБАС 47); робкий 72 (СИБАС 70); настойчивый 70 (СИБАС 64); другой 66 (СИБАС 40); простой 66 (СИБАС 51); стыдливый 66 (СИБАС 64); пустоголовый 62 (СИБАС 0); военный 61 (СИБАС 51); живой 60 (СИБАС 63); застенчивый 54 (СИБАС 67)</i>	<i>Общительный 171 (РАС 0); близкий 151 (РАС 0); великодушный 128 (РАС 0); безответственный 125 (РАС 0); культурный 125 (РАС 0); предприимчивый 115 (РАС 0); честный 106 (РАС 34); деловой 104 (РАС 41); религиозный 100 (РАС 0); независимый 97 (РАС 24); лживый 96 (РАС 31); искренний 94 (РАС 0); непредсказуемый 94 (РАС 0); расчетливый 93 (РАС 0); жадный 91 (РАС 16); пассивный 87 (РАС 20); самобытный 85 (РАС 0); умный 84 (РАС 19); изобретательный 75 (РАС 0); деловитый 74 (РАС 0); осторожный 72 (РАС 0); решительный 72 (РАС 18); жестокий 71 (РАС 33); отсталый 71 (РАС 20); здоровый 70 (РАС 11)</i>

\* Присутствовали в ядре АП в указанный период, затем утратили свои позиции.

\*\* Появились в ядре АП в указанный период.

они сегодня. Для этого проанализируем состав АП **ЧЕЛОВЕК** в обратном словаре РАС (всего стимулов вызвавших реакцию: 11 299, различных стимулов вызвавших реакцию: 1331) и СИБАС (общее количество появлений слова *человек* в качестве реакции в базе данных – 10 012, общее число разных слов-стимулов, вызвавших реакцию *человек* 450) путем наложения первых 50 ассоциативных доминант в обоих полях (будем расценивать первые 50 единиц как ядро исследуемых ассоциативных полей). Интересно, что среди первых 50 слов в обоих ассоциативных полях представлены в основном прилагательные. Представим в виде таблицы те стимулы, которые сохранили за собой место в ядре обоих полей, однако позиции их поменялись (динамика изменений показана символами ↑ – увеличение количества стимулов, вызвавших реакцию *человек*, ↓ – уменьшение количества стимулов, вызвавших реакцию *человек*, = одинаковое количество стимулов, вызвавших реакцию *человек*) (табл. 2).

Наибольшую динамику роста в пределах ядра показали стимулы *молодой, высокомерный, знакомый, инициативный, личность, плохой, глупый, я*; снижение количества реакций словом *человек* видно на примере стимулов *деятельный, ничтож-*

*ный, энергичный, странный, немногословный, свободный, одинокий.*

Теперь сравним те единицы, которые вошли в ядро АП **ЧЕЛОВЕК** в СИБАС и те единицы, которые были в ядре АП **ЧЕЛОВЕК** (по данным РАС), но исчезли из него спустя 20 лет (табл. 3).

Таким образом, современные респонденты положительно характеризуют человека *молодого, инициативного, общительного, великодушного, культурного, честного, религиозного, независимого.* В условиях современной жизни он должен быть *предприимчивым, деловым, умным, самобытным, изобретательным, деловитым, решительным, здоровым.* Это соответствует данным социологических исследований, в ходе которых было выявлено, что в современном обществе «большое значение стали придавать индивидуальным человеческим качествам: целеустремленность (27 % в 1986 г. и 37 % в 2006 г.), способности, талант (15 и 32 %), инициативность (21 и 25 %), умение приспособиться, гибкость 94 и 20 %), лидерство (9 и 16 %)»<sup>7</sup>. Снизили свои количе-

<sup>7</sup> Андреевкова А. В. Изменения в образе жизни и ценностях россиян. URL: <http://www.cessi.ru/index.php?id=171>

ственные показатели или вообще исчезли из ядра такие положительные характеристики человека как *деятельный, энергичный, свободный, нужный, серьезный, рабочий, дорогой, хороший, родной, великий, веселый, настойчивый, стыдливый, застенчивый* и др. Из отрицательных характеристик наиболее часто встречаются сегодня *высокомерный, плохой, глупый, безответственный, лживый, непредсказуемый, расчетливый, жадный, пассивный, жестокий, отсталый*. Множество людей, обладающих подобными отрицательными качествами – это, к сожалению, тоже примета современного периода, и это не может не отразиться в ассоциациях, которые приводят респонденты. Согласно социологическим исследованиям, многие имеющие значение 30 лет назад факторы «сегодня в другом уже обществе потеряли существенную часть своего значения: честность, порядочность (63 % в 1986 г. и 41 % в 2006 г.), отзывчивость, доброта (57 и 27 %), человеческое взаимопонимание, взаимопомощь (53 и 27 %), ответственность (46 и 32 %), принципиальность (22 и 14 %), бескорыстие (20 и 10 %)»<sup>8</sup>.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что на сегодняшний день уже очевидно, что этнокультурная самоидентификация стран и народов вызывает неприятие этих процессов западными странами, которые считают возможным навязывание собственной системы ценностей остальному миру. Для того, чтобы при помощи лингвистических методов выявлять и анализировать собственные ценности народов суверенных стран в динамичном и неравномерно развивающемся мире, необходимы объективные и достоверные методы изучения ценностной самоидентификации – общей для конкретной страны и характерных слоев общества. Одним из таких методов является построение ассоциативно-вербальных моделей идентичности на основе ассоциативных баз данных подобных РАС и СИБАС. Проводимый психолингвистический массовый ассоциативный эксперимент позволяет обнаружить результаты изменения ценностных ориентиров у определенных слоев населения Сибири и других регионов на примерах изменений в оценочных маркерах, а сопоставляя полученные данные в зависимости от гео-

графического или временного фактора (который мы использовали в нашем исследовании) можно получить объективные данные для более детального анализа. Анализ оценочных маркеров в дальнейшем позволит также выявить уровень напряженности внутри российской этнической системы, которая переживает кризис идентичности, вызванный обвальным вторжением чужих западных ценностей.

Важным методом для изучения изменения ценностных установок в процессе формирования новой национальной идентичности должна стать профессиональная лингвистическая семантическая разметка по оценочному фактору на всем массиве реакций (стимулов) ассоциативно-вербальной сети. И. В. Шапошникова предлагает проводить разметку «как в целях тотальной (или частичной) маркировки формально-языковых показателей отмеченных вербальных единиц, или классов единиц, так и с содержательной стороны, в целях выявления смысловых доминант на всем массиве или на массиве определенных групп ассоциативных пар» [2015. С. 130–131]. Кроме того, мы полагаем, что в дальнейшем необходимо продолжение эксперимента с расширением категорий опрашиваемых, использованием современных методов и статистической обработки экспериментальных данных.

### Список литературы

Грицко М. И. Лингвистическая безопасность – один из факторов безопасности многонациональной России // Идеи и идеалы. Научный журнал. 2011. № 3 (9). Т. 1. С. 63–72.

Залевская А. А. О комплексном подходе к исследованию закономерностей функционирования языкового механизма человека // Психолингвистические исследования в области лексики и фонетики: Межвуз. тематический сб. Калинин, 1981. С. 28–44.

Тарасов Е. Ф. Межкультурное общение – новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996. С. 7–22.

Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М., 1986. 143 с.

Уфимцева Н. В., Тарасов Е. Ф. Проблемы изучения языкового сознания // Вопр. психолингвистики. 2009. Вып. 2 (10). С. 22–29.

<sup>8</sup> Андреевкова А. В. Изменения в образе жизни и ценностях россиян.

Уфимцева Н. В. Русские: опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М.: Ин-т языкознания РАН, 1996. С. 139–162.

Ушакова Т. Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира. М., 2000. С. 13–19.

Черняк Е. Судьи и заговорщики. М.: Мысль, 1984. 304 с.

Шапошникова И. В. Эмпирическая база для исследования вербальных ассоциаций русских, проживающих в Сибири и на Дальнем Востоке // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. Т. 10, вып. 2. С. 63–76.

Шапошникова И. В. К вопросу об инструментарии для сближения лингвистического образования с практикой жизни (на материале СИБАС – русской региональной ассоциативной базы данных) // Вопросы психолингвистики. 2014. Вып. 2 (20). С. 28–41.

Шапошникова И. В. «Государственность большого стиля» и «государственный ми-

нимализм»: актуальные смыслы в структуре русского языкового сознания? // Вопросы психолингвистики. 2015. № 2 (24). С. 120–131.

### Список словарей

*Глобалистика* – Международный междисциплинарный энциклопедический словарь. М.; СПб.: ЕЛИМА; Питер, 2006. 1160 с.

*РАС* – Русский ассоциативный словарь / Сост. Ю. Н. Караулов, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, Н. В. Уфимцева, Г. А. Черкасова. М., 1994–1998. Т. 1–2. URL: <http://www.thesaurus.ru/dict/dict.php>

*СИБАС* – Русская региональная ассоциативная база данных (2008–2015) (авторы-составители И. В. Шапошникова, А. А. Романенко). URL: <http://adictru.nsu.ru>

Материал поступил в редколлегию 18.06.2015

**M. I. Gritsko**

*Institute of Philology of SB RAN  
8 Nikolaev Str., Novosibirsk, 630090, Russian Federation*

*marieg@mail.ru*

### EVALUATIVE CHARACTERISTICS AS MARKERS OF NATIONAL IDENTITY USING THE EXAMPLE OF THE RUSSIAN REGIONAL ASSOCIATIVE DATA BASE (SIBAS)

The article focuses upon certain experimental results, obtained in the psycholinguistic mass associative experiment, the first part of which was taken place on the territory of Siberia and the Far East in 2008–2013 among the students of some large local universities. The associative fields as an important component of the core of language consciousness are examined with reference to reflecting the evaluative meanings. The statistically significant changes of certain evaluative markers prevalence are determined. The obtained results enable to present some new valuable orientations, influencing the formation of national identity of young people. The analysis is carried out on the empirical material taken from two informational experimental resources – «the Russian regional database of free associations» (SIBAS) and «the Russian associative thesaurus» (RAS). The extension of the research regarding other social, national and age groups needs to be further investigated and discussed.

*Keywords:* psycholinguistic mass associative experiment, Russian regional database of free associations (SIBAS), associative verbal net, associative field, the core of associative field, the core of language consciousness, process of ethnocultural self-identification, national identity, valuable orientations, evaluative markers, ambivalence of evaluative markers, semantic parsing of the associative data bases.