

Ассоциативного эксперимент со словом «русское» был проведен по методике «Серия тематических ассоциаций» среди студентов I – IV курсов Сибирского федерального университета и Красноярского государственного медицинского университета им. В. Ф. Войно-Ясенецкого в 2015 г. В эксперименте принимали участие студенты, обучающиеся по следующим направлениям: гуманитарные науки, архитектура, строительство, машиностроение, транспорт, медицина.

На слово-стимул «русское» всего было получено 148 анкет, в результате их обработки всего было получено 1231 слово и 519 ассоциаций. Наиболее часто повторялись следующие слова-ассоциации (здесь и далее в скобках указан процент от общего числа полученных в анкетах слов): поле – 31 (2,5%), медведь – 31 (2,5%), водка – 29 (2,3%), слово – 26 (2,1%), матрешка – 24 (1,9%). Все эти слова можно отнести к стереотипам, которые ассоциируются с русским у большинства людей, живущих за пределами России.

Малое количество повторений в анкетах и большое разнообразие слов-ассоциаций указывает на то, что среди молодых людей в России на данный момент нет четко сформированного и единого представления о «русском». Более того, у многих респондентов в ходе эксперимента возникали трудности с написанием ассоциаций, в результате чего некоторые студенты вообще отказались что-либо писать, либо написали менее 5 слов-ассоциаций.

Последующая обработка полученных ассоциаций дала следующие результаты: были выделены группы позитивных и негативных слов (Рисунок 1), также слова были распределены в группы по смыслу. Все смысловые группы оказались достаточно малыми по количеству слов в соотношении с общим количеством полученных в анкетах ассоциаций.

Позитивные ассоциации, встречающиеся в анкетах респондентов, преобладают в сравнении с негативными почти в три раза. Помимо этого, некоторые позитивные ассоциации (такие как *сила* – 9 (0,7%), *щедрость* – 5 (0,4%), *доброта* – 5 (0,4%), *великое* – 4 (0,3%), *сильное* – 4 (0,3%), *душевное* – 3 (0,2%), *качественное* – 3 (0,2%), *могущество* – 3 (0,2%), *мужество* – 3 (0,2%), *патриотизм* – 3 (0,2%), *победа* – 3 (0,2%), *свобода* – 3 (0,2%), *счастье* – 3 (0,2%)) повторяются значительно чаще, тогда как самая частая негативная ассоциация *дураки* повторяется только в четырех анкетах. Также в группе слов с позитивным окрасом в основном преобладают обозначения качеств характера, например, *гостеприимство*, *щедрость*, *доброта*, *мужество*, *смелость*, *отзывчивость*, *великодушие*, *дружелюбие*, *храбрость*.

Самой многочисленной группой слов-ассоциаций оказались слова, обозначающие еду, что указывает на то, что представление о «русском» сильнее всего закрепилось в сфере, связанной с национальными едой и напитками. Слово *водка* названо чаще всего, является стереотипным представлением о том, что пьют русские. Интересно, что два респондента назвали блюда азиатской и кавказской национальной кухни как связанные с представлением о русском (*халва*, *шашлык*).

Также одной из самых больших (по количеству встречающихся в анкетах слов) группа ассоциаций, обозначающих природное пространство, что свидетельствует о том, что «русское» в сознании молодежи соотносится, прежде всего, со специфическим природным пространством (*поле, лес, береза*) и условиями проживания (*мороз, снег, холод, север*).

По количеству полученных группа слов, относящихся к сфере искусства, одна из самых больших в сравнении с другими группами ассоциаций. Также как и предыдущая группа ассоциаций, она показывает, что понимание того, что является «русским» укоренилось в сфере искусства, либо может быть сформировано посредством произведений искусства.

В группе ассоциаций, относящихся к фольклору/народному творчеству/ремеслам, наблюдается большое разнообразие слов, достаточно высока частота их упоминания в анкетах. Ассоциация *матрешка* является одной из немногих, которые упоминались респондентами чаще других. Это самый распространенный сувенир и известный символ, который связывается с представлением о «русском». Также здесь представлены слова, которые связаны с народными ремеслами, музыкой, сказаниями и сказками. Таким образом, представление о том, что является «русским», тесно связано с различными формами народного творчества.

Респонденты также часто ассоциируют «русское» с определенным характером человека или народа. Следует отметить, что в данной группе ассоциаций преобладают позитивно окрашенные слова, многие связаны с волевыми качествами характера, создающими образ сильного, стойкого человека (*сила, могущество, мужество, сильное, могучее, мощь, бесстрашное, выдержка, коня на скаку остановит, мужественная, непобедимость, самопожертвование, сила воли, сильная, храбрость*).

В группе слов-ассоциаций, обозначающих человека, заметно, что женские образы преобладают (*девушка, баба, мама, женщина, красна девица, славянка, баба с ведром, девушка в народном костюме, злюка, истеричка, красавица, красивые женщины, подруга, сибирячка*), что позволяет говорить о связи «русского» в сознании респондентов с преимущественно женским началом.

Выделены слова, обозначающие одежду и внешность человека. Основное внимание респондентов сконцентрировано на деталях костюма, скорее национального, поскольку такие элементы облика, как *валенки, кокошник, ушанка, сарафан, шаль* не свойственны образу современного человека. Названы в основном теплые вещи, соответствующие климатическим условиям. Слова, обозначающие типичные черты внешности человека, складываются в образ светловолосых и голубоглазых мужчин и женщин.

В основном социум характеризуется общими, формальными словами, так, *общество* просто указывает на то, что есть некая группа людей, связанных чем-то общим (территорией, отношениями, управлением). Остальные ассоциации встречались в анкетах редко, таким образом,

«русское» как социум с особенными уникальными характеристиками не связывается.

По преимуществу названы светские или же связанные с языческой традицией праздники. *Масленица* выделена как наиболее характерный для русского мира праздник, в котором переплелись языческая и христианская традиции, отображаются особенности климата и жизненного цикла, представлена национальная кухня.

«Русское» чаще всего ассоциируется именно с *православием*, хотя несколько раз упомянутое слово *церковь* указывает на то, что в первую очередь респонденты связывают сферу религии с формальной организацией. Малое количество слов данной группы показывает, что «русское» в своем религиозном аспекте выделяется современной молодежью крайне редко.

Ассоциации слова «русское» с языком не являются многочисленными, тем не менее, *слово* – четвертое по частоте упоминаний в анкетах, ассоциация *язык* также упоминалось относительно часто. Представление о «русском» как языке несколько уступает визуальным представлениям.

Представления о «русском» мало связаны с историческими событиями, ассоциация *история* упоминается крайне редко, лишь в семи анкетах. Никаких конкретных исторических событий, кроме ассоциации *1941- 1945*, респонденты не назвали.

Слово *медведь* является одной из немногих наиболее часто упоминаемых ассоциаций, отражает стереотипное представление иностранцев о русском, наравне с водкой и шапкой-ушанкой.

На основе проведенного эксперимента сделаны следующие выводы:

- интерпретация результатов ассоциативного эксперимента показывает, что представление о русском на сегодняшний день в молодежной среде является неоднозначным, дробным, не обладает целостностью. Об этом свидетельствует большое разнообразие полученных ассоциаций и малое количество слов, которые упоминались в анкетах по несколько раз;

- следует отметить, что русское воспринимается респондентами в основном в позитивном ключе;

- наиболее часто упоминались следующие слова: *поле* – 31 (2,5%), *медведь* – 31 (2,5%), *водка* – 29 (2,3%), *слово* – 26 (2,1%), *матрешка* – 24 (1,9%). Все они отражают стереотипное представление о русском;

- самые крупные по количеству ассоциаций группы слов отражают основные сферы, в которых у студентов закрепилось представление о том, что является русским. Это национальная еда, специфика природного окружения, искусство и фольклор;

- русское во многом связано с представлениями о человеке, его характере, внешности, занятиях;

- интересно, что русское практически не ассоциируется с православием (слова, связанные с православием, указывают на формальную организацию, нежели на традиции, нечто близкое человеку). В религиозном контексте наиболее актуальными представляются более древние религиозные традиции и верования, бытовавшие на Руси до прихода христианства;

- также на основе полученных данных можно выделить сферы, которые мало связаны в сознании студентов с пониманием русского, например, военная и социальная сферы, природные ресурсы, экономика, политика, история. Причем все группы слов, соответствующие этим сферам, содержат часто негативные ассоциации, тогда как в более крупных группах слов преобладают позитивные ассоциации.