

RU

## Стереотипный образ военного в русском непрофессиональном языковом сознании (на материале ассоциативного эксперимента)

Кукс А. В., Прокудина И. С.

**Аннотация.** Цель исследования - описание специфики стереотипного образа ВОЕННОГО в непрофессиональном языковом сознании представителей русской лингвокультуры. В статье приведены результаты анализа зон высокочастотных реакций ассоциативного поля ВОЕННЫЙ, рассмотрена их тематическая классификация. На основе проведенного анализа выделены компоненты стереотипного образа ВОЕННОГО в русском непрофессиональном языковом сознании, дано его описание. Научная новизна работы заключается в том, что в ней на материале ассоциативного эксперимента реконструирован фрагмент современного русского обыденного языкового сознания, фиксирующий стереотипные представления о военнослужащих. В результате доказано, что стереотипный образ военных имеет обобщенный, схематичный, упрощенный, стандартизованный характер и представляет собой переплетение информационно-содержательного, образного и культурологического компонентов в сочетании с ярко выраженной позитивно-оценочной составляющей.

EN

## Stereotype Image of Military Man in Russian Non-Professional Linguistic Consciousness (by the Material of Associative Experiment)

Kuks A. V., Prokudina I. S.

**Abstract.** The paper aims to describe the specificity of the stereotype image of MILITARY MAN in non-professional linguistic consciousness of the Russian culture representatives. The article presents the results of the analysis of the associative field MILITARY MAN high-frequency zones, considers their thematic classification. The components of the stereotype image of MILITARY MAN in the Russian non-professional linguistic consciousness have been identified, its description has been given based on the analysis. The scientific originality of the research lies in the fact that it remodels a fragment of the modern Russian ordinary linguistic consciousness which contains the stereotype picture of military men. As a result, it has been proved that the stereotype image of military men is generalized, schematic, simplified, standardized and represents a combination of informative, substantial, figurative and culturological components in connection with a strong positively-evaluative element.

### Введение

Современный этап развития языкознания характеризуется переходом к антропоцентрической парадигме лингвистических исследований, что предполагает изучение языка в неразрывной взаимосвязи с человеком, его сознанием, мышлением и практической деятельностью. В рамках такого подхода особое значение приобретают теоретические и прикладные исследования, посвященные изучению языкового сознания, его фрагментов и образа мира в целом, запечатленных в языке. Под языковым сознанием мы, вслед за учеными Московской психолингвистической школы (Е. Ф. Тарасовым, Т. Н. Ушаковой, Н. В. Уфимцевой и др.), будем понимать совокупность образов сознания, формирующихся и овнешняемых при помощи языковых средств – отдельных лексем, словосочетаний и фразеологизмов, текстов, ассоциативных полей и ассоциативных тезаурусов (Тарасов, 2000).

Изучение языкового сознания неразрывно связано с исследованием стереотипов, стереотипных представлений в языковом сознании, которые определяются как «ментальная “картинка”... некое устойчивое минимизированно-инвариантное, обусловленное национально-культурной спецификой представление

о предмете или о ситуации» (Красных, 2003, с. 232). Исследование стереотипов представляется актуальным, поскольку они являются не только неотъемлемой частью сознания, но и в некоторых случаях его основной составляющей (Бетехтина, 2010).

Одним из наиболее эффективных способов овнешвления и реконструкции языкового сознания, а следовательно, и его образов и стереотипов, является ассоциативный эксперимент (АЭ) (Тарасов, 2000), поскольку данные, полученные в результате АЭ, позволяют максимально приблизиться к ментальному лексикону, вербальной памяти и культурным стереотипам языкового сознания носителей языка (Бескорвайная, 2004). Под АЭ понимается эксперимент, «во время которого от испытуемого требуется назвать одно или несколько слов, словосочетаний, фразеологизмов или цитат (прецедентных выражений), пришедших в голову первыми, в ответ на предъявленное слово-стимул, с ограничениями или без ограничений в выборе реакций» (Довголюк, 2016, с. 12). Совокупность ассоциаций на слово-стимул образует ассоциативное поле (АП) слова, которое обнаруживает особую внутреннюю семантическую организацию своего состава, характеризующую поле как единицу знания о мире, при этом его строение соотносится с отраженной в нем структурой реальности (Караулов, 2000а). АП организовано по тем же принципам, что и другие полевые модели, и включает ядерную и периферийную зоны. Ядро представляет собой наиболее частотные, стереотипные, реакции, повторяемые разными испытуемыми на определенное слово-стимул. Такие ассоциаты отражают объективно существующие в сознании испытуемых и в языке связи между словами (Леонтьев, 1992). К периферийной зоне АП относят менее частотные и единичные ассоциации, которые свидетельствуют об индивидуальной специфике ассоциативных структур (Бурнаева, 2011).

АП, формируемые из вербальных реакций носителей языка к определенным словам-стимулам, дают возможность описывать качества образов в языковом сознании (Уфимцева, 1996), помогают выявить языковые стереотипы, а также специфические черты менталитета (Приходько, 2017). Так, Н. В. Уфимцева (1996) отмечает, что «ассоциативное поле того или иного слова-стимула – это не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент образа мира того или иного этноса, отраженного в сознании “среднего” носителя той или иной культуры, его мотивов, оценок и, следовательно, его культурных стереотипов» (с. 140).

В настоящей статье мы обратились к выявлению и описанию стереотипных представлений об образе ВОЕННОГО (в значении *военнослужащий*) в современном языковом сознании гражданских лиц на основе результатов проведенного нами АЭ. Обращение именно к этому понятию обусловлено высокой степенью социальной значимости вооруженных сил и, соответственно, профессии военного на протяжении всей истории России. Современное геополитическое пространство также наполнено рисками, связанными с террористическими угрозами, вооруженными конфликтами, так или иначе затрагивающими интересы нашего государства, что, безусловно, ставит перед Вооруженными силами Российской Федерации задачи, направленные на обеспечение национальной безопасности, сдерживание угроз и посягательств в отношении нашей страны, защиты ее политических и экономических интересов (<https://structure.mil.ru/mission/tasks.htm>). Таким образом, профессия военного играет в российском обществе наиважнейшую роль, поскольку армия в настоящее время является государствообразующим институтом, гарантом сохранения территориальной целостности и сохранения суверенитета России (Битюцких, 2015). Кроме того, в последние годы российским руководством активно проводится реформирование армейской системы, направленное в том числе на создание нового облика Вооруженных сил РФ (Суркова, 2013), а также на формирование позитивного образа армии и военнослужащих в сознании российских граждан посредством массмедиа, кино и др. Реконструкция стереотипа ВОЕННОГО позволит в том числе определить эффективность выбранной стратегии, поскольку стереотипы, помимо их усвоения в процессе социализации и инкультурации, создаются и подкрепляются телевидением, кино, газетами, журналами и другими СМИ (Суходольская, 2007).

Актуальность данной работы обусловлена следующими факторами: 1) важностью изучения способов и особенностей вербализации фрагментов языкового сознания и его стереотипов, в том числе посредством АЭ; 2) непреходящей актуальностью антропоориентированного подхода к изучению языка, в рамках которого выполнено данное исследование; 3) высоким уровнем социальной значимости военной профессии в современной России.

Для достижения заявленной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- 1) провести АЭ с гражданскими лицами – носителями русского языка, в котором словом-стимулом выступает лексема ВОЕННЫЙ (в значении *военнослужащий*), выполнить анализ данных, полученных в ходе АЭ;
- 2) выделить и охарактеризовать зоны высокочастотных ассоциативных реакций исследуемого АП, описать их тематическую структуру;
- 3) выявить и описать специфику стереотипного образа ВОЕННОГО в непрофессиональном языковом сознании представителей русской лингвокультуры.

Материалом для исследования послужили ассоциативные реакции испытуемых к слову-стимулу ВОЕННЫЙ, полученные в результате АЭ посредством анкетирования. В ходе эксперимента были опрошены 158 респондентов в возрасте от 17 до 72 лет мужского и женского пола. В анкетировании приняли участие студенты новосибирских вузов, учащиеся учреждений СПО, работники организаций, не имеющих отношения к военной службе, в том числе вышедшие на пенсию. В общей сложности было получено 1538 ассоциативных реакций.

Для достижения поставленных цели и задач использовались следующие методы исследования: метод ассоциативного эксперимента, когнитивно-семантический метод, описательный метод, метод полевого моделирования, метод семантического гештальта Ю. Н. Караулова, методы статистической обработки количественных данных, классификационный метод.

Теоретической базой для данной работы являются исследования ученых, посвященные проблемам речевой деятельности (Н. И. Жинкин, А. Н. Леонтьев и др.), изучению языкового сознания, образа мира, стереотипов, а также методики проведения ассоциативного эксперимента для их реконструкции (Ю. Н. Караулов, Е. Ф. Тарасов, Н. В. Уфимцева, Т. Н. Ушакова, И. А. Стернин, В. П. Белянин, Е. И. Горошко, Р. М. Фрумкина и др.), методам содержательного анализа ассоциативного поля (Ю. Н. Караулов, Е. И. Горошко, К. В. Битюцких, Э. А. Кечина, О. А. Кузина, Д. И. Навильникова и др.), лингвистические исследования, связанные с различными аспектами изучения образов военно-армейской тематики в языковом сознании (М. Н. Довголюк, Р. А. Кафтапов, К. В. Венедиктова, К. В. Битюцких, С. А. Чеканова и др.).

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы в процессе обучения русскому языку как иностранному, межкультурной коммуникации, лингвострановедению, при разработке вузовских курсов и спецкурсов по когнитивной лингвистике, психолингвистике, лингвокультурологии, а также в лексикографической практике составления ассоциативных словарей.

## Основная часть

### **Организация и проведение АЭ. Анализ экспериментальных данных**

В целях построения АП ВОЕННЫЙ нами был проведен цепной АЭ, стимулом в котором выступило слово ВОЕННЫЙ (в значении *военнослужащий*). Цепной (цепочечный) АЭ (или эксперимент с продолжающейся реакцией) определяется исследователями как процедура, в ходе которой испытуемым предлагается отреагировать на слово-стимул несколькими реакциями (Довголюк, 2016). Использование в ходе анализа когнитивных структур не только первых ассоциаций испытуемых, но и всего комплекса реакций, следующих за ними, позволит «выявить и выводные знания, и косвенные признаки, обнаруживаемые как раз в последующих ассоциатах» (Попова, Стернин, 2007, с. 186).

Всего в эксперименте приняло участие 158 человек (по 79 лиц мужского и женского пола) в возрасте от 17 до 72 лет. Нижняя возрастная планка (17 лет) определена тем фактором, что к указанному возрасту завершается становление языковой личности и, следовательно, в ассоциациях отражается уже сформировавшаяся языковая способность испытуемого (Караулов, 1994). Участники эксперимента могли быть только гражданскими лицами, не должны являться профессиональными военными (в том числе уволившимися из Вооруженных сил РФ и/или вышедшими на пенсию) либо обучаться в военных учебных заведениях, проходить на момент проведения эксперимента военную службу в российской армии. Кроме того, все испытуемые были постоянными жителями города, родной язык для которых – русский. Для широты охвата контингента в эксперименте приняли участие респонденты с разным уровнем образования (средним общим, средне-специальным, высшим, а также студенты и магистранты вузов и учащиеся учреждений СПО), представители различных профессий и областей знаний (специалисты с экономическим, юридическим, социологическим, гуманитарным, инженерно-техническим, физико-математическим, медицинским, геолого-географическим и др. образованием).

В ходе эксперимента испытуемым было предложено написать в течение 10 минут любое количество первых пришедших на ум ассоциативных реакций (слов, словосочетаний, имен исторических личностей, названий исторических событий и т.п.) на слово-стимул ВОЕННЫЙ (уточнено, что в значении *военнослужащий*). В результате проведенного эксперимента получено в общей сложности 1538 реакций к слову-стимулу ВОЕННЫЙ.

Далее весь комплекс выделенных ассоциативных реакций был подвергнут анализу, включающему следующие этапы:

1) первичная обработка данных АЭ, предполагающая обобщение сходных по смыслу реакций, выраженных разными грамматическими формами одного и того же слова, и т.п.; количественное определение уровня частотности ассоциатов, удельного веса семантических зон (вычисляется как отношение количества реакций, относящихся к данной семантической зоне, к общему количеству реакций, вошедших в зону высокочастотных реакций, %);

2) определение индекса яркости реакций и их дальнейшее отнесение к определенному фрагменту АП в соответствии с параметрами, предложенными И. А. Стерниным (ядро – индекс яркости не менее 0,12-0,15; ближняя периферия – 0,10-0,04; дальняя периферия – 0,03-0,02; крайняя периферия – яркость 0,01 и ниже) (Стернин, 2009);

3) проведение содержательного анализа зон высокочастотных реакций: ядерной зоны и ближней периферии, поскольку, на наш взгляд, именно эти части АП актуализируют стереотипный образ какого-либо фрагмента действительности, а зона дальней периферии отражает индивидуальные представления о нем. Содержательный анализ был выполнен посредством адаптированного в соответствии со спецификой данного исследования метода построения семантического гештальта, предложенного Ю. Н. Карауловым (2000b), который предполагает содержательную классификацию реакций, входящих в состав АП, и выделение нескольких семантических зон, которые объединяют типичные для языкового сознания признаки предмета или понятия-стимула;

4) реконструкция и характеристика стереотипного образа ВОЕННОГО в непрофессиональном сознании представителей русской лингвокультуры.

### **Семантическая структура зон высокочастотных реакций АП ВОЕННЫЙ в непрофессиональном языковом сознании**

Итак, в результате проведенного анализа высокочастотных реакций нами выделены следующие семантические зоны АП.

1. **Наименования лиц по званию, должности, рангу (15,8%).** Данная семантическая зона оказалась одной из самых больших и разнообразных в проведенном АЭ, что объяснимо тем, что слово-стимул также является наименованием лица, следовательно, и значительная часть реакций также будет представлять собой номинации лиц по различным основаниям. Кроме того, данные результаты подтверждают тот факт, что «человек» занимает центральное положение в ядре языкового сознания представителей русской лингвокультуры (Уфимцева, 1996).

В ядре находится ассоциат *солдат (0,21)*. Высокая частотность данной реакции свидетельствует о том, что *солдат* в непрофессиональном сознании является репрезентацией образа военного в целом. В ближнюю периферию вошли такие ассоциаты, как *офицер (0,08)*, *командир (командующий) (0,08)*, *генерал (0,07)*, *полковник (0,05)*, *сержант (0,04)*, *кадет (0,04)*, *рядовой (0,04)*, а также само понятие (*воинское*) *звание (0,04)*. К этой же группе примыкает ассоциат *дембель (0,05)*, который в силу своей многозначности занимает промежуточное положение, относясь одновременно и к семантической зоне «События», так как может интерпретироваться и как человек, в скором времени завершающий или завершивший воинскую службу, и как само завершение срока службы (= «демобилизация»).

Ассоциативные реакции, относящиеся к данной семантической зоне и являющиеся наименованиями лиц по званию, должности, рангу, представлены только именами существительными мужского рода, что, с одной стороны, свидетельствует о том, что военная профессия рассматривается исключительно как мужской вид деятельности, а с другой – подтверждает доминирование в русском языковом сознании мужского пола в целом (Уфимцева, 1996).

Непрофессиональное языковое сознание разграничивает в самом общем виде составы военнослужащих *солдаты, сержанты – прапорщики\** (данный ассоциат не вошел в зону высокочастотных реакций, но тем не менее представлен в дальней периферии с индексом яркости 0,03) – *офицеры* и соответствующие им воинские звания, при этом среди номинаций званий старшего офицерского состава наибольший индекс яркости присущ реакции *полковник*, а среди высшего – ассоциату *генерал*, представленному без конкретизации (среди реакций отсутствуют номинации *генерал-майор, генерал-лейтенант, генерал-полковник, генерал армии*). Также в непрофессиональном языковом сознании четко выражено отношение к военной сфере понятий *командир, командующий* в обобщенном значении «начальник воинских частей, подразделений, соединений».

Кроме того, обращает на себя внимание тот факт, что в русское языковое сознание вернулся образ *кадета* (воспитанника кадетских училищ, школ), который ранее характеризовался только как относящийся к дореволюционной России (Словарь русского языка, 1999).

2. **Пол (1,5%).** Слово-стимул ВОЕННЫЙ в непрофессиональном сознании однозначно соотносится с мужским полом, о чем свидетельствует частотность ассоциата *мужчина (0,06)*, который вошел в ближнюю периферию АП. Данный факт подтверждает высказанное выше предположение, что стереотипный образ ВОЕННОГО в русском языковом сознании соотносится исключительно с лицами мужского пола и является гендерно-маркированным. Кроме этого, не исключено, что помимо отображения половозрастных признаков мужчины, то есть «лица мужского пола, достигшего зрелого возраста, физической и духовной зрелости» (Толковый словарь русского языка, 2007), ассоциат *мужчина* призван выразить ассоциируемый с ВОЕННЫМ комплекс признаков, присущих «идеальному, настоящему мужчине» в русском языковом сознании, который, по мнению исследователей, включает следующие качества: сильный, высокий, красивый, сила, красавец, настоящий, умный (Ефремов, 2009).

3. **Организация, институт (6%),** к которой относятся ассоциаты, означающие структуры, в которых могут служить военные. Она представлена ядерным ассоциатом *армия (0,25)*, который оказался самым частотным в проведенном АЭ и, соответственно, имеет самый высокий индекс яркости. При этом в непрофессиональном языковом сознании армия понимается как образ-прототип вооруженных сил в целом (Кафтанов, 2020).

4. **Деятельность (1%).** В данной семантической зоне представлены реакции, характеризующие военное по основному виду деятельности. В ядро АП вошли такие ассоциаты, как *защита (0,16)* и *служба (0,15)*, в ближней периферии оказались *сражение (битва) (0,08)*, *стрельба (0,04)* и *подготовка (0,04)*. Таким образом, гражданские лица видят в военных защитников, которые могут при необходимости оградить нашу страну от нападения врага. Действия военных связаны со служебной деятельностью как в мирное (*служба*), так и в военное (*сражение*) время. Наиболее типичное действие – *стрельба*. Для того чтобы стать ВОЕННЫМ, необходима специальная *подготовка*, которая представлена в непрофессиональном языковом сознании обобщенно, комплексно, без разделения ее на отдельные виды.

5. **Объект деятельности (4%).** Поскольку основная деятельность военного представляется гражданским лицам как *защита* и *служба*, то столь же частотным оказывается и ассоциат *Родина (Отечество, Россия) (0,16)*, означающий объект, на который направлена данная деятельность. Семантика реакций данной группы демонстрирует, что в качестве объекта службы и защиты со стороны военных непрофессиональное языковое сознание отчетливо определяет *Родину, Россию*. Данные результаты иллюстрируют высказывание философа Л. П. Карсавина (1927) о том, что наиболее ярким и стойким носителем любви к Отечеству, истинного патриотизма является армия.

6. **События (9%)** объединяет в себе различные ситуации, связанные с жизнью военного. Центральное место здесь занимает ассоциат *война (0,22)*, вошедший в ядерную зону. К нему примыкают частотные ассоциации из ближней периферии *победа (0,08)*, *парад (0,07)*, а также бытийное событие – *смерть (0,07)* и событие, означающее начало воинской службы, – *призыв (0,04)*.

Профессиональная деятельность ВОЕННЫХ однозначно связывается испытуемыми с ВОЙНОЙ. В целом в русском языковом сознании образ ВОЙНЫ является одним из наиболее значимых, важных и в то же время

сложных культурных феноменов, что обусловлено процессами становления и развития российского государства: на судьбу почти каждого поколения приходилась война (Венедиктова, 2004). Очевидно, что в массовом сознании *война* характеризуется исключительно негативно и представляется источником бедствий, в первую очередь смерти, в связи с чем реакция *смерть*, обозначающая индивидуальное бытийное событие для человека, также обладает высоким индексом яркости. Однако не менее значимой в языковом сознании оказывается и цель войны – *победа*, которая является условием достижения свободы и независимости Родины (Кафтанов, 2021). Устойчивость данного ассоциата демонстрирует народную память о победах в многочисленных войнах, центральное место среди которых занимает *победа* в Великой Отечественной войне (ассоциат *победа* часто находится в окружении других реакций, отсылающих к событиям ВОВ: ...*победа, май; ...Жуков, победа, парад*...). С *победой* связан и военный ритуал – *парад*. Данный ассоциат также обладает высокой степенью частотности в АП ВОЕННЫЙ, что обусловлено, с одной стороны, тем, что он является элементом ассоциативного ряда *военный – война – победа – парад*, а с другой – тем, что представления о параде непосредственно связаны с ВОЕННЫМИ, принимающими в нем участие.

7. **Атрибуты (16,4%)** оказалась самой объемной по количеству полученных частотных реакций. К ней относятся предметы, вещи, которые, согласно стереотипным представлениям, отличают военных от представителей других профессий и при помощи которых возможно выполнение их профессиональных обязанностей. Тематически данная зона разделяется на следующие подгруппы:

А. **Оружие.** В ядерной зоне находятся ассоциаты *оружие (0,19)* и *танк (0,12)*, в ближней периферии – *автомат (0,09)*. Данные реакции взаимосвязаны с ассоциатом *стрельба*, входящим в семантическую зону «Деятельность» и актуализирующим стереотипные представления о стрельбе как наиболее типичном действии военных во время сражений.

Б. **Одежда.** В ядерную зону входит ассоциат *форма (0,21)*, в ближнюю периферию – *погоны (0,06)*.

В. **Другое.** Из прочих атрибутов военного достаточно частотным по количеству упоминаний является ассоциат *военный билет (0,06)*, вошедший в ближнюю периферию.

Ассоциативные реакции, входящие в данную семантическую зону, отчетливо демонстрируют наиболее яркие отличительные перцептивные признаки ВОЕННЫХ.

8. **Локация (0,9%).** В данной семантической зоне устойчивым оказался ассоциат *казарма (0,04)* (здание для длительного размещения воинских частей), относящийся к ближней периферии. Данные результаты коррелируют с выводами исследователей о том, что армейские реалии не мыслятся без казарм с их особым укладом, своими правилами и порядками (Довголюк, 2016).

9. **Характеристики (7,5%).** В этой семантической зоне представлены реакции, характеризующие внешние или внутренние качества военного. К ядерной зоне относится ассоциат *отвага (0,12)*, к ближней периферии – ассоциаты *дисциплина (0,06)*, *сила (0,06)*, *герой (0,06)*, *выправка (0,04)*.

Таким образом, наиболее типичным личностным качеством ВОЕННОГО в непрофессиональном языковом сознании является *отвага (смелость, храбрость)*. Данное утверждение коррелирует с результатами психолингвистического эксперимента, проведенного В. А. Масловой (2001), в ходе которого было установлено, что такие качества, как *отвага, смелость* присущи именно представителям военной профессии. С этими же качествами сопряжено и приписываемое ВОЕННЫМ в непрофессиональном языковом сознании понятие *героизма*, которое предполагает также самоотверженность, мужество, жертвенность, способность к совершению подвига (Словарь русского языка, 1999).

Кроме того, важное значение для военнослужащих имеет *дисциплина*, лежащая в основе организации службы в армии, а также *сила*, необходимая для выполнения военными своих профессиональных задач. Внешнему виду ВОЕННЫХ свойственна особая *выправка*, то есть прямая осанка, умение держаться в строю и вне строя, подтянутость, молодцеватость, аккуратность в обмундировании (Словарь военных терминов, 1988).

В целом ассоциаты данной семантической зоны предполагают оценочность слова-стимула, которая может приобретать как положительное, так и отрицательное значение. В данном случае очевидно, что образ ВОЕННОГО сопровождается исключительно положительными оценочными характеристиками по отношению к его морально-нравственным и профессиональным качествам.

Одним из наиболее интересных результатов проведенного АЭ оказалось большое количество реакций, относящихся к группе **прецедентных феноменов** (32% от общего числа реакций, полученных в ходе опроса). В соответствии с классификациями, предложенными В. В. Красных (2003) и Д. Б. Гудковым (2003), данные ассоциативные реакции были разделены на следующие группы.

1. **Прецедентные ситуации (5%).** Эта группа представлена ассоциатом *Великая Отечественная война (0,22)*, вошедшим в ядерную зону, что подтверждает тот факт, что Великая Отечественная война 1941–1945 гг. является важнейшим событием русской военной истории, надолго сохранившимся в народной памяти.

2. **Прецедентные имена (15%).** Наиболее многочисленная и разнообразная группа прецедентных феноменов, которая представлена ядерными ассоциатами *Г. К. Жуков (0,24)*, *М. И. Кутузов (0,11)* и *И. В. Сталин (0,11)*, а также реакциями, вошедшими в ближнюю периферию: *А. В. Суворов (0,10)*, *К. К. Рокоссовский (0,04)*, *Петр I (0,04)* и *В. И. Ленин (0,04)*.

Очевидно, что образ ВОЕННОГО соотносится в первую очередь с событиями и героями Великой Отечественной войны: Верховным Главнокомандующим Иосифом Виссарионовичем Сталиным, Маршалами Советского Союза Георгием Константиновичем Жуковым и Константином Константиновичем Рокоссовским, а также с великими полководцами прошлого: Александром Васильевичем Суворовым и Михаилом Илларионовичем Голенищевым-Кутузовым. Личность Императора Петра I Великого, по-видимому,

ассоциируется в целом с развитием военной мощи и многочисленными победами России в военных сражениях во времена его правления.

**3. Прецедентные тексты и высказывания (8%).** Наиболее прочно в непрофессиональном сознании образ военного ассоциируется с песней группы «Комбинация» *«А я люблю военных» (0,15)* (автор слов – Е. Грабовская, композитор – И. Саруханов), представленной чаще всего в виде реакции *красивый, здоровенный*. Высокий индекс яркости в этом случае, по нашему мнению, обусловлен рифмованностью слов в данной строчке, причем одним из которых является слово-стимул. Короткая рифмованная фраза обладает мнемоническими свойствами и поэтому прочно закрепляется в языковом сознании (Кафтанов, 2020). Кроме того, данная строчка, на наш взгляд, актуализирует связанные с образом ВОЕННОГО качества *красивый, здоровый* в значении «крепкого сложения, дюжий, сильный» (Толковый словарь русского языка, 2007), что соотносится с реакциями, входящими в семантическую зону «Характеристики», а также с качествами «настоящего мужчины». К ядерной зоне также могут быть отнесены ассоциаты, связанные с композицией Ирины Аллегровой *«Младший лейтенант» (0,12)* (автор – И. Николаев), а к ближней периферии – реакции, порожденные песней военных лет *«Катюша» (0,08)* (автор слов – М. Исаковский, композитор – М. Блантер).

### **Реконструкция стереотипного образа ВОЕННОГО в непрофессиональном языковом сознании и его характеристика**

Результаты проведенного исследования оказались достаточно интересными с точки зрения реконструкции стереотипного образа ВОЕННОГО в непрофессиональном сознании. Стереотип ВОЕННОГО представляет собой тесное переплетение информационного, образного, эмоционального и культурологического компонентов. Информационно-содержательная составляющая включает обобщенные представления о составах военнослужащих, системе воинских званий и должностей. Гражданские лица демонстрируют свою осведомленность об иерархии воинских званий, обращая внимание прежде всего на звания старшего и высшего офицерского состава (полковник, генерал). При этом ВОЕННЫЙ представляется гражданским лицам прежде всего как солдат. Лексема «солдат» в данном случае актуализирует свое широкое значение, обозначая любого военного человека. Непрофессиональное языковое сознание отмечает, что ВОЕННЫЕ являются частью структуры вооруженных сил страны, которые представлены обобщенным образом «армия» и живут, как правило, в казармах. ВОЕННЫЙ однозначно воспринимается непрофессиональным сознанием как мужчина, основной деятельностью которого является служба Родине или защита Родины. Главное возможное событие в жизни ВОЕННОГО – это война, следствием которой может стать как позитивное общественное событие – победа, являющееся целью войны и обеспечивающее свободу и независимость Родины, так и негативное индивидуальное бытийное событие – смерть. Таким образом, ВОЕННЫЕ, понимая всю опасность их профессии, готовы рисковать своей жизнью ради победы, ставя общественные, государственные интересы выше личных.

Стереотипный образ ВОЕННОГО включает обобщенные, стандартизированные перцептивные, чувственные характеристики представителей данной профессии, а также стереотипные представления о его моральных качествах. По результатам проведенного эксперимента такой образ очерчивается достаточно ярко – это человек в форме, на которой наиболее заметной деталью являются погоны, с оружием, чаще всего автоматом, в качестве основной боевой машины использующий танк. Главное физическое качество ВОЕННОГО – сила. Внешне он представляется как человек, обладающий особой выправкой. Морально-нравственные качества, приписываемые непрофессиональным языковым сознанием ВОЕННЫМ: отвага, смелость, героизм, а также дисциплинированность.

Оценочный компонент стереотипных представлений о ВОЕННЫХ демонстрирует общеаксеологическую, эстетическую и этическую оценки. Данный стереотип включает в себя комплекс качеств, присущих «идеальному мужчине», оценки которых имеют исключительно мелиоративный характер. В целом образ ВОЕННОГО очерчен в гражданском сознании положительно: он представлен как отважный, сильный и дисциплинированный человек, защитник, патриот, герой, который готов пожертвовать своей жизнью во имя Родины.

Большое количество реакций, относящихся к группе прецедентных феноменов, говорит о важности культурологического компонента образа ВОЕННОГО. Русское массовое сознание хранит память о героях и событиях военной истории, центральное место среди которых занимает Великая Отечественная война и Победа в ней. Образ ВОЕННОГО связывается, прежде всего, с личностями, имевшими важнейшее значение в ходе ВОВ: Верховным Главнокомандующим И. В. Сталиным, Маршалами Советского Союза Г. К. Жуковым и К. К. Рокоссовским. Эмоциональным фоном для событий военных лет можно считать песню «Катюша». Также в сознании гражданских лиц особое место занимают имена великих полководцев и исторических деятелей более далекого прошлого, одержавших множество побед и способствовавших усилению военной мощи России: А. В. Суворова, М. И. Голенищева-Кутузова и Петра I Великого.

Интересно также отметить, что наиболее важными прецедентными текстами, участвующими в формировании стереотипного образа ВОЕННОГО в непрофессиональном сознании, являются тексты популярных песен, причем не только классические композиции военных лет, такие как «Катюша», но и более современные произведения массовой культуры.

### **Заключение**

Таким образом, проведенное нами исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Одним из наиболее эффективных методов для реконструкции стереотипного образа военнослужащего в русском непрофессиональном языковом сознании является ассоциативный эксперимент к слову-стимулу

ВОЕННЫЙ, в качестве испытуемых в котором выступили гражданские лица. Анализ полученных в ходе АЭ результатов, предполагающий определение уровня частотности ассоциативных реакций, вычисление их индекса яркости и т.д., позволил построить ассоциативное поле ВОЕННЫЙ, выделить в его составе ядерную и периферийную части, зоны высокочастотных и низкочастотных реакций.

2. Содержательный анализ зоны высокочастотных реакций к слову-стимулу ВОЕННЫЙ, направленный на систематизацию ассоциативных реакций, их тематическую классификацию, показал, что в данной части изучаемого АП могут быть выделены следующие семантические зоны: «Наименования лиц по званию, должности, рангу», «Пол», «Организация, институт», «Деятельность», «Объект деятельности», «События», «Атрибуты», «Локация», «Характеристики», «Прецедентные ситуации», «Прецедентные имена», «Прецедентные тексты и высказывания». Результаты дальнейшего анализа выделенных зон, их семантической структуры дали основания для реконструкции стереотипного образа ВОЕННОГО, сформировавшегося в современном непрофессиональном языковом сознании представителей русской лингвокультуры.

3. Стереотипные представления о ВОЕННЫХ в непрофессиональном языковом сознании носителей русской лингвокультуры представляют собой тесное переплетение информационно-содержательной, образной, эмоционально-оценочной и культурологической составляющих. Информационно-содержательный компонент отличается некоторой обобщенностью, схематичностью, стандартизованностью. Образный компонент складывается из приписываемых ВОЕННЫМ физических, морально-нравственных и др. качеств и чувственно-наглядных представлений. В процессе стереотипизации образа непрофессиональное языковое сознание выхватывает и обобщает типичные, наиболее яркие, отличительные признаки ВОЕННЫХ. Культурологические характеристики отсылают к запечатленным в народной памяти событиям военной истории. Информационно-содержательный, образный и культурологический компоненты тесно переплетаются с эмоционально-оценочной составляющей, которая превращает стереотип ВОЕННЫЙ в эмоционально-интегрированный фрагмент языкового сознания носителей русской лингвокультуры.

Стереотипные представления о ВОЕННЫХ в русском языковом сознании могут быть охарактеризованы следующим образом: наиболее типичным представителем военной профессии является солдат. Военная служба ассоциируется исключительно с мужским видом деятельности. Военный – это человек в форме, наиболее значимые атрибуты которого – оружие (автомат) и военная техника (танк). Военнослужащие в мирное время несут службу, а в случае вооруженного конфликта участвуют в боевых действиях. Основная задача военных – защита своего Отечества. Главное событие в их жизни – война, которая может привести к смерти, но цель войны – победа России – ставится военными выше своих личных интересов. Образ военнослужащих неразрывно связан с военными событиями в истории России, среди которых доминирующим является образ Великой Отечественной войны и победы в ней. Образ военного оценивается исключительно позитивно. В фокусе положительного отношения находятся в первую очередь его моральные качества (отвага, смелость, героизм).

Перспективой дальнейшего исследования нам представляется изучение гендерных и других социокультурных особенностей стереотипных представлений о ВОЕННЫХ, сравнительный анализ образа ВОЕННОГО в профессиональном и непрофессиональном языковом сознании, а также сопоставительные исследования данного стереотипа в различных лингвокультурах.

## Источники | References

1. Бескорвайная И. Г. Ассоциативный эксперимент как способ реконструкции фрагментов языкового сознания // Вопросы психолингвистики. 2004. № 2.
2. Бетехтина Е. А. Содержание и структура профессиональных автостереотипов педагогов-психологов на различных этапах обучения в вузе // Вестник Оренбургского государственного университета. 2010. № 12.
3. Битюцких К. В. Отражение корпоративной культуры военных в языковом сознании курсантов: автореф. дисс. ... к. филол. н. Челябинск, 2015.
4. Бурнаева К. Н. Ассоциативное поле как способ моделирования фрагмента языкового сознания // Lingua mobilis. 2011. № 6 (32).
5. Венедиктова Л. Н. Концепт «война» в языковой картине мира (сопоставительное исследование на материале английского и русского языков): автореф. дисс. ... к. филол. н. Тюмень, 2004.
6. Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие. К 250-летию Московского университета / отв. ред. М. Н. Володина. М.: Изд-во МГУ, 2003.
7. Довголюк М. Н. Ассоциативно-вербальное поле «Армия»: лингвокогнитивный аспект: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2016.
8. Ефремов В. А. Номинации мужчины в русском языке: от мужа к мужику // Мир русского слова. 2009. № 1.
9. Караулов Ю. Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной цепи // Языковое сознание и образ мира: сборник статей / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М., 2000а.
10. Караулов Ю. Н. Семантический гештальт ассоциативного поля и образы сознания // Языковое сознание: содержание и функционирование: тезисы докладов XIII Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации (г. Москва, 1-3 июня 2000 г.) / ред. Е. Ф. Тарасов. М., 2000б.
11. Караулов Ю. Н. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности // Караулов Ю. Н. Русский ассоциативный словарь: в 2-х кн. М., 1994. Кн. 1.

12. Карсавин Л. П. Армия и революция // Евразийская хроника. 1927. Вып. 9.
13. Кафтанов Р. А. Опыт построения ассоциативно-вербальной модели профессиональной идентификации военных (экспериментальное психолингвистическое исследование): автореф. дисс. ... к. филол. н. Красноярск, 2020.
14. Кафтанов Р. А. Ассоциативная связь «война - победа» в русском языковом сознании студентов и курсантов (психолингвистический аспект) // Сибирский филологический журнал. 2021. № 2.
15. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003.
16. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. М.: Унта, 1992.
17. Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001.
18. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика: учебное издание. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007.
19. Приходько О. Е. Использование ассоциативного эксперимента в изучении концептов // Международный журнал Содружество, 2017. Вып. 18. Т. 1.
20. Словарь военных терминов / сост. А. М. Плехов. М.: Воениздат, 1988.
21. Словарь русского языка: в 4-х т. / под ред. А. П. Евгеньевой. М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999.
22. Суркова И. Ю. «Есть такая профессия Родину защищать»: мотивационные предпочтения выбора карьеры военного // Мир России. 2013. № 2.
23. Суходольская Н. П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей // Философия и общество. 2007. № 3 (47).
24. Стернин И. А. Некоторые актуальные проблемы современной концептологии // Лингвоконцептология. 2009. Вып. 2.
25. Тарасов Е. Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира: сборник научных трудов / под общ. ред. Н. В. Уфимцевой. М.: ИЯ РАН, 2000.
26. Толковый словарь русского языка: в 4-х т. / под ред. Д. Ушакова. М.: ТЕРРА; Книжный клуб, 2007.
27. Уфимцева Н. В. Русские: опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания: сборник статей / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М., 1996.

#### Информация об авторах | Author information

**RU**

**Кукс Анна Викторовна**<sup>1</sup>, к. филол. н.

**Прокудина Ирина Сергеевна**<sup>2</sup>, к. филол. н.

<sup>1</sup> Новосибирский государственный университет экономики и управления

<sup>2</sup> Новосибирское высшее военное командное училище;

Новосибирский государственный университет экономики и управления

**EN**

**Kuks Anna Victorovna**<sup>1</sup>, PhD

**Prokudina Irina Sergeevna**<sup>2</sup>, PhD

<sup>1</sup> Novosibirsk State University of Economics and Management

<sup>2</sup> Novosibirsk Higher Military Command School;

Novosibirsk State University of Economics and Management

<sup>1</sup> [annavkuks@gmail.com](mailto:annavkuks@gmail.com), <sup>2</sup> [pris1981@yandex.ru](mailto:pris1981@yandex.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 07.02.2022; опубликовано (published): 31.03.2022.

**Ключевые слова (keywords):** языковое сознание; ассоциативный эксперимент; ассоциативное поле; стереотипный образ военного; linguistic consciousness; associative experiment; associative field; stereotype image of military man.