

Нистратова Светлана Леонидовна, Нистратов Александр Алексеевич

Венецианский Университет «Ка Фоскари», Италия
Московский Государственный Университет им. Ломоносова, Россия
nistra@unive.it, a.nistratov@mail.ru

Репрезентация ценностей в русском и итальянском

языковом сознании

В статье рассматривается репрезентация ценностей в языковом сознании респондентов из Италии России. Респондентов просили оценить 18 ценностей по 16 шкалам Семантического дифференциала. Сравнительный анализ проводился в терминах семантических пространств. Он выявил некоторые несомненные сходства в оценках респондентов, принадлежащих к разным выборкам и некоторые значительные различия между ними.

Ключевые слова: ценности, языковое сознание, категоризация, Семантический дифференциал, семантическое пространство, категоризация

Representation of values in the language conscious of respondents from Italia and Russia

The article deals with the representation of values in the language conscious of respondents from Italia and Russia. The respondents were asked to estimate the significance of 18 values for 16 scfles of semantic differential. The cofomparative analysis was conducted in terms of semantic spaces. It has revealed some certain similarities in the estimates of respondents belonging to different samples and some significant differences between them.

Keywords: values, semantic differential, categorize, semantic space, language conscious, categorize

Исследование языкового сознания и связанной с ним проблемы межкультурного общения стало в последние годы как никогда актуальным. Расширение межкультурных контактов, повышенный интерес к этническим культурам во всем мире вызывают потребность в поиске оптимального подхода к изучению национально-культурной специфики речевого поведения и языкового сознания носителей культуры, успех в котором и является ключом к преодолению непонимания в межкультурном общении.

Цель нашей статьи – сопоставить содержание общечеловеческих ценностей (ОЦ), существующих, естественно, в этнической редакции, для выявления их инвариантного и вариативного содержания.

Исследование включало в себя отбор некоторого количества ценностей в результате предварительного эксперимента, проведение психосемантического эксперимента в виде шкалирования по методу (СД) отобранных ценностей, обработка данных эксперимента, интерпретация и обсуждение полученных результатов. Результаты исследования были представлены в виде построенных семантических пространств, а также в виде дендрограмм при проведении кластер-анализа для выявления интегрального сходства и различия в восприятии анализируемых ценностей. В работе исследовалось восприятие набора из 18 ценностей у студентов московских вузов и студентов Италии.

Психосемантические методы исследования дают материал для анализа обыденного сознания, то есть выявляют глубинные критерии оценки исследуемых объектов. Метод семантического дифференциала представляет собой комбинацию процедур шкалирования и метода контролируемых ассоциаций.

Использование психосемантического метода исследования позволяет выявить устойчивые представления респондентов об исследуемых объектах. Речь идет о таких представлениях, которые нелегко поддаются быстрому изменению, поскольку сформировались главным образом на основе устоявшихся стереотипов, мифов.

Процедура психосемантического исследования заключается в следующем. Респондентам предлагается оценить определенный набор объектов по заданным качествам по градуированной шкале. Полученные таким образом протоколы собираются в общегрупповую матрицу данных, которая затем обрабатывается методом факторного и кластерного анализа

В эксперименте приняло участие 50 респондентов в Москве в возрасте 18-24 года примерно в равном соотношении мужчин и женщин и 45 респондентов того же возраста в Италии. Полученные суммарные матрицы обрабатывались в статистическом пакете (SPSS) методом факторного анализа с последующим вращением факторов до простой структуры. В результате обработки данных в обоих случаях было выделено четыре фактора – категории. Далее результаты представлены в виде семантических пространств и по категориям-факторам.

Факторы названы на основе входящих в них шкал и приведены в порядке убывания вклада в общую дисперсию:

Италия

1. **Оценка** (тёмный - светлый, неприятный - приятный, безобразный – красивый, грубый – нежный)

2. **Упорядоченность** (изменчивый – устойчивый, таинственный – обычный, хаотичный – упорядоченный)
3. **Сила** (слабый – сильный, маленький – большой, опасный – безопасный)
4. **Динамизм** (легкий – тяжелый, мягкий – твердый, неподвижный – движущийся, медленный – быстрый, пассивный – активный)

Как видно из рис.1Ит по критерию «оценка» ближе к положительному полюсу (светлый, приятный, красивый, нежный, активный) расположены такие ценности как *свобода, удовольствие, здоровье, любовь, семья, равенство*. Несколько меньше, но достаточно положительную оценку имеют ценности *образование, независимость, творчество, безопасность*. Можно сказать, что нейтрально воспринимаются *труд и успех*. На другом полюсе (темный, безобразный, неприятный, пассивный, грубый) расположились *власть, долг, религиозность*. Интересно, что *власть, религиозность и долг* имеют гораздо более четкую негативную оценку, чем противопоставленные им ценности. Также негативно, но в меньшей степени воспринимается *родина*. Что касается категории упорядоченность, то здесь наиболее близкими к полюсу данной категории расположены такие ценности как *долг, семья, образование, здоровье, родина, труд*. На противоположном полюсе категории находится *любовь, творчество, успех*.

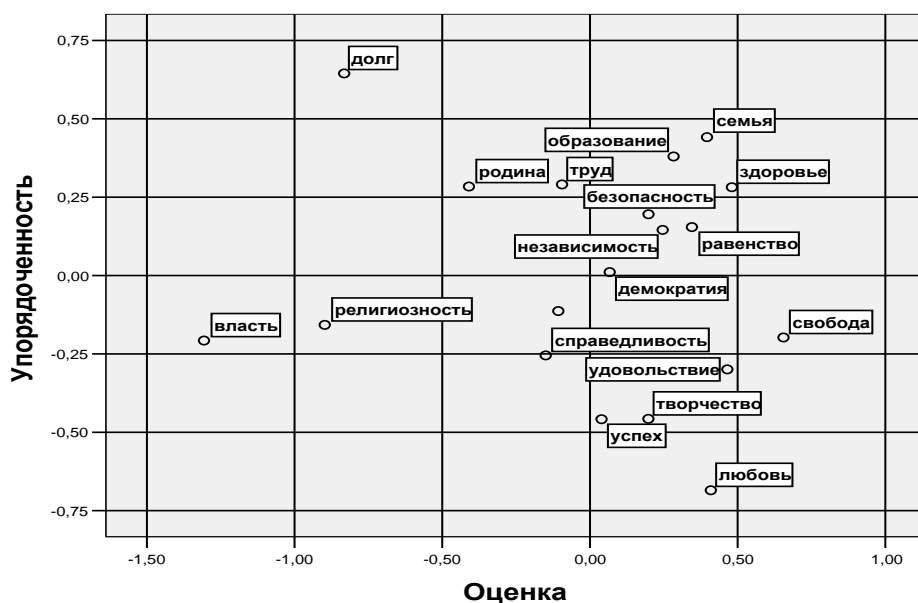


Рис. 1Ит. Размещение ценностей по критериям *оценка/упорядоченность*.

Россия

1. **Оценка** (тёмный - светлый, неприятный - приятный, безобразный – красивый, грубый – нежный, опасный – безопасный)
2. **Активность** (неподвижный – движущийся, медленный – быстрый, пассивный – активный)
3. **Упорядоченность** (изменчивый – устойчивый, таинственный – обычный, хаотичный – упорядоченный)
4. **Сила** (легкий – тяжелый, мягкий – твердый, простой – сложный, маленький – большой)

Можно заметить из рис.1Р по критерию «оценка» наиболее позитивно (светлый, приятный, красивый, нежный, безопасный) респонденты относятся к таким ценностям как *семья, любовь, свобода, удовольствие*. Несколько меньше, но достаточно положительную оценку имеют ценности *творчество, родина, справедливость, здоровье, образование, достаток, развитие, успех*. Можно сказать, что нейтрально воспринимаются *религиозность, независимость, равенство*.

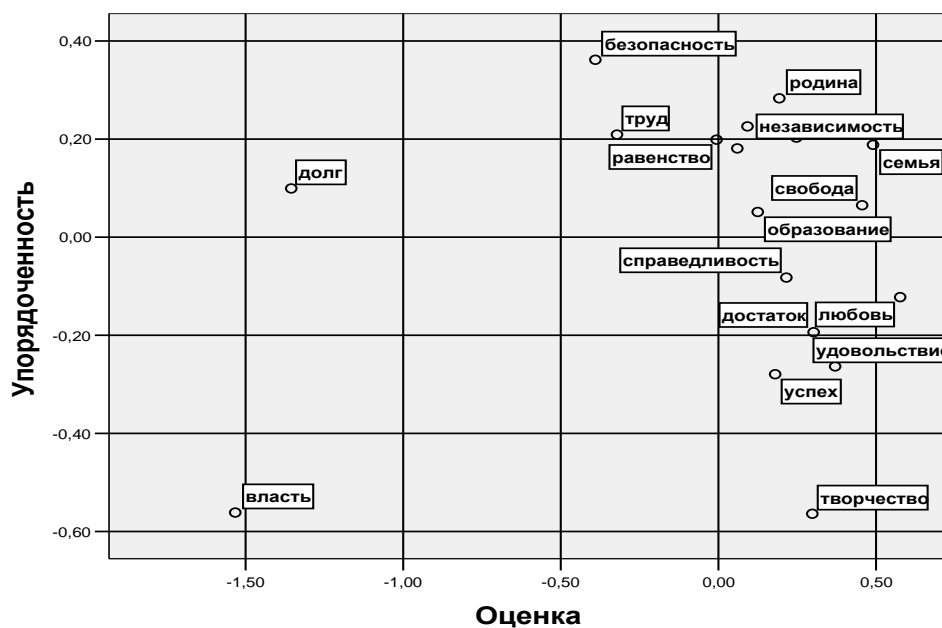


Рис. 1Р. Размещение ценностей по критериям *оценка /упорядоченность*

Такая нечеткость и размытость данных ценностей позволяет предполагать, что они находятся на периферии сознания респондентов, а также тем, что эти ценности дискредитированы в сознании россиян. На другом полюсе (темный, безобразный, неприятный, опасный) расположились *власть, долг*. Интересно, что *власть и долг*

имеют гораздо более четкую негативную оценку, чем противопоставленные им ценности. Также негативно, но в меньшей степени воспринимается *безопасность и труд*. Это можно объяснить тем, что *власть* (в общем смысле способность и возможность осуществлять свою волю) в России очень часто противопоставляется обществу, народу, воспринимается как жесткая сила принуждения. *Долг* (по своему общечеловеческому содержанию понятие долг включает в себя выполнение ряда исторически выработанных правил человеческого общежития и связано с конкретными проблемами времени и данного общества) также в сознании бывает тесно связан с властью, долг перед государством, гражданский долг и т.д.. Таким образом видим, что семья, успех, родина наиболее позитивны в оценке респондентов и ассоциируются с любовью, удовольствием, творчеством и образуют позитивный полюс категории «оценка». На полюсе негативного восприятия - *беззаконие, бедность, неудача, одиночество*.

Рассмотрим критерий «упорядоченность» - в наибольшей степени обладают этим качеством такие ценности как *безопасность, семья, родина, независимость, труд, долг, образование*. Эти ценности воспринимаются как устойчивые, обычные, упорядоченные. В несколько меньшей степени этими качествами обладают, по мнению респондентов, *равенство, религиозность, здоровье*. Некоторые ценности (*долг, образование, свобода, справедливость*) занимают нейтральное положение, что можно интерпретировать как амбивалентное отношение к ним по данной категории. На другом полюсе данной категории (*изменчивость, таинственность, хаотичность*) расположились, *власть, творчество, любовь, удовольствие, успех*. Можно заметить, что эти ценности наиболее эмоционально заряжены (как положительно, так и отрицательно в зависимости от их оценки). Рассматривая данное семантическое пространство в целом, можно сделать вывод, что ценности расположенные в нем ближе к полюсам факторов-категорий, обладают большим личностным смыслом и наиболее актуальны для респондентов.

Сравнивая итальянскую и русскую выборки можно отметить, что семантическое пространство ценностей имеет как сходство, например *власть и долг* по категории оценка воспринимаются одинаково отрицательно и русскими и итальянскими респондентами, так и различия – *религиозность* у русских находится на периферии сознания, а у итальянцев эта ценность воспринимается более эмоционально. Есть различия и по категории упорядоченность, так *долг* у русских респондентов по этой категории воспринимается нейтрально, у итальянцев долг расположен на полюсе этой

категории. Также надо отметить некоторое содержательное различие категорий и самой категориальной структуры.

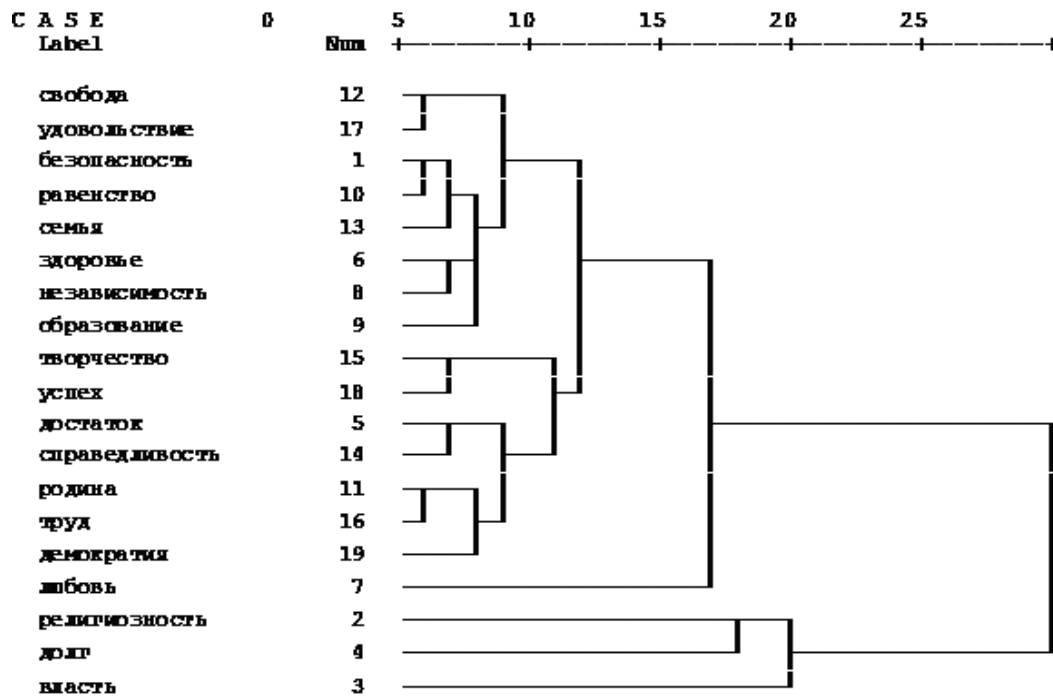


Рис. 2Ит. Дерево кластеризации ценностей

Сравнивая русскую и итальянскую дендрограммы на рис. 2Ит. И рис.2Р. эти различия становятся еще заметнее.

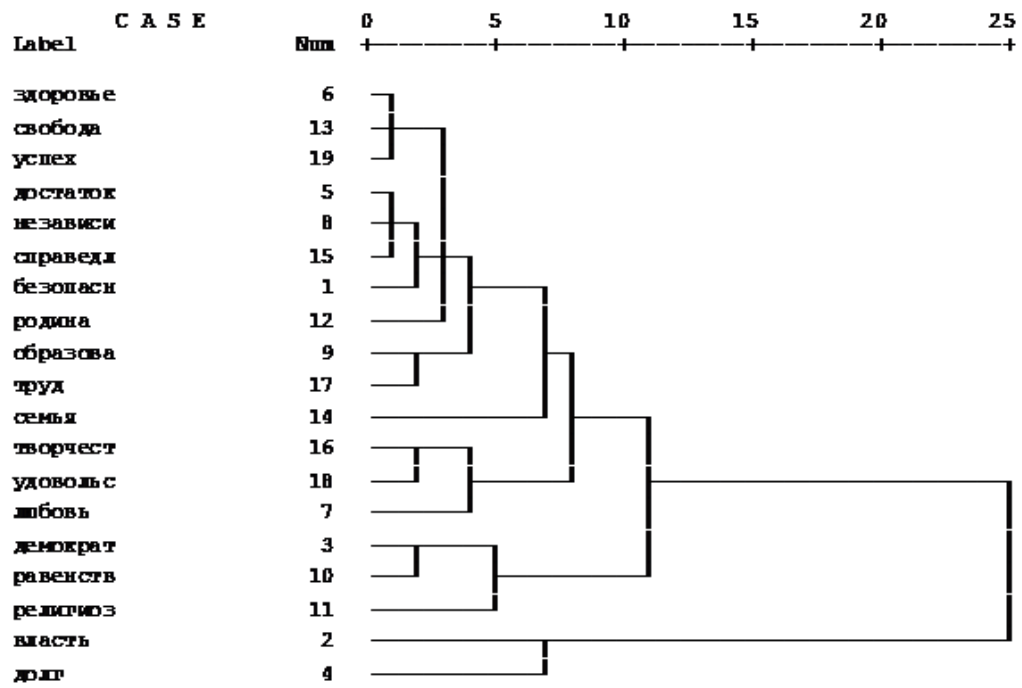


Рис. 2Р. Дерево кластеризации ценностей