УДК 316.72:81'37

DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-1-71-83

Образ матери в языковой картине мира русских и японцев

А. Д. Палкин

*Московский государственный лингвистический университет
Москва, Россия*

Аннотация

На материале ассоциативных экспериментов рассматривается образ матери в мировидении русских и японцев. Ассоциативные реакции русских и японских респондентов классифицируются в соответствии с четырьмя смысловыми компонентами. Кроме того, попарно рассчитывается показатель близости между выборками. Языковая картина мира русских анализируется на двух временных срезах – постперестроечный период и начало XXI в. Языковая картина мира японцев относится к началу XXI в. Ожидается в обеих лингвокультурах образ матери наиболее тесно связан с образами отца, любви и детей. При этом в русской лингвокультуре не наблюдается существенных сдвигов в восприятии образа матери на рассматриваемых временных отрезках. Японцы демонстрируют характерное для них кинестетическое восприятие окружающей действительности, ассоциируя мать с теплом, которое окружает ребенка, и с кормлением грудью. Русские воспринимают мать прежде всего как женщину и родителя, т. е. на первый план выходят социальные функции матери. Вместе с тем образ матери является знаковым для обеих лингвокультур. В этом прослеживается универсальность рассматриваемого образа. Одним из важных наблюдений является яркое проявление женской солидарности в выборке начала 1990-х гг. Показано, что в сложных социально-экономических условиях, когда многие находились в состоянии повышенной эмоциональной напряженности, именно русские женщины продемонстрировали готовность сплотиться во имя укрепления семейных ценностей. Также обнаружен тот факт, что в оценках матери речь русских мужчин отличается более частотным использованием бранных слов по сравнению с женской речью, что указывает на устойчивость демонстрации мужественности через бранное (т. е. табуированное) слово независимо от объекта оценки. Это норма для современной культуры.

Ключевые слова

мать, отец, гендер, языковое сознание, русские, японцы, реакция

Для цитирования

Палкин А. Д. Образ матери в языковой картине мира русских и японцев // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 1. С. 71–83. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-1-71-83

The Image of Mother in the Language Picture of the World of Russians and the Japanese

Alexei D. Palkin

*Moscow State Linguistic University
Moscow, Russian Federation*

Abstract

This paper elucidates the image of mother in the worldview of Russians and the Japanese on the basis of association experiments. Associative reactions obtained from Russian and Japanese respondents are listed along four semantic components – logical-notional, axiological-semantic, bodily-perceptive, and emotional-affective. Besides, the index of proximity is calculated for each pair of samplings analyzed. The language world view of Russians is scrutinized over two time periods. They are the early 1990s and the early 21st century. The language world view of the Japanese refers to the early 21st century. The image of mother in both linguocultures is predictably intertwined with the images of father, love, and children. It is noteworthy that the two Russian samplings demonstrate insignificant changes in the

© А. Д. Палкин, 2020

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 1
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2020, vol. 18, no. 1

perception of the image of mother. The Japanese prove to be predominantly kinaesthetic when perceiving the environment as long as they associate mother with warmth that embraces a child and breast-feeding. For Russians, mother is primarily a woman and a parent, that is, her social functions predominate over her physical functions. The archetype of multi-child family used to be topical in the 1990s Russia, although the rate of childbirth was relatively low at the time due to economic problems. The Japanese and the Russians of the early 21st century lost this archetype. A large family was no longer a priority for them. Meanwhile, the image of mother is clearly vital for both linguocultures. This makes it possible to state the universal character of the image of mother. Another important observation is that Russian women of the early 1990s demonstrated unity in their treatment of current events. The experiments conducted have shown that the early 1990s saw an increase in mood swings for many people in Russia. However, Russian women turned out to be less affected by negative developments and more family-minded. One more important conclusion concerns the fact that male speech is ruder than female speech. This has been observed by other authors numerous times and has been confirmed in the association experiment discussed.

Keywords

mother, father, gender, language consciousness, Russians, Japanese, reaction

For citation

Palkin, Alexei D. The Image of Mother in the Language Picture of the World of Russians and the Japanese. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 1, p. 71–83. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-1-71-83

Введение

Данная статья продолжает проект, посвященный исследованию образов сознания в языковых картинах мира русских и японцев на материале ассоциативных исследований. На этот раз речь пойдет об образе матери – образе знаковом и во многом ключевом для любой лингвокультуры. Мы проследим, с какими образами связан образ матери в языковой картине мира каждой отдельно взятой группы испытуемых и сопоставим полученные результаты.

Вслед за Л. Вайсгербером мы рассматриваем языковую картину мира как наивную в ее противопоставленности научной картине мира [Weisgerber, 1929]. Именно языковая картина мира объединяет носителей некоторого языка, формируя элементы мировидения через призму данного языка, в результате чего формируется национально-культурная специфика мировидения того или иного этноса. Термин «языковая картина мира» многократно дефинировался самыми различными учеными. Сложно выбрать наиболее удачную дефиницию, но наиболее практичной нам представляется определение, предложенное Т. Е. Владимировой, которая рассматривает языковую картину мира как «культурное наследие народа, которое вбирает в себя его когнитивно-коммуникативный опыт, базирующийся на ценностных представлениях, идеалах, установках, ориентирах речевого поведения и принятия решений» [2014. С. 191]. Ассоциативный эксперимент позволяет пролить свет на «фрагменты картины мира, особенности менталитета и национального характера носителей языков, запечатленные в ассоциативно-вербальных сетях, которые отражают предречевую готовность носителя, его текстовый потенциал» [Караулов, 2000. С. 191].

Актуальность образа матери непреходяща и будет существовать до тех пор, пока существует человечество. Мать – это носительница жизни и любви, это тот человек, который заботится и опекает своего ребенка, в связи с чем не менее актуальным выступает союз матери и ребенка как мельчайшая группа общества.

Что касается отца, то он не мог рассматриваться в качестве *первого* воспитателя. «По мнению Руссо¹, мать является первым воспитателем ребенка. Это предназначено ей самой природой. Участие мужчин исключено, ибо если бы природа захотела поручить это дело мужчинам, то она дала бы им грудь» (цит. по: [Джибладзе, 1983. С. 41]). Данная позиция в современном мире, по крайней мере западном, не выдерживает критики, но приведенная цитата знаменательна, поскольку показывает, какой важной представлялась роль матери

¹ Имеется в виду Жан-Жак Руссо (Jean-Jacques Rousseau), зарекомендовавший себя не только как философ, но и как педагог-теоретик.

в прежние века. Впрочем, не менее важной она остается во многих культурах и в наши дни, несмотря на все попытки унифицировать семейные роли отца и матери.

Материал, ход и методика эксперимента

В данной статье мы рассмотрим три выборки испытуемых, являющиеся результатом проведения серии ассоциативных экспериментов. Первую выборку составляют русские начала 1990-х гг., вторую – русские начала XXI в., третью – японцы начала XXI в. Первая выборка основывается на данных «Русского ассоциативного словаря» [РАС, 2002], которые собирались с конца 1980-х по середину 1990-х гг., т. е., усредняя, получаем период развития России, называемый постперестроечным. В качестве испытуемых выступили главным образом студенты различных российских вузов. На стимул «мать» было получено 536 реакций. Вторая выборка основана на анкетировании, организованном автором данной статьи в 2006 г. среди студентов московских и одного подмосковного вуза. В общую базу данных для выборки попали 140 анкет. Так как некоторые респонденты предложили более одной реакции, суммарное количество реакций на стимул «мать» составило 144. Третья выборка включает себя данные анкетирования, проведенного автором статьи в Осацком университете в 2001–2002 гг. среди студентов различных факультетов, являвшихся носителями японского языка. Так же, как и в случае со второй выборкой, в общую базу данных вошли 140 анкет. Соответственно, в нашем распоряжении оказалось 140 ассоциативных реакций на стимул «мать». В России эксперименты проводились на русском языке, в Японии – на японском. Возраст русских испытуемых варьировался в диапазоне от 17 до 25 лет, японских – от 18 до 23 лет. Ассоциативные эксперименты часто проводятся с испытуемыми такого возраста, поскольку молодежь является тем слоем населения, который в обозримом будущем станет определяющим звеном при формировании родной культуры. Однако следует принять во внимание возраст испытуемых в ходе анализа экспериментальных данных: мы имеем дело с реакциями молодежи, однако перед нами в любом случае носители исследуемых культур, поэтому с определенными оговорками мы экстраполируем полученные данные на соответствующие культуры в целом.

Необходимо подчеркнуть, что промежуток в 15 лет между двумя сериями экспериментов, проведенных в России, является значимым, поскольку на рубеже XX–XXI вв. в России произошли серьезные социально-экономические перемены. Очевидны существенные отличия России постперестроечного периода от России начала XXI в. Такое развитие событий неминуемо влечет за собой изменения в области языкового сознания носителей русского языка. Япония в последние десятилетия является островом стабильности: «японское экономическое чудо» сменилось «безобидным» застоём. По этой причине представляется целесообразным сопоставление двух русских выборок и одной японской.

Анализ всех трех выборок осуществляется по следующему принципу: мы не просто описываем интересующие нас ассоциативные поля, но разбиваем их на смысловые компоненты, после чего проводим анализ каждого отдельно взятого компонента и подводим итоги. За основу выделения смысловых компонентов взята схема, предложенная в коллективной монографии «Ментальность россиян...» [1997. С. 268–277]. В соответствии с разработанной методологией ассоциативные поля подразделяются на следующие смысловые компоненты: логико-понятийный (знания, основанные на понятийной обработке чувственных данных), телесно-перцептивный (знания, опирающиеся непосредственно на представления о чувственно-телесной реальности), ценностно-смысловой (знания, связанные с духовными идеалами) и эмоционально-аффективный (знания, возникшие на основе субъективных переживаний). Такая комбинация параметров анализа дает нам возможность получить исчерпывающую гносеологическую структуру исследуемого образа сознания, в которой два компонента (телесно-перцептивный и эмоционально-аффективный) указывают на индивидуально-личностную сферу сознания, а два других (логико-понятийный и ценностно-смысловой) связаны с обще-

ственной сферой, которая в значительной степени объективирует индивидуальные и субъективные представления. При этом во имя все той же объективности и достоверности мы устанавливаем порог отсека: в табл. 1 (см. далее) указываются все реакции, набравшие в каждой выборке не менее 1,25 % (т. е. не менее 1,5 % в округленном значении).

Все вошедшие в таблицу реакции (или – при необходимости – группы реакций, выделенные по принципу семантической близости) пронумерованы. Эти цифры получают расшифровку в приводимой далее табл. 2. Для каждого компонента и для каждой выборки в конце каждой строки таблицы в скобках приводится суммарный удельный вес всех членов данной строки. Единичные реакции, как правило, не учитываются при рассмотрении как не обладающие достаточной достоверностью.

Образ матери: семантическое исследование

Итак, рассмотрим стимул «мать» и его японский эквивалент *hahaoya*.

Слово «мать» в Толковом словаре русского языка [Ожегов, Шведова, 1999] эксплицируется как 1) Женщина по отношению к своим детям; 2) Источник (во 2 значении), начало чего-нибудь, а также о том, что дорого, близко каждому. (ИСТОЧНИК: 2. То, что дает начало чему-нибудь, откуда исходит что-нибудь.); 3) Самка по отношению к своим детенышам; 4) Обращение к пожилой женщине или к жене как к матери своих детей (прост.); 5) Название монахини, а также (разг.) обращение к ней. Из перечисленных значений наиболее часто в речи и сознании актуализируется первое, что и нашло отражение в ассоциативных реакциях, приведенных ниже.

Слово *hahaoya* в Большом толковом словаре японского языка [Daijirin, 1995] трактуется проще: родитель женского пола плюс ряд дефиниций, использующих абсолютные синонимы. Как видим, русская семантема значительно шире японской, но, забегаая вперед, следует отметить, что именно первое значение стимула «мать» оказалось максимально актуальным для респондентов всех исследуемых выборок.

Перейдем к рассмотрению содержания ассоциативных полей, отражающих образ матери в языковом сознании русских и японцев.

В первую очередь обратимся к показателям близости между выборками. В статье А. А. Григорьева и М. С. Кленской [2000] подробно описываются методы вычисления данного показателя. Говоря коротко, сопоставляются все реакции, входящие в два сравниваемых ассоциативных поля, и выявляются совпадающие. По количеству совпадающих реакций делается вывод о близости ассоциативных полей. Чем ближе полученное значение к единице, тем в большей степени совпадает восприятие исследуемого образа у представителей сравниваемых выборок, и наоборот: чем ближе полученное значение к нулю, тем меньше общих черт в восприятии данного образа обнаруживается между выборками. Практика показывает, что реального приближения данного показателя к единице ожидать не приходится, так как формирование ассоциативного поля любого стимула определяется в том числе и индивидуальными предпочтениями испытуемых. По этой причине показатель близости двух выборок в диапазоне от 0,4 до 0,5 (и выше) будем считать высоким, от 0,3 до 0,39 – выше среднего, от 0,2 до 0,29 – средним, от 0,1 до 0,19 – ниже среднего, показатель близости ниже 0,1 – низким. Данные границы выбраны несколько произвольно, но их выбор основывается на опыте масштабного сравнительного анализа ассоциативных реакций. Примером могут служить предыдущие наши статьи (например, [Палкин, 2017; 2018]).

Итак, показатели близости (W) для ассоциативных полей «мать» и *hahaoya* следующие:

$$W (Я/P1) = 0,23; W (Я/P2) = 0,29; W (P1/P2) = 0,46.$$

Показатели близости свидетельствуют о том, что образ матери во многом универсален. Анализ многих других стимулов (см., например, [Палкин, 2010]) нередко обнаруживал значительно более низкие коэффициенты близости. Однако в данном случае для двух русских

выборки этот показатель является высоким, при этом совпадение реакций между японской и русскими выборками также сравнительно велико, хотя соответствующие коэффициенты ожидаемо ниже, чем в случае с сопоставлением двух русских выборок.

При самом поверхностном рассмотрении ассоциативных реакций нельзя не заметить, что во всех трех выборках самой частотной реакцией является антоним – парадигматическая реакция «отец». Логичность связки «мать – отец» очевидна и не нуждается в дополнительных комментариях. Более того, само существование и частотность этой связки может указывать на искусственность попыток скорректировать их гендерные роли и обозначить их как «родитель 1» и «родитель 2». Другими словами, сам механизм эксперимента позволяет выявить реакцию языкового сознания на подобную замену означающих.

Далее между выборками начинаются расхождения. Второй по частотности в японской выборке идет реакция «добрая» (10 %). Именно доброты ожидают японцы от матери. Аналогичные реакции в русских выборках набирают по 3 %. Это существенное различие, подчеркивающее, что русские не рассматривают доброту как основное качество матери. Главным качеством становится сам факт родства, на который указывают 13 % респондентов первой русской выборки и 6 % – второй. В русском языковом сознании родная мать априори наделяется положительными характеристиками. Не случайно в современном информационном пространстве тиражируется идея о латентном матриархате в России, т. е. о том, что ключевую роль в обществе играют женщины, которые диктуют условия своим мужьям, тогда как последние лишь формально становятся инициаторами тех или иных решений. Приведенный тезис является крайне спорным, но оттого не менее популярным. Показательно, что в 2010-х гг. в российском сегменте Интернета стал активно использоваться ироничный хештег #Яжемать (или #Яжмать), под которым размещаются отзывы о матерях, чье поведение расценивается как не вполне адекватное и не соответствующее традиционному восприятию образа матери. Образ матери-благодетельницы воспет во многих народных, бардовских и даже «блатных» песнях, что в очередной раз подчеркивает значимость данного образа в русском языковом сознании. Мы полагаем, что обилие в японской выборке реакций, свидетельствующих о связи образов матери и доброты, связано с тем фактом, что в японской культуре мать традиционно берет на себя все хлопоты по ведению домашнего хозяйства и воспитанию детей, тогда как от отца ожидается прежде всего материальное обеспечение семьи. В русской культуре практикуется посильное участие женщины в зарабатывании денег и посильное участие мужчины в домашних хлопотах и вопросах воспитания. В результате образ доброй матери стал конкурировать с образом доброго отца.

Еще одна исключительно «русская» реакция – «женщина». Эта реакция восходит к устойчивому выражению «женщина-мать», подразумевающему, что женщине имманентно присущ материнский инстинкт. В нестабильные 1990-е гг. об этом вспоминали 2,5 % респондентов, а в относительно стабильные 2000-е гг. соответствующий показатель возрос до 4 %. Для японского языка данное выражение не характерно и на передний план выходят кинетические ощущения: с матерью ассоциируется «тепло», которым она «окружает» своего ребенка. В русских выборках реакция «тепло» является низкочастотной.

Связка «мать – ребенок» присутствует на периферии всех ассоциативных полей: у японцев 2 % набирает собственно реакция «ребенок»; у русских постперестроечного периода 2 % набирает реакция «дочь» и 0,5 % приходится на реакцию «сын»; у русских начала XXI в. обнаруживаем реакции «дитя» (1,5 %), «сын» (1,5 %) и «дочь» (0,5 %). Причина, по которой в начале XXI в. мальчики в русской семье стали более желанными, чем девочки, требует дальнейшего изучения. Можно предположить, что в начале XXI в. в российском обществе возник запрос на наличие «добытчика» в семье, и по этой причине родители стали отдавать приоритет отпрыскам мужского пола, тогда как в начале 1990-х гг. многие мужчины стали «пушечным мясом», брошенным в топку афганской и чеченской войн. Однако мы ограничимся данной гипотезой и не станем переходить к категоричным выводам по затронутому вопросу.

Еще один важный образ, связанный с образом матери, – образ любви. Он не столь ярко выражен в японской выборке (3,5 %), так как японцы предпочитают акцентировать внимание на качествах, а не на чувствах. Похожая ситуация в первой русской выборке, где реакции «любимая» и «любовь» в сумме набирают 4,5 %. Наиболее представительна семантема любви во второй русской выборке (10 %). Очевидно, что эти цифры указывают на возрастание роли матери в современной русской жизни по сравнению с началом 1990-х гг. Лишнее подтверждение тому – реакция «дом» (3,5 % во второй русской выборке и всего 0,5 % – в первой): мать снова воспринимается как хранительница домашнего очага. Те же 0,5 % реакция «дом» набирает в японской выборке, но на роль женщины в ведении домашнего хозяйства указывает реакция «покупки» (1,5 %). Тем самым японская мать также является «хранительницей домашнего очага».

Интересны реакции «грудь» и «молоко» (по 1,5 %) из японской выборки. В японском языковом сознании мать репрезентирована как кормилица. Эта важная функция матери не нашла отражения в русских ассоциативных полях, вероятно, по той причине, что в русской культуре не принято говорить о таком интимном моменте, как кормление ребенка грудью.

Русские начала 1990-х гг. демонстрируют свою начитанность, неоднократно упоминая М. Горького в связи с его романом «Мать». Во второй русской выборке реакция «Горький» единична. Японцы в данном случае никак не проявили своих литературных пристрастий, скорее всего по той причине, что не знакомы с романом М. Горького «Мать». В то же время в японской выборке обнаруживаем указания на то, что быть мамой «тяжело» (1,5 %), иногда ей бывает «одинок» (1,5 %), так как муж много работает, и иногда она может «сердиться» (1,5 %).

На уровне низкочастотных реакций все три выборки объединены парадигматическими реакциями «родитель» и «жизнь», семантическая связь которых со словом-стимулом очевидна.

В русских выборках фигурируют клише, характерные исключительно для русского языкового сознания. Это реакция «Родина» как отсылка к крылатому выражению «Родина-мать». Не осталась без внимания и синтагматическая реакция «твою», отсылающая нас к ругательству «мать твою». В первой русской выборке присутствует реакция «героиня» (2,5 %), указывающая на многодетную мать и осведомленность испытуемых о существовании в СССР ордена «Мать-героиня». В наших предыдущих исследованиях мы показали, что для русских постперестроечного периода архетип многодетной семьи еще сохранял свою актуальность, хотя немногие на тот период были готовы заводить большие семьи как по экономическим, так и по социальным причинам. К началу XXI в. намечается утрата этого архетипа [Палкин, 2010. С. 276]. В данном случае наблюдаем аналогичную картину: во второй русской выборке реакция «героиня» единична (0,5 %). Из других клише отметим реакцию «анархия» (1,5 %) из второй русской выборки, которая восходит к известному слогану «Анархия – мать порядка».

В целом все три выборки пронизаны уважением к матери. Японцы открыто признаются в любви к ней («очень люблю»), русские употребляют такие эпитеты, как «святое», «нежность», «уважение».

Перейдем к анализу смысловых компонентов соответствующих ассоциативных полей (см. табл. 1, 2).

Анализ смысловых компонентов ассоциативных полей

Логико-понятийный компонент имеет заметный удельный вес во всех трех выборках, что является распространенным явлением в ассоциативно-вербальной сети. Высокий показатель данного компонента в японской выборке обеспечивается парадигматическими реакциями «отец» (26,5 %) и «папа» (2 %). Следует иметь в виду, что реакция 父, которая здесь переведена как «папа», является именно логико-понятийной, но – в отличие от русского языка –

несет в себе минимальные аффективные признаки. Выбор между словами 父親 и 父 в обыденной речи делается исходя не из эмоциональной нагрузки, а из родовых и социальных отношений между собеседниками. В любом случае, с точки зрения японцев, мать активно контактирует с отцом, с одной стороны, и с ребенком, с другой стороны. Кроме того, в ее обязанности входит ведение домашнего хозяйства, в том числе «покупки». Заметим, что все реакции парадигматические.

Аналогична ситуация с русскими выборками. Рассмотрим ее подробнее.

В первой русской выборке мать также ассоциируется с отцом, но вместо ребенка упоминается «дочь». Показательно, что данная реакция была упомянута девятью женщинами и лишь одним мужчиной. Это свидетельство женской солидарности, которая приобрела особую актуальность в русской лингвокультуре в переломный период начала 1990-х гг., когда многие мужчины оказались неспособны справиться с «шоковой терапией» и перестали брать на себя ответственность за благополучие своей семьи.

Научно доказано, что женщины отличаются большей стрессоустойчивостью, чем мужчины. Исследования показали, что женщины в стрессовых ситуациях склонны к эмпатии, тогда как мужчины под воздействием стресса становятся более эгоцентричными и асоциальными [Tomova et al., 2014]. В России начала 1990-х гг. женщины были вынуждены взять на себя ряд присущих мужчинам функций, по причине чего женская солидарность окрепла на фоне отчасти агрессивного, отчасти безответственного поведения мужчин. Вместе с тем сохранялся архетип большой семьи, который выразился в реакции «героиня» (2,5 %). В начале 1990-х гг. многодетные семьи еще пользовались особым почетом. Большинство русских уже не могли позволить себе рождение большого количества детей по соображениям финансового и социального характера, но выработавшийся веками стереотип еще продолжал существовать в русском языковом сознании.

Те же 2,5 % в первой русской выборке набрала реакция «женщина», подчеркивающая гендерную принадлежность матери. Ее социальная принадлежность выражена в реакции «семья» (1,5 %). Отдельно следует упомянуть реакции «Горький» и «и мачеха» (обе – по 1,5 %). Эти реакции свидетельствуют о том, что литература занимала значимый пласт в языковом сознании русских постперестроечного периода. Как уже говорилось, известный советский писатель М. Горький упомянут в связи с его романом «Мать». Реакция «и мачеха», по всей вероятности, навеяна сюжетами русских народных сказок, в которых нередко фигурирует злая мачеха, плетущая интриги вокруг главной героини.

Что касается второй русской выборки, то реакция «отец» заметно опережает другие реакции по частотности, однако можно констатировать и заметно возросшую гендерную роль матери: 7 % русских респондентов начала XXI в. предложили реакцию «женщина», причем эта женщина отвечает за «дом» (3,5 %), являясь «родителем» (1,5 %) и членом «семьи» (1,5 %). Не осталась без внимания и связка «мать и дитя»: собственно реакция «дитя» набрала 1,5 %. Тогда как в первой русской выборке реакция «дочь» (2 %) была популярнее реакции «сын» (0,5 %), во второй русской выборке обратная ситуация: «сын» (1,5 %) упоминается чаще, чем «дочь» (0,5 %). Перед нами ослабление женской солидарности и отрицание архетипа большой семьи ввиду отсутствия повторяющихся реакций, указывающих на возможную многодетность матери. Здесь необходимо подчеркнуть, что, по единодушному мнению отечественных исследователей, «и православная церковь, и народный обычай на протяжении веков формировали идеал женщины – многодетной матери, в задачу которой входило прежде всего поддержание жизни многочисленного потомства и воспроизводство семейных традиций. Многодетная семья пользовалась всеобщим почтением. При этом ценность детей определялась в первую очередь их будущим предназначением быть кормильцами и опорой в жизни» [Соколюк, 2010. С. 119]. Нахождение образа ребенка на периферии соответствующих ассоциативных полей свидетельствует об отмирании архетипа многодетности в современной русской культуре.

Таблица 1

Разбиение ассоциативных полей «мать» и *hahaoya* по смысловым компонентам

Table 1

Breakdown of association fields *mat'* and *hahaoya* along semantic components

Респонденты	Компоненты			
	логико-понятийный	телесно-перцептивный	ценностно-смысловой	эмоционально-аффективный
Японцы	1; 6; 12 (33 %)	3; 5; 9; 10 (11 %)	2; 8 (12 %)	4; 7; 11; 13; 14 (10 %)
Русские из РАС	2; 5; 9; 10; 12; 13; 15 (26 %)		1; 4; 6; 11; 14 (27 %)	3; 7; 8 (14%)
Русские 2006 г.	1; 4; 5; 6; 13; 14; 15; 17; 19; 20 (40,5 %)	16; 22 (3 %)	3; 7; 9; 10; 11; 18; 21 (18 %)	2; 8; 11; 12; 23 (18 %)

Таблица 2

Расшифровка нумерации групп реакций,
выделенных по принципу семантической близости

Table 2

Detailed interpretation of reactions indexed along semantic components

Реакции японцев Reactions of the Japanese	Реакции русских из РАС Reactions of 1990s Russians	Реакции русских 2006 г. Reactions of 2006 Russians
1: 父親 / отец + 父 / папа (26,5 + 2 = 28,5 %)	1: родная + моя родная + родной человек (12 + 0,5 + 0,5 = 13 %)	1: отец (19,5 %)
2: やさしい / добрая + 優しさ / доброта (10 + 0,5 = 10,5 %)	2: отец + и отец (12 + 0,5 = 12,5 %)	2: любовь + любимая + лю- бить (7,5 + 2 + 0,5 = 10 %)
3: あたたかい / теплая + あたたかさ / тепло + 温もり / теплота (3,5 + 0,5 + 0,5 = 4,5 %)	3: любовь + любимая (4,5 + 3,5 = 8 %)	3: родная + родное + родной человек + самое близкое и родное (3,5 + 1,5 + 0,5 + 0,5 = 6 %)
4: 愛 / любовь + 大好き / очень люблю (2 + 1,5 = 3,5 %)	4: моя (7 %)	4: женщина (4 %)
5: 包む / окружать + 包みこむ / окружать (3 + 0,5 = 3,5 %)	5: Горький + Горького + М. Горький (1,5 + 1 + 0,5 = 3 %)	5: дом (3,5 %)
6: 子ども / ребенок + 赤ん坊 / дитя + 赤ちゃん / малыш (2 + 0,5 + 0,5 = 3 %)	6: добрая (3 %)	6: родители + родитель (2 + 1,5 = 3,5 %)
7: おかん / маманя (2 %)	7: мама + мамочка + моя мама (2 + 0,5 + 0,5 = 3 %)	7: добро + добра + добрая (2 + 0,5 + 0,5 = 3 %)

Окончание табл. 2

Реакции японцев Reactions of the Japanese	Реакции русских из PAC Reactions of 1990s Russians	Реакции русских 2006 г. Reactions of 2006 Russians
8: 偉大 / величие (1,5 %)	8: твою + вашу (2,5 + 0,5 = 3 %)	8: мама + мамочка (2 + 0,5 = 2,5 %)
9: 胸 / грудь + 乳房 / грудь + おっぱい / грудь (0,5 + 0,5 + 0,5 = 1,5 %)	9: героиня (2,5 %)	9: жизнь (2 %)
10: お乳 / молоко (1,5 %)	10: женщина (2,5 %)	10: забота (2 %)
11: さびしい / одиноко (1,5 %)	11: Родина (2,5 %)	11: Родина + родина (1,5 + 0,5 = 2 %)
12: 買い物 / покупки (1,5 %)	12: дочь (2 %)	12: твою + вашу (1,5 + 0,5 = 2 %)
13: おこる / сердиться (1,5 %)	13: и мачеха + мачеха (1,5 + 0,5 = 2 %)	13: анархия (1,5 %)
14: 大変 / тяжело (1,5 %)	14: дорогая (1,5 %)	14: дитя (1,5 %)
	15: семья (1,5 %)	15: начало (1,5 %)
		16: нежность (1,5 %)
		17: род (1,5 %)
		18: святое (1,5 %)
		19: семья (1,5 %)
		20: сын (1,5 %)
		21: твоя (1,5 %)
		22: тепло (1,5 %)
		23: уважение (1,5 %)

Если провести параллели с японской выборкой, то в ней обнаруживаем единичные реакции «сын» и «маменькин сынок». Можно говорить о том, что в России и Японии XXI в. ребенок мужского пола становится несколько более желанным, чем ребенок женского пола. И вместе с тем в Японии также не прослеживается архетип многодетной семьи.

Телесно-перцептивный компонент ярко демонстрирует преобладание кинестетического канала восприятия в японской лингвокультуре. Для японца важно увидеть или прикоснуться к предмету, чтобы максимально его прочувствовать. Отсюда обилие реакций, отраженных в пунктах 3 и 5 табл. 2 для японской выборки: мать ассоциируется с теплом, которое она дарит своему ребенку. Любопытно, что реакцию «тепло» предложили только женщины. Японские женщины в целом заметно более теплолюбивые, чем мужчины. Даже в жару они могут

кутаться в пледы, что не характерно для мужчин. В то же время прагматизм японцев наталкивает их на описание матери-кормилицы. Аналогичные реакции в русских выборках отсутствуют.

Русские постперестроечного периода никак не обозначили телесно-перцептивный компонент в связи с образом матери, если не считать единичной реакции «тепло», которая не вошла в сводную таблицу по причине своей низкочастотности. Русские начала XXI в. более активно упоминали кинестетические особенности, присущие матери: реакции «нежность» и «тепло» набрали по 1,5 %. Тем не менее по суммарному удельному весу реакций в данном компоненте русские заметно отстают от японцев, т. е. кинестетика играет для русских меньшую роль.

Обратимся к анализу ценностно-смыслового компонента. Из японской выборки в этот компонент вошли только две повторяющиеся реакции, но реакции знаковые. Это синтагматическая реакция «добрая» (10 %) и парадигматическая реакция «величие» (1,5 %). Японская мать отличается добротой, и в этом проявляются ее лучшие качества. Как отмечала еще Р. Бенедикт в ходе исследования японского образа жизни, японские дети подобны «маленьким богам с своим маленьком мире» [Бенедикт, 2004. С. 204]. Воспитывающая их мать старается предоставить им все возможные удовольствия, вводя минимум ограничений. Однако такая ситуация длится только до школьного возраста. Когда дети идут в школу, они тут же знакомятся с многочисленными ограничениями, которые накладывает на человека японское общество. В связи с этим бытует ироничное мнение о том, что матерью для японца становится коллектив окружающих его людей (сначала в школе, затем на работе). Русская мать также бывает доброй, но в три раза реже (по 3 % в обеих русских выборках).

Интересна реакция «моя» из первой русской выборки. Этой реакцией подчеркивается индивидуализм русских. В других работах мы неоднократно писали о том, что веками формировавшийся в России коллективизм в результате многочисленных социально-экономических «экспериментов» над людьми в советский и постсоветский периоды утрачивает свои позиции, уступая место индивидуализму, что в условиях глобализации является большим недостатком. Русские респонденты начала 1990-х гг. предложили именно реакцию «моя», а не «наша», «твоя» или «ваша». Такой сдвиг в реакциях указывает на приоритет личных интересов «новорусских» над общественными. Любопытно, что женщины предлагали данную реакцию в четыре раза чаще, чем мужчины. На примере предпочтения пола ребенка мы уже выяснили, что женщины постперестроечного периода обнаруживают солидарность друг с другом. В данном случае они солидаризируются друг с другом в неосознанном стремлении к индивидуализму².

Иначе обстоит дело со второй русской выборкой. В ней реакция «моя» отсутствует, но фигурирует реакция «твоя» (1,5 %), отмеченная исключительно мужчинами. Следовательно, в связи с образом матери тенденция на усиление индивидуализма среди русских не прослеживается. По всей видимости, это связано с укреплением в XXI в. института семьи, который в начале 1990-х гг. переживал далеко не лучшие времена. Реакция «твоя» – это реакция коллективистского характера, поэтому возрождение былых традиций коллективизма в России возможно вокруг образов матери и семьи.

Образ матери действительно имеет высокую ценность в русской лингвокультуре. Еще одним подтверждением этому является высокий показатель реакций со значением «родная» в обеих русских выборках (в первой русской выборке ее упоминали главным образом женщины). В этот же ряд встраиваются реакции «дорогая» (1,5 % в первой русской выборке и 0,5 % – во второй) и «семья» (по 1,5 % в обеих выборках). В выборке начала XXI в. также обращают на себя внимание реакции «жизнь», «забота» (обе – по 2 %), «святое» и «род» (обе – по 1,5 %).

² Мы говорим о неосознанном стремлении, поскольку ассоциативный эксперимент вскрывает те пласты языкового сознания, которые не до конца осознаются самими респондентами.

Отдельно следует отметить реакцию «Родина». Она набирает 2,5 % в первой русской выборке и 2 % – во второй. Несмотря на то что образ «Родины-матери» активно использовался в военной пропаганде советского времени, мы видим, что он не утратил своей актуальности и в современной России. В дореволюционной России большей популярностью пользовалось выражение «Россия-матушка». Советская пропаганда нуждалась в новом термине. Выбор пал на менее распространенное, но на тот момент более актуальное словосочетание «Родина-мать». Во время Второй мировой войны плакат «Родина-мать зовет!» стал тиражироваться по всей стране с целью привлечения добровольцев на фронт. Как следует из данных ассоциативных экспериментов, этот образ остался востребованным и после развала Советского Союза.

Перейдем к эмоционально-смысловому компоненту. В него вошли в основном низкочастотные реакции, если не считать реакцию «любовь».

Связь с образом матери и любви объединяет все три выборки. В японском ассоциативном поле образ любви набирает 3,5 %, что немного уступает 4,5 % первой русской выборки и заметно уступает 10 % второй русской выборки. Тем не менее любовь – универсальный атрибут матери, которая дарит самые теплые чувства своим детям и сама является объектом обожания.

Разговорные варианты наименования матери также вошли в эмоционально-аффективный компонент. Фамильярное обращение к матери подразумевает близкую степень родства и, следовательно, особую эмоциональную нагрузку. В табл. 2 для японской и первой русской выборки эти лексемы фигурируют под пунктом 7, во второй русской выборке – под пунктом 8.

Реакции «одинок», «сердиться» и «тяжко» из японской выборки свидетельствуют о том, что матерью быть нелегко. Во второй русской выборке подчеркивается, что мать достойна «уважения» (1,5 %).

Нельзя оставить без внимания реакции «твою» и «вашу» из русских выборок. Это синтагматические реакции, отсылающие нас к ругательству «мать твою!». В первой русской выборке эта группа реакция набирает 3 %, во второй – 2 %. Вполне ожидаемо в первой русской выборке почти все респонденты, упомянувшие данные реакции, были мужчинами, а во второй русской выборке данные реакции принадлежат исключительно мужчинам. Объясняется это тем, что, как не раз было отмечено лингвистами, мужская речь (и, следовательно, языковое сознание мужчин) грубее женской. Мужчины чаще употребляют бранные слова и реже используют вежливые обороты речи. Эта закономерность проявилась в данном случае на материале ассоциативных реакций.

Заключение

Подведем итог. И в русском, и в японском языковом сознании образ матери репрезентирован в тесной связи с образами отца и любви. На периферии всех ассоциативных полей упоминается соположенность образов матери и ребенка. Это универсальные для обеих культур связи в рамках ассоциативно-вербальной сети.

Японская мать характеризуется носителями японского языка как добрая и способная окружить теплом. Вместе с тем быть матерью нелегко, о чем не раз упоминают японские респонденты. И только в японском ассоциативном поле затрагивается образ матери-кормилицы.

Русские выборки на монокультурном уровне обнаруживают много параллелей между собой. Русская мать – прежде всего «женщина», «родная» и «родитель». Вместе с тем следует отметить ряд различий между двумя русскими выборками. Русские начала 1990-х гг. более начитаны, чем русские начала XXI в. Здесь следует, конечно, учитывать изменение программы чтения в школе на протяжении последних десятилетий и изменение культурной политики в целом. Нужно также признать, что в современной России М. Горький – не столь популяр-

ный писатель, как в советское время, но русские народные сказки не утратили актуальности. Тем не менее реакция «мачеха» фигурирует только в первой русской выборке. Показательно, что не всё советское предано забвению. Клише «Родина-мать» по-прежнему занимает заметное место в русском языковом сознании.

Реакции японцев свидетельствуют о важности для них кинестетического восприятия образа матери: процент реакций, отражающих семантему «тепло», достаточно высок. Русские начала 1990-х гг. продемонстрировали стремление к индивидуализму, причем в основном это были женщины. Видимо, это связано с тем, что в условиях экономического кризиса и слабой социальной защиты женщины были вынуждены полагаться на собственные силы при воспитании детей. К началу XXI в. наметилось укрепление института семьи на фоне внедрения государственных программ по защите материнства и детства. В результате стремление к индивидуализму в связи с образом матери не фиксируется в выборке начала XXI в. О росте значимости семьи в русском языковом сознании свидетельствует ряд низкочастотных реакций из второй русской выборки: образ матери связан с образами заботы, семьи и рода.

Несмотря на все различия между выборками, образ матери в обеих лингвокультурах является знаковым, отражая семейные ценности в языковом сознании.

Список литературы

- Бенедикт Р.** Хризантема и меч: модели японской культуры: Пер. с англ. М.: РОССПЭН, 2004. 256 с.
- Владимирова Т. Е.** К истокам русского языка и русской ментальности (на материале терминов родства) // Вопросы русской филологии и методики преподавания русского языка и литературы: Коллективная монография / Отв. ред. К. Р. Нурғали, В. П. Синячкин. М.: Алмавест, 2014. С. 191–217.
- Григорьев А. А., Кленская М. С.** Проблемы количественного анализа в сопоставительных исследованиях ассоциативных полей // Языковое сознание и образ мира / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: ИЯ РАН, 2000. С. 313–318.
- Джибладзе Г. Н.** Сущность руссоизма. Тбилиси: Изд-во Тбилис. ун-та, 1983. 131 с.
- Караулов Ю. Н.** Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети // Языковое сознание и образ мира / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: ИЯ РАН, 2000. С. 191–206.
- Ментальность россиян (специфика сознания больших групп населения России) / Под ред. И. Г. Дубова. М.: Имидж-контакт, 1997. 478 с.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.** Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 939 с.
- Палкин А. Д.** Образ времени в языковом сознании русских и японцев // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018. Т. 16, № 4. С. 5–15.
- Палкин А. Д.** Образ жизни в языковом сознании русских и японцев // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. Т. 15, № 2. С. 91–105.
- Палкин А. Д.** Россия и Япония: динамика нравов. М.: Наталис, 2010. 432 с.
- РАС – Русский ассоциативный словарь: В 2 т. / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. М.: АСТ, Астрель, 2002. Т. 1: От стимула к реакции. 782 с.
- Соколюк Н. В.** Проблема родительства в русской философской традиции // Вестник ТГЭУ. 2010. № 3. С. 119–134.
- Daijirin. Tokyo, Sanseido, 1995. (in Jap.)
- Tomova, L., von Dawans, B., Heinrichs, M., Silani, G., & Lamm, C.** Is stress affecting our ability to tune into others? Evidence for gender differences in the effects of stress on self-other distinction. *Psychoneuroendocrinology*, 2014, vol. 43, p. 95–104.
- Weisgerber, J. L.** Muttersprache und Geistesbildung. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Verlag, 1929. 170 S.

References

- Benedict, R.** The Chrysanthemum and the Sword: Models of Japanese Culture. Moscow, ROSSPEN, 2004. 256 p. (Transl. from Eng. into Russ.)
- Daijirin. Tokyo, Sanseido, 1995. (in Jap.)
- Dzhibladze, G. N.** Essence of Rousseauism. Tbilisi, Tbilisi University Publ., 1983, 131 p. (in Russ.)
- Grigoryev, A. A., Klenskaya, M. S.** Problems of quantitative analysis in the comparative research of associative fields. In: Language Consciousness and the Image of the World. Ed. by. N. V. Ufimtseva. Moscow, IL RAS, 2000, p. 313–318. (in Russ.)
- Karaulov, Yu. N.** Indicators of national mentality in associative-verbal network. In: Language Consciousness and the Image of the World. Ed. by. N. V. Ufimtseva. Moscow, IL RAS, 2000, p. 191–206. (in Russ.)
- Mentality of Russians (Specificity of Consciousness of Big Groups of Russia's population). Ed. by I. G. Dubov. Moscow, Imidzh-kontakt, 1997, 478 p. (in Russ.)
- Ozhegov, S. I., Shvedova, N. Yu.** Russian Explanatory Dictionary. Moscow, Azbukovnik, 1999. 939 p. (In Russ.)
- Palkin, A. D.** Image of life in language consciousness of Russians and the Japanese. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2017, vol. 15, no. 2, p. 91–105. (in Russ.)
- Palkin, A. D.** Image of time in language consciousness of Russians and the Japanese. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2018, vol. 16, no. 4, p. 5–15. (in Russ.)
- Palkin, A. D.** Russia and Japan: Dynamics of Morals. Moscow, Natalis, 2010, 432 p. (in Russ.)
- Russian Associations Dictionary. In 2 vols. Eds. Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasov. Moscow, AST, Astrel, 2002, vol. 1: From Stimulus to Reaction, 782 p. (in Russ.)
- Sokolyuk, N. V.** Problem of parenthood in Russian philosophical tradition. *Vestnik TSEU*, 2010, no. 3, p. 119–134. (in Russ.)
- Tomova, L., von Dawans, B., Heinrichs, M., Silani, G., & Lamm, C.** Is stress affecting our ability to tune into others? Evidence for gender differences in the effects of stress on self-other distinction. *Psychoneuroendocrinology*, 2014, vol. 43, p. 95–104.
- Vladimirova, T. E.** To the origins of the Russian language and Russian mentality (on the basis of kinship terms). In: Problems of Russian Philology and Methodology of Teaching Russian and Literature: Joint Monograph. Eds. K. R. Nurgali, V. P. Sinyachkin. Moscow, Almavest, 2014, p. 191–217. (in Russ.)
- Weisgerber, J. L.** Muttersprache und Geistesbildung. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Verlag, 1929. 170 S.

Материал поступил в редколлегию

Date of submission

12.07.2019

Сведения об авторе / Information about the Author

Палкин Алексей Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор факультета английского языка Московского государственного лингвистического университета (ул. Остоженка, 38, Москва, 119034, Россия)

Alexei D. Palkin, Doctor of Sci. (Linguistics), Professor of the English Language Department, Moscow State Linguistic University (38 Ostozhenka Str., Moscow, 119034, Russian Federation)

p-alexis@yandex.ru

ORCID 0000-0001-9865-1693