

ЛЕКСЕМА ВЫБОРЫ/ELECTION В НАИВНОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ РУССКИХ И АНГЛИЧАН

Ерофеева Тамара Ивановна

*Д.филол.н., профессор, Пермский государственный национальный исследовательский университет
genling.psu@gmail.com*

Миненко Евгения Владимировна

к.филол.н., экскурсовод, музей Фаберже, Санкт-Петербург

LEXEMA ELECTION IN THE NAIVE REPRESENTATION OF RUSSIANS AND ENGLISHMEN

**T. Erofeeva
E. Minenko**

Summary: The political environment of communication has led to the allocation of a special language subsystem, represented by political lexemes. The purpose of this article is to reveal the general and specific lexemes ELECTION / ELECTION in the naive minds of Russians and Englishmen. The associative experiment carried out showed that informants of both nations have a holistic idea of the meaning of the lexemes under study. Both the Englishmen and the Russians assess the lexical unit - most often negative; the positive factor characterizes to a greater extent the associations of Englishmen. Thus, for Russians, ВЫБОРЫ are often a useless procedure based on falsification; among Englishmen, the campaign component of the elections, aimed at attracting voters (recall that the experiment was conducted in 2013), is becoming more actual.

Keywords: political language, lexeme ELECTION in the minds of Russians and Englishmen, associative experiment, method of content analysis, thematic group, semantic field.

Аннотация: Политическая среда коммуникации обусловила выделение особой языковой подсистемы, представленной политическими лексемами. Цель этой статьи – выявить общее и специфическое лексемы ВЫБОРЫ/ELECTION в наивном сознании русских и англичан. Проведенный ассоциативный эксперимент показал, что информанты обеих наций имеют целостное представление о значении исследуемых лексем. И англичане, и русские дают оценку лексической единице – чаще всего негативную; положительный фактор в большей степени характеризует ассоциации англичан. Так, для русских ВЫБОРЫ – это чаще бесполезная процедура, основанная на фальсификации; у англичан в большей мере актуализируется агитационная составляющая выборов, направленная на привлечение избирателей (напомним, что эксперимент проводился в 2013 году).

Ключевые слова: политическая лексика, лексема ВЫБОРЫ/ELECTION в сознании русских и англичан, ассоциативный эксперимент, метод контент-анализа, тематическая группа, семантическое поле.

Выделение политического языка как самостоятельной языковой подсистемы обусловлено спецификой коммуникативного воздействия, определенными функциями и своеобразным тезаурусом. Теоретическая база исследования социально-политической коммуникации сформировалась в отечественной и зарубежной лингвистике. В работах 70-х – начала 90-х гг. XX в. был произведен тщательный анализ политической лексики в тематическом плане. По мнению Т.Б. Крючковой, эта лексика образует «наиболее употребительную часть общественно-политической терминологии, названия различных государственных, партийных, общественных организаций и учреждений, социальных реалий и явлений жизни разных стран, а также политические идиомы языка массовой коммуникации» [5, с. 16].

В русских лингвистических исследованиях политическая лексика рассматривается как система тематических групп, или тематических классов слов, выделяемых на основе классификации определенных предметов и явлений [2; 6; 7; 9]. Решение вопроса о сущности политиче-

ской лексики тесно связано с определением ее объема. Представители «узкого» подхода ограничивают объем политической лексики словами и словосочетаниями, относящимися к общественно-политической и идеологической сферам, а представители широкого подхода существенно расширяют число тематических групп, входящих в политическую лексику [4, с. 59]. В английском языке лексика общественно-политической жизни называется political language или language of politics (язык политики), под которым понимается терминология профессиональных политиков, риторика политической деятельности. Западные лингвисты трактуют политическую лексику как язык, используемый политиками официально и кулуарно в процессе коммуникации о политике, а также в целях манипуляции в разных сферах общения [3].

Мы разделяем точку зрения тех лингвистов, которые основой политического языка считают политическую лексику, занимающую особое место в словарном составе языка: она частотна и представляет собой особый, наиболее важный аспект политической коммуникации. С одной стороны, слова этой микросистемы являются

терминами, отличающимися особой сферой употребления, точностью наименования и отсутствием коннотативных элементов. С другой стороны, именно политическая лексика и понятия, ею обозначаемые, вызывают неоднозначное эмоционально-оценочное отношение к себе носителей языка, особенно в периоды интенсивной политизации различных сторон в жизни данного общества. Одной из наиболее распространенных форм участия людей в общественно-политической жизни государства являются ВЫБОРЫ. Это не только атрибут демократии, но и ее исходное условие. Это главный политический институт, позволяющий народу выступать в качестве реального источника власти, а гражданскому обществу контролировать государство.

Задача этой статьи – выявить наивное представление русских и англичан лексемы ВЫБОРЫ/ELECTION. С этой целью в 2013 г. был проведен эксперимент, информантами которого выступили отдельные группы людей, объединенных на основе социо-этнических характеристик на территории России (Москве, Санкт-Петербурге, Перми), а также Великобритании (Лондоне, Оксфорде, Бате). Общее количество информантов – 100 человек. В эксперименте участвовало равное количество мужчин и женщин в возрасте от 20 до 50 лет. Таким образом, выборка информантов сбалансирована по национальности, возрасту и полу. Информантам предлагалось написать 2–3 ассоциации, представляющие лексемы ВЫБОРЫ/ELECTION в их понимании.

Общее количество реакций, полученное на лексемы политической сферы ВЫБОРЫ/ELECTION составляет 250 единиц. Из них 143 реакции русских и 107 реакций англичан. Интерпретация полученных данных заключается в распределении по тематическим группам, которые представляют собой различные тематические области ассоциативного поля лексем ВЫБОРЫ/ELECTION в сознании русских и англичан.

При обработке материала был использован метод контент-анализа. Его суть – перевод изучаемой информации в количественные показатели и ее статистическая обработка. Важным звеном в описании словарного материала явилось формирование тематических групп реакций: языковой материал распределялся по тематическим группам, которые представляют собой различные тематические области ассоциативного поля исследуемых лексем в сознании информантов. Объединение реакций в соответствующую тематическую группу осуществлялось на основе семантического признака – идентифицирующей семы.

Полученные результаты русских информантов на лексему ВЫБОРЫ образуют 6 тематических групп: «Обобщенное представление», «Названия стран, партий, персоналии», «Отрицательная характеристика», «Положи-

тельная характеристика», «Атрибуты», «Избирательный процесс» (см. Табл. 1).

Таблица 1

Тематические группы реакций, данных на лексему ВЫБОРЫ русскими информантами

Тематическая группа	Общее кол-во реакций
Отрицательная характеристика	44
Обобщенное представление	37
Избирательный процесс	20
Атрибуты	18
Названия стран, партий, персоналии	13
Положительная характеристика	11

На первом месте по количеству реакций стоит тематическая группа «Отрицательная характеристика» (44 реакции), где представлены негативные ассоциации, выражающие недовольство или сомнение в честности ВЫБОРОВ. На втором месте стоит группа «Обобщенное представление», которая содержит эмоционально нейтральные ассоциации, отражающие собирательный образ процедуры ВЫБОРОВ: кто, кем, каким путем избирается (37 реакций). На третьем месте по количеству реакций находится группа «Избирательный процесс», которая включает ассоциации, связанные с ходом проведения ВЫБОРОВ (20 реакций). Группа «Атрибуты» (18 реакций) содержит образные ассоциации, связанные с деталями процесса ВЫБОРОВ. В группу «Названия стран, партий, персоналии» входят реакции, где понимание лексемы происходит через конкретный образ – существующую партию, фигуры политических деятелей прошлого и настоящего или через ассоциации, связанные с конкретным местом (13 реакций). Группа «Положительная характеристика» самая малочисленная, в ней представлены ассоциации, характеризующие процедуру ВЫБОРОВ с положительной стороны (11 реакций).

Представим итоговую схему, показывающую полевую организацию тематических групп. Семантическое поле состоит из ядра, предъядерной зоны, ближней периферии и дальней периферии. К ядерной зоне относятся лексемы, экспонирующие ядро национального сознания, к периферии – индивидуальное сознание. Информация о репрезентации семантических компонентов лексемы заключена в предъядерной зоне [1; 8]. Количество реакций в каждой группе дано в процентном показателе (см. Рис. 1).

Ядром семантического поля лексемы ВЫБОРЫ у русских информантов является группа «Отрицательная характеристика» – 30,8 %. Ассоциации: *обман – 4, ложь – 4, фальсификация – 3, коррупция – 3, бюрократия – 3, против всех – 2, карусели, иллюзия значимости твоего голоса, лень, стадность, кандидаты п*доры, суета, договорняк, почему в школе, безудержный распил, п*доры (из к/ф «День радио»), кто это люди в списке?, неуверенность*

в том, что мой голос что-то решает, ничего, отсутствие пользы, трата времени, борьба капиталов, реже интересов, яростная борьба, незримая война, тайная кухня, слепота, соревнование, гонки, абсурд, протест. В наибольшей степени русские информанты представляют лексику ВЫБОРЫ через негативные ассоциации, выражающие недоверие, сомнение в честности избирательного процесса. В сознании русских информантов ВЫБОРЫ ничего не решают, но являются пустой тратой времени. Сам процесс ВЫБОРОВ в наивном сознании русских информантов представляется как агрессивная схватка кандидатов. Объясняем такое мнение информантов предшествующим до 2013 г. правительством и существующим положением дел в стране.

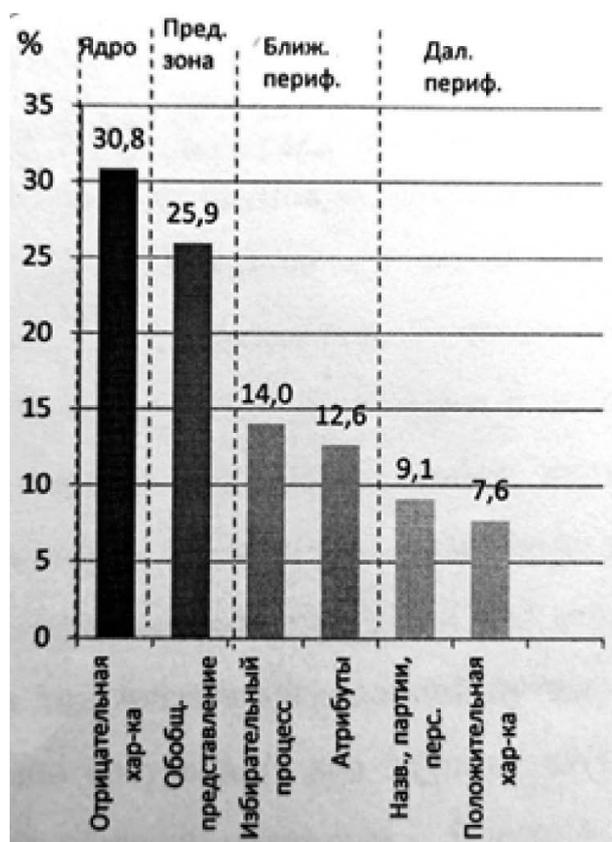


Рис. 1. Семантическое поле лексики ВЫБОРЫ русских информантов

Предъядерную зону образует группа «Обобщенное представление» – 25,9 %. Ассоциации: кандидат – 3, голосование – 3, политики – 3, власть – 3, президент – 2, дума – 2, политика – 2, парламент, система, решение, политика, голос, город, обязанность, выборы президента, выборы в совет директоров, партия, мужчины, избрание, подбор, альтернатива, отбор, регламент, свод правил, лидерство, мандат, депутаты. Данные синонимичные реакции в полной мере сходны со словарными дефинициями, где ВЫБОРЫ определяются как избрание депутатов, должностных лиц, членов организаций путем голосования.

Ближнюю периферию составляют две группы. «Избирательный процесс» – 14,0 %. Ассоциации: агитация – 4, обещания – 3, явка – 3, пиар – 2, реклама – 2, предвыборные обещания, предвыборная кампания, демонстрации, листовки, плакаты, манифесты. Как видим, русские информанты довольно активно представляют лексику через агитационный процесс ВЫБОРОВ. В сознании информантов ВЫБОРЫ сходны по своей сути с рекламной кампанией.

«Атрибуты» – 12,6 %. Реакции: урна – 4, бюллетень – 4, очередь – 3, фильм – 2, камеры, место для голосования, цифры, бумаги, тест. Что касается образного восприятия лексики, то информанты представляют картину избирательного участка.

К дальней периферии относятся две группы. Группа «Названия стран, партий, персоналии» составляет 9,1%. Ассоциации: Путин – 5, Россия – 3, Единая Россия – 2, Америка – 2, ЛДПР.

Наименьшим количеством реакций представлена группа «Положительная характеристика», составляющая 7,6 %. Ассоциации: честность – 3, свобода – 2, надежда – 2, убеждение, разум, прозрачные выборы, честные выборы. Очевидно, что идея честных и справедливых ВЫБОРОВ актуализируется в сознании русских в наименьшей степени.

Проанализировав данные русских информантов, рассмотрим ассоциации англичан на лексику ELECTION. Реакции сгруппированы по шести идентичным тематическим группам (см. Табл. 2).

Таблица 2

Тематические группы реакций, данных на лексику election английскими информантами

Тематическая группа	Общее кол-во реакций
Избирательный процесс	32
Обобщенное представление	28
Отрицательная характеристика	22
Положительная характеристика	10
Названия стран, партий, персоналии	8
Атрибуты	7

Иерархия тематических групп у англичан несколько отличается. На первом месте по количеству реакций стоит группа «Избирательный процесс» (32 ассоциации), далее следует группа «Обобщенное представление» (28 реакций), «Отрицательная характеристика» (22 реакции), «Положительная характеристика» (10 реакций), «Названия стран, партий, персоналии» (8 реакций), «Атрибуты» (7 реакций).

Представим полевую организацию тематических групп, выделенных в сознании англичан.

Ядром семантического поля лексемы ELECTION является группа «Избирательный процесс» – 29,9 %. Ассоциации: TV (ТВ) – 5, PR (Пиар) – 4, campaign (агитировать) – 3, spin doctor (пиарщик) – 3, polls (опросы) – 2, media (медиа) – 2, survey (опрос) – 2, promises (обещания) – 2, advertisement (реклама) – 2, campaigning (агитация), pledges (торжественные обещания), TV shows (ТВ шоу), arguments (споры), lobbyists (лоббисты), playground (игровая площадка). Очевидно, для англичан ВЫБОРЫ связаны, прежде всего, с активным процессом агитации, который в большей мере захватывает медиапространство. Таким образом, ВЫБОРЫ представляются как масштабное телевизионное шоу со всевозможными спорами, опросами, убеждением избирателей в принятии того или иного решения.

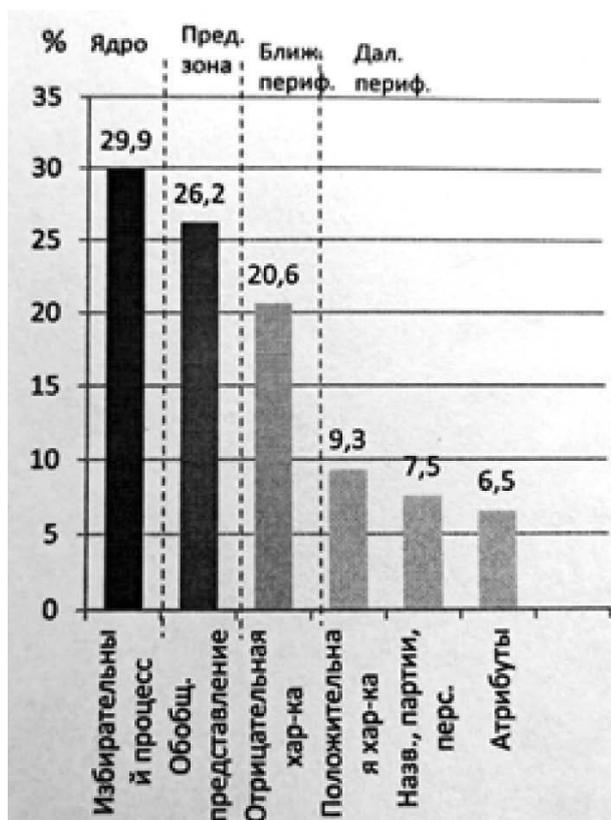


Рис. 2. Семантическое поле лексемы ELECTION английских информантов

Предъядерной зоной является группа «Обобщенное представление» – 26,2 %. Ассоциации: voting (голосование) – 6, democracy (демократия) – 3, policy (политика) – 3, choose (выбирать) – 2, parliament (парламент) – 2, politicians (политики) – 2, choice (выбор) – 2, majority (большинство) – 2, party (партия) – 2, duty (обязанность), opinion (мнение), multitude (масса), accountable (подотчетный). У английских информантов активно прослеживается мысль о том, что ВЫБОРЫ – это мнение и голос большинства, а также прерогатива демократического общества.

В ближнюю периферию входит группа «Отрицатель-

ная характеристика» – 20,6 %. Ассоциации: rigged (смонтированные) – 4, pointless (бесполезный) – 4, falsehood (обман) – 3, corruption (коррупция) – 3, undemocratic (недемократические), unfair (нечестный), panic (паника), hysteria (истерия), biased (необъективный), doubtful (сомнительный), manipulative (манипулирующий), inconclusive (безрезультативный). Часть английских информантов выражает недоверие к процессу ВЫБОРОВ и считает их результаты фальсификацией.

В дальнюю периферию входят три группы. «Положительная характеристика» – 9,3 %. Ассоциации: equality (равенство) – 4, opportunity (возможность) – 2, important (важно) – 2, education (образование), good (хорошо). Как видим, понимание ВЫБОРОВ с положительной стороны в меньшей степени проявляется в наивном сознании информантов.

«Названия стран, партий, персоналии» – 7,5 %. Ассоциации: America (Америка) – 4, England (Англия), Theresa May (Тереза Мэй), Democratic party (Демократическая партия), Labour party (Лейбористская партия).

Наименьшим количеством реакций представлена группа «Атрибуты» – 6,5 %. Реакции: queues (очереди) – 3, booths (кабинка) – 2, boxes (урны) – 2. Английские информанты почти не ассоциируют лексему ВЫБОРЫ с образными реакциями.

Подведем итог проведенному анализу и сравним результаты, полученные у информантов обеих стран. Исследование показало, что определение лексем ВЫБОРЫ/ ELECTION в наивном представлении русских и англичан имеет свои сходства и различия. Ядром семантического поля лексемы ВЫБОРЫ у русских является «Отрицательная характеристика», тогда как у англичан – «Избирательный процесс». Таким образом, русские информанты выражают категоричное негативное отношение к исследуемой лексеме. Для русских ВЫБОРЫ – это бесполезная процедура, основанная на фальсификации. Для англичан ELECTION – это в большей мере агитационная схватка кандидатов.

Предъядерная зона совпадает у русских и английских информантов – это группа «Обобщенное представление». Очевидно, что понимание сути ВЫБОРОВ, приближенное к словарным дефинициям в полной мере актуализируется в сознании информантов обеих стран. Ближнюю периферию у английских информантов представляет группа «Отрицательная характеристика». У русских информантов эта часть семантического поля состоит из двух тематических групп – «Избирательный процесс» и «Атрибуты». Отрицательные реакции англичан во многом сходны с негативными ассоциациями русских информантов – это коррупция, обман и фальсификация. Однако русские часто используют образ для

представления лексемы: ВЫБОРЫ в их сознании активно ассоциируются с избирательным участком.

Дальняя периферия у русских и английских информантов частично совпадает – туда входит «Положительная характеристика», а также «Названия стран, партий и персоналии». Русские ассоциируют лексику ВЫБОРЫ с действующим президентом, Россией, а также Америкой. В представлении англичан ВЫБОРЫ связаны с Англией, рядом местных политических партий и США. ВЫБОРЫ в меньшей мере воспринимаются как что-то позитивное у информантов обеих сторон. Однако у англичан положительное отношение к ВЫБОРАМ выражено в большей мере, чем у русских.

Итак, лексический ярус является наиболее чувствительным к изменениям в языке. При этом процесс трансформации лексического пространства почти непрерывен. Совершенно очевидно: чем интенсивнее изменения в политике, тем интенсивнее изменения лексики на каждом этапе ее развития. Именно в сфере политической лексики наблюдаются существенные изменения, обусловленные общественно-политическими процессами. Политическая лексика является одной из основных областей максимальной концентрации национально-окрашенной лексики, отражающей особенности жизни народа [7]. Наш эксперимент – доказательство этому тезису.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адмони В.Г. Основы теории грамматики. Л.: Наука, 1964. 106 с.
2. Бельчиков Ю.А. Русский литературный язык второй половины XIX века. М.: Высшая школа, 1974. 192 с.
3. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Зарубежная политическая лингвистика. М.: Наука; Флинта, 2008. 352 с.
4. Заварзина Г.А. Семантические изменения общественно-политической лексики в 80–90-е годы XX века (по материалам словарей и газетной публикации): дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1998. 264 с.
5. Крючкова Т.Б. Особенности формирования и развития общественно-политической лексики и фразеологии. М.: Наука, 1989. 173 с.
6. Мурадова Л.А. Семантико-функциональная характеристика общественно-политической лексики современного французского языка: дис. ... канд. филол. наук. М., 1986. 188 с.
7. Протченко И.Ф. К вопросу об изучении ОПЛ // Историко-филологические исследования: Сборник статей. М.: Наука, 1967. С. 27–51.
8. Стернин И.А., Попова З.Д. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток-Запад, 2007. 314 с.
9. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. Екатеринбург: Уральский гуманитарный институт, 2003. 194 с.

© Ерофеева Тамара Ивановна (genling.psu@gmail.com), Миненко Евгения Владимировна.

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Пермский государственный национальный исследовательский университет