DOI 10.26105/SSPU.2023.86.5.021

УДК 316.346.32-053.6

ББК 60.543.172

C.C. ЗАХАРЧЕНКО ЭТНОФОЛИЗМЫ В КОНТЕКСТЕ
АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА
(ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ
МОЛОДЕЖИ)

S.S. ZAKHARCHENKO ETHNOPHAILISMS IN THE CONTEXT
OF ASSOCIATIVE EXPERIMENT
(REPRESENTATION OF STUDENT YOUTH)

Настоящая статья посвящена семантическому анализу сформированных в сознании студенческой молодежи стереотипных образов конкретных этносов. Цель работы — выделение ключевых групп атрибутов — ядра стереотипных образов и выявление в структуре этих образов этнофолизмов как маркеров языка вражды. Для выявления стереотипных образов в настоящей статье использованы элементы ассоциативного эксперимента, дающего богатый материал для анализа пары «стимул — реакция». В качестве результата исследования автором статьи очерчены стереотипные представления студентов о конкретных этносах, в структуре которых в качестве маркеров языка вражды выявлены этнофолизмы общероссийского распространения, характерные для дискурса бытового. Автор приходит к выводу, что экспрессивные этнонимы все же не входят в активную лексику студенческой молодежи, в случае их появления (фиксации) основываются скорее на общественных стереотипах, чаще всего используются неосознанно, а не с целью оскорбить представителей чуждых этносов. Кроме того, их употребление (количество) не всегда пропорционально отрицательному образу этноса в сознании респондентов.

The paper is devoted to the semantic analysis of the stereotypical images of some certain ethnic groups. The research task is to define some key attributive groups — nuclear of these stereotypical images and to reveal ethnophaulisms in the structure of the images as the markers of the hate speech. The elements of the associative experiment were used as research method. As a result, the author highlights student youth's stereotypical images of certain ethnic groups, in which some ethnophaulisms of all-Russian conveyance as the markers of hate speech typical for everyday discourse are revealed. The author concludes that the expressive ethnonyms are not included in active student youth's vocabulary, the cases of their usage are based upon some social stereotypes, are used unconsciously mostly, not to insult a representative of alien ethnos. Moreover, their usage is not always proportional to a negative image of ethnos in respondents' consciousness.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ассоциативный эксперимент, стереотипный образ, автостереотипный образ, язык вражды, этнос, этнофолизмы, студенческая молодежь

KEY WORDS: associative experiment, stereotypical image, auto stereotypical image, hate speech, ethnos, ethnophaulisms, student youth

ВВЕДЕНИЕ. Прежде чем перейти непосредственно к представлению результатов ассоциативного эксперимента, обратим внимание на категорию, ставшую предметом нашего исследования. Этнофолизмы — номинации с семой «народ», «представитель

народа», эмоционально маркированные адресантом, автором высказывания, уничижительной, отрицательной оценкой (в основе термина греч. «народ, племя» и «дурной, ничтожный»). Этнофолизмы включают в себя негативно коннотированные именованные представители различных этносов в жаргонах-социолектах, проникающие оттуда благодаря своей экспрессивности как средство стилизации в литературный язык, в язык повседневного общения. В отличие от нейтрально коннотируемых этнонимов, семантике этнофолизмов свойственны не только оппозиция «свой — чужой», но и значение чуждости именуемого, при этом негативность коннотации может варьировать от иронично-пренебрежительной до уничижительной, презрительной и бранной [1]. В современном дискурсе этнофолизмы становятся маркером языка вражды, оказываясь в разряде инвективной лексики (так называемые «лексемы агрессии»), свидетельствуют о проявлении деструктивных настроений адресанта, или, по меньшей мере о его отрицательном коммуникативном намерении [4].

В контексте настоящего исследования значимой становится категория «национальный стереотип» [7]. В.А. Ядов определяет стереотип как продукт социальной среды и социального восприятия, имеющий высокую устойчивость [8]. Именно «язык выступает средством распространения стереотипов, в том числе и национальных. Стереотип не существует без вербального выражения, и вербальное выражение не существует без стереотипа [2]. В настоящей статье мы основываемся на определении В.В. Красных, которая рассматривает стереотип как представление фрагмента окружающей действительности, фиксированную ментальную картинку, являющуюся результатом отражения в сознании личности «типичного» фрагмента реального мира, некий инвариант определенного участка картины мира [6; с. 177-178]. В результате исследовательница разграничивает все стереотипы на стереотипы-поведения и стереотипы-представления, которые имеют, в свою очередь две разновидности: стереотипы-ситуации и стереотипы-образы. Последние, на которых мы и сосредоточились в настоящей статье, представлены набором вербальных реакций респондентов на стимул, т.е. представляют собой вербальные единицы, существующие в языковом сознании, реализуемые говорящим в речевом сообщении и представляющие собой упрощенный, устойчивый образ той или иной социальной группы (общности).

ЦЕЛЬ. В задачи нашего исследования входили организация ассоциативного эксперимента среди студентов педагогического университета филологического факультета и интерпретация полученных данных с целью семантического анализа сформированных в сознании студенческой молодежи образов конкретных этносов — выделения ключевых групп атрибутов — ядра стереотипных образов и выявления в структуре этих образов этнофолизмов как маркеров языка вражды.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ. Для выявления стереотипных образов мы использовали элементы ассоциативного эксперимента, дающего богатый материал для анализа пары «стимул — реакция» («Теория слова как средства доступа к единой перцептивной базе человека», разработанная А.А. Залевской (1979/2010); идеи и положения о коммуникативной природе ассоциативного поля, представленные в работах А.А. Залевской, В.А. Пищальниковой (2007); Ю.Н. Караулова) [3; 5].

Предложенная респондентам анкета включала два теста. Первый тест — на свободную интерпретацию псевдотавтологий, например, респонденту предложена фраза «русский есть русский» + инструкция: «если бы Вы услышали, что кто-то сказал это, то что, по-вашему, он имел в виду?». Второй тест направлен на выявление эмоционально-оценочного отношения респондента к конкретным словам-стимулам — этнонимам («зафиксируйте, на ваш взгляд, близкие по значению к представленным этнонимам слова»).

Остановимся на обосновании выбора стимулов, в число которых нами были включены этнонимы «русский», «украинец», «еврей», «кавказец». Выбор первого стимула — «русские»,

очевиден: по официальным данным национальный состав России на 82% состоит из русских (в ХМАО — 68%). Выбор второго стимула можно обосновать статистическими данными (4% украинцев проживают на территории РФ), но, в большей мере мы руководствовались, конечно, существующей социальной ситуацией в связи с проведением специальной военной операцией.

Обобщенный этноним «кавказец» тоже возник не случайно (на Кавказе проживают народы абхазо-адыгейской группы (кабардинцы, адыги, черкесы) и неско-дагестанской группы (чеченцы, ингушы, аварцы, лезгины, осетины), сами народы идентифицируют себя как «кавказцы»). ХМАО — Югра — регион вот уже несколько лет сохраняющий свой статус мигрантоемкого региона. Четвертый стимул — этноним «еврей» представляет особый исследовательский интерес в связи с существующими в обществе предрассудками, которые «заложены» в языковую картину мира.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ. В эксперименте приняли участие 81 респондент — студенты филологического факультета 1–4 курсов Сургутского государственного педагогического университета, возрастная группа от 17 до 29 лет: 43% студентов — 19 лет; восемнадцатилетних — 27%; 15% студенты в возрасте 21 года, остальные (17, 20, 22–24, 29) — менее 2 процентов от общей численности. 12 респондентов — лица мужского пола (15%), остальные — женского. Выборка случайная, на наш взгляд, валидная, позволяет выявить основные (общие) тенденции. Кроме того, исследование носит локальный характер. По результатам проведенного ассоциативного эксперимента получены 628 реакций на предъявляемые в рамках обоих тестов стимулы, из них 556 реакций — условно отнесённые нами в разряд «вербально (словесно) выраженные» (представляют собой слово, словосочетание, фразу) и реакции — «умолчания» (респондент либо ставит прочерк, таких реакций — 48), либо оставляет стимул неотвеченным (24), на наш взгляд, такие реакции тоже являются информативными.

В ходе первого этапа работы по анализу экспериментальных данных мы осуществили их количественный (частотный) анализ (табл. 1).

Таблица 1. Количественный и частотный анализ реакций на предложенные стимулы

Этноним — «стимул»	Реакция	Количество повторений
русский	славянин	14
	русский;	7
	«———»;	6
	национальность; язык; медведь; Россия; человек	5
	стереотип	4
	Россиянин	3
	Борщ; гражданин России; душа; культура; матрешка; менталитет; оскорбление; прямолинейность; патриот; православный; РУСНЯ; свой; сильный духом; честность;	2
	Авось; армия; белый; белообрый; безразличный; белый мужик; береза; бессмертный; высокий; гостеприимство; готов к суровому климату; гражданин; деревня; добродушный; доброта; душевный; задумчивый; идет до конца; картошка; легкий на подъем; конкретная разница в менталитете; культурный; маты; мировоззрение; молодец; могучий; напролом; народ; народность; насрать; национализм; националист; национальность; наш; не сдаётся; носитель; похвала; патриотизм; пельмени; Путин; риск; Родина; российский; россияне; родился в РФ; русич; русский; русскоязычный; с русской душой, светлый, сильный; смелый; старославянский; солдат; тавтология; татарин; хмельной; суровый; упрямый; упрямство; характер; хладнокровный; пока гром не грянет мужик не перекрестится; храбрость; холод; целеустремленный; широта; щедрый; юмор	1

украинец	«—»;	19
	борщ	14
	хохол	11
	славяне;	8
	украинец	7
	Человек (люди)	6
	Национальность; Сало;	5
	Война; укр	3
	гостеприимный; оскорбление; стереотип; борщевик; деревенщина; доброта (добрый); свинья; Украина; укроп;	2
	Биться за права; бедные; белорус; близкие; блондин; борщ; брат; вареники с вишней; взгляд; враг; вкусная еда; гадкий; говорливый; голубь; гражданин Украины; Гуцул; житель; житель Украины; запорожец; гостеприимство; дружелюбный; ест сало; ест сало и борщ; жалко их; житель; злость; казак; красивый; кринж; коренные жители Украины; красивоговорящий; наглый; любитель салца с луком; манты; национализм; недорусский; похвала; они крутые; оскорбление; поле; подлый; плохой; презрение; политическая нестабильность; разговорчивый; подлый; похвала; свобода; странный; сине-желтый; скупой; лук; национализм; украинец; украинский; украсть; хитрый; этническая общность; чужой; шо	1
кавказец	Горы (горные вершины; горная местность)	10
	«—»;	9
	Кавказец (население Кавказа, проживающий на Кавказе);	8
	сила (сильный); нерусь; национальность; человек;	5
	Агрессивный человек (агрессия); традиции;	4
	Борода (бородач); Кавказ; мусульманин; приора; черный	3
	Горячая кровь; гостеприимность; дерзкий; наглость (наглый); нация; оскорбление; стереотип; строгий; темперамент (темпераментный); горный житель (житель горной местности); ислам; с гор спустился; родился на Кавказе (уроженец Кавказа); шашлык;	2
	05 регион; анекдот; армяне; аул; боец; буйность; борзый; вспыльчивость; вацок; всадник на коне; грузин; житель; вспыльчивый; Владикавказ; дагестанец; волевой; иностранец; кавказский; мясо; мужество; нарцисс; национализм; нацизм; недоброжелательность; плов; отзывчивость; представитель южных республик; похвала; подозрительный; свобода; слпленные; своеобразный; слон он и в Африке слон; страх; устроил драку; человек; уважающий; уважающий родителей; узурпаторы; честь; чеченец; хам; чурка; чужой; этническая общность; шаурма; шаурмечную открыли; шаурмечник	1
еврей	Жадность/жадный (Жадина);	30
	«—»;	13
	Деньги;	10
	Хитрый (хитрость);	9
	ЖИД;	7
	Еврей; человек;	6
	иудей	5
	национальность;	4
	Израильтянин; иврит; финансы;	3
	стереотип; экономный; национальность;	2
	Высокомерность; гадостливый; гнида; даргинец; еврей; еврейский; Европа; ермолка; гражданин Израиля; а че ними; Еся; Израиль; культура; зажал 50 рублей; иудаизм; жестокие; жук; костел; мелочный; пожалел милостыню; оскорбление; очки; республика; рубль не вернули; отличается чем-то; скряга; свечи; синагога; с дредами в черной шляпе; скупой; скупость; скупулезный; содержательность; страна; тупой; точен в деньгах; я тоже еврей и что?; юмор; этническая общность; уроженец Израиля; неверующий; непостоянный; кочевник; умный; скряга; Фарисей; шабат; экономный	1

Представленные реакции являются отражением стереотипных образов конкретных этносов в языковом сознании студентов. Однако, такой подход не в полной мере отражает суть проблемы. Кроме того, в представленных реакциях мы обращаем внимание и на такие, которые можно признать семантически близкими. В этой связи на следующем этапе работы с эмпирическими данными мы сочли необходимым произвести анализ полученных реакций на семантическом уровне, что позволило нам, выделив обобщающую характеристику — свойство обобщённого атрибута, которое строится на частных реакциях респондентов, определить ядро стереотипов образов исследуемых этносов. В результате систематизации полученного материала мы выделили 7 групп атрибутов (табл. 2)

Таблица 2. Распределение реакций по выделенным группам атрибутов

№	Атрибут	Русский	Кавказец	Еврей	Украинец	ВСЕГО	Процент от общего
1	Нейтральные	93	94	71	66	324	57,5%
	(география, этнонимы, нейтральные номинации, еда,	53	61	37	32	183	33%
	культура;	4	6	5	4	19	3,5%
	внешность;	15	6	—	27	48	8,5%
	религия;	10	10	2	2	24	4%
	символы;	2	5	12	0	19	3%
	деньги)	9	6	1	1	17	3%
—	—	—	14	—	14	2,5%	
2	Характер (отрицательные / положительные)	29	17	58	14	118	21%
		6/23	11/6	50/8	5/9		
3	Вражда (война / мы/они/ национализм/ этнофолизмы)	9	32	12	43	96	17
		7	20	5	24	56	10%
		2	12	7	19	40	7%
4	патриотизм	8				8	1,5%
5	душа	6				6	1%
6	Вызывают сочувствие				2	2	менее 1%
7	интеллект			2		2	менее 1%
	ИТОГО:	145	143	143	125	556	

Следует обратить внимание, что полученные реакции достаточно равномерно распределены на две группы: реакции в основе которых нет оценки/оценочного компонента (нейтральные), таких 57,5%) и 42,5% реакций оценочных.

Именно реакции, отнесенные нами в категорию нейтральных, и составляют ядро образов этнических групп в сознании студентов. Во-первых, преобладание таких реакций (с отсутствием какого бы то ни было оценочного компонента) позволяет говорить об отсутствии деструктивных проявлений, агрессивных вербальных реакций в студенческой среде, на что влияют несколько факторов. Мы имеем дело со студентами педагогического вуза, в котором выстроена система гражданско-патриотического воспитания, направленная на формирование гражданской идентичности, толерантного отношения к представителям различных этнических групп, религий, культур. Образы этнических групп складываются в сознании студентов из оценочно немаркированных, нейтральных ассоциаций — географических названий, символов, культурных феноменов (в этой части при анализе реакций удивило

то, что студенты — филологи не «выдают» в ответах на стимул «русский», например, русских классиков, литературных героев, фольклорные образы, а напротив, ассоциируют представителей той или иной нации с неодушевленными предметами / объектами мира материального, не духовного). В группу атрибутов «символы», например, мы отнесли: приора, матрешка, желто-синий (о флаге). Атрибуты, объединенные в группу «культура» (мы включили в нее и «язык») также не фиксируют культурных феноменов как таковых, свойственных народам Кавказа, украинцам, русским, евреям, фиксируют абстрактные категории: язык, мировоззрение, менталитет, маты (русский); деревенщина; красивоговорящий; шо (украинец).

За самой многочисленной группой нейтральных атрибутов следуют группы реакций, основной смысл употребления которых — оценка.

Атрибуты со значением «характер», учитывая их объем от общего массива — 21% — тоже выступают доминантными (табл. 2). Здесь важно ранжировать реакции на положительные и отрицательные. Неудивительно, что число реакций в отношении этнической группы «русские» составляет пятую часть (20% от совокупности реакций на стимул в масштабе исследования), мы по сути имеем дело с автостереотипным образом. При этом на 70% реакций (23) образ — положительный. Среди отрицательных характеристик респонденты называют: упрямый (упрямство), хладнокровный, авось, насрать. В 2015 году на основе анализа аналогичных эмпирических данных нами был сконструирован автостереотип этнической группы «русские», тогда результаты вызвали определенное беспокойство — фиксировался серьезный крен в сторону реакций с отрицательной семантикой [2]. В семантическое поле «русский характер» респонденты включают такие черты как: сильный духом; храбрый; прямолинейность; не сдастся; целеустремленный, честный, толерантность, не сдастся. Позволим себе предположить, что на сформированный в языковом сознании респондентов образ русского народа оказывает влияние социально-политическая ситуация в стране, мире. Подчеркивают эту идею, значительно меньшая по объему, но принципиально важная группа атрибутов, она выделена нами только при анализе реакций на стимул «русский» — группа «патриотизм» (гражданин России, Родина, патриотизм (патриот)). Количество реакций, включенных в нее, составляет 1,5 процента от всех полученных (556), 5,5% (от 145) — от реакций на стимул «русский». Еще одна выделенная группа — «душа», включающая такие реакции как душа, душевный, с русской душой, добродушный, широта души, приписывается респондентами только русским.

Интерес представляют реакции респондентов группы атрибутов «характер» на стимул «еврей». Представления молодежи о нации основываются на стереотипах и предрассудках. В их сознании прочный отрицательный образ еврейского народа — из 58 реакций этой группы — 50 (86%) — отрицательные. При большом количестве отрицательных реакций этой группы — процент этнофолизмов минимален. Образ народов Кавказа в сознании студенчества более чем на 60% отрицательный. Среди реакций на стимул «украинец» положительных черт национального характера вдвое больше отрицательных. Вместе с тем, полученные реакции противоречат числу реакций на тот же стимул в группе атрибутов «вражда» — третья группа по численности, относимая нами к ядру образов (табл. 3)

Таблица 3. Ядро образов

Еврей	Русский	Кавказец	Украинец
Нейтральные (50%)	Нейтральные (64%)	Нейтральные (66%)	Нейтральные (53%)
Характер (отрицательные) (35%)	Характер (положительные) (16%)	Вражда (включая этнофолизмы) (22%)	Вражда (включая этнофолизмы) (34%)
Вражда (включая этнофолизмы) (8%)	Вражда (включая этнофолизмы) (6%)/ Патриотизм (5,5%)	Характер (отрицательные) (8%)	Характер (положительные) (7%)

Безусловно, группа атрибутов «вражда» вызывает интерес исследовательский вместе с тем вызывает беспокойство исследователя как гражданина.

Понятие языка вражды — комплексный феномен, включающий в себя не только определенные лексические разряды, глаголы с деструктивной семантикой, слова, содержащие в себе экспрессивную негативную оценку личности, но и маркеры дискурса отчуждения и мы-дискурса, слова, объединенные, например, семантическим полем «война». Безусловно, этнофолизмы по определению, входят в группу атрибутов «вражда», эти номинации отражают примитивные представления, не только враждебные мнения, но и всяческие предрассудки о разных народах и нациях. Использование этнофолизмов становится маркером языка вражды, маркером материалов с признаками экстремизма. Этнофолизмы, в этой связи выступают действенным средством разжигания (подогрева) межнациональной розни, вражды, в качестве инвективы — для демонстрации неполноценности нации по каким-либо признакам, выражают унижение. В рамках настоящего исследования мы имеем дело с анализом дискурса бытового, этнофолизмы все же не являются активной лексикой в этом жанре, тем не менее число реакций этой группы атрибутов (этнофолизмы) составляет 7% (от общего массива). В таблице 4 представлено распределение реакций по этносам.

Таблица 4. Распределение этнофолизмов по этническим группам

Русский	Кавказец	Еврей	Украинец
Русня (2)	Нерусь (5) Черный (2) С гор спустился (2) Узурпаторы (1) Шаурмечник (1) Чурка (1)	Жид (7)	Хохол (11) Укр (2) Укроп (1) Борщевик (2) Недорусский (1) Гуцул (1)
2	12	7	19

Преобладающее большинство реакций — этнофолизмов — на стимул «украинец».

Так, например, «хохол» (11 повторений) — устаревшее бранное прозвище украинцев, мотивированное названием прически, в связи с развернувшимся русско-украинским конфликтом, используемое именно в качестве этнофолизма, оскорбления. При этом слово не имеет ярко выраженного оскорбительного оттенка, номинация связана с некогда распространенным среди запорожских казаков обычаем выбривать голову, оставляя нетронутой прядь волос, является в структуре бытового дискурса (с которым мы имеем дело в настоящем исследовании) — этнонимом. Номинация «укр» — либо сокращенное от «украинец», либо «укроп». В первом случае «укр» квалифицируется как автоэтноним, не несет собой оскорбительной характеристики, во втором же, сегодняшнем контексте — пренебрежительное обращение к украинцам, поддерживающим новую власть и ориентации на Запад. По мнению некоторых филологов дисфемизм «укроп»/ «укр» указывает оппоненту на буквальное превращение его в пищу. «Борщевик» — этнофолизм, мотивированный в пределах родного языка культурным признаком (названием пищи). Почему реакция оказывается в рассматриваемой группе атрибутов? В отличие от нейтральной «борщ» (14 повторений), «борщевик» является семантической деривацией на основе метафорического / метонимического переноса — этнофолизмом, отражающим примитивные представления о нации. Этнофолизм «недорусский», образован посредством использования этнонима, называющего представителя другой национальности: в основе оппозиции — идея «полноценности» русского против «неполноценности» украинца. В целом, этнофолизм может быть приписан представителю любой другой нации. В молодежном дискурсе прилагательное «недорусский» означает безграмотных носителей родного языка (есть немало недорусских словарей в сети,

например, фиксирующих распространенные ошибки в письменной/ устной речи носителей русского языка). «Недорусский» в структуре молодежного бытового дискурса из разряда бранной оскорбительной лексики тоже может перейти в разряд сленга. Таким образом, ряд этнофолизмов, в частности «хохол» / «недорусский», оказавшиеся в группе атрибутов «вражда», могут быть перенесены в группу нейтральных номинаций / этнонимов. В качестве основания принимаем во внимание и факт наличия среди реакций на стимул «украинец» положительных черт национального характера (их вдвое больше отрицательных) — образ типичного представителя украинского народа либо не маркирован компонентом «оценка» вовсе, либо маркирован положительно. В этой связи обращает на себя внимание и выделенная нами группа атрибутов со значением «сочувствие» (2 реакции на стимул «украинец»), никакой другой стимул не вызвал реакции этой группы.

Второй по численности реакций — этнофолизмов является группа стимула «кавказец». Применительно к этой этнической группе фиксируется прямая зависимость представлений о характере типичного представителя Кавказа (образ народов Кавказа в сознании студенчества более чем на 60% отрицательный) и наличия самого разнообразного (в структуре настоящего исследования) спектра этнофолизмов как по части мотивированности (мотивированные названием пищи (шаурмечник); расовым признаком (черный); так и по способу словообразования (этнофолизмы — «выражения» без компонента / семы «народ» в своей структуре (например, «с гор спустился»); этнофолизмы, мотивированные другими этнонимами «нерусь»). В основе последней — оппозиция «свой — чужой», по сути, фундамент языка вражды. В отличие от описываемой выше реакции «недорусский», «нерусь»-собирательное экспрессивное этнонимическое понятие, передающее усредненно-отрицательную оценку лиц, не относимых к числу русских. Экспрессивный этноним «узурпатор», с позиции психолингвистов, —okkaзициональный этнофолизм, (мотивированный определенным событием в новейшей мировой истории). Оказывается номинация в настоящей группе атрибутов по причине в структуре ее значения антиобщественных, социально-осуждаемых действия по незаконному захвату власти / территории. Семь полученных реакций «жид» на стимул «еврей», на наш взгляд, не что иное, как проявление в сознании молодежи стереотипов в отношении нации. Являясь этнофолизмом общероссийского распространения, в сознании молодежи номинация «жид» существует скорее как этноним — синоним к номинации «еврей». Набор реакций на стимул минимальный, что позволяет нам заключить, что представления об этносе — самые примитивные, зачастую отсутствуют вовсе.

ВЫВОДЫ. Ядро образов этнических групп в сознании студентов составляют реакции, отнесенные нами в категорию нейтральных. Преобладание таких реакций (с отсутствием какого бы то ни было оценочного компонента) позволяет говорить об отсутствии деструктивных проявлений, агрессивных вербальных реакций в студенческой среде. Образы этнических групп складываются в сознании студентов из оценочно немаркированных, нейтральных ассоциаций — географических названий, символов, культурных феноменов.

Самым «благополучным» (по составу ядра образов, табл. 3) в представлениях студенческой молодежи является образ «русский», обозначенный нами как образ автостереотипный. Ядро образа «русский» составляют реакции группы «нейтральные» — 64%; положительно маркированные реакции группы «характер» (16%) и объединенные в группу атрибутов «патриотизм» 5,5% реакций на стимул. «Благополучным» видится образ и по причине наименьшей доли от общей совокупности полученных на стимул реакций (6%), отнесенных нами в группу «вражда» (включая этнофолизмы как маркеры языка вражды). Самым «проблемным» оказывается в этой части стереотипный образ «украинец» (процент реакций на стимул группы «вражда» от общего числа составляет 34%), что свидетельствует о проявлении деструктивных настроений адресанта, или, по меньшей мере о его отрицательном коммуникативном намерении [4]. Вместе с тем в структуре ядра образов две других состав-

ляющих — нейтральные реакции (53%) и положительно маркированные реакции группы «характер» (7%). Ядро образа «кавказец» составляют реакции нейтральные (их объем — 66% от всех полученных), реакции группы «вражда» (22%) и 8% отрицательно маркированных реакций группы «характер». В отношении евреев в языковом сознании студенческой молодежи сформирован образ на 35% состоящий из отрицательно маркированных реакций группы «характер» и 8% реакций группы «вражда», включая этнофолизмы.

Выявленные 7% реакций — этнофолизмов (табл. 2) в общем массиве данных позволяют заключить, что экспрессивные этнонимы все же не входят в активную лексику студенческой молодежи, в случае их появления (фиксации) основываются скорее на общественных стереотипах, чаще всего используются неосознанно, а не с целью унижить / оскорбить представителей чуждых этносов. Распределение этих реакций в структуре ядра образов позволяет сформулировать вывод о том, что их употребление (количество) не всегда пропорционально отрицательному образу этноса в сознании респондента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грищенко А.И. Источники возникновения экспрессивных этнонимов (этнофолизмов) в современном русском и английском языках: этимологический, мотивационный и деривационный аспекты // Активные процессы в современной лексике и фразеологии: Материалы международной конференции 2007 г. памяти Л.В. Николенко и Ю.П. Солодуба (МПГУ) / гл.ред. Н.А. Николина. М., Ярославль: Ремдер, 2007. С. 40–52
2. Дрига С.С. Выявление стереотипных образов «русский», «мигрант» (опыт лексико-семантического эксперимента) // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2015. № 4(37). С. 122–132
3. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избранные труды. М.: Гнозис, 2005. 543 с.
4. Захарченко С.С. Этнофолизмы в спорных текстах. Попытка типологизации // Филологический вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2022. № 4 (12). С. 33–44
5. Караулов Ю.Н. Типы коммуникативного поведения носителя языка в ситуации лингвистического эксперимента // Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. статей / отв. ред. Н.В. Уфимцева. М.: ИЯ РАН, 1996. С. 67–96
6. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. М.: «Гнозис», 2002. 284 с.
7. Липпман У. Общественное мнение / под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко; пер. с англ. Т.В. Барчунова. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
8. Ядов В.А. Стереотип социальный // Философский энциклопедический словарь; гл. ред. Л.Ф. Ильичев. М.: Сов. Энциклопедия, 1989. 840 с.

REFERENCES

1. Grischenko A.I. *Istochniki vozniknoveniya ekspressivnyh etnonimov (etnofolizmov) v sovremennom russkom i anglijskom yazykah: etimologicheskij, motivacionnyj i derivacionnyj aspekty* [Sources of expressive ethnonyms (ethnophaulisms) in contemporary Russian and English] // *Aktivnye processy v sovremennoj leksike i frazeologii: Materialy mezhdunarodnoj konferencii 2007 g. pamyati L.V. Nikolenko i YU.P. Soloduba (MPGU) / gl.red. N.A. Nikolina. M., YAroslavl': Remder, 2007. S.40–52. (In Russian).*
2. Driga S.S. *Vyyavlenie stereotipnyh obrazov «russkij», «migrant» (opyt leksiko-semanticheskogo eksperimenta)* [Definition of the stereotypical images «Russian», «Migrant» (lexico-semantic experiment's experience)] // *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2015. № 4(37). S. 122–132 (In Russian).*
3. Zalevskaya A.A. *Psiholingvisticheskie issledovaniya. Slovo. Tekst: izbrannye Trudy* [Psycholinguistic researches. Word. Text: selected works]. M.: Gnozis, 2005. 543 (In Russian).

4. Zaharchenko S.S. *Etnofolizmy v spornyhtekstah. Popytka tipologizacii* [Ethnophaulisms in controversial texts. Attempts of typologisation] // *Filologicheskij vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. № 4 (12), 2022. S.33-44 (In Russian).
5. Karaulov YU.N. *Tipy kommunikativnogo povedeniya nositelya yazyka v situacii lingvisticheskogo eksperimenta* [Types of communicative behaviour of a native speaker in a situation of linguistic experiment] // *Etnokul'turnaya specifika yazykovogo soznaniya: sb. statej / otv. red. N.V. Ufimceva*. M.: IYARAN, 1996. S. 67-96(In Russian).
6. Krasnyh V.V. *Etnopsiholingvistika i lingvokul'turologiya: Kurs lekcij* [Ethnopsycholinguistics and lingvoculturology: lectures' course. — M.: «Gnozis», 2002. — 284 s. (In Russian).
7. Lippman U. *Obshchestvennoe mnenie* [Public opinion] / pod red. K.A. Levinson, K.V. Petrenko; per. s angl. T.V. Barchunova. M.: Institut Fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2004. 384 s. (In Russian).
8. YAdov V.A. *Stereotip social'nyj* [Stereotype social] // *Filosofskij enciklopedicheskij slovar'*; gl.red. L.F.Ilichev. M.: Sov. Enciklopediya, 1989. 840 s. (In Russian).