

II. КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ СЕМАНТИКИ

УДК 81'37:81'23

В.Я. Шабес, Е.В. Троценкова, Т.М. Потапова, Л. Иварссон, У. Дамбер, Г. Бостедт

КОГНИТИВНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМ РОССИЙСКИХ И ШВЕДСКИХ ЦЕННОСТЕЙ

Совместное исследование, проведенное междисциплинарной группой российских и шведских лингвистов, социологов и педагогов-психологов на грант Шведского института помимо решения прагматических задач, связанных с выявлением относительной качественно-количественной специфики национальных ценностных когнитивных репрезентаций, имело, прежде всего, методологические цели. Они состояли в проверке эффективности разработанных экспериментальных когнитивно-лингвистических приемов (и, соответственно, лежащих в их основе теоретических представлений), направленных на получение фактических данных, позволяющих реконструировать и сопоставить соответствующие области когнитивных репрезентаций.

Ключевые слова: когнитивный, репрезентация, ценность, градуальный эталон, сопоставление, русский, шведский.

1. Введение

Методология данного исследования¹ основывается на следующих теоретических представлениях. Поскольку как язык, так и знание (и прежде всего фоновое знание) представляют собой явления, существующие в распределенной динамической форме между членами определенного социума, когнитивно-ориентированный психолингвистический эксперимент с репрезентативной группой информантов может рассматриваться в качестве реальной основы для реконструкции социальной когнитивной репрезентации.

Значение языковой единицы рассматривается как вербализованный компонент знания, т.е. **концепт**, который получил индивидуальную вербальную форму выражения и – отсюда – способность к экстериоризации (внешней конвенциональной **коммуникативной** репрезентации), относительно свободной комбинаторной мобильности в речевой деятельности и т.п. Значения рассматриваются как особые концепты, которые служат для речевого конструирования иных возможных когнитивных единиц, не имеющих собственного регулярно воспроизводимого стандартного вербального выражения.

Что же касается собственно **концепта**, то это – также знание, но рассматриваемое с позиций его постоянной включенности в скрытую цельную распределенную динамическую **когнитивную** систему и выполняющее в ней индивидуальную внутрисистемную когнитивную функцию.

Структура знаний формируется в онтогенезе с непосредственным участием языковых означающих. Однако сумма значений языка не равна объему знаний: помимо значений (вербализованных концептов) когнитивная система накапливает и обобщает/систематизирует огромные объемы как накопленного эпизодического перцептивного опыта, так и формируемых на его основе обобщенных структур типа событий, мотивационных и причинно-следственных связей между естественными событиями, событиями-поступками людей, и их оценку с позиций ценностей, норм и т.д. Поэтому системная организация знания не сводима к семантической парадигматике языка, особенно в ее структуралистской атомистической интерпретации. При этом, однако, следует особо подчеркнуть, что, по нашему мнению, лингвистика при этом является лидером среди когнитивно-ориентированных областей знания с точки зрения накопленного опыта работы со скрытыми ментальными единицами и системами таких единиц.

Методология большинства современных исследований в области когнитивной лингвистики предполагает использование в качестве эмпири-

¹ Грант Шведского Института 00724/2009 «Values in mono- and polycultural understanding» (В.Я. Шабес, Е.В. Троценкова, Т.М. Потапова, G. Bostedt, L. Ivarsson, U. Damber).

ческого материала либо готовых текстов, либо словарей различного типа. Целями таких исследований могут быть как возможные механизмы осмысления и понимания текстов с учетом индивидуального экстралингвистического знания исследователя, так и фрагментов системы концептов, представляющих собой определенную область когнитивной системы человека.

Однако обладателем такой целостной когнитивной системы не может являться ни текст, ни какой-либо единичный представитель социума. Единственным «владельцем» такого знания оказывается социум в целом. При этом социум обладает способностью накапливать и частично передавать свое знание от поколения к поколению, используя, в том числе язык, который также распределен и принадлежит одновременно всем его членам.

Если носителем такого распределенного общего скрытого знания является разумный и говорящий социум, то, теоретически, возможно получение экспериментальных данных о содержании и структуре скрытых социальных когнитивных репрезентаций в специальной вербальной форме непосредственно от носителей этого знания в виде различных наборов и упорядочений значений-концептов.

Технология получения указанных данных в когнитивно-лингвистическом эксперименте (отбор выборочной совокупности информантов, стимулы, инструкции, способы фиксации и обработки реакций и т.п.) разрабатывается исходя из общих теоретических представлений об организации когнитивной ментальной репрезентации.

Мы разделяем целостную динамическую теорию репрезентации знания, отрицающую модульность (например, блоки перцептивной, кратковременной, долговременной, эпизодической и семантической репрезентаций/памяти). Основываясь на количественно-качественной интерпретации категории «сходство-различие», мы полагаем, что ментальная когнитивная репрезентация должна быть представлена не в дискретно-признаковой, но в континуально-дискретной параметрической форме, допускающей, в том числе, фиксацию динамического континуального *изменения* через количественно-качественное *сходство-различие* [Шабес 2008: 30-43].

К числу важнейших линейных количественно-качественных параметров мы относим параметр «конкретность-абстрактность», фиксирующий *степень* обобщенности концепта от конкретного схемно-иконического до максимально

обобщенного (типа «нечто») через любое число промежуточных шкалирующих уровней: как известно, в различных культурно-языковых социумах содержательный объем и, соответственно, степень абстрактности сходных обобщенных концептов могут не совпадать.

Имеется также большое число иных частных количественно-качественных классифицирующих оценочных физических параметров типа «размер» (микроскопический – маленький – нормальный – большой – чудовищных размеров), «вес», «скорость», «расстояние в пространстве» (...времени), «форма», «цвет», «пропорции» и т.п. Кроме того, могут быть выделены частные социальные континуальные параметры типа «честность-лживость», «воспитанность-хамство», «ум-глупость», «щедрость-жадность», «образованность-невежество» и т.п. К числу социальных параметров мы относим и обобщающий параметр оценки положительной-отрицательной **важности** ценностных концептов.

Параллельная работа с российскими и шведскими информантами в общем виде предполагала решение следующих задач.

1. Экспериментальный отбор ценностных номинаций, т.е. получение неорганизованного набора вербальных дескрипторов данной области когнитивного пространства для обоих социумов, а также статистическая обработка и содержательный анализ полученных данных смешанной российско-шведской группой экспертов с целью выявления:

а) Конкретных ценностных концептов, совпадающих по содержанию и объему в обоих социумах (например, ЧЕСТНОСТЬ).

б) Обобщенных и совпадающих концептов (сведение гипонимов к гиперонимам путем кластеризации гипонимов параллельно для обоих социумов).

в) Обобщенных и не совпадающих концептов в двух социумах (например, ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ, TRYGGHET и т.п.).

2. Экспериментальная обработка специфических обобщенных концептов, несовпадающих в двух социумах, с целью определения их объема и содержания. Результатом такого эксперимента может стать дополнительный список конкретных ценностных концептов. Номинации таких концептов могут быть использованы в качестве стимулов: информантам можно дать инструкцию перечислить в форме ключевых слов гипонимы («конкретные характеристики») к каждому из таких абстрактных концептов. После статистиче-

ской обработки полученных данных может быть получен дополнительный список конкретных ценностных концептов, который возможно объединить со списком таких же концептов, полученных на первом этапе. На этой основе могут быть созданы два аналогичных (русский и шведский) списка конкретных ценностных номинаций. Данные параллельные неупорядоченные списки должны описывать одну и ту же область когнитивной системы русских и шведов, но могут не отображать этнические варианты ее внутренней организации.

3. Для получения данных по континуально-дискретной организации когнитивных репрезентаций в их национально-культурном аспекте по одному из параметров указанные списки могут быть использованы в качестве стимулов при проведении следующего этапа исследования (*градуирования*). Информантам можно дать задание индивидуально *ранжировать* положительные ценностные номинации от максимально важной до минимально важной для каждого из них лично. Статистическая обработка суммы полученных данных позволит *шкалировать* континуальный социальный параметр «важность ценности». Мы предположили, что сопоставление русской и шведской шкал, а также статистических распределений отдельных ценностных номинаций, даст возможность структурировать данную область когнитивной системы и оценить сходство-различие межнациональных, внутринациональных межгендерных, а также внутригендерных межнациональных когнитивных ценностных репрезентаций по параметру «важность».

2. К определению понятия «ценность»

Существует множество определений и классификаций «ценностей» с различных точек зрения, в том числе философской (аксиологической), психологической, социологической и иных [Философия: Энциклопедический словарь 2004; Леонтьев 1996, 1998; Rokeach 1979]. Мы рассматриваем ценности как часть знаний, распространенных среди членов некоего сообщества, которые устанавливают отношения и оценки членов данного социума к некоторым событиям, таким как природные явления, действия (поступки) людей, внутренние изменения человека, интеллекта и т.д. Совместно с целями и нормами ценности играют важную роль в планировании и регулировании поведения человека, понимании и интерпретации явлений окружающей действительности или их описаний в текстах. Как правило, ценности фор-

мируются и определяются с участием естественного языка.

Под «ценностью» мы понимаем социальный оценочный концепт, включенный в систему аналогичных сущностей в соответствующей социальной (распределенной) системной ментальной репрезентации.

3. Методология

Данное компаративное исследование проводилось в виде нескольких последовательных этапов, которые будут описаны далее в хронологическом порядке.

На первой стадии исследования нами были отобраны ценностные номинации для дальнейшего анализа и сравнения. 100 респондентов мужчин и 100 респондентов женщин с российской и шведской стороны (все студенты) участвовали в опросе, где наряду с ответом на основное задание «Напишите все ценности, которые вы считаете важными», с вариантами «для себя», «для общества» и «для себя и для общества», респондентам предлагалось указать место рождения и проживания (мегаполис, город, деревня), образовательный уровень родителей, собственную религиозную принадлежность, пол и возраст. У респондентов не было ограничений на количество записанных (упомянутых) ценностных номинаций.

Мы предположили, что гендерные, географические, социально-экономические, образовательные и другие различия могут оказывать влияние на формирование ценностных систем респондентов. Выбранный нами возрастной интервал (19-30 лет), по нашему мнению, является своеобразным «золотым сечением» в процессе эволюции ценностной системы во временном интервале человеческой жизни: к этому возрасту осознаваемая современная система ценностей уже сформирована, но еще не архаизирована.

Поскольку к числу главных задач данного совместного исследования относится апробация последовательного когнитивно-лингвистического экспериментального подхода на материале ценностных когнитивных систем, группа респондентов невелика. Поэтому мы сможем делать выводы только относительно групп респондентов, участвующих в экспериментах, без каких-либо глобальных обобщений относительно обоих социумов в целом.

В результате опросов мы получили 156 различных ценностных номинаций для русских и 77 для шведских респондентов. Семантический анализ полученных данных показал, что ценности,

упомянутые нашими респондентами на этом первом этапе исследования, явно обладают различной степенью обобщения (генерализации). В ходе параллельного (русского и шведского) анализа и статистической обработки данных (смешанной группой экспертов в количестве 6 человек) ценностные концепты, тесно связанные между собой, такие, например, как: СЕМЬЯ, БРАТЬЯ, РОДИТЕЛИ, РОДСТВЕННИКИ и т.д. объединялись в гипонимические кластеры, с обобщающей номинацией-гиперонимом типа СЕМЬЯ. Таким образом, мы установили, что ценностные концепты образуют иерархическую структуру, состоящую из нескольких уровней разной степени генерализации-партикуляризации.

Одновременно, параллельный анализ ценностных концептов смешанной группой экспертов, позволил установить факты, свидетельствующие о том, что определенное число обобщающих (сложных, комплексных) ценностей, упомянутых как русскими, так и шведскими респондентами, которые при поверхностном рассмотрении представлялись эквивалентными, оказались одновременно как сходными, так и различающимися по объему и содержанию. Например, номинации, обозначающие такие ценности, как *демократия, толерантность, патриотизм* и т.п., являясь интернационализмами и создают иллюзию того, что их значения-концепты в обоих социумах совпадают. Однако в ходе обсуждения (на английском языке) результатов первого этапа исследования эксперты-носители русского и шведского языков пришли к очевидному для всех консенсусу: понимание ценностных концептов, выраженных данными интернационализмами, отличается в русском и шведском социумах и может стать причиной потенциального конфликта в ходе межкультурной коммуникации. Помимо этого мы установили, что и такие словарные эквиваленты, как *trygghet* (шв.) = *safety* (англ.) = *безопасность* (рус.) на самом деле также различаются как по содержанию, так и по степени обобщения (объему).

Обнаруженные факты привели нас к необходимости проведения второго этапа исследования. На этой стадии русским и шведским респондентам были выданы списки заранее отобранных экспертами сложных ценностей – 11 (рус.) и 10 (шв.) соответственно. Респондентам было предложено перечислить все понятия, которые, по их мнению, входят в состав каждого из предъявленных стимулов-концептов (для лингвистов приводился пример: как «береза», «дуб», «сосна» и т.д. входят в состав понятия «дерево»). Целью данного зада-

ния было получение данных об объеме и содержании суперординатных (гиперонимических) ценностных концептов в двух социумах и парадигматических отношениях в соответствующих иерархиях ценностей. Анализ полученных данных показал, что системы ценностных концептов имеют значительно более сложную организацию, чем мы предполагали ранее.

Третий этап нашего исследования связан с анализом социальной когнитивной организации набора «простых» (максимально конкретных) ценностей-гипонимов, общих (эквивалентных) в обоих социумах. Номинации таких ценностей были отобраны нами в результате совместного анализа данных, полученных на обоих предыдущих этапах. Целью третьего этапа исследования является выявление относительной важности каждой из отобранных положительных ценностных номинаций в когнитивных системах обоих социумов и сопоставление как позиций (значимостей) отдельных ценностей, так и организации обеих систем в целом. Российские и шведские респонденты получили задание проранжировать 31 ценностную номинацию, исходя из личной интуитивной оценки, от наиболее важной (по мнению каждого из них) до наименее важной; ценностные номинации были записаны на отдельных карточках; каждому из респондентов было предложено упорядочить их в соответствии с предложенным параметром. В эксперименте приняли участие 50 и 38 шведских женщин и мужчин соответственно, а также 57 русских женщин и 46 мужчин. Обработка полученных результатов проводилась с использованием методики градуального эталона [Шабес 1989: 21-32]. Для последующего статистического анализа нами была рассчитана позиция (среднее место) для каждой ценностной номинации и для каждой группы респондентов, т.е. осуществлено социальное шкалирование. Это позволило нам определить относительную позицию каждой ценностной номинации в пределах оценочного интервала, определяя, таким образом, количественную значимость каждой номинации в рамках социальной системы. Подобная процедура позволяет перевести индивидуальные субъективные результаты ранжирования в социокультурное обективизированное представление о значимости каждой ценности в рамках системы для обеих культурных групп.

Помимо этого полученные данные позволили нам также установить степень сходства/различия и на максимально конкретном уровне – уровне статистических распределений отдельных ценностных номинаций (как между двумя социу-

мами в целом, так и между полами внутри социума, и внутри пола между социумами). Для этих целей мы воспользовались идеями теории нечетких множеств, т.е. теории градуированных концептов. Для расчета индекса сходства-различия (Ks) мы использовали формулу сходства Серенсена [Sørensen 1957: 1-34]:

$$Ks = \frac{2C}{A + B},$$

где, в нашем случае, А – общее число упоминаний данной ценностной номинации русскими респондентами, В – её эквивалента шведскими, С – количество позиционно совпадающих реакций групп А и В в рамках данного оценочного интервала. Индекс равный 0 означает полное отсутствие сходства (максимальное различие), а 1 – максимальное сходство.

Данные, полученные в ходе всех трех этапов нашего исследования, позволили нам провести качественный (контентный) и количественный анализ, учитывая следующие факторы:

1) общее межкультурное сравнение (сравнение русских и шведских ценностей) без учета гендерных отличий;

2) сравнение в рамках одной национальной или культурной группы с учетом гендерных отличий (сравнение мужских и женских ценностных номинаций в рамках одной культуры);

3) межкультурное сравнение с учетом пола респондентов (сравнение русских и шведских женщин и мужчин);

4) сравнение различных ценностных номинаций (включая те, которые обладают сходными значениями) внутри одной культуры без гендерной дифференциации.

4. Результаты

4.1. Некоторые итоги первого этапа исследования

Статистические данные, полученные в результате проведения первого этапа исследования, дали основания для некоторого числа интересных сравнений между социумами в целом, между полами как внутри одного социума, так и при межкультурном сравнении. Примеры, показывающие данные сходства-различия представлены в таблице 1.

В частности можно привести различия при межкультурном сравнении таких ценностных номинаций как *Демократия*, *Культура* и сходства в таких номинациях как *Материальное благополучие*, *Семья*, *Образование* и *Здоровье*. Наиболее часто упомянутыми номинациями ценностей обоими полами обоих социумов являются *Материальное благополучие*, *Семья*, *Образование* и *Здоровье*. На пятом месте у русских информантов оказалась ценность *Любовь*, в то время как у шведских – *Демократия*.

Таблица 1

Упоминание ценностей в первом эксперименте

	Общее число ответов: Оба пола				Женщины		Мужчины	
	Абсолютное число реакций – упомина- ний ценности респондентами		Процент от абсолютного числа реакций (%)		Процент от числа упоминаний данной ценности респондентами того или иного пола (%)			
Общее количество ответов	1775	1066	100	100	1092	581	683	485
Страна	Россия	Швеция	Россия	Швеция	Россия	Швеция	Россия	Швеция
Номинация ценностей								
Материальное благополучие	123	89	6,9	8,3	5,7	6,2	8,9	11,1
Семья	112	82	6,3	7,7	6,0	6,4	6,7	9,3
Образование	89	81	5,0	7,6	5,7	7,7	3,9	7,4
Любовь	80	27	4,5	2,5	5,0	2,8	3,7	2,3
Дружба	64	65	3,6	6,1	4,3	4,3	2,5	8,2
Культура	54	7	3,0	0,7	2,4	0,5	4,1	0,8
Свобода	49	53	2,8	5,0	1,2	6,4	5,3	3,2
Здоровье	82	104	4,6	9,8	4,9	7,7	4,1	12,2
Демократия	1	68	0,0	6,4	0,0	10,0	0,1	2,1
Работа	33	56	1,9	5,3	1,4	2,8	2,6	8,2
Безопасность	4	57	0,2	5,3	0,2	6,5	0,3	3,9
Забота государства о гражданах	32	49	1,8	4,6	1,0	5,2	3,1	3,9
Окружающая среда	19	50	1,1	4,7	1,3	5,7	0,7	3,5
Другие ответы	1033	278	58,2	26,1	60,9	13,6	53,9	36,3

Также интересно отметить различия в том, как респонденты воспринимают ценности как «важные для общества» и/или «важные для меня лично». С одной стороны, наши данные показывают, что ни одна из ценностей не была определена респондентами как только общественно важная или как важная лишь лично для респондента. Как можно увидеть в таблице 2, представленной ниже, шведские и русские респонденты определяют ценность *Уважение* как одинаково важную как для общества, так и для отдельного человека. С другой стороны, выделяются ценности, которые определенно понимаются респондентами как более важные для отдельного человека – *Семья*, или для общества – *Социальная безопасность*. Последняя ценность интересна для анализа, поскольку русские респонденты явно воспринимают её как более важную для общества, в отличие от шведских респондентов. Можно привести некоторые «дополнительные» высказывания русских респондентов типа: «было бы неплохо, если бы она была, но поскольку в моей стране ее нет, то я ее и не жду». Тем не менее, данные русских респондентов показывают, что оценки ценности *Законопослушность* как «важной для общества» в три раза превышают оценки как «важной для меня лично», что можно интерпретировать весьма парадоксальным способом – русские респонденты предпочитают законопослушное общество, но не считают, что построение его касается лично их.

Обратим внимание на то, что проценты в данной таблице были вычислены относительно общей суммы (n) упоминаний только этих трех номинаций.

Таблица 2

**Процентное соотношение ценностей:
«важные для общества»
и «важные для меня лично»**

Общее число реакций: Россия – n=256, Швеция – n=232				
Ценности	Россия		Швеция	
	Для меня	Для об- щества	Для меня	Для об- щества
<i>Семья</i>	41,0	20,3	32,8	8,6
<i>Уважение</i>	13,3	12,5	10,3	11,2
<i>Забота о гражданах, социальная защи- щенность</i>	4,3	8,6	16,4	20,1

4.2. Некоторые результаты второго этапа исследования

На этом этапе мы сосредоточили свое внимание на экспериментальном исследовании объема и содержания некоторых обобщенных (комплексных) ценностей, которые были использованы в качестве стимулов на порождение концептов-гипонимов. Здесь будут рассмотрены пять из них: *Гармония*, *Свобода*, *Демократия*, *Толерантность* и *Патриотизм*. Семантический анализ полученных реакций позволил установить, что внутренняя структура каждого из концептов-стимулов представляет собой иерархию, которая может включать несколько уровней обобщения от максимально конкретных до общего концепта-стимула. Например, ценность *Выборы* может рассматриваться как гипоним ценности *Избирательное право*, которая входит в ценность *Свобода политического выбора*, в свою очередь, входящая в более абстрактную *Свободу*, которая, наконец, входит в ценность *Демократия*. Для установления внутренней организации и удельного статистического веса компонентных ценностей, входящих в комплексные ценности, смешанная группа экспертов осуществила кластерный анализ (внутренние группировки конкретных ценностных номинаций с выявлением концептов-узлов иерархии), который позволил определить сходства-отличия в организации комплексных ценностей в обоих социумах.

Здесь нам придется сделать некоторые пояснения. Поскольку кластерный анализ проводился интернациональной группой экспертов, в качестве которых выступали русские и шведские исследователи (участники проекта в количестве всего шести человек), мы осознаем, что принятые решения как относительно того, какие реакции включаются в один кластер, так и насколько внутренне детальными могут быть эти кластеры, имеют относительно субъективный характер. Однако, теоретически, статистически достоверная объективизация результатов может быть достигнута за счет увеличения количества экспертов.

Оказалось, что для комплексной ценности *Гармония* существует большое количество входящих в нее кластеров, которые сходны при кросс-культурном анализе, основными из которых являются: 1) *Спокойствие, Уравновешенность, Безмятежность*; 2) *Равновесие, Баланс, Равновесие в жизни*; 3) *Благосостояние*; 4) *Удовлетворение*; 5) *Свобода, Независимость*; 6) *Мир*,

Жизнь без конфликтов; 7) *Счастье*. Кроме того, следует отметить, что при анализе кластеров, схожих в обеих культурах, мы можем выделить те, которые имеют одинаковый «вес» относительно общего числа реакций (как, например, *Уравновешенность*, *Счастье*) и те, которые имеют различия в количестве реакций в каждой культуре (например, *Равновесие*, *Благосостояние*).

Такая же тенденция отмечается с комплексной ценностью *Толерантность* – доля входящих в нее более конкретных ценностных кластеров может различаться при межкультурном сравнении (см. табл. 3):

Таблица 3

Различие в «весе» кластера в составе комплексной ценности *Толерантность* при сравнении культур

Процент относительно общего числа реакций	% русские	% шведы
<i>Спокойствие</i>	6,5	19
<i>Открытость сознания, Принятие иного</i>	4,7	20,6

Для русских респондентов понимание ценности *Толерантность* тесно связано с ценностью *Терпимость* (19,8 %), поскольку в современном русском языке сосуществуют два слова с одним и тем же значением – заимствованное *Толерантность* (которое использовалось в качестве стимула), и *Терпимость*, которые оказываются синонимами. Именно этим мы объясняем высокую долю данной реакции. Кроме того, важными являются также такие составляющие как *Понимание* (8,3 %), *Вежливость*, *Такт* (5,8 %), *Доброта* (4 %) и иные реакции, которые присутствуют только у русских респондентов. С другой стороны, только у шведских респондентов здесь встречается реакция *Скромность* (7 %).

Если проанализировать комплексные ценности *Демократия* и *Свобода* в межкультурном аспекте, то можно заметить, что идея *Свободы*, выступающей в качестве стимула-гиперонима, в равной степени ассоциируется с идеей *Демократии* у русских и шведских респондентов, причем доля этой ценности достаточно невелика. В то же время, если стимулом выступает *Демократия*, то ситуация меняется: *Свобода* как компонент *Демократии* упоминается русскими респондентами в два раза чаще, а такие компоненты как *Выбор*, *Выборы* – в два раза реже. Интересно отметить,

что *Власть большинства* как составляющая *Демократии* упоминается шведскими респондентами в четыре раза чаще, чем русскими. Анализ статистического «веса» других составляющих данной ценности также демонстрирует различия между двумя культурами в интерпретации данного концепта. Кроме того, существуют редко встречающиеся, но, тем не менее, показательные «географические ассоциации»: так, ценность *Свобода* у шведских респондентов ассоциируется со *Швецией*, а ценность *Демократия* – у русских с *Западом*.

Ценность *Патриотизм* в целом шведскими и русскими респондентами понимается неодинаково. Если доля такого компонента как *Любовь к своей стране* примерно одинакова в обеих культурах, то *Гордость* шведские респонденты упоминают чаще, чем русские, что может быть связано с их негативными ассоциациями, которые мы обсудим ниже. Русские респонденты включают в ценность *Патриотизм* целый ряд компонентов с положительной коннотацией, которые отсутствуют у шведов, такие как: *Долг* (6,7 %), *Способность к самопожертвованию*, *Посвятить жизнь служению стране* (5 %), *Служить своей стране*, *Быть нужным стране*, *Быть активным, неравнодушным к тому, что происходит в стране* (8,3 %), *Героизм, мужество* (5,4 %), *Защита* (2,7 %) и некоторые другие.

Теперь подробнее остановимся на группе реакций, которые содержат негативную оценку. Обычно, для позитивных ценностей реакции с отрицательной оценкой либо отсутствуют либо их количество крайне незначительно. Именно поэтому мы условно назвали такие низкочастотные реакции «хвост негативных ассоциаций» (формально мы считаем «хвостом негативных ассоциаций» реакции с низкой частотой (1-2 упоминания). Тем не менее, в некоторых случаях, как будет продемонстрировано далее, количество отрицательных реакций возрастает, что свидетельствует о том что, если в одних культурах данная ценность может рассматриваться как позитивная, то в других она же может оцениваться как частично или полностью негативная.

«Хвост негативных ассоциаций» присутствует в основном среди реакций русских респондентов. Тем отчетливее выделяется «хвост» разнообразных реакций с отрицательной коннотацией для комплексной ценности *Патриотизм* у шведских респондентов, составляющий в данном

случае примерно четверть всех реакций на этот стимул. Можно в качестве примера, привести следующие реакции: *Этноцентризм, Расизм, Мужское доминирование, Националистическая перспектива*, и т.д. Среди ответов русских респондентов также можно найти реакции, где *Патриотизм* ассоциируется с *Национализмом* (как анти-ценностью), но такая ассоциация гораздо слабее, чем у шведских респондентов. Тем не менее, тенденция интерпретировать *Патриотизм* отрицательно существует в обеих культурах, указывая на уязвимость данной положительной ценности и потенциально существующую возможность ее перехода в разряд отрицательных.

Стимулом, который вызвал наибольшее количество отрицательных реакций у русских респондентов, является *Демократия*. В качестве примера можно привести следующие реакции: *Ложь, Обман, Неуверенность, Нестабильность, Беспорядок, Взяточничество, Ничто не истинно, Все позволено, Предательство, Беспредел, Развал, Унижение* и т.д. Характер таких реакций как *То, что мы не смогли построить в нашей стране; Запад*, возможно, скорее указывает на разочарование в качестве произошедших ранее перемен, чем в *Демократии* как таковой.

Некоторые интересные сходства-различия в понимании комплексных ценностей могут быть обнаружены в гендерном аспекте – при сравнении реакций мужчин и женщин как в рамках одной культуры, так и при межкультурном анализе. Например, данные по стимулу *Демократия* показывают, что русские мужчины и женщины в основном понимают этот концепт одинаково. Тем не менее, есть некоторые различия в удельном весе каждого компонента и в некоторых иных важных деталях. Следует упомянуть, что в русском языке слова «выбор» и «выборы» (избирательная компания) однокоренные. При этом, хотя в целом идея связи *Демократии* с возможностью выбора примерно с равной частотой «озвучивалась» в эксперименте как респондентами мужчинами, так и женщинами, форма множественного числа – *Выборы* – использовалась только мужчинами, в то время как женщины выбирали более абстрактную номинацию. Кроме того, только женщины-респонденты описывали *Демократию* как *Солидарность, Отсутствие жестокости/конфликтов, Взаимоуважение, Понимание, Толерантность*. Таким образом, для русских женщин данный концепт оказывается менее «политизированным», чем для мужчин, и более широким по

объему. Подобный более абстрактный, взгляд на *Демократию*, свойственный женщинам, просматривается и при анализе «хвоста отрицательных ассоциаций»: в то время как мужчины указывают на такие характеристики как *Взятки, Все позволено, Никакого самоуправления, Беспредел*, свидетельствующие об их большей заинтересованности в вопросах легитимности, женщины отмечают *Ложь, Предательство, Неопределенность, Обманчивость, Беспорядок*.

Анализируя единицы, попавшие в группу наиболее частотных реакций у шведских респондентов-мужчин на стимул *Демократия*, следует отметить следующие реакции: *Власть народа (27 %), Право голоса (14 %), Права (10 %), Вид правления, включающий возможность делать выбор (10 %)*, эта последняя реакция, по-видимому, коррелирует с русской реакцией *Выбор*. Что же касается шведских респондентов-женщин, они чаще всего упоминают *Право голоса (14 %), Вид правления, включающий возможность делать выбор (14 %), Возможность влиять на принятие решений (10 %) и Свободу слова (10 %)*. Сравнивая реакции шведских и русских респондентов в целом, мы можем увидеть, что наиболее частотными реакциями шведских респондентов являются *Власть народа* и *Вид правления, включающий возможность делать выбор*, в то время как у русских респондентов лидируют *Свобода* и *Свобода слова*.

Следует отметить, что у шведов более общая по значению реакция *Власть народа* намного более частотна у респондентов-мужчин (27 %), чем у женщин (7 %). При этом реакция с более узким, специализированным значением *Вид правления, включающий возможность делать выбор* имеет частотность 14 % у женщин и 10 % у мужчин, что можно интерпретировать следующим образом: мужчины склонны давать на этот стимул реакции, выражающие более общее, абстрактное качество, а женщины – более узкое, специализированное. Если посмотреть на реакции русских респондентов обоих полов, мы обнаружим сходные реакции, но с иным, чем у шведских респондентов, распределением – *Свобода* и *Свобода слова*, где более абстрактная по значению реакция *Свобода* (28 % – женщины и 21 % мужчины) и более специализированная реакция *Свобода слова* (14 % – женщины и 10 % – мужчины). Общее сравнение частотных характеристик реакций между культурами показывает, что только одна реакция *Свобода слова* является общей. В целом

в отношении данной комплексной ценности можно утверждать, что представители разных полов в рамках одного социума демонстрируют больше сходства, чем в рамках одного пола при кросс-культурном сравнении. Кроме того, представляется, что мужчины в обоих социумах более «политизированы» чем женщины.

Оказалось, что, в целом, как в русской, так и в шведской культурах комплексные (абстрактные) ценностные концепты имеют иерархически выстроенную внутреннюю структуру. Кроме того, ценностные концепты обладают внешними ассоциативными связями. Рассмотрим подробнее, например, внутреннюю структуру такой ценности как *Демократия* в русском социуме. На субординатном (гипонимическом) уровне она представлена тремя основными «субценностями»: *Свобода*, *Власть*, *Права человека*.

В свою очередь ценность *Свобода* подразделяется на «субценности»: *Личная свобода* и *Политическая свобода*. *Личная свобода* включает ценности еще более частного характера: *Равенство*, *Самореализация*, *Свобода мысли* и т.д., одновременно ценность *Политическая свобода* предполагает, что во входящей в нее более частной ценности *Свобода выбора* могут быть далее выделены такие субценности как *Право избирать* и *Право быть избранным*. Крайне интересно, что все вышеперечисленные ценности одновременно входят и в содержание суперординатной ценности *Права человека*. Ценность *Свобода* и входящие в нее гипонимы оказываются одновременно характеристиками ценности *Права человека*, которая предполагает (характеризует) ценность *Свобода*.

Означает ли это, что ценности *Права человека* и *Свобода* у русских являются синонимами? Нам представляется, что отношения между этими ценностями являются более сложными. Ценность *Свобода* включает в себя законодательно кодифицированные «*Права человека*», как основную, но далеко не единственную составляющую. Ценность *Свобода* предполагает также *Возможность активности* в любой из сфер человеческой деятельности (творческой, научной, политической и т.п.), в то время как *Права человека* фокусируют «концептуальное внимание» на законодательно закрепленных *Властью* политических правах и свободах.

Власть также представляет собой звено в иерархической цепи. Она дифференцируется на *Власть большинства (народовластие)*, *Ответственность власти*, *Верховенство закона*, она

обеспечивает *Социальные гарантии*, основана на *Многopатийности* и др. *Власть* является порождением (производным от) *Прав человека* и его *Свобод* и их гарантом.

Можно также сопоставить данные, полученные для ценности *Демократия* с аналогичными экспериментальными данными, полученными отдельно для ценности *Свобода*. Оба концепта являются частичными перекрестными дескрипторами друг друга (*Демократия* содержит *Свободу* и, наоборот, *Свобода* включает *Демократию*). Обе ценности также включают *Равенство*, *Ответственность* и *Независимость*. В то же время, *Демократия* характеризуется политической *Властью* и ее гипонимами, отсутствующими в *Свободе*, а *Свобода* – *Возможностями* и их видами, *Отсутствием ограничений* и др.

Таким образом, анализ показывает, что ценность *Демократия* у русских представляет собой, в частности, вершину иерархической системы, построенной на обобщенных взаимосвязанных и весьма близких по значению ценностях *Свобода*, *Власть* и *Права человека*. Другими словами, эти ценностные концепты оказываются разными обобщениями, построенными (в основном) на одном и том же множестве конкретных ценностей. Аналогичную структуру имеет и рассматриваемая отдельно *Свобода*, главными компонентами которой являются *Независимость* и *Возможности*. Что касается количественного соотношения ценностей *Демократия* и *Свобода* (по числу упоминаний респондентами), то *Свобода* и ее компоненты занимают 52,2 % от объема содержания *Демократии*, а *Демократия* и ее компоненты составляют 32,2 % от объема содержания *Свободы*.

Перейдем теперь к внешним связям ценности *Демократия*. Таковыми являются: *Общество*, *Управление*, *Строй*, *Власть*, *Политики*, *Президент*. Помимо этого респонденты предлагают положительные ассоциации типа *Счастье*, *Честность*, *Правдивость*, *Порядочность*, *Доступность*, *Открытость*, *Благополучие*, *Развитость*, *Безопасность*, *Уверенность*, *Порядок*. В русском социуме у *Демократии*, как мы уже отмечали при межкультурном сравнении результатов, существует и некоторое число отрицательных ассоциаций. В целом, анализ результатов, полученных на этом этапе, показывает перспективность использования направленного психолингвистического эксперимента для реконструкции объемов и содержания когнитивных единиц, распределенных в социальной ментальной репрезентации.

4.3. Некоторые результаты третьего этапа исследования

Очевидно, что «сложные» обобщенные ценностные концепты, имеющие, как мы только что убедились, существенные межкультурные различия по объему и содержанию, не могут «напрямую» использоваться в когнитивно-компаративных эмпирических исследованиях.

Результаты первого и второго этапов исследования были использованы нами для формирования списка номинаций для эксперимента по ранжированию и последующему шкалированию (градуированию), в который (на основе консенсуса русско-шведской группы экспертов) мы включили только важные высокочастотные «простые» ценностные номинации, предположительно эквивалентные по объему и содержанию для обоих социумов. Целью нашего эксперимента на третьем этапе исследования было определение степени относительной важности/значимости каждой номинации в системе (парадигме), состоящей из 31 отобранных номинаций. Для проведения анализа данных, полученных при ранжировании, мы использовали данные об абсолютной позиции номинации на каждой индивидуальной шкале от 1 до 31 и вычисленные данные об общем суммарном позиционировании (среднем месте), которое и указывает на их социальную значимость/важность [Шабес 1989].

Полученные данные, описывающие результаты градуирования без учета гендерных особенностей (пять наиболее важных и три наименее важных), представлены в таблицах 4 и 5.

В таблице 1 мы демонстрировали наиболее часто упоминавшиеся респондентами номинации ценностей. Сравнение приведенных там данных с результатами градуирования показывает, например, что ценность *Материальное благополучие* изменила свое положение от первой по частоте употребления до абсолютной позиции 12 при градуировании русскими респондентами (среднее место = 14,8) и до позиции 28 при градуировании шведскими респондентами (среднее место = 23,3; см. табл. 5). С другой стороны, концепт *Любовь*, будучи одной из относительно редко упоминаемых шведскими респондентами (см. табл. 1), по результатам градуирования демонстрирует максимальную относительную важность (см. табл. 5).

Ценностные номинации с наименьшими частотами упоминания в первом эксперименте (см. табл. 1) показали также минимальную степень важности по результатам градуирования (см. табл. 4, 5). Подобная корреляция показывает, что, по-видимому, эти концепты действительно обладают наименьшей значимостью в системах.

Таблица 4

Результаты градуирования для русских респондентов (оба пола)

Абсолютная позиция в градуированном списке	Ценность	Относительная позиция в градуальном эталоне (среднее место)
1.	<i>Любовь</i>	7,25
2.	<i>Здоровье</i>	7,85
3.	<i>Дружба</i>	8,57
4.	<i>Семья и дети</i>	8,71
5.	<i>Самореализация</i>	10,00
29.	<i>Равенство полов</i>	23,49
30.	<i>Любовь к родине</i>	23,50
31.	<i>Власть большинства</i>	27,55

Таблица 5

Результаты градуирования для шведских респондентов (оба пола)

Абсолютная позиция в градуированном списке	Ценность	Относительная позиция в градуальном эталоне (среднее место)
1.	<i>Любовь</i>	5,64
2.	<i>Семья</i>	7,51
3.	<i>Дружба</i>	8,19
4.	<i>Здоровье</i>	9,62
5.	<i>Взаимов уважение</i>	10,90
29.	<i>Культура, история и традиции</i>	24,08
30.	<i>Вера и религия</i>	26,99
31.	<i>Любовь к родине</i>	27,60

Важно подчеркнуть, что группы наиболее частотных ценностных номинаций в обоих социумах (см. табл. 1) в целом оказываются сходными и по результатам градуирования у русских и шведских респондентов, чего, однако, нельзя сказать о ценностях со средней и малой частотностью. Факты подобного рода позволяют предположить, что разрабатываемые когнитивно-лингвистические экспериментальные методы позволят в дальнейшем количественно-качественно дифференцировать общечеловеческие, европейские, национальные и т.п. ценностные системы концептов.

Интересно отметить также, что все ценности, принадлежащие к числу наиболее важных по результатам эксперимента по градуированию, представляют собой прежде всего личные ценности.

Как уже раньше указывалось, для вычисления индекса сходства/различия статистических распределений отдельных ценностных концептов, мы воспользовались идеологией теории нечетких множеств.

Высокий индекс сходства между русскими и шведами по параметру «важность» был отмечен, например, в случае сопоставления распределений ценности *Любовь* ($K_s = 0,712$) и ценности *Взаимопомощь* ($K_s = 0,712$), в то время как индекс сходства ценности *Материальное благополучие* оказался крайне низким ($K_s 0,419$), также как и у ценностей *Равенство полов, права женщин* ($K_s = 0,439$) и *Власть большинства* ($K_s = 0,471$). В табл. 6 сопоставленные ценности перечислены в порядке уменьшения индекса их сходства между двумя социумами.

Таблица 6

Индекс сходства/различия между российской и шведской группами респондентов

Ценность	K_s
<i>Солidarность, Согласие, Единение</i>	0,723
<i>Любовь</i>	0,712
<i>Взаимопомощь, поддержка</i>	0,712
<i>Дружба</i>	0,708
<i>Окружающая среда</i>	0,691
<i>Развлечение, Отдых</i>	0,691
<i>Работа</i>	0,681
<i>Семья и дети</i>	0,670
<i>Спокойствие</i>	0,663
<i>Здоровье</i>	0,659
<i>Культура, История</i>	0,642
<i>Спокойствие, Безмятежность</i>	0,639
<i>Справедливость</i>	0,639
<i>Любовь к родине</i>	0,639
<i>Честность</i>	0,635
<i>Социальные гарантии (обеспеченные государством)</i>	0,618

<i>Открытость, способность принять другого</i>	0,618
<i>Сочувствие, Сострадание</i>	0,611
<i>Вера и Религия</i>	0,607
<i>Образование</i>	0,597
<i>Вежливость</i>	0,586
<i>Верность, лояльность</i>	0,586
<i>Мир</i>	0,576
<i>Независимость, Самодостаточность</i>	0,576
<i>Равенство</i>	0,576
<i>Саморазвитие</i>	0,565
<i>Взаимоуважение</i>	0,545
<i>Права человека</i>	0,503
<i>Власть большинства</i>	0,471
<i>Равенство полов, права женщин</i>	0,439
<i>Материальное благополучие</i>	0,419

Как показано в таблице 6, максимальное сходство между социумами на уровне статистических распределений ценностей обнаруживается в основном в группе «социально нейтральных» личностных ценностей; «социально контрастные» ценности *Права человека, Материальное благополучие, Равенство полов и права женщин и Власть большинства* демонстрируют максимальные различия.

5. Заключительные замечания

Анализ полученных экспериментальных данных показывает, что когнитивно-лингвистическая эмпирическая методология, предложенная и последовательно использованная нами, оказалась эффективной для использования в подобных компаративных исследованиях. Полученные сведения носят междисциплинарный характер и могут найти применение не только в теории когнитивной репрезентации, но, предположительно, оказаться интересными для социологов, политологов, антропологов, педагогов и представителей других областей гуманитарного знания.

Первая фаза нашего исследования дала нам возможность отобрать ценностные номинации, актуальные для обоих социумов. Последующие этапы исследования позволили нам показать, что системы ценностей русского и шведского социумов, взятых в качестве примера, могут быть представлены как многоструктурные системы ценностных концептов, организованные как минимум двумя основными структурами:

– Иерархической организацией по параметру степени конкретности/ абстрактности ценности.

– Линейной биполярной градуированной структурой, которая фиксирует относительную количественно-качественную степень «важности» ценности (от максимально важной позитивной

через нулевую до максимально важной негативной) в рамках целостной ценностной системы; экспериментальному исследованию подвергалась положительная сторона данной репрезентации.

Обобщенные (комплексные) ценностные концепты могут обладать большими или меньшими различиями в объеме и содержании, что становится очевидным при кросс-культурном сравнении или сравнении между гендерами. Полученные данные свидетельствуют о том, что некоторые обобщенные ценностные номинации демонстрируют большую степень сходства (и, таким образом, меньшую степень различия) при гендерном сравнении (в рамках одной культуры), другие – на межкультурном уровне (в рамках одного гендера). Эти данные позволяют нам также предположить, что на степень взаимопонимания в актах коммуникации, а также на количественно-качественные характеристики субъективной оценки вербальных и невербальных событий оказывают влияние в частности этнокультура, пол, а также особенности индивидуальных ценностных предпочтений субъекта.

Многие различные, но сходные обобщенные ценностные концепты в рамках одной культуры могут включать в себя весьма сходные наборы конкретных (простых) ценностей, однако с различными удельными степенями их важности. Такие обобщенные ценности могут практически почти полностью совпадать по содержанию, но, тем не менее, не могут считаться идентичными; их отношения могут быть, по нашему мнению, определены как особый вид внутрисистемных когнитивных отношений.

Наш анализ также показал, что разработанная методология дает возможность оценить сте-

пень сходства-различия между русскими и шведскими ценностными концептами, которые по данным словарей считаются эквивалентными, но фактически таковыми не являются.

Список литературы

Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени. // Психологическое обозрение. 1998. № 1. URL: <http://www.follow.ru/article/344> (дата обращения: 08.12.2011)

Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции // Современный социо-анализ: сб. работ авторов, получивших гранты Моск. отд. Рос. науч. фонда и Фонда Форда. М., 1996. С. 5-23.

Философия. Энциклопедический словарь / под ред. А.А. Ивина. М.: Гардарики, 2004.

Шабес В.Я. Событие и текст. М.: Высш. шк., 1989.

Шабес В.Я. Типология градуальных репрезентаций // Проблемы социо- и психолингвистики. Вып. 11. Языковая вариативность. Пермь: Пермский гос. ун-т, 2008. С. 30-43.

Rokeach M. Understanding Human Values: Individual and Societal. N.Y., 1979.

Sørensen T. A Method of Establishing Groups of Equal Amplitude in Plant Sociology Based on Similarity of Species and Its Application to Analyses of the Vegetation on Danish Commons. Biologiske Skrifter / Kongelige Danske Videnskabernes Selskab. 5 (4), 1957. P. 1-34.

V. Shabes, E. Troshchenkova, T. Potapova, L. Ivarsson, U. Damber, G. Bostedt

COGNITIVE LINGUISTIC APPROACH TO THE EXPERIMENTAL RESEARCH OF RUSSIAN AND SWEDISH VALUE SYSTEMS

A joint research project carried out by an interdisciplinary group of Russian and Swedish linguists, sociologists and educators-psychologists (the Swedish Institute grant), besides solving pragmatic tasks of finding out relative quantitative-qualitative specificity of national cognitive representations of values, first of all, had methodological goals. They were to check the efficiency of the linguistic methods developed in this study (and, thus, to prove the theoretical ideas that served the basis for it) of getting factual data that allow reconstructing and comparing of the corresponding areas of cognitive representations.

Key words: cognitive, representation, value, graded standard, comparison, Russian, Swedish.