



УДК: 81:39(=512.145)

DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-682-693

## ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ ПОВОЛЖСКИХ ТАТАР В ОБЫДЕННОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ И ТАТАР РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН\*

А.В. Разумкова

Институт языкознания РАН  
ул. Кисловский пер., 1/1, Москва, Россия, 125009

В статье на основе интерпретации экспериментального материала определяется содержание этнического образа поволжских татар. Актуальность исследования обусловлена тем, что описание содержания образов «себя» и «другого» в сознании русских и татар могут внести существенный вклад в работы по прогнозированию и исследованию межнациональной напряженности в Республике Татарстан. Объектом исследования является этнический образ автохтонного населения Республики Татарстан. Предмет исследования — авто- и гетеростереотипы поволжских татар в рамках домена «Национальный характер». Рассмотрение этнических стереотипов подразумевает изучение описательных признаков на материале ассоциативного поля «Татары, какие они? (дайте несколько определенных типичных черт)» с применением методики полевой стратификации, которая была разработана И.А. Стерниным и А.В. Рудаковой (2011). Для анализа этнонимов, полученных в ходе проведения свободного ассоциативного эксперимента, был использован метод построения «семантического гештальта», предложенный Ю.Н. Карауловым (2000). Материалом для описания авто- и гетеростереотипов поволжских татар послужили данные, собранные в результате проведения направленного ассоциативного эксперимента среди студентов (17—23 лет) высших учебных заведений г. Калуги и г. Казани в 2016 г. Ассоциативное поле этнонима «татары» было сформировано на материале пилотажного свободного ассоциативного эксперимента, проведенного на русском языке среди школьников и студентов (12—23 лет) Республики Татарстан осенью 2015 г. Сопоставление результатов двух психолингвистических экспериментов позволяет сделать вывод, что большая часть этностереотипов занимает периферийную зону в содержании образа этноса, что в целом свидетельствует о нестереотипизированном восприятии титульного населения республики русскими и татарами.

**Ключевые слова:** этнический стереотип, авто- и гетеростереотипы, направленный ассоциативный эксперимент, свободный ассоциативный эксперимент, индекс яркости, совокупный индекс яркости значения, полевая стратификация

### ВВЕДЕНИЕ

Формирование этнических стереотипов как устойчивых компонентов этнического сознания происходит в процессе межэтнического общения. «Функция этнической культуры заключается в структурировании мира вокруг человека, в определении возможностей и условий действия человека в мире. Благодаря этнической культуре человек формирует свое видение мира, свой образ мира или, по определению современной этнологии, этническую картину мира» [Уфимцева 2012: 73].

\* Исследование проведено при финансовой поддержке гранта РГНФ в рамках проекта № 15-34-14007 «а (ц)».

Важной функцией стереотипа является определение поведения человека и его ориентировка в непривычной ситуации. Этнические стереотипы оказывают влияние на формирование этнических антипатий (этногонизм) и симпатий [Бромлей 1983: 184].

В межэтническом общении базовые стереотипы «мы/свои-они/чужие» могут привести к идеализации и, наоборот, к неприятию представителей другого этноса [Леонтович 2002: 324]. Так как «этнические стереотипы влияют на этнические симпатии-антипатии, на национальные установки, определяют характер межэтнического взаимодействия» [Уфимцева 2012: 73—74], описание содержания образов «себя» и «другого» в сознании русских и татар могут внести существенный вклад в работы по прогнозированию и исследованию межнациональной напряженности в регионе.

Объектом исследования является этнический образ автохтонного населения Республики Татарстан. Этнический образ формируется на основе стереотипа, который в рамках психолингвистики рассматривается как некоторое «„представление“ фрагмента окружающей действительности, фиксированная ментальная „картинка“, являющаяся результатом отражения в сознании личности „типичного“ фрагмента реального мира, некий инвариант определенного участка картины мира» [Красных 2001: 177—178] или как аффективно окрашенный фрагмент языкового сознания [Тарасов 2006: 69].

Предметом исследования являются авто- и гетеростереотипы поволжских татар. Для определения содержания образа «себя» и образа «другого» (авто- и гетеростереотипов) используются разные психолингвистические методы.

Совместное исследование И.А. Стернина и О.Е. Виноградовой (2016) показало, что существует зависимость получаемых результатов от методики психолингвистического исследования. Так, для описания «значений слова актуальных для языкового сознания носителя языка наиболее эффективны методы свободного ассоциативного эксперимента и метод направленного ассоциативного эксперимента по вопросам-стимулам» [Виноградова 2016: 31]. Задача исследования заключается в изучении авто- и гетеростереотипов поволжских татар в рамках домена «Национальный характер» с целью выявления устойчивых стереотипных представлений, на формирование которых непосредственное воздействие оказывают такие факторы, как территория и этнический состав населения. Анализ содержания этнонима «татары» в языковом сознании русских и татар, проживающих на территории Республики Татарстан, позволит определить наличие/отсутствие экспериментально выявленных авто- и гетеростереотипов татар в быденном языковом сознании респондентов. В случае присутствия стереотипов мышления необходимо проанализировать их ядерное/периферийное положение, то есть определить их «постоянный» или «вероятностный» характер (термины Г.А. Черкасовой) в языковом сознании изучаемых этносов. Материалом для описания авто- и гетеростереотипов татар являются данные, собранные в результате проведения направленного ассоциативного эксперимента (далее НАЭ) среди студентов (17—23 лет) высших учебных заведений г. Калуги и г. Казани в 2016 г. Всего было собрано 200 анкет (100 мужчин/100 женщин) в г. Калуге и 223 анкеты в г. Казани, из них

100 анкет (43 мужчины/57 женщин) среди русских и 123 анкеты (59 мужчин/64 женщины) среди татар. Для удобства обозначим Русских 1, к которым относятся русские, проживающие в г. Калуге, Русские 2 — русские г. Казани и Татары — респонденты, национальная принадлежность которых была обозначена как татары.

АП этнонима «татары» было сформировано на материале пилотажного свободного ассоциативного эксперимента (далее САЗ), проведенного на русском языке среди школьников и студентов (12—23 лет) Республики Татарстан осенью 2015 г. Результаты эксперимента представлены в виде электронной базы данных с возможностью доступа как к прямому, так и обратному ассоциативным словарям. Всего было опрошено 355 жителей республики (русские и татары). Достоверность и обоснованность получаемых при помощи ассоциативного эксперимента результатов обеспечивается достаточным количеством испытуемых.

По итогам количественных исследований ассоциативных словарей Г.А. Черкасовой (2005) было выявлено, что «„Постоянные“ реакции (их не более десятка) имеют относительную частоту встречаемости более 5% в любых выборках (опросах) объемом не менее 100 респондентов. При увеличении объема выборки (опроса) со 100 до 200 респондентов относительные частоты встречаемости (ранги) „постоянных“ реакций стабилизируются» [Черкасова 2005: 244]. Таким образом, анкетирование не менее 100 человек обеспечивает достоверность полученных результатов.

## МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Рассмотрение авто- и гетеростереотипов поволжских татар подразумевает изучение описательных признаков на материале ассоциативного поля «Татары, какие они? (дайте несколько определенных типичных черт)».

Фрагменты образа мира, которые были сформированы на основании реакций испытуемых направленного ассоциативного эксперимента, представлены в виде ассоциативных полей (далее АП), при составлении которых были применены правила лемматизации и семантической интеграции. Единичные реакции, которые не подверглись семантической интеграции, не были учтены при анализе АП, так как одним из свойств ментального стереотипа, наряду с речевым, считается его частотность. Содержание ассоциативных полей представлено совокупностью ассоциатов с индексом яркости (далее ИЯ), который вычисляется «как отношение количества испытуемых, актуализировавших (вербализовавших) данную сему в экспериментах, к общему числу испытуемых. *Индекс яркости* представляется очень важным показателем семантического компонента, так как он <...> отражает степень актуальности того или иного семантического компонента для языкового сознания» [Стернин, Рудакова 2011: 101].

Применительно к данному исследованию индекс яркости позволит выявить актуальные для языкового сознания респондентов авто- и гетеростереотипы поволжских татар. При выделении нескольких тематических подгрупп в ассоциативных полях слова-стимула (вопроса) «вычисляется также совокупный индекс яркости значения (СИЯ) как сумма индексов яркости всех образующих значение»

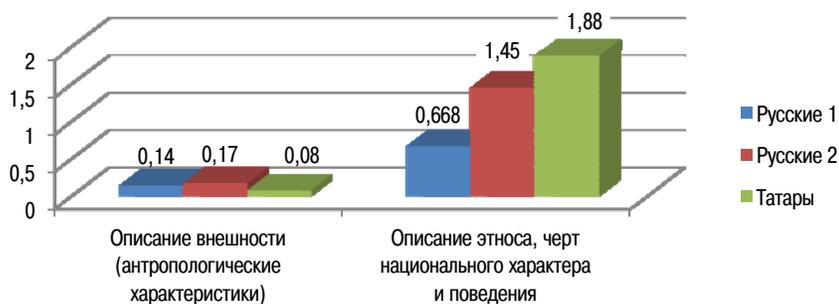
[Стернин, Рудакова 2011: 101] ассоциатов, что позволяет ранжировать тематические подгруппы по критерию «ядерные/периферийные». Полевая стратификация также применима для определения наиболее/наименее значимых черт и характеристик изучаемого этноса.

Вслед за И.А. Стерниным и А.В. Рудаковой определим «количественные параметры отнесения когнитивных признаков к разным зонам поля: ядро — наиболее частотный (рекуррентный) признак или признаки, но имеющий индекс яркости не менее 0,12—0,15, ближняя периферия — ИЯ 0,10—0,04, дальняя периферия — ИЯ 0,03—0,02 крайняя периферия — яркость 0,01 и ниже (то есть один процент испытуемых и менее объективировал этот признак)» [Стернин, Рудакова 2011: 126].

АП этнонима сформировано из реакций, которые расположены в порядке убывания (от самых частотных до единичных). Для анализа экспериментального материала свободного ассоциативного эксперимента был использован метод построения «семантического гештальта», предложенный Ю.Н. Карауловым [Караулов 2000: 194].

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

АП «**Национальный характер**» формируется из реакций Русских 1, Русских 2, Татар на слово-стимул (вопрос) «Татары, какие они? (дайте несколько определенных типичных черт)». Реакции респондентов распределяются по двум основным тематическим подгруппам: «антропологические характеристики» и «описание этноса, черт национального характера и поведения» (график 1).



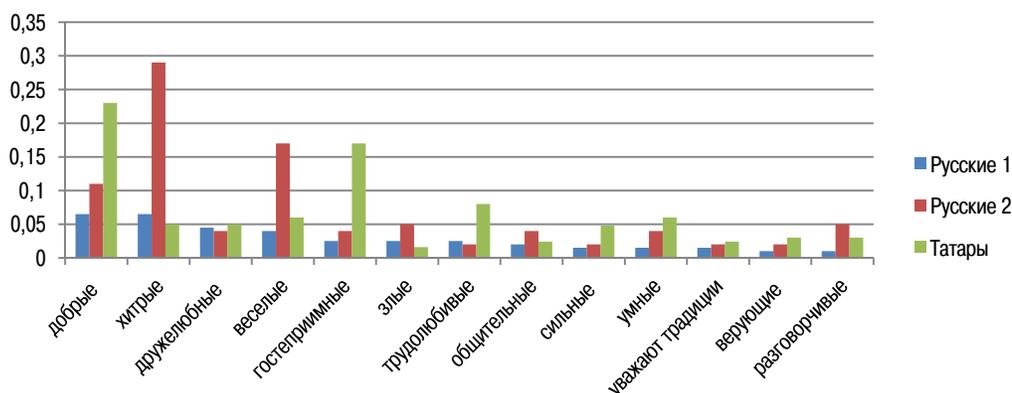
**График 1.** Количественное соотношение суммарных индексов яркости тематических подгрупп в АП «Национальный характер» Русских 1, Русских 2 и Татар

В АП Русских 1 и Русских 2 обе тематические подгруппы входят в ядерную зону. Суммарный индекс яркости (далее СИЯ) тематической подгруппы «описание этноса, черт национального характера и поведения» в АП Русских 1 в два раза меньше, чем в АП Русских 2, что можно объяснить большим количеством отказов и единичных ассоциатов, а также невысоким индексом яркости частотных реакций. Для Татар описание внешности играло незначительную роль (СИЯ = 0,08), а вот суммарный индекс яркости тематической подгруппы «описание этноса, черт национального характера и поведения» является самым высоким среди трех групп.

Важно отметить небольшой процент (25%) единичных реакций в АП Татар, что говорит о сформированности автостереотипов национального характера титульного населения республики. Тот факт, что компонент «внешний облик» представлен в значительной степени в АП Русских 1 и Русских 2, но не ярко выражен в АП Татар подтверждает слова Н.В. Шимбель и Е.В. Собор, что «в основе гетеростереотипов лежит такое свойство, как антропостереотипичность, т.е. обусловленность стереотипа внешним обликом индивида. Внешность часто выступает практически важным признаком, несущим в себе информацию об этнической принадлежности субъекта. Признаки, из которых слагаются внешний облик и поведение, могут иметь осведомительное значение и выполнять регулятивную функцию. В гетеростереотипах на уровне обыденного сознания внешний облик представителя соответствующей этнической общности чаще всего связывается с определенными психологическими чертами человека. На основе этих стереотипов неизбежно создаются соответствующие типы межэтнического общения и поведения людей» [Шимбель, Собор 2014: 3—4].

Что касается антропологических характеристик, респонденты трех групп сошлись во мнении, что татары *темноволосые* ( $P1 (0,03)$ ,  $P2 (0,08)$ ,  $T (0,016)$ ). Русские 1 и Русские 2 отмечают *смуглый цвет кожи* ( $P1 (0,055)$ ,  $P2 (0,02)$ ) и *карие глаза* ( $P1 (0,02)$ ,  $P2 (0,04)$ ). Респонденты г. Калуги сообщают об *узком разрезе глаз* ( $P1 (0,055)$ ) и *невысоком росте татар* ( $P1 (0,025)$ ). Русские 2 и Татары подчеркивают красоту этноса реакцией *красивые* ( $P2 (0,03)$ ,  $T (0,048)$ ), хотя Русские 1 дают реакцию *страшные* ( $P1 (0,02)$ ).

Описанные черты национального характера и поведения совпали в 13 ассоциатах с разным индексом яркости (график 2).



**График 2.** Количественное соотношение совпадающих во всех трех АП частотных реакций на слово стимул «Татары, какие они? (дайте несколько определенных черт)» по индексу яркости

По коммуникативному поведению и отношению к людям татары представляются *добрыми* ( $P1 (0,065)$ ,  $P2 (0,11)$ ,  $T (0,23)$ ), *дружелюбными* ( $P1 (0,045)$ ,  $P2 (0,04)$ ,  $T (0,05)$ ), *веселыми* ( $P1 (0,04)$ ,  $P2 (0,17)$ ,  $T (0,06)$ ), *гостеприимными* ( $P1 (0,025)$ ,  $P2 (0,04)$ ,  $T (0,17)$ ), *общительными* ( $P1 (0,02)$ ,  $P2 (0,04)$ ,  $T (0,024)$ ), *разговорчивыми* ( $P1 (0,01)$ ,  $P2 (0,05)$ ,  $T (0,03)$ ), но в тоже время *злыми* ( $P1 (0,025)$ ,  $P2 (0,05)$ ,  $T (0,016)$ ).

Реакция «*добрые*» относится к ядерной зоне АП Русских 2 и Татар. Титульное население республики в три раза чаще упоминает данное качество. Респонденты подчеркивают трудолюбие татар реакциями *трудолюбивые* (P1 (0,025), P2 (0,02), T (0,08)), *работящие* (P1 (0,01)), *трудящиеся* (T (0,016)); выносливость — реакцией *сильные* (P1 (0,015), P2 (0,02), T (0,048)); умственные способности — реакцией *умные* (P1 (0,015), P2 (0,04), T (0,06)); религиозность — реакцией *верующие* (P1 (0,01), P2 (0,02), T (0,03)).

Особое отношение татар к своим традициям передается ассоциатами *уважают традиции* (P1 (0,015)), *чтят традиции* (P2 (0,02)), *сохраняют и придерживаются традиции* (T (0,024)), которые нами объединяется в стереотип — уважают традиции. Такое качество татар, как *хитрость*, по мнению Русских 2, является самой яркой чертой национального характера (P2 (0,29)). Данный ассоциат в АП двух других групп занимает зону ближней периферии (P1 (0,065), T (0,05)).

Таким образом, самыми яркими чертами национального характера автохтонного населения республики, по мнению татар, являются доброта и гостеприимство, по мнению русских г. Казани, — хитрость, доброта и умение веселиться. Среди реакций русских г. Калуги ядерные ассоциаты отсутствуют, все реакции относятся к разным уровням периферийной зоны, однако самыми частотными реакциями респонденты также подчеркивают доброту и хитрость татар. Всего респондентами было дано 231 одинаковая реакция.

Далее рассмотрим ассоциаты, которые совпадают в АП только двух групп или не совпадают вообще. Автостереотипные частотные реакции Русских 1 и Русских 2 совпали в 5 ассоциатах. С одной стороны, татары представляются *обычными* (P1 (0,02), P2 (0,02)) и *интересными* (P1 (0,01), P2 (0,03)), с другой — *странными* (P1 (0,02), P2 (0,02)). Такое качество, как *жадность* (P1 (0,025), P2 (0,02)), опровергается татарами через реакцию *щедрые* (T (0,024)). Татары кажутся респондентам *шумными* (P1 (0,02), P2 (0,02)) и *громкими* (P2 (0,04)). Реакции Русских 1 и Татар совпадают в 4 ассоциатах. Респонденты единодушны в том, что татары *улыбчивые* (P1 (0,02), T (0,016)), *жизнерадостные* (P1 (0,01), T (0,016)), *готовы помочь* (P1 (0,015)) или *всегда придут на помощь* (T (0,04)), но *гордые* (P1 (0,015), T (0,03)). Остальные реакции Русских 1 можно разделить на нейтральные, положительные и отрицательные. Некоторые респонденты сообщают, что татары *нормальные* (P1 (0,015)), *классные* (P1 (0,01)) и *радушные* (P1 (0,01)), но могут быть *жестокими* (P1 (0,01)), *воинственными* (P1 (0,015)), *строгими* (P1 (0,01)) и *серьезными* (P1 (0,01)).

Вслед за информантами отметим, что татары *сплоченные* (P1 (0,01)) и *предприимчивые* (P1 (0,01)), но не являются *русскими* (P1 (0,025)). С последним ассоциатом в корне не согласны Русские 2 и Татары, считая, что татары *такие же* (,) как и *русские* (P2 (0,02)) или просто *как русские* (T (0,016)). Реакции Русских 2 и Татар совпадают в 5 ассоциатах. Респонденты единодушно подчеркивают доброту, дружелюбие и готовность помочь реакциями *отзывчивые* (P2 (0,02), T (0,048)), *добродушные* (P2 (0,02), T (0,016)), *простые* (P2 (0,03), T (0,04)), *дружные* (P2 (0,02), T (0,03)), а также дают этносу положительную характеристику реакцией *хорошие* (P2 (0,02), T (0,07)), которая в АП Татар встречается в три раза чаще. Остальные

реакции Русских 2 раскрывают изучаемый этнос с разных сторон: с одной стороны, татары *закрытые* ( $P2 (0,02)$ ) и *непонятные* ( $P2 (0,02)$ ), с другой стороны — *смешные* ( $P2 (0,05)$ ) *уважительные* ( $P2 (0,04)$ ), с третьей — *властные* ( $P2 (0,03)$ ), *наглые* ( $P2 (0,02)$ ) и *самоуверенные* ( $P2 (0,02)$ ).

Русские 2 упоминают об особом отношении татар к семье через реакции *семейные* ( $P2 (0,02)$ ), *преданные семье*, *привязанные и любящие родню* (последние две единичные реакции были семантически интегрированные в частотную реакцию *преданные семье* с ИЯ = 0,02). АП Татар представлено большим количеством частотных реакций. Так, татары подчеркивают свою любовь к чистоте ассоциатами *чистые* ( $T (0,03)$ ), *аккуратные* ( $T (0,03)$ ), *ухаженные* ( $T (0,016)$ ).

Некоторые из указанных черт этноса являются противоречивыми. Например, татары могут быть *скромными* ( $T (0,04)$ ), *стеснительными* ( $T (0,024)$ ), *спокойными* ( $T (0,024)$ ), *терпеливыми* ( $T (0,016)$ ) и в тоже время *открытыми* ( $T (0,024)$ ), *смелыми* ( $T (0,024)$ ), *эмоциональными* ( $T (0,016)$ ) и *живыми* ( $T (0,016)$ ); *честными* ( $T (0,04)$ ), *справедливыми* ( $T (0,024)$ ), *добросовестными* ( $T (0,016)$ ), но *лицемерными* ( $T (0,024)$ ). Татары дополняют авто- и гетеростереотип *умные* ( $P1 (0,015)$ ,  $P2 (0,04)$ ,  $T (0,06)$ ) реакциями *образованные* ( $T (0,024)$ ) и *мудрые* ( $T (0,03)$ ).

Доброта татар проявляется в том, что они *доброжелательные* ( $T (0,03)$ ), *великодушные* ( $T (0,03)$ ), *душевные* ( $T (0,016)$ ) и *заботливые* ( $T (0,016)$ ). Татар отличает *целеустремленность* ( $T (0,024)$ ) и *независимость* ( $T (0,016)$ ), они всегда *приветливые* ( $T (0,016)$ ) и *вежливые* ( $T (0,016)$ ). Автохтонное население республики дает высокую оценку своему этносу реакцией из ближней периферии — *лучшие* ( $T (0,04)$ ) и считает, что они *молодцы* ( $T (0,016)$ ). Татары преданы семье и к представителям своего этноса относятся как к *родным* ( $T (0,016)$ ).

Отдельно стоит обратить внимание на реакции, которые не вошли ни в одну из указанных тематических подгрупп. Русские г. Калуги упоминают характерный для татар способ передвижения — *на лошадях* ( $P1 (0,01)$ ) (стереотип — татары ездят на лошадях). Русские г. Казани считают, что татары — это *люди* ( $P2 (0,02)$ ) *с характерной речью (татарским акцентом)* ( $P2 (0,02)$ ). В структуре автостереотипа имеет место реакция в форме своеобразного лозунга *татары — сила, живут красиво* ( $T (0,016)$ ). По мнению Ю.Н. Караулова, стереотипные надписи, лозунги, призывы прочно входят в ассоциативно-вербальную сеть и становятся частью картины мира носителя языка [Караулов 2002: 756].

По данным ряда исследований доказано, что автостереотипы всегда более позитивные, чем гетеростереотипы [Стефаненко 1987]. В АП «Национальный характер» больше всего частотных реакций с отрицательной коннотацией мы находим в АП Русских 2 (27%) (реакции: *хитрые* ( $29/0,29$ ), *злые* ( $5/0,05$ ), *властные* ( $3/0,03$ ), *наглые* ( $2/0,02$ ), *самоуверенные* ( $2/0,02$ ), *странные* ( $2/0,02$ ), *жадные* ( $2/0,02$ )), на втором месте — АП Русских 1 (20%) (реакции: *хитрые* ( $13/0,065$ ), *злые* ( $5/0,025$ ), *жадные* ( $5/0,025$ ), *странные* ( $4/0,02$ ), *страшные* ( $4/0,02$ ), *воинственные* ( $3/0,015$ ), *жестокие* ( $2/0,01$ )) и небольшой процент негативных ассоциатов — в АП Татар (4,3%) (реакции: *хитрые* ( $7/0,05$ ), *злые* ( $2/0,016$ ), *лицемерные* ( $2/0,016$ )).

## АП ЭТНОНИМА «ТАТАРЫ» (РУССКИЕ 2)

Проанализируем содержание этнонима «татары», полученного в результате проведения свободного ассоциативного эксперимента (САЭ) в Республике Татарстан. В сознании русских Республики Татарстан татары — это *татары* (4), *народ* (4), *нация* (2), *русские* (5), а также *монголы* (1). Это *люди* (4), которые *говорят по-татарски* (1), *звонят* (1), *исполняют желания* (1) и *жгут* (1). Русские представляют татар *друзьями* (1), а не *врагами* (1), более того, для них, татары — это *соседи* (1). Титульное население республики ассоциируются с *окном* (1), *чакчаком* (1), *религией* (1) и местом проживания — *Татарстаном* (2). По качественным характеристикам татары *хитрые* (2) и *умные* (1). Русские выражают положительную оценку татарам реакций *молодцы* (1). В АП исследуемого этнонима мы находим реакцию на татарском языке — *исенмесез* (1), что в переводе означает «здравствуйте».

Проанализируем ассоциативное поле (АП) этнонима на наличие/отсутствие выявленных при помощи направленного ассоциативного эксперимента (НАЭ) этнических стереотипов национального характера татар в обыденном языковом сознании нетитульного населения республики Татарстан. Сопоставительный анализ АП двух слов-стимулов: *татары* и *татары, какие они? (дайте несколько типичных черт)* показывает наличие некоторых стереотипов мышления. Так, самой частотной реакцией на этноним является ассоциат *русские* (5). Респонденты НАЭ также считают, что татары мало чем отличаются от русских (реакция: *такие же, как и русские* (2)), что говорит о включении исследуемого этноса в контекст русского сознания. Ядерной реакцией АП «Ценности и пристрастия» является ассоциат *хитрые* (29). В АП этнонима данное качество упоминается только двумя респондентами, соответственно, стереотип о татарах как о хитром этносе существует в обыденном языковом сознании русских республики, однако занимает периферийную зону образа. Респонденты НАЭ отметили, что татары — это *умные* (4) *люди с характерной речью (татарским акцентом)* (2). Респонденты САЭ обнаруживают стереотипы единичными реакциями: *умные* (1), *люди, которые говорят по-татарски* (1). Таким образом, некоторые, выявленные экспериментальным путем, этнические стереотипы татар представлены в обыденном языковом сознании русских г. Казани, но, как правило (за исключением реакции *русские* (5)), они занимают периферийную зону в содержании образа этноса, что свидетельствует о нестереотипизированном восприятии русскими титульного населения республики.

## АП ЭТНОНИМА «ТАТАРЫ» (ТАТАРЫ)

Татары видят в представителях своего этноса прежде всего *людей* (18), которые ассоциируются с *татарами* (16), *русскими* (12), *руссами* (3) или *россиянами* (1), а также с *монголами* (2), *мордвой* (1), *украинцами* (1) и *иностранцами* (1). Семантическая зона «Кто» наполнена такими ассоциатами, как *мы* (13), *мы (!)* (1), *это мы* (1), *свои люди* (1), *мои люди* (1), *родня* (2), *наши* (1), *татары (!)*, *татарин* (1), *я* (1), *они* (1).

Как видно, некоторые реакции даны с восклицательным знаком, что говорит о высокой степени экспрессивности и патриотизма исследуемого этноса. Отмечена

и религиозная принадлежность татар реакциями *мусульмане* (2) и *ислам* (1). О внешней красоте исследуемого этноса мы узнаем через ассоциат *красавицы* (1). Самой частотной реакцией семантической зоны «Что» является *сила* (16). Информанты сообщают, что татары — *это нация* (11), *национальность* (7), *родная национальность* (1) или *народ* (6), у которого есть *наследие* (1) и *религия* (1). Татары — *это дом* (1), *правда* (1), *дружба* (1) и *уважение* (1). Титульное население республики ассоциируется с национальной кухней, в частности, с *чак-чаком* (2) и *треугольниками* (1) (эчпочмаками).

В АП этнонима отмечен и национально-культурный праздник *сабантуй* (1). Сабантуй — этнически маркированный народный праздник окончания весенних полевых работ, который имеет определенный набор обрядов, атрибутов, увеселений. В традиционном быту сабантуй является активно функционирующим явлением этнической культуры татарского народа [Урозманова 2001: 387].

Наличие данной национально-культурно детерминированной реакции свидетельствует о важности для татар сохранения культурных традиций. Эмоционально-оценочный компонент образа татар характеризуется реакциями с положительной коннотацией. Татары могут быть *разными* (1): как *родными* (1), *добрыми* (2), *гостеприимными* (1), *открытыми* (1), *честными* (1), *спокойными* (1), так и *сильными* (1), *смелыми* (1), *умными* (1), *хитрыми* (1), поэтому *непобедимыми* (1). Описательные признаки занимают больший объем эмоционально-оценочного компонента образа, процент оценочных признаков невелик и представлен такими ассоциатами, как *лучшие* (5), *хорошие* (1), *хорошо* (2) и *супер* (1). По мнению респондентов, татары *есть* (1), они не просто *живут* (2), а *рулят* (4), также *разговаривают* (1) и *помогают* (1). По пространственному положению татары мыслятся *тут* (1), *впереди* (2) или *здесь* (1) и *везде* (1).

Сопоставительный анализ АП двух слов-стимулов: *татары* и *татары, какие они?* (дайте несколько типичных черт) показывает наличие значительного количества стереотипов мышления в обыденном языковом сознании титульного населения республики Татарстан. Так, автостереотип татар как сильных, смелых, добрых, умных, спокойных, открытых, гостеприимных, честных, но хитрых, готовых помочь, родных, хороших и красивых отражен омонимичными реакциями в АП этнонима, однако сформированный образ имеет «вероятностный» (термины Г.А. Черкасовой) характер, так как представлен единичными реакциями.

К стереотипам мышления с постоянным характером относится реакция *сила* (16), прецедентным текстом которой можно считать лозунг «Татары — сила, живут красиво!», озвученный в направленном ассоциативном эксперименте двумя респондентами.

Вслед за Ю.В. Бромлеем отметим, что, представления о своем собственном и о чужих народах, которое формируется в ходе межэтнического общения, является не просто суммой тех или иных черт, оно отражает оценочные характеристики [Бромлей 1983: 183]. К оценочной характеристике образа татар относится частотная реакция *лучшие* (5), которая в АП (Татар) «Ценности и пристрастия» занимает зону ближней периферии. Стремление воспринимать свой этнос как превосходящий другие этнические группы говорит о проявлении этноцентризма [Бромлей 1983: 183]. Таким образом, значительное количество этнических стереотипов

татар, выявленных экспериментальным путем, представлены в обыденном языковом сознании татар, но, как правило, они занимают периферийную зону в содержании образа этноса, то есть имеют вероятностный характер. Исключение составляет стереотип о том, что татары лучшие и они — сила, так как данные ассоциаты являются достаточно частотными в определении этнонима.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сопоставление результатов двух психолингвистических экспериментов позволило обозначить наличие некоторых этнических стереотипов татар в обыденном языковом сознании русских и татар г. Казани. Большая часть этностереотипов занимает периферийную зону в содержании образа этноса, что в целом свидетельствует о нестереотипизированном восприятии титульного населения республики русскими и татарами. К этностереотипам с постоянным характером можно отнести гетеростереотип татар, как этноса, который похож на русских, и автостереотипный образ татар как силы и лучших.

© Разумкова А.В.

Дата поступления: 7.05.2017

Дата принятия к печати: 10.06.2017

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Бромлей Ю.В.* Очерки теории этноса. Москва: Наука, 1983.
2. *Виноградова О.Е.* Психолингвистические методы и задачи исследования // Психолингвистика и лексикография. 2016. № 3. С. 29—32.
3. *Караулов Ю.Н.* Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности // Русский ассоциативный словарь: в 2-х т. Москва, 2002. Т. 1. С. 750—782.
4. *Караулов Ю.Н.* Показатель национального менталитета в ассоциативно-вербальной цепи. Языковое сознание и образ мира / отв. ред. Н.В. Уфимцева. Москва, 2000.
5. *Кобозева И.М.* Лингвистическая семантика. Москва: Эдиториал УРСС, 2000.
6. *Красных В.В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. Москва: ИТДГК Гнозис, 2001.
7. *Леонтович О.А.* Системно-динамическая модель межкультурной коммуникации между русскими и американцами / дисс. ... доктора филол. наук: Волгоградский государственный педагогический университет. Волгоград, 2002.
8. Пилотажный эксперимент в Республиках Коми и Татарстане. Режим доступа: [http://persons.it-claim.ru/assoc\\_quest/words.php](http://persons.it-claim.ru/assoc_quest/words.php) (дата обращения: 14.06.2016).
9. *Стернин И.А., Рудакова А.В.* Психолингвистическое значение слова и его описание. Воронеж: Ламберт, 2011.
10. *Тарасов Е.Ф.* Образ России: методология исследования // Вопросы психолингвистики. 2006. № 4. С. 69—73.
11. *Урозманова Р.К.* Праздники // Серия «Народы и культуры», Татары. Москва: Наука, 2001.
12. *Уфимцева Н.В.* Россия и русские в исторической перспективе: взгляд европейцев // Межэтническое общение: контакты и конфликты: сборник статей / под ред. Н.В. Уфимцевой. Москва: Институт языкознания РАН—МИЛ, 2012.
13. *Черкасова Г.А.* Квантитативные исследования ассоциативных словарей // Общение. Сознание. Межкультурная коммуникация. Калуга: КГПУ им. К.Э. Циолковского, 2005.
14. *Шимбель Н.В., Собор Е.В.* Автостереотипы и гетеростереотипы в межнациональных отношениях. Режим доступа: <http://ovv.esrae.ru/pdf/2014/5/1038.pdf> (дата обращения 23.04.2017).

УДК: 81:39(=512.145)

DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-682-693

## ETHNIC STEREOTYPES OF THE VOLGA TATARS IN ORDINARY LANGUAGE CONSCIOUSNESS OF RUSSIANS AND THE TATARS OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Anna V. Razumkova

The Institute of Linguistics Russian Academy of Sciences  
*Bolshoi Kislovsky lane, 1, bld. 1, Moscow, Russia, 125009*

**Abstract.** In the article, based on the interpretation of the experimental material, the content of the ethnic image of the Volga Tatars is determined. The relevance of the study is explained by the fact that the description of the content of the images: “yourself” and “the other” in the minds of Russians and the Tatars can make a significant contribution to the work on forecasting and research of interethnic tension in the Republic of Tatarstan. The object of the study is the ethnic image of the autochthonous population of the Republic of Tatarstan. The subject of the research is auto- and heterostereotypes of the Volga Tatars within the framework of the “national character” domain. The study of ethnic stereotypes implies the research of descriptive features on the material of the associative field “Tatars, what are they? (give some certain typical features)”, which is analyzed with the help of the methodology of field stratification techniques that was developed by I.A. Sternin and A.V. Rudakova (2011). The method of constructing the “semantic gestalt” proposed by Yu.N. Karaulov (2000) was used for the analysis of the ethnonyms. The material for describing the auto- and heterostereotypes of the Volga Tatars was collected with the help of the directed associative experiment, which was conducted among students (17—23 years) of higher educational establishments in Kaluga and Kazan in 2016. The associative field of the ethnonym “Tatars” was formed on the base of the pilot free associative experiment conducted in Russian among schoolchildren and students (12—23 years) of the Republic of Tatarstan in 2015. Comparison of the results of two psycholinguistic experiments allows us to conclude that most of the ethnostereotypes occupy the periphery of the image of the ethnos. In general, the research testifies that Russians and the Tatars of the Republic of Tatarstan perceive the Tatars in a non-stereotyped way.

**Key words:** ethnic stereotype, auto- and heterostereotypes, directed associative experiment, free associative experiment, the index of brightness, cumulative index of the brightness of a meaning, field stratification

### REFERENCES

1. Bromlei, Yu.V. (1983). The essay of the theory of an ethnos. Moscow: Nauka. (in Russ).
2. Cherkasova, G.A. (2005). Quantitative researches of associative dictionaries. Communication. Consciousness. Cross-cultural communication. Kaluga: KGPU im. K.E. Tsiolkovskogo. (in Russ).
3. Karaulov, Yu.N. (2002). Russian associative dictionary as a new linguistic source and the instrument of the analysis of language ability. Russian associative dictionary: 2 vol. Moscow. Vol. 1, 750—782. (in Russ).
4. Karaulov, Yu.N. (2000). The index of national mentality in associative verbal chain. Language consciousness and the image of the world / executive editor N.V. Ufimtseva. Moscow. (in Russ).
5. Kobozeva, I.M. (2000). Linguistic semantics. Moscow: Editorial URSS. (in Russ).
6. Krasnykh, V.V. (2001). Ethnopsycholinguistics and lingvoculture. Moscow: ITDGK Gnozis. (in Russ).
7. Leontovich, O.A. (2002). Systematic dynamic model of international communication among Russians and Americans [dissertation] Volgograd State Teacher Training University. Volgograd. (in Russ).

8. Pilot experiment in Komi and Tatar Republics. URL: [http://persons.it-claim.ru/assoc\\_quest/words.php](http://persons.it-claim.ru/assoc_quest/words.php) (accessed: 14.06.2016). (in Russ).
9. Shimbel N.V. & Sobor E.V. (2014). Auto stereotypes and heterostereotypes in international relations. URL: <http://ovv.esrae.ru/pdf/2014/5/1038.pdf> (accessed: 23.04.2017). (in Russ).
10. Stermin, I.A. & Rudakova A.V. (2011). Psycholinguistic meaning of a word and its interpretation. Voronezh: Lambert. (in Russ).
11. Tarasov, E.F. (2006). The image of Russia: methodology of research. *Journal of Psycholinguistics*, 4, 69—73. (in Russ).
12. Urozmanova, R.K. (2001). Holidays. Series: Nations and cultures, Tatars. Moscow: Nauka. (in Russ).
13. Ufimtseva, N.V. (2012). Russia and Russians in the historical perspective: the view of Europeans. Interethnic communication: contacts and conflicts / executive editor N.V. Ufimtseva. Moscow: Institut yazykoznaniya RAN—MIL. (in Russ).
14. Vinogradova, O.E. (2016). Psycholinguistic methods and the tasks of research. *Psycholinguistics and Lexicography*, 3, 29—32. (in Russ).

**Для цитирования:**

Разумкова А.В. Этнические стереотипы поволжских татар в обыденном языковом сознании русских и татар Республики Татарстан // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2017. Т. 8. № 3. С. 682—693. doi: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-682-693.

**For citation:**

Razumkova, A.V. (2017). Ethnic stereotypes of the Volga Tatars in ordinary language consciousness of Russians and the Tatars of the Republic of Tatarstan. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 8 (3), 682—693. doi: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-682-693.

**Anna V. Razumkova**, 2017. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 8 (3), 682—693. doi: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-682-693.

**Сведения об авторе:**

**Разумкова Анна Викторовна**, аспирант отдела психолингвистики Института языкознания РАН; *научные интересы*: психолингвистика, этнопсихолингвистика, этнолингвистика; *e-mail*: razumkova89@mail.ru.

**Bio Note:**

**Razumkova Anna Victorovna**, a post-graduate student of the department of psycholinguistics of the Institute of Linguistics Russian Academy of Sciences; *Interests*: psycholinguistics, ethnopsycholinguistics, ethnolinguistics; *e-mail*: razumkova89@mail.ru.