

УДК 81'23

DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-69-83

Образ родины в русской и японской лингвокультурах

А. Д. Палкин

*Московский государственный лингвистический университет
Москва, Россия*

Аннотация

На материале ассоциативных экспериментов сопоставляется образ родины в русской и японской лингвокультурах, при этом русская лингвокультура рассматривается на двух временных срезах – начало 1990-х гг. и начало XXI в. Соответствующие ассоциативные поля были разбиты на смысловые компоненты и сопоставлены семантически. Показано, что образ родины в обеих лингвокультурах имеет главным образом положительные коннотации. В очередной раз подтверждается индивидуализм русских в оба рассмотренных периода и коллективизм японцев. Ожидаемо мировоззрение русских респондентов на обоих временных этапах обнаружило заметно больше совпадений, чем мировоззрение русских (обеих выборок) и японцев. Между тем у русских постперестроечного периода наблюдается уход от размышления над предложенным образом (в данном случае образом родины), что наиболее ярко проявляется на примере телесно-перцептивного компонента ассоциативных полей. Причиной является культурный шок, связанный с крушением страны и соответствующих идеалов. У русских начала XXI в. и японцев аналогичное явление не прослеживается. Любовь к родной природе в большей степени выражена у японцев и русских постперестроечного периода и в меньшей степени – у русских начала XXI в.

Ключевые слова

родина, русские, японцы, образ, реакция

Для цитирования

Палкин А. Д. Образ родины в русской и японской лингвокультурах // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. Т. 19, № 3. С. 69–83. DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-69-83

Image of Motherland in Russian and Japanese Linguocultures

Alexei D. Palkin

*Moscow State Linguistic University
Moscow, Russian Federation*

Abstract

The images of motherland in Russian and Japanese linguocultures are juxtaposed on the basis of association experiments. Russian culture is analyzed along two samplings – that of the early 1990s and that of the early 21st century. In order to compare their data, relevant associative fields were first split into four major semantic components, namely: logical perception, moral and ethic perception, bodily perception, and emotional perception. It was demonstrated that in both linguocultures the image of motherland was perceived in large part positively. It was evidenced once again that Russians of both periods tended to epitomize individualism, while the Japanese were obviously collectivist. Predictably, the worldviews of Russian respondents of both time periods saw much more congruence than the worldviews of Russians (from both samplings) and the Japanese. Meanwhile, post-perestroika Russians weren't inclined to reflect over the image of their motherland or criticize it which is most noticeably evidenced by the percentage of data pertaining to components of the associative fields under study related to bodily perception. The reason for such a reflection fatigue lay highly likely in the cultural shock provoked by the collapse of the Soviet Union and accompanied by the discredit of its public ideology. Such an attitude was not registered in 21st century Russians and the Japanese. Love for the wild nature of their respective countries is a characteristic feature mostly of the 1990s Russians and the Japanese, but not salient in the 21st century Russians who expressed it to a lesser extent.

© А. Д. Палкин, 2021

Keywords

motherland, Russians, Japanese, image, reaction

For citation

Palkin, Alexei D. Image of Motherland in Russian and Japanese Linguocultures. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2021, vol. 19, no. 3, p. 69–83. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-69-83

Введение

Данная статья является продолжением серии статей в рамках масштабного проекта по сопоставлению образов сознания русских и японцев. В «Вестнике НГУ» первая публикация из этой серии появилась в 2017 г. [Палкин, 2017]. На этот раз подробному анализу подлежит образ родины в мировоззрении русских и японцев.

Прежде всего, отметим орфографическую особенность написания слова «родина» в русском языке. Как известно, возможно написание данного слова и со строчной буквы, и с прописной. Строчная буква применяется для обозначения родины как места рождения человека. С прописной буквы это слово пишется только в патриотических либо высоко-духовных контекстах. Очевидно, что первый случай шире, по каковой причине здесь и далее мы будем писать слово «родина» с маленькой буквы.

Написание слова «родина» со строчной буквы не принижает значимости соответствующего образа. Родина является знаковым элементом языкового сознания, выражая отношение человека к тому месту, где он родился, и подчеркивая его принадлежность к той или иной группе, национальности, народу.

Образ родины является важным элементом этической картины мира, ведь то место, которое человек считает своим – и в узком, и в широком смысле – оказывает непосредственное влияние на его нравственные установки, мировоззрение, стереотипы, поскольку паттерны поведения, принятые в соответствующем социуме, имеют территориальную (то есть геокультурную) привязку и являются образцами для каждого члена социума.

Любовь к родине прививается ребенку с раннего детства благодаря морально-нравственным и когнитивным установкам родителей и/или тех людей, которые так или иначе участвуют в воспитании ребенка. Со временем усвоенные когнитивные установки оформляются в устойчивые ценности личности. Взрослый человек, «впитавший» в себя любовь к родине «с молоком матери», обладает определенным эмоциональным отношением (как правило, положительно окрашенным) к тому месту, где он родился, что предопределяет его модель поведения, в которой достаточно ясно разграничивается «свое» и «чужое», «наше» и «их» как в международном культурно-историческом контексте, так и в социально-групповом аспекте внутри своей общенациональной культуры.

Если рассматривать образ родины не эмоционально, а как теоретический конструкт, то он, согласно О. В. Макаровой, является элементом образной сферы личности и является «особой внутренней реальностью и детализированной многомерной субъективной совокупностью представлений о бытии социума» [Макарова, 2019. С. 13]. Он, как значится в указанной работе, содержит в себе «структуры, отражающие базовые ценности, хранимые в памяти народа как архетипы». При этом «элементы, входящие в образ родины, используются личностью [и] для определения собственной принадлежности к различным социальным группам» [Там же]. На формирование образа родины оказывают самое активное влияние различные «агенты социализации», такие как семья, значимые общественные организации, СМИ (включая «внешние», что, на наш взгляд, нельзя упускать в эпоху глобализации с ее новым идеалом наднациональной социализации), но процесс носит все-таки диалектический характер (или, по Бахтину, диалогический), и потому образ конструируется личностью самостоятельно из актуализированных им представлений, эмоций и оценок объектов Родины [Там же]. В результате автор получает еще одно, более полное, определение образа родины, которое мы, уточнив некоторые детали, принимаем, а именно: родину целесообразно понимать как инте-

гральную совокупность эмоционально окрашенных представлений о природном окружении, истории и культурных ценностях, нормах, оценках, образцах, которые задаются социумом и субъективно осмысливаются, принимаются личностью как характеристики социокультурной идентичности, обуславливающие жизнедеятельность и духовное единение с социумом [Макарова, 2019].

Работа О. В. Макаровой привлекла наше внимание еще и тем, что в ней совершенно неожиданно для нас проявилась, казалось бы, исчерпавшая себя традиция ссылаться, пусть и ненавязчиво, на позицию главы государства как хранителя самобытного национального образа Родины:

«Духовно-нравственные идеалы и ценностные культурные коды нации, объединяющие россиян в единую историко-культурную общность, подвергаются жесткой критике и открытому информационному противоборству в мире. Особая роль в обретении и становлении социокультурной идентичности личности россиян отводится государством сфере общего образования. Президент Российской Федерации В. В. Путин подчеркивает необходимость содействия становлению социокультурной идентичности у подрастающего поколения: “От того, как мы воспитаем молодежь, зависит то, сможет ли Россия... не растерять себя как нацию, не утратить свою самобытность в очень непростой современной обстановке” (В. В. Путин, 2018)» [Там же. С. 3].

В одной из наших предыдущих работ [Палкин, 2013–2014] мы рассматривали такое явление, как казус, как пережиток былых тоталитарных времен, когда фамилия Вождя должна была упоминаться во всех возможных официальных контекстах. Вот, например, как начинается автореферат диссертации по психологии 1953 г.: «В своем гениальном произведении “Марксизм и вопросы языкознания” И. В. Сталин указывает, что...» [Померанцева, 1953. С. 1]. По всей видимости, теория о цикличности социальной истории верна.

Альтернативный подход к рассмотрению понятия «родина» обнаруживаем в статье С. Н. Артановского. Автор критически оценивает стандартное словарное определение родины как места, где человек родился, приводя пример, когда у дипломатов, живущих за границей, рождается ребенок. Родиной этого ребенка будет родина его родителей, а не то место, где он родился [Артановский, 2012. С. 11]. Такое явление пусть и является редким, но демонстрирует возможное разнообразие трактовок. Артановский продолжает свои рассуждения анализом образа родины в культурно-исторической перспективе: «Родина складывается в вихре исторических событий, образуется культурный слой, который кристаллизуется, получается историческое **бытие**: традиции, обычаи и стереотипы, повторяющиеся социальные процессы. Родина включает в себя различные временные моменты: в основе лежит настоящее, но в него включается прошлое как основа и предпосылка и будущее как перспектива... Родина исторически изменчива, но на любом этапе исторического роста она сохраняет свое качество, т. е. всегда остается Родиной, без которой, добавим, невозможны ни человеческая история, ни жизненный опыт индивида» [Там же. С. 12].

Появление слова «родина» в русском языке датируется первой половиной XVIII в. [Цыганенко, 1989. С. 357]. Современное содержание образа родины можно оценить и в лингвистической ретроспективе, анализируя эволюцию семантики различных лексических единиц, которые синонимически связаны с понятием «родина», хотя для ассоциативного исследования точность словарной дефиниции не имеет особого значения; дело в том, что в ходе эксперимента респонденты все равно пренебрегают какими бы то ни было словарными дефинициями, а в качестве таковых исследователь принимает их ассоциативные (а не формально-логические) реакции. Этимологически русское слово «родина» восходит к существительному «родъ». Предполагается следующая диахроническая последовательность трансформации значения этимона от конкретного к абстрактному: «то, что принадлежит роду, что связано с рождением» > «место рождения» > «отчизна» [Там же]. В мифологическом мировидении русских корень «родъ» является, как совершенно очевидно, воплощением рода, единства потомков одного предка, который дарует жизнь, плодородие, долголетие и не предполагает

субъективных или позднейших национальных толкований. Архетипическое представление о родине как матери уходит корнями в мифологию славянского язычества. Умение рождать означало силу женщины и животворящую силу земли [Гимаев, 2010. С. 10].

Японское слово *bokoku*, которое мы использовали в качестве эквивалентного стимула в японском опроснике, имеет более короткую культурно-историческую и языковую историю. По всей видимости, оно появилось в японском языке только в конце XIX в., то есть в эпоху Мэйдзи как антоним слову *gaikoku* (заграница). Одним из первых случаев употребления существительного *bokoku* в японской художественной литературе является повесть Роана Утиды «Ину-моногатари»¹, опубликованная в 1902 г. Факт, конечно, удивительный сам по себе, но дело в том, что вплоть до Реставрации Мэйдзи Япония жила по законам «закрытой страны»: не только не разрешалось выезжать за ее пределы, но и въезд иностранцев в Японию был во многом затруднен. Понятие «чужая страна» (\approx враг, недруг, угроза) было, однако, актуальным, тогда как вербальная концептуализация представлений о себе отсутствовала. У японцев не возникало ранее насущной необходимости противопоставлять в языковом сознании понятия «чужая страна» (или сторона) и «родная страна». Когда же в конце XIX в. границы открылись не только для европейцев и американцев, но и для всех японцев, возникла и практическая необходимость осознать себя как сущность, противопоставленную *gaikoku* (загранице), что и послужило причиной появления данного слова.

Наш подход к анализу образа родины является, однако, психолингвистическим, а не чисто лингвистическим и не культурно-историческим. Основой исследования является поэтому анализ ассоциативных полей, сформированных в результате ассоциативных экспериментов, проведенных в России и Японии в наше время среди носителей русского и японского языков соответственно. В них могут, конечно, остаться следы объективной лингвистической или культурно-исторической эволюции, но в психолингвистическом аспекте ассоциативные реакции ценны лишь как информация о состоянии так называемого *языкового* сознания.

Ход и методика эксперимента

В основу исследования легли три выборки ассоциативных реакций. Одна из них заимствована из многократно цитируемого и уже ставшего классическим «Русского ассоциативного словаря» (РАС) [2002], из которого нам потребовался том первый. Две другие выборки были получены автором данной статьи в ходе серии ассоциативных исследований. Охарактеризуем каждую выборку более детально.

Первая выборка условно относится к началу 1990-х гг. Слово «условно» употреблено здесь не случайно. Первые данные для «Русского ассоциативного словаря» были получены в конце 1980-х гг., а последние опросы датируются уже серединой 1990-х гг. Для обозначения соответствующего временного периода мы взяли «среднее арифметическое» – начало 1990-х гг. Столь же условно респондентов этой выборки мы называем испытуемыми постперестроечного периода. В числе информантов преимущественно студенты российских вузов в возрасте 17–25 лет, проходившие обучение на различных факультетах. Составители словаря стремились к тому, чтобы количество мужчин и женщин в их экспериментах было примерно одинаковым. На интересующий нас стимул «Родина» (в РАС слово пишется именно с большой буквы) было получено 202 реакции.

Вторая выборка, как уже было сказано выше, появилась благодаря усилиям автора данной статьи, который в 2006 г. провел анкетирование в ряде московских и подмосковных вузов. Общее число испытуемых составило 140 человек при равном количестве мужчин и женщин (по 70 соответственно). Студенты учились на различных факультетах. В списке-опроснике фигурировали 113 слов-стимулов. Инструкция гласила, что испытуемые должны были написать первое слово, пришедшее им в голову по прочтении каждого из слов списка. Такая ор-

¹ Выражаю благодарность за данную информацию В. П. Мазурику.

ганизация исследования полностью соответствовала методологии, принятой в РАС. В данной статье мы рассматриваем стимул «родина».

В 2001–2002 гг. автор провел аналогичное исследование в Осацком университете (University of Osaka, Japan) среди студентов различных факультетов в возрасте от 18 до 23 лет. Все испытуемые были носителями японского языка. Эксперимент проводился на японском языке, но в полном соответствии с уже стандартной российской методологией. Как и в случае с опросом в России, в Японии было опрошено 140 респондентов (70 мужчин и 70 женщин). В список-опросник вошли 120 слов-стимулов, среди которых было и слово *bokoku* («родина»).

Скажем несколько слов о том, как осуществлялся сопоставительный анализ ассоциативных полей. Вначале и русский, и японский стимулы должны быть проанализированы на предмет их семантического соответствия, поэтому необходимо было сравнить семантическую структуру словарных значений анализируемых слов. Для этих целей мы использовали «Большой толковый словарь японского языка» [Dajirin, 1995] и «Толковый словарь русского языка» [Ожегов, Шведова, 1999].

Необходимо также сопоставлять ассоциативные поля по смысловым компонентам; эта идея восходит к коллективной монографии «Ментальность россиян» [1997]. Перечень обязательных ассоциативных компонентов, предложенный там и уже ставший традиционным во многих ассоциативных исследованиях, выглядит следующим образом: логико-понятийный (отражающий знания, основанные на понятийной обработке чувственных данных), телесно-перцептивный (знания, опирающиеся на представления о чувственно-телесной реальности), ценностно-смысловой (знания, связанные с духовными идеалами) и эмоционально-аффективный (знания, возникшие на основе субъективных переживаний). В сводную таблицу реакций вносятся все реакции, насчитывающие в каждой выборке не менее 1,25 % (то есть в округленном значении не менее 1,5 %). Каждой реакции (или при необходимости группе реакций, объединенных общей семантикой) присваивается порядковый номер. Так создается табл. 1, в которой для каждого компонента и для каждой выборки в конце каждой строки таблицы в скобках приводится суммарный удельный вес всех членов данной строки. Ее цифровые данные расшифровываются содержательно в табл. 2.

Таблица 1

Разбиение ассоциативных полей *родина* и *bokoku*
по смысловым компонентам *

Table 1

Breakdown of associative fields *rodina* and *bokoku*
along semantic components

Смысловой компонент	Выборка		
	Я	P1	P2
Логико-понятийный	1; 2; 4; 7; 9; 10 (55 %)	3; 8; 9; 10; 11 (16,5 %)	2; 3; 5; 6; 12 (31 %)
Ценностно-смысловой	3; 5; 8; 12; 13 (14 %)	1; 2; 6; 7 (31,5 %)	1; 4; 7; 9 (39,5 %)
Телесно-перцептивный		4 (4 %)	
Эмоционально-аффективный	6; 11 (3,5 %)	5; 12 (5 %)	8; 10; 11 (5 %)

* В табл. 1 и 2 используются следующие обозначения: Я – реакции японцев; P1 – реакции русских из РАС; P2 – реакции русских 2006 г.

Таблица 2

Расшифровка нумерации групп реакций,
выделенных по принципу семантической близости

Table 2

Detailed interpretation of reactions indexed along semantic components

Я	P1	P2
1: 日本/Япония (39,5 %)	1: мать + моя мать (15 % + 0,5 % = 15,5 %)	1: мать (29 %)
2: 外国/заграница + 異国/зарубеж + 海外/зарубеж (5 % + 0,5 % + 0,5 % = 6 %)	2: моя + она моя (8,5 % + 0,5 % = 9 %)	2: Россия (15,5 %)
3: 祖国/отечество + 自分の国/своя страна (5 % + 0,5 % = 5,5 %)	3: Россия (7,5 %)	3: страна (6,5 %)
4: アメリカ/Америка (4,5 %)	4: зовет + мать зовет (3 % + 1 % = 4 %)	4: моя + свое (5 % + 0,5 % = 5,5 %)
5: 故郷/родной край + ふるさと/родной дом (3,5 % + 0,5 % = 4 %)	5: любимая + любовь (2,5 % + 1 % = 3,5 %)	5: земля + моя земля (4 % + 0,5 % = 4,5 %)
6: 愛国心/патриотизм + 愛国/патриотизм (1,5 % + 0,5 % = 2 %)	6: одна + всего одна + единственная (2,5 % + 0,5 % + 0,5 % = 3,5 %)	6: дом (3 %)
7: 日の丸/Хиномару (2 %)	7: Отчизна + Отечество (2 % + 1,5 % = 3,5 %)	7: отечество + отчизна (1,5 % + 1,5 % = 3 %)
8: 大切/важно (1,5 %)	8: СССР + Советский Союз (2,5 % + 0,5 % = 3 %)	8: патриот (3 %)
9: 戦争/война (1,5 %)	9: береза + березка + березки + березы (0,5 % + 0,5 % + 0,5 % + 0,5 % = 2 %)	9: защищать + защита (1,5 % + 0,5 % = 2 %)
10: 山/гора (1,5 %)	10: большая + большой (1,5 % + 0,5 % = 2 %)	10: гордость (1,5 %)
11: なつかしい/дорогая сердцу (1,5 %)	11: страна + моя страна (1,5 % + 0,5 % = 2 %)	11: любовь (1,5 %)
12: 母語/родной язык (1,5 %)	12: патриот + патриотизм (1 % + 0,5 % = 1,5 %)	12: флаг (1,5 %)
13: 日本語/японский язык (1,5 %)		

Отметим, что большая часть реакций характеризуется разнообразием смысловых оттенков, поэтому отнесение реакции к тому или иному смысловому компоненту зависит от того, какой из оттенков преобладает. Такое отнесение в некоторой степени субъективно, однако такова вся лингвистика: интроспекция и оценочность – ее неотъемлемые атрибуты (ср. в этой связи [Дебрэнн, 2015. С. 6; Пантеева, 2020. С. 52–54].) Несмотря на это, распределение реакций по смысловым компонентам позволяет во многом упорядочить экспериментальный материал и представить анализируемые ассоциативные поля в виде простых для восприятия схематических таблиц.

Выделение смысловых компонентов в ассоциативных полях позволяет вскрыть особенности взаимосвязи слов в ассоциативном тезаурусе. Поскольку наш эксперимент является массовым, можно говорить о возможности анализа социокультурной ситуации в отдельно взятый период времени. Такой подход позволяет делать аргументированные и надежные выводы о содержании образа сознания в исследуемых лингвокультурах (в данном случае русской и японской).

В предыдущих статьях из данной серии мы, помимо анализа семантических компонентов, рассчитывали показатели близости выборок. В данном случае мы воздержимся от этой зада-

чи по той причине, что в исследуемых ассоциативных полях присутствуют лексемы, различающиеся по семантическому наполнению, но указывающие на одни и те же культурные смыслы. Показатель близости выборок в данном случае не в состоянии точно отразить степень взаимного наложения семантики ассоциативных полей, поскольку обсуждаемый показатель релевантен только для ситуаций с полным совпадением лексем.

Обсуждение исследуемых ассоциативных полей

Перейдем непосредственно к анализу образа родины.

В толковом словаре русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой [1999] «родина» трактуется как 1) отечество, родная страна и 2) место рождения, происхождения кого-чего-нибудь, возникновения чего-нибудь. Приведенная трактовка удачна в том плане, что не сводит содержание лексемы «родина» исключительно к месту рождения. Под родиной может иметься в виду и «родная страна» безотносительно места рождения. В наших предыдущих статьях мы указывали на расхождения в семантике русских и японских эквивалентов: как правило, наполнение даже эквивалентных лексических единиц в разных языках различается. Интересно, что в данном случае Большой толковый словарь японского языка [Daijirin, 1995] определяет японский эквивалент слова «родина» *bokoku* точно так же, как это делают составители толкового словаря русского языка. Семантика двух данных лексем полностью совпадает. Однако различается восприятие образа родины в соответствующих лингвокультурах, что мы и обсудим ниже.

Первое, что бросается в глаза при поверхностном взгляде на три исследуемые выборки – теснейшая связь образов родины и матери в русской лингвокультуре (реакция «мать» в обеих русских выборках уверенно занимает первое место по частотности) и отсутствие такой связи в японской лингвокультуре. Патриотизм японцев связан, прежде всего, с названием родной страны: реакция «Япония» набирает феноменальные для ассоциативных экспериментов 39,5 %. Японские испытуемые и здесь продемонстрировали традиционное для них единомыслие, хотя и неабсолютное.

Следующие по частотности реакции не менее интересны. Японцы прибегают к популярной для ассоциативных экспериментов стратегии антонимизации: на втором месте по частотности следует реакция «заграница» (6 %). В русских выборках доля такой реакции очень низка. Второе место в русских выборках занимает название страны; причем во второй русской выборке реакция «Россия» набирает 15,5 %, тогда как в первой было в два раза меньше (7,5 %). Однако здесь следует помнить, что анкетирование частично проводилось еще в советскую эпоху, то есть в период смены названий, в конце 1990-х гг., и потому в первой русской выборке присутствуют и реакции «СССР», «Советский Союз», набирающие в сумме 3 %.

Ярким явлением русских выборок является высокочастотная реакция «моя», получающая 9 % в первой русской выборке и 5,5 % – во второй (разрыв между этими значениями нельзя признать существенным). В этом можно усмотреть наглядный пример индивидуалистских или эгоцентрических тенденций² современной русской культуры. Действительно, мы не наблюдаем в русских выборках повторяющихся реакций коллективного характера (например, «наша»). Русские склонны рассматривать образ родины как часть своего внутреннего мира.

² В своем крайнем виде эгоцентрический индивидуализм западного человека, особенно **творческого** или просто креативного, стремится к следующему логическому пределу: «Индивидуалистские – т. е. культуры западного толка, для которых понятие *Universe* аффективно стремится, разумеется, вопреки научной этимологии, к выделению из себя ядерного личностного *You* и еще там чего-то *вокруг*, претендующего на ядерность. Коллективистские – культуры восточного толка, в которых, как показывает формально-семантическая структура русского эквивалентного понятия *Вселенная*, в ядро помещена семантика «все», а *вокруг* и *внутри* что-то там еще. Параллельно вновь набирает силу и “антропоцентрическая космология”, с Землей как центром Вселенной» [Фефелов, 2015. С. 64].

Японская лингвокультура, как известно, характеризуется ярко выраженным коллективизмом, то есть является низкоконтекстной. На примере рассматриваемой реакции он проявляется в крайне высоком удельном весе самой частотной реакции («Япония»), которая находится в безоговорочном отрыве от второй по частотности реакции, набирающей всего 5 %. Также ввиду того, что Япония находится под существенным влиянием США, 4,5 % в японской выборке набрала реакция «Америка». Подробнее о сути этой реакции будет сказано ниже.

Все три выборки объединены реакциями «отечество» и «отчизна». Это синонимы стимула, причем по частотности они входят в ядро всех ассоциативных полей. Мы видим, что синонимизация является продуктивной стратегией ассоциирования. Похожая тенденция прослеживалась и на примере многих других слов-стимулов.

В русских выборках следует обратить внимание на следующие расхождения: в первой русской выборке значима реакция «зовет» (3 %), которую нужно рассматривать как отсылку к прецедентному тексту «Родина-мать зовет!», тогда как во второй русской выборке такая реакция единична. Зато во второй выборке становится значимой связь между образами родины и земли (соответствующие реакции в совокупности набирают 4,5 %), что нехарактерно для первой русской выборки. Мы склонны объяснить это выдвиганием на первый план идеи частной собственности при переходе с социалистического уклада жизни на капиталистический. О том же свидетельствует и реакция «дом», ставшая частотной (3 %) только во второй русской выборке.

На периферии всех трех ассоциативных полей фигурируют отсылки к понятиям патриотизма и любви: и русские, и японцы ожидаемо любят свою родину и переживают за нее.

Теперь обратимся к смысловым компонентам соответствующих ассоциативных полей.

Наиболее насыщенным является логико-понятийный компонент. Напомним, что в Московской психолингвистической школе принят подход, согласно которому разница в частотности является статистически значимой в случае отрыва одного сравниваемого показателя от другого в три и более раза. Это делается в целях элиминирования индивидуальных особенностей испытуемых. Разница в два раза теоретически может быть случайной, но разница в три раза – это уже закономерность. Что касается логико-понятийного компонента, то его удельный вес в японской выборке более чем в три раза превосходит аналогичный показатель в первой русской выборке, хотя от второй русской выборки отрыв не столь велик. Это означает, вероятнее всего, что японцы относятся к образу родины более утилитарно, чем русские постперестроечного периода. Вместе с тем необходимо отметить, что столь высокий процент логико-понятийному компоненту в японской выборке обеспечила, прежде всего, парадигматическая реакция «Япония», набравшая 39,5 %. Японцы не только утилитарны, но и стремятся мыслить «в унисон», что прямо согласуется с их коллективистской ментальностью – продуктом долгого культурно-идеологического развития. В России же начало 1990-х гг. характеризовалось отсутствием четких ценностных и идеологических ориентиров, поэтому прагматичность решений отступала на второй план. Ситуация несколько изменилась к началу XXI в.: заметно больший процент русских респондентов стал воспринимать родину в логико-понятийном ключе. Что касается японцев, то мы видим, что слово «родина» однозначно ассоциируется у них с названием родной страны.

Весомой группой реакций в составе логико-понятийного компонента являются реакции внешнеполитического характера. В японской выборке это реакции «Америка» (4,5 %) и «война» (1,5 %). По этим реакциям мы можем судить, что отголоски жестокой Второй мировой войны, для Японии в значительной степени японо-американской, до сих пор транслируются на японскую молодежь. Действительно, трагическая история поражения в этой войне, результатом которой стала культурная и политико-идеологическая зависимость Японии от США, оставила глубокий след в мировидении японцев. Именно по этой причине реакция «Америка» вошла в ядро ассоциативного поля *bokoku*.

Это не значит, конечно, что после войны японцы стали считать Америку своей родиной; реакция говорит о том, что Япония попала под влияние США, воспринимаемое в японском

обществе как зависимость. Такое суждение имеет, однако, свои нюансы: негативному отношению противостоит понимание того, что США все-таки обеспечили современной Японии послевоенную экономическую поддержку и гарантировали защиту от потенциально недружественных стран. Вот что пишет по этому поводу японский политолог К. Фунабаси, в рассуждениях которого послевоенная политика США ассоциируется с благородством: «Великодушные Соединенных Штатов как победителя и оккупанта побежденной страны было поистине беспрецедентным: Америка поддерживала Японию как независимую страну, защищала ее от внешних угроз, открыла собственные рынки для японских товаров и приложила немалые усилия для того, чтобы в кратчайшие сроки вернуть Японии ее полноценный статус в международном сообществе. Последним штрихом этого великодушия стало возвращение Окинавских островов в 1972 г. <...> Спонсируемые США послевоенная демократизация и экономическое развитие Японии не только способствовали возрождению японской нации, но и сделали возможным тесное взаимовыгодное экономическое сотрудничество между Японией и Соединенными Штатами. <...> Кроме того, экономический успех Японии заложил надежный фундамент под союзнические отношения США и Японии и стимулировал всестороннюю безопасность» [Funabashi, 1992. P. 25].

Вместе с тем «Америка» для японцев – это своего рода антоним слова «родина», на что указывает высокочастотная реакция «заграница»/*gaikoku* (5 %) в их ответах.

Русские респонденты начала 1990-х гг. задумывались о геополитике в меньшей степени. К понятиям такого рода можно отнести находящуюся на периферии ассоциативного поля парадигматическую реакцию «страна» и – с некоторой натяжкой – находящуюся рядом по частотности синтагматическую реакцию «большая». Во второй русской выборке реакция «страна» уже входит в ядро ассоциативного поля (6,5 %), тогда как реакция «большая» отсутствует (зафиксирована единичная реакция «велика», но в силу ее низкой частотности мы не можем делать из этого какие-либо выводы). На периферии ассоциативного поля начала XXI в. обнаруживаем реакцию «флаг» (1,5 %). Данная реакция перекликается с японской реакцией «Хиномару» (2 %), официальным названием государственного флага Японии.

Показательны также ассоциации, связанные с ландшафтом и природой родной страны.

Так, в японской выборке обращает на себя внимание парадигматическая реакция «гора». Это вполне объяснимо, если учесть, что значительная часть Японии покрыта горами. Тематика гор прочно вошла в японскую мифологию, литературу и другие виды искусства, а гора Фудзи стала символом Японии. Русские же респонденты начала 1990-х гг. упоминают «березы» и «березки», которые стали своеобразным символом российской природы, не отличающейся яркостью. Таким образом, японцы и русские постперестроечного периода демонстрируют любовь к природе родного края, понимают важность сохранения гармонии между человеком и природой. Однако новорусские респонденты начала XXI в. стали относиться к природе более высокомерно, на что указывают две знаковые реакции этого периода – «земля» и «дом». Следовательно, можно предположить, что вопросы собственности волнуют современных россиян в большей степени, чем вопросы экологии. Действительно, вырубка зеленых насаждений ради постройки домов и других объектов инфраструктуры либо просто ради обогащения стала в России повсеместным явлением. Так, например, С. В. Мясников, рассматривая ситуацию в России начала 2010-х гг., отмечает «повсеместное ухудшение лесной экологии в России» и подчеркивает, что на данном этапе «активно сокращается биоразнообразие лесной природы, меняется привычный для старшего поколения природный ландшафт, идет массовое вырождение традиционной лесной древесной растительности, повсеместно заметно сокращение или даже полное исчезновение традиционных ареалов обитания лесной флоры и фауны» [Мясников, 2013. С. 225–226]. Все это происходит по причине хищнического использования российских природных ресурсов местным бизнесом, ориентированным на экспорт (то есть на доллар или юань).

Перейдем к ценностно-смысловому компоненту. Ожидаемо в обеих русских выборках тон задает реакция «мать». Анализируя стимул «мать» в нашей предыдущей статье, мы отмечали

связь образов матери и родины, иллюстрируя ее известным лозунгом «Родина-мать зовет!» [Палкин, 2020. С. 81]. В ассоциативных полях «мать» для обеих русских выборок реакции «Родина» и «родина» находились на периферии. Любопытно поэтому, что в ассоциативных полях «родина» реакция «мать» занимает первое место по частотности. Здесь уже недостаточно сослаться на растиражированный в советское время лозунг. Связь в сознании респондентов образов родины и матери обусловлена, прежде всего, как нам представляется, восприятием родины как сущности, дающей жизнь, жилье и защиту. Важным фактором, стимулирующим такую реакцию, является и грамматический род лексемы «родина». Женственность родины перекликается с женственностью матери, России, страны. Как мы неоднократно отмечали, у России женское лицо и, более того, именно русские женщины в состоянии способствовать прогрессу русской лингвокультуры, тогда как мужчины являются более слабым звеном российского общества. Рамки данной статьи не позволяют нам привести развернутое обоснование этого тезиса, поэтому отсылаем читателей к работе [Палкин, 2017].

Для японской лингвокультуры связь между понятиями «родина» и «мать» неактуальна. Это обусловлено, с одной стороны, более патриархальным, по сравнению с российским, укладом японской лингвокультуры и, с другой стороны, отсутствием категории рода у неодушевленных существительных в японском языке. Японские респонденты подчеркивают ценность родины иначе – такими словами, как «важно» (1,5 %), «родной край» (3,5 %) и «отечество»³ (5 %). В то же время в японском языковом сознании фиксируется четкая связь между родиной и языком, на котором говорят носители соответствующей культуры, поэтому на периферии японского ассоциативного поля фигурируют реакции «родной язык» и «японский язык» (по 1,5 %). Для русских респондентов подобные реакции не характерны. Следовательно, для японцев родной язык выступает как большая ценность, чем для русских, в тесной связи с образом родины, занимающим видное место в этической картине мира. Возможно, такое внимание к родному языку возникло у японцев на фоне активно циркулировавшей в японском обществе во второй половине XX в. теории о том, что японский мозг и, соответственно, японский язык устроены по-особому, не так, как у других народов. В настоящее время эта теория с мифологическим подтекстом теряет популярность ввиду своей теоретической несостоятельности, но, естественно, многим хочется верить в то, что хотя бы отчасти она верна. Этого убеждения оказалось достаточно, чтобы не выдерживающая научной критики теория поспособствовала, тем не менее, реальному повышению интереса японцев к родному языку.

Обращает на себя внимание сравнительно низкий удельный вес реакций в данном компоненте для японской выборки по сравнению с русскими выборками, в особенности со второй русской выборкой. Это связано с тем, что львиная доля реакций из японского ассоциативного поля попала в логико-понятийный компонент. Мы видим, что в русской языковой картине мира образ родины более значим, чем в японской. Можно предположить, что это связано с относительной новизной слова *bokoku*. Оно появилось в японском языке сравнительно недавно и потому еще не осознается как знаковое. Получается, что понятие существует, концептуализация произошла, но его ценность не осмысливается в полной мере носителями языка, поскольку в японском языковом сознании образ родной земли связан, прежде всего, с названием страны, а не с каким-либо другим термином, прямо противопоставляющим ее самобытность, самодостаточность и суверенность *gaikoku*. Не так в русской лингвокультуре: в ней образ родины пронизан многочисленными ценностными характеристиками.

Что касается реакций из русских выборок, отнесенных к ценностно-смысловому компоненту, то, помимо уже упомянутой реакции «мать», следует прокомментировать синтагматические реакции «моя» и «одна», частотность которых сравнительно высока. Показателен сам факт, что реакция «моя» входит в ядра обеих русских ассоциативных полей, тогда как реак-

³ Здесь соответствие «отечество» – очень приблизительная компромиссная доместикация; дословно реакция *sokoku* переводится иначе – «страна предков».

ция «наша» единична. Очевидно, что реакция «моя» свидетельствует о неготовности респондентов рассматривать общественное как более приоритетное, чем личное, в то время как реакция «наша» указывала бы на коллективистское восприятие действительности. О коллективизме японцев известно давно и своими реакциями на стимул *bokoku* они подтвердили достоверность этого знания. О коллективизме русских писали многие мыслители XIX и XX вв. и – по инерции – ученые XXI в., однако полученные нами данные свидетельствуют о преобладании индивидуализма в мировидении современных русских, причем этот индивидуализм был характерен уже для русских постперестроечного периода.

Наличие реакций «Отчизна» и «Отечество» в русских выборках вполне ожидаемо, поскольку синонимизация – это продуктивная стратегия ассоциирования. Между тем обращают на себя внимание реакции «защита» и «защищать» из второй русской выборки. Тема защиты родины не актуальна для респондентов постперестроечного периода. Тогда Россия была максимально открыта всевозможным контактам с представителями других стран и культур. Образ врага, активно муссировавшийся на протяжении десятилетий советской пропагандой, претерпел существенную трансформацию, сместившись с внешних врагов на внутренних. Однако в начале XXI в. мы видим возвращение советской риторики в российские средства массовой информации. Россия снова «в кольце врагов», которые грозят нам из-за рубежа. Все это не могло не отразиться на массовом сознании, что и способствовало появлению реакций, указывающих на необходимость защищать родину.

Перейдем к телесно-перцептивному компоненту. Он нагружен минимально и представлен единственной группой реакций «зовет» и «мать зовет» (в сумме 4 %) из первой русской выборки. Это показательная реакция, которая, как и в случае со многими другими проанализированными нами стимулами, свидетельствует о потере русскими гражданами постперестроечного периода готовности планомерно анализировать окружающую действительность. Под влиянием культурного шока, связанного со сменой идеологической парадигмы и активным заимствованием западных ценностей, многим было проще уйти от здоровой оценки текущих событий. В условиях, когда старые ценности потеряли актуальность, а новые не были выработаны, респонденты начала 1990-х гг. активно прибегали к клишированным реакциям. Глагол «зовет» является характерным примером таковой, отсылая к известной советской идеологеме «Родина-мать зовет» и иллюстрирующему ее памятнику, установленному в Волгограде. Учитывая, что во второй русской выборке реакция «зовет» единична, можно сделать вывод о том, что к началу XXI в. русские стали более осознанно и здраво смотреть на происходящее вокруг себя и вокруг страны в том смысле, что стали задаваться вопросами «Куда?» и «Зачем?», полагая, что у них есть возможность откликнуться на альтернативные призывы извне. Японцы подобных реакций не предлагали, что свидетельствует об умиротворенности жизни японского общества в начале XXI в. В любом случае образ родины в обеих лингвокультурах ожидаемо не несет значимой телесно-перцептивной нагрузки.

Что касается эмоционально-аффективного компонента, то в этой части мы обнаруживаем его примерно равную наполненность во всех трех выборках. Во многом совпадают и смыслы, связанные с эмоциональной сферой респондентов и составляющие специфику этого компонента. Пусть и на периферии ассоциативных полей, но с известной стабильностью всякий раз присутствует образ патриотизма (2 % – в японской выборке, 1,5 % – в первой русской выборке и 3 % – во второй русской выборке). Связь образов родины и патриотизма закономерна; в доперестроечное время она не нуждалась в дополнительных комментариях, но сейчас понятие патриотизма часто встраивается в ряд *патриотизм – национализм – шовинизм*, что создает потенциальную возможность для манипулирования различиями между ними и основу для подмены патриотизма национализмом и наоборот. В русских выборках обнаруживаем также реакцию «любовь». При этом интересно, что во второй русской выборке фигурирует повторяющаяся реакция «гордость», отсутствующая в первой русской выборке. Получается, что русские постперестроечного периода, несмотря ни на что, любили свою родину, но не могли ей гордиться, тогда как в начале XXI в. появились те, кто испытывал

гордость за свою страну. Опять же мы наблюдаем больший оптимизм русских начала XXI в. по сравнению с началом 1990-х гг. Социологи также отмечают рост патриотических настроений в России на протяжении 2000-х гг. [Савва, 2017. С. 19].

Японцы тоже любят свою родину, но выражают это при помощи другой лексемы. Речь идет о синтагматической реакции なつかしい, которую мы перевели как «дорогая сердцу», но такой перевод не только приблизителен, но и несколько обманчив. У японцев в данной реакции коннотативно подчеркиваются грусть и даже тоска, связанные с Родиной, причем в возвышенном ключе, требующем написания с прописной буквы. Таким образом, точный этносемантический перевод обсуждаемой лексемы на русский язык невозможен, но нам важно понимать, что эта лексема отражает *возвышенные* чувства японцев по отношению к своей родине.

Заключение

Анализ ассоциативных полей *bokoku* и *родина* показал общее и вариативное в восприятии образа родины русскими и японцами.

Что касается общего, то представители обеих лингвокультур едины в своей любви к родине. Подавляющее большинство реакций в обеих выборках имеет положительные коннотации. Респонденты имеют четкое представление о том, где находится их родина. Разумеется, молодые японцы называют Японию, а молодые русские – Россию. При этом подчеркнем, что всякий раз перед проведением анкетирования мы уточняли национальную принадлежность респондентов. Анкеты респондентов из других стран, случайно попавших в выборку, отсеивались.

Расхождений во взглядах на образ родины у русских и японцев заметно больше. Важным фактором для формирования в языковом сознании образа родины является этимология рассматриваемых слов-стимулов: русское слово «родина» восходит к древнему праславянскому корню «род», то есть имеет чрезвычайно долгую историю. Японское слово *bokoku*, напротив, является относительно молодым. Ожидаемо более древнее слово (*родина*) «обросло» дополнительными культурно-историческими, морально-нравственными и идеологическими смыслами и приобрело гораздо большую ценность, накопило более весомый культурный капитал, чем не столь давнее *bokoku*. Именно этим объясняется его сравнительно низкий совокупный удельный вес реакций, вошедших в ценностно-смысловой компонент.

Грамматический род русского слова «родина» обуславливает восприятие родины в образе матери, тогда как имплицитруемая в синониме «отечество» сема *отец* находится не периферии женского образа, дополняя его. Для японского языкового сознания связь образов матери и родины неактуальна, и это несмотря на то, что иероглиф 母 («мать») входит составной частью в понятие *bokoku* (母国).

Что касается смысловой наполненности соответствующих ассоциативных полей, то японцы мыслят родину в противопоставлении ее за границе, в то время как русские демонстрируют склонность к «присвоению» родины, используя притяжательные местоимения. Такая тенденция свидетельствует о преобладании индивидуализма в языковом сознании русских. Следовательно, называть русскую культуру начала XXI в. коллективистской неправомерно. Имеются веские основания считать, что коллективизм преобладал в русской культуре в начале XX в., однако наши данные показывают, что в результате «эксперимента» по построению социализма, осуществленного большевиками на территории России, вектор эволюции русской культуры устремился в сторону индивидуализма. Все эти пертурбации незнакомы японской культуре, которая устойчиво демонстрирует коллективистские тенденции.

Представители двух русских выборок ожидаемо обнаруживают большую степень близости мировоззрений по сравнению с японцами. Между тем необходимо отметить, что, как и в случае со многими другими стимулами, мировидение русских начала 1990-х гг. пронизано

но неготовностью к серьезному анализу ситуации, что проявляется в обилии реакций, отсылающих к клише. Такое положение можно объяснить только культурным шоком, который испытали на себе даже те россияне, которые не выезжали за границу. После развала Советского Союза на страну обрушился вал информации из западного мира, который резко противоречил ранее выработанным нормам. Многие не справились с чрезмерным объемом поступающей информации и отказались от конструктивного мышления, предпочтя следовать шаблонам. Однако в начале XXI в. шаблонных реакций стало, как показывают наши новые данные, значительно меньше. Более того, в языковом сознании снова появилось слово «гордость», которое не пользовалось популярностью в постперестроечный период развития страны.

Хочется закончить наш разбор формулировкой характеристик более общего характера. Уже было сказано о том, что и японцы, и русские склонны к выражению в речи высокого патриотизма, однако лексические средства, которые они применяют для этого, имеют отличительные культурно-исторические коннотации. Объединяет представителей обеих культур и использование стратегии синонимизации в ходе построения ассоциаций, связанных с образом родины. На периферии всех ассоциативных полей обнаруживаются природные реалии, являющиеся знаковыми для соответствующей лингвокультуры. Для японцев это гора, для русских начала 1990-х гг. – березы, для русских начала XXI в. – земля. Здесь мы можем наблюдать контраст, с одной стороны, между японской и первой русской выборками, где приоритетным является любование родной природой, и, с другой стороны, второй русской выборкой, в которой приоритетным оказывается земельный вопрос, то есть право собственности.

Таким образом, несмотря на многочисленные различия, обнаруженные в связи с восприятием образа родины в русской и японской лингвокультурах, прослеживаются общие подходы, которые способны стать теми факторами, которые могут способствовать улучшению взаимопонимания между представителями рассмотренных лингвокультур.

Список литературы

- Артановский С. Н. Родина как культурно-исторический феномен // Вестник СПбГУКИ. 2012. № 2 (11). С. 11–15.
- Гимаев Я. А. Актуализация концепта *РОДИНА* в школьных учебниках по литературе и в массовом сознании учащихся: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 20 с.
- Дебрени М. Лингвистическая интроспекция плюрилингва // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 13, № 3. С. 5–14.
- Макарова О. В. Формирование образа родины в процессе становления социокультурной идентичности младших школьников: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. СПб., 2019. 24 с.
- Мясников С. В. Социальные аспекты лесной политики в современной России // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2013. № 4 (29). С. 225–228.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 939 с.
- Палкин А. Д. Образ жизни в языковом сознании русских и японцев // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. Т. 15. № 3. С. 71–83.
- Палкин А. Д. Образ матери в языковой картине мира русских и японцев // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 1. С. 24–34.
- Палкин А. Д. Трактровка взаимосвязи языка и мышления: исторический экскурс // Вестник Московского института лингвистики. 2013 (№ 2), 2014 (№ 1). С. 54–65.
- Пантеева К. В. Рациональная и эмоциональная оценка: все дело в экспрессивности? // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 3. С. 47–58. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-3-47-58.

- Померанцева Д. Г.** Психология ошибок устной речи младших школьников: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Минск, 1953. 12 с.
- Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. 1. От стимула к реакции / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. М.: АСТ, Астрель, 2002. 782 с.
- Савва Е. В.** Динамика концепта патриотизма и представлений о нем в общественном мнении современной России // Общество: политика, экономика, право. 2017. № 11. С. 17–20.
- Фефелов А. Ф.** Геокультурные координаты российской переводческой интерпретанты (Западно-Восточный переводоведческий диван) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 13, № 3. С. 55–78.
- Цыганенко Г. П.** Этимологический словарь русского языка: Более 5000 слов. Киев: Радянська школа, 1989. 511 с.
- Daijirin. Tokyo: Sanseido, 1995. (in Jap.)
- Funabashi, K.** Japan and America: global partners. *Foreign Policy*, 1992, no. 86, p. 24–39.

References

- Artanovsky, S. N.** Motherland as Cultural-historical Phenomenon. *Vestnik SPbGUKI*, 2012, no. 2(11), p. 11–15. (in Russ.)
- Debrenne, M.** Plurilingual's linguistic introspection. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2015, vol. 13, no. 3, p. 5–14. (in Russ.)
- Gimaev, Ya. A.** Actualization of the Concept MOTHERLAND in School Literature Textbooks and in Students' Mass Consciousness. Extended abstract of Candidate of Philology Dissertation. Moscow, 2010, 20 p. (in Russ.)
- Makarova, O. V.** Formation of Motherland Image in the Process of Evolution of Junior Schoolchildren's Identity. Extended abstract of Candidate of Pedagogy Dissertation. Saint Petersburg, 2019, 24 p. (in Russ.)
- Myasnikov, S. V.** Social aspects of forest policy in modern Russia. *Society. Environment. Development (Terra Humana)*, 2013, no. 4 (29), p. 225–228. (in Russ.)
- Ozhegov, S. I., Shvedova, N. Yu.** Russian Explanatory Dictionary. Moscow, Azbukovnik, 1999, 939 p. (in Russ.)
- Palkin, A. D.** Image of life in language consciousness of Russians and the Japanese. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2017, vol. 15, no. 2, p. 91–105. (in Russ.)
- Palkin, A. D.** The image of mother in the language picture of the world of Russians and the Japanese. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 1, p. 71–83. (in Russ.)
- Palkin, A. D.** Rendering the interrelation of language and mind: historical journey. *Vestnik of Moscow Institute of Linguistics*, no. 2/2013 – no. 1/2014, p. 54–65. (in Russ.)
- Panteeva, Ksenia V.** Rational and Emotional Evaluation: Is It All about Expressiveness? *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 3, p. 47–58. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-3-47-58
- Pomerantseva, D. G.** Psychology of Junior Schoolchildren's Oral Speech Mistakes. Extended abstract of Candidate of Psychology Dissertation. Minsk, 1953. 12 p. (in Russ.)
- Russian Associations Dictionary. In 2 vols. Eds. Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, Yu. A. Sorokin, Ye. F. Tarasov. Moscow, AST, Astrel, 2002, vol. 1: From Stimulus to Reaction, 782 p. (in Russ.)
- Savva, Ye. V.** Dynamics of the concept of patriotism and its perception in modern Russia's public opinion. *Society: Politics, Economics, Justice*, 2017, no. 11, p. 17–20. (in Russ.)
- Fefelov, A. F.** Geocultural Coordinates of the Russian Translation Thought and of its Interpretative Background (East-West Translational Divan). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2015, vol. 13, no. 3, p. 55–78. (in Russ.)

- Tsyganenko, G. P.** Etymology Dictionary of Russian: Over 5000 Words. Kiev, Radyanska Shkola, 1989. 511 p. (in Russ.)
Daijirin. Tokyo: Sanseido, 1995. (in Jap.)
Funabashi, K. Japan and America: global partners. *Foreign Policy*, 1992, no. 86, p. 24–39.

Материал поступил в редколлегию

Date of submission

30.09.2020

Сведения об авторе / Information about the Author

Палкин Алексей Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор факультета английского языка Московского государственного лингвистического университета (Москва, Россия)

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

p-alexis@yandex.ru