УДК: 331.101.3:355.318.1(470) DOI: 10.22394/2071–2367–2018–13–4–14–35

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КАК ОСНОВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ И ФРАНЦИИ В МАССОВОМ СОЗНАНИИ

Меркулов П.А., Кустова А.В., Родионова Н.[1]

Цель статьи — анализируется российский и французский опыт исследования социальных представлений как основы конструирования образа России и Франции в массовом сознании. Отмечается ведущая роль французской научной школы С. Московичи в развитии теории социальных представлений. Акцентировано внимание на социальных факторах, способствующих ограничению точности отражения окружающего мира, подходах к определению сущности понятия «социальные представления». Проанализированы структура, функции, процесс формирования, ведущие направления и методы исследования социальных представлений. Обоснована целесообразность реализации междисциплинарного подхода к исследованию социальных представлений, являющихся основой конструирования образа России и Франции в массовом сознании. Обобщены и проанализированы результаты различных направлений исследования социальных представлений: представления россиян о Франции, французах, российско-французских отношениях, политические представления российских и французских парламентариев, представления молодежи России и Франции, представления россиян и французов об объективных и субъективных различиях друг друга.

***Ключевые слова*:** социальные представления, коллективные представления, коллективное сознание, центральное ядро социальных представлений, периферическая система, стереотип.

Меркулов Павел Александрович – доктор исторических наук, директор Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 302005, Россия, г. Орел, б. Победы, д.5а, e-mail: vestniksrvon@mail.ru

Кустова Анна Валерьевна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и информационных технологий, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 302005, Россия, г. Орел, ул. б. Победы, e-mail: annavgn@mail.ru

Родионова Наталья Владимировна – кандидат психологических наук, PhD, Университет Париж Декарт (Париж V), адрес: Франция, Париж, Университет Париж Декарт 12, rue de l'Ecole de Medecine 75270 Paris Cedex 06, e-mail: cippm@live.fr

SOCIAL REPRESENTATIONS AS THE BASIS OF CONSTRUCTION OF THE IMAGE OF RUSSIA AND FRANCE IN MASS CONSCIOUSNESS

MERKULOV P.A. – Doctor of Historical Sciences, Docent, Head of the Central Russian Institute of Management – a branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: vestniksrvon@mail.ru

KUSTOVA A.V. – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociology and Information Technologies of the Central Russian Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Corresponding Member of the Academy of Pedagogical and Social Sciences (Russian Federation, Orel), e-mail: annavgn@mail.ru

RODIONOVA N. V. – Candidate of Psychological Sciences, PhD, University of Paris Descartes (Paris V) (France, Paris), e-mail:cippm@live.fr

The purpose of the article is to analyze the Russian and French experience of researching social representations as the basis for constructing the image of Russia and France in the mass consciousness. The leading role of S. Moskovići's French scientific school in the development of the theory of social representations is noted. The attention is focused on social factors that contribute to limiting the accuracy of reflecting the surrounding world, approaches to defining the essence of the concept of "social representations." The structure, functions, process of formation, leading directions and methods of research of social representations are analyzed. The expediency of implementing an interdisciplinary approach to the study of social representations, which are the basis for constructing the image of Russia and France in the mass consciousness, is substantiated. The results of various trends in the study of social representations are summarized and analyzed: representations of Russians about France, the French, Russian-French relations, political views of Russian and French parliamentarians, youth representations of Russia and France, views of Russians and the French about objective and subjective differences of each other.

Keywords: social representations, collective representations, collective consciousness, central core of social representations, peripheral system, stereotype.

Высокий уровень динамики социальных процессов, обусловленных трансформацией мирового пространства, связанной с противоречивыми тенденциями интеграции и дифференциации внешнеполитических и социально-экономических отношений между Россией и Францией, предполагает формирование адекватных социальных представлений у субъектов взаимодействия друг о друге, способствующих установлению плодотворного диалога в ходе социально-политического, экономического, межэтнического, межконфессионального и культурного сотрудничества. Социальные представления способствуют осмыслению и интерпретации окружающей действительности, находясь на границе психологического и социального, отражают то, как люди воспринимают и понимают события своей жизни, информацию, получаемую из различных источников. Конец XX – начало XXI вв. С. Московичи охарактеризовал как эру социальных представлений, отметив определяющую роль средств массовой информации в формировании социальных представлений, детерминирующих социальное поведение. Мониторинг социальных представлений, являющихся содержанием массового сознания, определяющих конструирование образа России и Франции, позволит оценить динамику социальных представлений, способствующих или препятствующих развитию плодотворного двустороннего сотрудничества. При этом необходимо учитывать, что проведение кросскультурных исследований предполагает прежде всего установление теоретико-методологических основ, позволяющих получать валидные и надежные результаты.

Французская школа социальных представлений, основателем которой стал С. Московичи, является ведущей в разработке научно-прикладных основ исследования социальных представлений. В Париже в 1961 году была опубликована работа С. Московичи «Психоанализ, его образ и публика», ставшая базисной для дальнейшего становления теории социальных представлений. Развитию французской школы социальных представлений способствовали исследования, организованные сотрудниками лаборатории в Доме наук о человеке, лаборатории социальной психологии в Высшей школе социальных исследований в Париже, социально-психологической лаборатории университета Прованса. Ведущее значение во Франции приобрели следующие направления исследования социальных представлений: 1) исследование особенностей конструирования социальных представлений о явлениях науки, культуры, образа человека в обществе с помощью полуструктурированного интервью, наблюдения, лонгитюдных срезов, контент-анализа литературного и кинематографического материала (С. Московичи, Р. Каеза, К. Херзлиш,

М.-Ж. Шомбард де Лов, Д. Жодле); 2) исследование роли социальных представлений во внутригрупповом взаимодействии в лабораторных группах с использованием лабораторного эксперимента (Ж.-К. Абрик, К.Фламан, М. Плон, Ж.-П. Кодол и др.).

В отечественной социальной психологии первые работы в русле концепции социальных представлений появились в 1980-х годах (Т.П. Емельянова, А.И. Донцов). Значительно расширились направления исследования социальных представлений, начиная с 2000-х годов (К.А. Абульханова, М.И. Воловикова, Л.М. Соснина, С.В. Тихомирова, Л.Ш. Мустафина, В.А. Хащенко, Е.С. Шибанова и др.).

На современном этапе развития концепции социальных представлений насущной задачей становится, по мнению Т.П. Емельяновой, «продвижение в теоретических подходах и методологии, позволяющих не только расширить методологические возможности концепции, уточнить предметную область исследований, но и усилить объяснительный потенциал этой теории»[1].

Позитивной тенденцией является рост интереса к исследованию социальных представлений социологов, историков, политологов, лингвистов, что существенно расширяет научно-прикладной потенциал изучения междисциплинарной проблемы конструирования образа России и Франции в массовом сознании граждан этих стран.

Обратимся к рассмотрению истоков становления теории социальных представлений. Идеи французских ученых Э. Дюркгейма и Л. Леви-Брюля оказали влияние на разработку теории социальных представлений.

Дюркгейм считал Э., что социальная жизнь целиком состоит из представлений, поэтому ввел в научный оборот понятия «социальный факт», «коллективное сознание» и «коллективные представления». Образ действий, оказывающий влияние на индивида, связанный с внешним принуждением, является социальным фактом. Коллективное сознание включает системы представлений и действий, являющихся общими для членов одного и того же общества. Коллективные представления являются основным элементом общественного сознания и отражают способ, с помощью которого члены группы осмысливают свои отношения с миром. Общественное сознание способствует сплочению людей, солидарности, аккумуляции энергии, необходимой для развития общества. При этом Э. Дюркгейм отмечает свойство внутренней стабильности коллективного сознания, его прочность и независимость от внешних условий и течения времени.

[1] Емельянова Т.П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. – С. 26.

Леви-Брюль Л., развивая идеи Дюркгейма Э., пришел к выводу, что коллективные представления (мифологемы, идеологемы) не способствуют объективной оценке фактов и событий реальной жизни.

По мнению С. Московичи, многие представления, формирующиеся у людей, не столько индивидуальны, сколько социальны[1]. Этим фактом объясняются и ошибки в точности отражения окружающего мира, связанные с влиянием социальной среды, а также когнитивными, групповыми, культуральными факторами искажений. Человек в обыденной жизни часто склонен мыслить стереотипным образом, а вхождение в группу способствует изменению психических качеств, культура способствует ограничению атрибуций и интерпретаций воспринимаемых объектов.

Московичи С. отмечает важную роль межличностных коммуникаций, осуществляемых в повседневной жизни в формировании социальных представлений как совокупности понятий, утверждений и объяснений[2]. Представление – это социально выработанная форма практического знания. Субъектом социальных представлений являются большие социальные группы, в то время как их носителем остается отдельный индивид.

Жодле Д. считает, что понятие «социальное представление» раскрывает, как социальные субъекты воспринимают, понимают события повседневной жизни, данные об окружающей среде, информацию, которая в ней распространяется, о людях из нашего близкого или дальнего окружения[3]. Она определяет понятие «социальные представления» как специфическую форму знания, «знание здравого смысла, содержание которого свидетельствует о действии социально маркированных порождающих и функционирующих процессов»[4]. Широкое понимание «социальных представлений» обозначает форму социального мышления.

Социальные представления, с одной стороны, достаточно устойчивые, с другой стороны, — оперативные когнитивные образования. Они создают возможность быстрой переориентации в условиях трансформации, недостаточно полной или противоречивой информации относительно воспринимаемого объекта.

Гафье Б. предложил обобщенное определение сущности понятия

[1] Moscovici S. Introductory Address // Papers on Social Representations. 1993. – V.2. – №3. – P.160– 170.
[2] Емельянова Т.П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. – М.: Изд— во «Институт психологии РАН», 2016. – 476 с.
[3] Жодле Д. Социальное представление: феномены, концепт и теория // Социальная психология / Под ред. С. Московичи. – М.; СПб.: Питер, 2007. – С. 373– 394.
[4] Там же. – С.377.

«социальные представления» как совокупности «знаний, убеждений, схем восприятия и действия по отношению к социально значимому объекту»[1].

Далее, Л.Г. Почебут и И.А. Мейжис отмечают, что «социальные представления – это сложное научное понятие, которое включает в себя: а) образы, в которых сконцентрирована совокупность значений; б) системы отсчета, которые позволяют людям интерпретировать происходящие с ними события, осмысливать неожиданное; в) категории, служащие для классификации обстоятельств, феноменов, других людей; г) теории, позволяющие выносить о них решение»[2].

Структурная модель социального представления, разработанная С. Московичи в качестве средства эмпирического анализа, включает три измерения: информацию, поле представления (организация его содержания с качественной стороны), установку (отношение субъекта к объекту представления). Степень осведомленности об объекте составляет количество информации. Необходимым условием формирования представления выступает определенный уровень информированности. Установка, в понимании С. Московичи, связана с готовностью субъекта к продуцированию того или иного суждения даже в случае недостаточной информированности и нечеткости поля представления. Указанная модель социального представления может быть применена для сравнительного анализа социальных представлений в различных группах общества.

Ж.К.–Абрик с сотрудниками разработали модель социального представления, включающую такие структурные компоненты, как центральное ядро и периферическая система[3]. Центральное ядро взаимосвязано с коллективной памятью, историей развития группы, оно определяет однородность группы, достаточно стабильно, устойчиво по отношению к воздействию наличного контекста. Периферическая система достаточно подвижна, реализует функцию адаптации к конкретной реальности посредством интеграции индивидуального опыта членов группы, поддерживает гетерогенность группы. В ходе эмпирических исследований было установлено, что структура представления зависит от изменения аттитюда, но меняется при этом только периферическая система, а ядро остается стабильным.

---

[1] Gaffie B. Confrontation des representations et construction de la realite // Journal International sur les Representations Sociales. 2004. – №2. – P. 7.

[2] Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – С. 262.

[3] Abric J.-C. Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations // Papers on social representations. 1993. – V.2 – № 2. – P.75–78.

Почебут Л.Г. и Мейжис И.А. считают, что «социальные представления выполняют четыре основных функции: когнитивную, интеграции нового, интерпретации реальной действительности, ориентации поведения и социальных отношений»[1].

Одной из важнейших функций социальных представлений является, по мнению представителей французской школы, познавательная, поскольку представления как специфические теории объясняют окружающий мир. Следует учитывать, что в процессе восприятия информация может деформироваться или восприниматься избирательно под воздействием разделяемых людьми представлений.

В ходе исследований установлены и такие функции социальных представлений, как функции опосредования поведения и адаптационная. Экспериментальные исследования Ж. – П. Кодола, Ж.–К. Абрика и др. доказали, что представления оказывают влияние на социальное поведение. Адаптационные механизмы связаны с процессами якорения и объективации, выделенными С. Московичи.

Формирование социальных представлений, по мнению С. Московичи, связано с процессами объективации (поглощение излишних значений) и внедрения (приписывание смысла). Социальные представления существуют преимущественно в образной форме. При этом образ и смысл взаимосвязаны в представлении, так как каждому значению соответствует образ, а каждому образу – значение.

Социальные представления обеспечивают построение непротиворечивой картины мира социальных групп, а также формируют и преобразуют отношения с другими группами. Д. Жодле отмечает, что «группа обнажает свои контуры и обнаруживает свою идентичность посредством системы смыслов, придаваемых представлением»[2].

Исследования, проведенные Т.П. Емельяновой, позволили установить, что в условиях резких общественных изменений социальные представления, сконструированные коллективными субъектами, помимо вышеуказанных функций «выполняют также функцию стабилизации эмоционального состояния через актуализацию нравственного модуса социального представления»[3].

---

[1] Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010. – С. 262.

[2] Жодле Д. Социальное представление: феномены, концепт и теория // Социальная психология / Под ред. С. Московичи. – М.; СПб.: Питер, 2007. – С. 378.

[3] Емельянова Т.П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. – С.130.

Исследование социальных представлений должно носить междисциплинарный характер, т.е. для получения более объективных результатов следует сочетать методы исторической науки, социологии, социальной психологии, антропологии, лингвистики и др. Это позволит установить особенности социальных представлений, составляющих образ России и Франции в массовом сознании населения двух стран. Причем необходимо учитывать, что в условиях ограниченности межличностных контактов, дефицита собственного опыта значительную роль в формировании образа двух стран и их граждан играют СМИ.

СМИ способны оказывать влияние на формирование социальных представлений своей аудитории о мире. Образ реальности, транслируемый СМИ, постепенно формирует социальные представления индивида и унифицирует образ мира разных людей. В условиях, когда СМИ транслируют образ неуспешного общества и его граждан, у реципиентов ослабевает склонность проблематизировать вопрос, т.е. непредвзято, всесторонне анализировать происходящее. Общая тенденция конструирования социальных представлений о другой нации в обыденном сознании, по мнению Т.П. Емельяновой, сводится к отсутствию проблематизации и опоре на готовые эмоционально «комфортные схемы»[1]. Однако необходимо учитывать, что уровень образования и культуры человека определяет сложность представлений об окружающем мире, а также их самостоятельность и независимость.

С коллективными представлениями связано понятие «стереотип», определение которого сформулировано в словаре французского языка как «готовое мнение, не учитывающее особенности явления»[2]. В стереотипном восприятии социальная реальность предстает в единообразно упрощенном виде. Стереотипы способствуют упрощенному представлению о «Другом», особенно в условиях ограниченности информации.

По мнению французских социологов П. Бурдье и П. Шампаню, на формирование образов, закрепляющихся в массовом сознании, влияют представления, транслируемые представителями элиты, экспертами, журналистами.

Лапина отмечает Н.Ю., что анализ образа России в современной Франции,

[1] Емельянова Т.П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. – 476 с.

[2] Le nouveau petit Robert / Sous la dir. De J. Rey-Debove et A. Rey. – P.: Dictionnaire Le Robert, 1996. – P. 2145.

позволит узнать и о современной Франции и французах[1]. В социологическом исследовании «Образ России во Франции в начале XXI века», проведенном Н.Ю. Лапиной с использованием метода интервью, принимали участие французские интеллектуалы, политики, журналисты, магистранты. Результаты ее исследования свидетельствуют о том, что во Франции сложились различные образы России. «Основанный на общекультурных представлениях, образ России пользуется популярностью в кругу французской интеллигенции, для которой Россия сохранила статус великой культурной державы. В политическом плане России симпатизируют голлисты, особенно представители голлистического течения, и коммунисты. Леворадикальные круги Франции и связанные с ними интеллектуалы – это питательная почва для критического отношения к нашей стране. В этой среде воспроизводятся наименее привлекательные образы современной России»[2].

По мнению Н.Ю. Лапиной, «использование концепта «двойного зеркального отражения» может многое нам рассказать о наблюдающем субъекте, волнующих его проблемах и психологическом состоянии»[3]. Существует, как минимум, три типа «зеркального отражения»: «зеркало мечты» (надежды и ожидания), «зеркало ненависти», «зеркало собственных проблем» (проекция внутренних и внешних проблем).

В результате исследования Н.Ю. Лапина установила, что во французском массовом сознании нашли отражение следующие внутренние социально-экономические проблемы России: негативная оценка экономической модели развития, опасения, связанные с уничтожением социальных гарантий и отсутствием социальной справедливости, негативная оценка изменения отношения к богатству, поведения «новых русских», которые крайне нерационально распоряжаются «легкими деньгами». Она отмечает наличие во Франции таких стереотипных представлений о России как о стране, в которой не происходит изменений, а воспроизводятся одни и те же авторитарные формы правления, о неспособности россиян к выработке «ответственного» отношения к собственной жизни и формировании демократии, о противостоянии России и Франции.

Эти представления свидетельствуют о том, что французы мало информированы о позитивных изменениях, происшедших в России за последние

[1] Лапина Н.Ю. «Двойное зеркальное отражение», или как воспринимается современная Россия во Франции // Россия и современный мир. – 2013. – № 4 (81). – С. 58–75.
[2] Там же – С. 73.
[3] Там же– С. 58 – 75.

десятилетия. При этом участники исследования, проведенного Н.Ю. Лапиной, убеждены, что во Франции доминируют негативные стереотипы в отношении России. Однако мы не можем игнорировать факт проявления силы исторической памяти в коллективных представлениях: та часть французов, которые в прошлом с симпатией относились к СССР, сохраняют свою привязанность к России и в современных условиях. Наряду с гражданами, которые позитивно или негативно относятся к России, есть достаточно представительная группа граждан, которые не интересуются Россией и относятся к ней равнодушно, поскольку географическая удаленность увеличивает психологическую и эмоциональную дистанцию. Данные факты свидетельствуют о «вибрации» массового сознания французов. В этих условиях формирование социальных представлений о России и россиянах может быть очень зависимо от СМИ. Именно поэтому особую актуальность приобретают исследования, связанные с анализом информации о России, представляемой в СМИ Франции. Несмотря на актуальность проблемы репрезентации образа России во французских СМИ, спектр работ, посвященных ее исследованию, крайне ограничен. Рассмотрим результаты сравнительного анализа исследований образа России в ведущих печатных и электронных французских СМИ («Монд», «Либерасьон», «Фигаро» и др.), проведенных О.А. Шаовой, Д.Д. Цилюрик, Р.И. Зариповым, охватывающих в совокупности последние восемнадцать лет. Анализ текстов французских СМИ позволил исследователям воссоздать субъективно-объективный образ России.

Информация о России, по мнению О.А. Шаовой, вызывает интерес у французского общества, о чем свидетельствуют регулярность освещения российских событий французской прессой и тематическое разнообразие публикаций (внешняя, внутренняя политика, экономика, культура и др.)[1]. При этом доминируют публикации, посвященные внутриполитической жизни России.

Во французском политическом медиадискурсе этнические стереотипы, по мнению Д.Д. Цилюрик, способствуют мифологизации образа России, т.е. ретрансляции происходящего в форме мифов, имеющих оценочный характер[2]. Французские СМИ склонны совмещать фактологический (объективный) и аксиологический (оценочный) аспекты представления образа России.

[1] Шаова О.А. Метафорическое моделирование внешней политики России во французской прессе (1999 – 2005 гг.) // Лингвистика: Бюллетень уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2005. – Т.15. – С.145 – 165.

[2] Цилюрик Д.Д. СМИ как фактор формирования образа страны за рубежом (на примере Франции) // Материалы 12-й Международной конференции студентов и аспирантов «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи». – СПб.: СПбГУ, 2013. – С. 167– 169.

Распространенный миф о России во французском политическом медиадискурсе, считает Д.Д. Цилюрик, связан с демонизированным образом сильного властного вождя, которому противостоят «положительные» силы, некий средний класс, воплощающий стремление к демократическим переменам. Образ России во французском политическом медиадискурсе носит полемический характер, отражающий столкновение различных точек зрения. Положительный образ России транслируется, когда автор публикации признает Россию страной западных ценностей. Негативный медиаобраз России воспроизводится в том случае, если автор публикации считает, что Россия не разделяет западные ценности и не идет навстречу западным интересам.

Зарипов Р.И. утверждает, что негативные метафорические образы (образы болезней, отражающих социальные и политические проблемы нашей страны; милитарные, криминальные, спортивные, ограничительные, монархические образы) России значительно преобладают над положительными, что обуславливает негативное восприятие французской аудиторией российских реалий и ведет к искажению российской действительности в массовом сознании[1].

Дмитриева В.В., Соловьева И.Н., Марион Куланж в ходе исследования французских эвфемистических замен (порождения языковых табу) во французских СМИ, касающихся российских реалий и особенностей восприятия русских табу французскими студентами, сравнили образ России во французских СМИ и в обыденном сознании французов[2]. Результаты их исследования позволили установить, что эвфемистические замены, отражающие современную российскую действительность во французских СМИ, относятся к международной политике России и формируют ее отрицательный образ в СМИ. При этом у французских студентов сформировались представления о россиянах как о людях, достаточно открытых к обсуждению различных тем (денег, политики, здоровья, семьи и семейного положения, свободного времени, покупок, в меньшей степени – личной жизни и отношений).

Результаты исследования представлений о межнациональных отношениях Т.П. Емельяновой также свидетельствуют о том, что в целом «образ русских более благоприятен, чем образ России как государства»[3].

---

[1] Зарипов Р.И. Метафорическое моделирование образа России в современном политическом дискурсе: Монография. – М.: Р. Валент, 2016. – 220 с.

[2] Дмитриева В.В., Соловьева И.Н., Марион Куланж. Образ России: французские эвфемизмы и русские табу в восприятии французов (из опыта «зеркальной» лаборатории) / Материалы Международной научной конференции «Формирование образов России и русских в западных дискурсивных практиках. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2018. – С. 110 – 117.

[3] Емельянова Т.П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. –

Рассмотрим результаты исследований социальных представлений, сложившихся у россиян и французов, отражающие особенности объективных и субъективных различий друг друга.

Крюкова Т.Л., Сапоровская М.В. на основе сравнительного анализа авто - и гетеростереотипов жителей Франции установили, что наибольшее количество различий существует между представлениями французских мужчин о себе и о российских мужчинах и женщинах[1]. Французы склонны приписывать россиянам выраженность негативных характеристик в противовес собственным положительным характеристикам. Мужчины-французы представляют мужчин – россиян пассивными и враждебными, а себе приписывают активность и дружелюбие. Французские мужчины отмечают, что для российских мужчин характерны такие способы стресс-преодолевающего поведения, как эмоциональная разрядка и прием алкоголя, в то время как французы в условиях стресса склонны следить за своим здоровьем, поддерживать себя в хорошей форме.

Представления французских женщин о женщинах-россиянках носят отрицательный характер, поскольку они зависимы и подчиняемы, в то время как французские женщины считают себя независимыми и свободными. Французские женщины в ситуациях стресса склонны следить за своим здоровьем, поддерживать себя в хорошей форме, в отличие от россиянок, которые, по мнению француженок, склонны использовать социально-ориентированные (например, разговаривать с другими о своей проблеме) и непродуктивные стратегии (например, «выпускают пар»: плачут, кричат, выпивают, принимают наркотики).

О мужчинах-россиянах у французских женщин сложились представления как о неуверенных и нерешительных, пассивных и замкнутых.

Французские женщины представляют себя открытыми, деятельными, уверенными, решительными, в то время как французские мужчины считают своих соотечественниц суетливыми и раздражительными, а себя характеризуют как спокойных и невозмутимых.

Французы считают, что россияне испытывают большие трудности, связанные с отдаленными перспективами (например, тревога за свое будущее, будущее своих детей), с самореализацией (например, невозможность заниматься

М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. – С. 222.

[1] Крюкова Т.Л., Сапоровская М.В. «Мы» и «Они» в межкультурном пространстве коммуникативного процесса (на примере России, Германии и Франции) // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2009. – Т. 15. – С. 221– 225.

творческой деятельностью), а также трудности социального характера (например, низкая заработная плата, отсутствие хорошего жилья). Указанные трудности присутствуют и в жизненном опыте французов, но степень их выраженности существенно ниже.

Достаточный интерес представляют результаты исследования О.Б. Горобец, отражающие особенности кросскультурных контактов на примере профессиональной и межличностной коммуникации французских и российских специалистов, работающих в Комсомольске-на-Амуре над реализацией транснационального проекта «Суперджет-100» и находящихся в постоянном и долговременном контакте[1]. Результаты указанных исследований позволили установить представления французов и россиян друг о друге как о коммуникативных партнерах, имеющих определенные общие и различные черты. К общим коммуникативным чертам можно отнести следующие: веселые (русские – 57,1%; французы – 85,7%), готовые болтать о пустяках, но ни о чем-то серьезном (русские – 100%; французы – 85,7%), всегда проявляют открытость и откровенность в общении (русские – 71,4%; французы – 42,8%), умеют держать дистанцию (русские – 71,4%; французы – 100%), избегают конфликтов (русские – 85,7%; французы – 85,7%), прагматичны и рациональны (русские – 71,4%; французы – 100%).

Русские, по мнению французов, отличаются любопытством (71,4%), неулыбчивостью (42,8%), не показывают в общении ни широкого кругозора, ни образованности (57,1%), обладают непонятным чувством юмора (57,1%), склонны к пессимизму и апатии (71,4%).

Французы, по мнению русских, отзывчивы (57,1%), раскованны (57,1%), галантны (42,8%), обидчивы (42,8%), самодовольны (71,4%), показывают при общении широкий кругозор и образованность (71,4%), обладают прекрасным чувством юмора (100%), всегда мыслят позитивно (100%).

В.А. Касамара и М.С. Максименкова провели исследование, направленное на изучение и сравнение политических взглядов депутатов с использованием полуструктурированных интервью Государственной Думы Российской Федерации V созыва и депутатов нижней палаты Национальной ассамблеи Франции разных фракций[2]. Исследователи отметили достаточную открытость

[1] Горобец О.Б. Кросскультурное взаимодействие русских и французов (на материале анкетирования сотрудников филиала ЗАО «Гражданские самолеты Сухого» // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре технического университета. – 2011. – Т. 2. – № 8. – С 26 – 31.

[2] Касамара В.А., Максименкова М.С. Страна и ее политическая элита в представлениях российских и французских парламентариев // Общественные науки и современность. – 2013. – №4. – С.54 – 66.

депутатов Национальной ассамблеи Франции по сравнению с депутатами Государственной Думы РФ, они охотно сотрудничали с исследователями. В ходе интервью исследователи установили, какими видятся парламентариям образы их собственных стран и каким они представляют их будущее в долгосрочной перспективе.

В образе страны французских парламентариев находит отражение тема прав и свобод человека («страна просвещения, прав человека», «пример современной демократии»). При этом чувство гордости за страну сочетается с неудовлетворенностью ее современным состоянием, сожалением об утрате той роли, которую играла Франция во внешнеполитическом пространстве, лидерстве страны в области демократии и прав человека, обеспокоенностью состоянием французской экономики, социальной и политической нестабильностью.

Позитивный образ Франции у парламентариев связан с ее культурными традициями («Франция – это страна с богатым культурным наследием»). При этом они отмечают, что позиционирование Франции исключительно как страны с культурными традициям ограничивает восприятие реального положения и потенциала, нивелирует политические и экономические заслуги страны, которые не должны способствовать проявлению излишней амбициозности. Французские парламентарии также высказывают обеспокоенность относительно будущего развития страны, связанную с ригидностью общества и неспособностью к адаптации («Мы слишком консервативны, мы не любим изменения»). Однако французские парламентарии достаточно реалистичны в представлениях о будущем своей страны, которое они связывают с позитивными изменениями и успешным решением ряда существующих проблем, с успешностью проведения тех или иных реформ. При этом они не склонны думать о том, что общество не может стать препятствием на пути решения проблем, несмотря на консерватизм и нелюбовь к изменениям.

По сравнению с достаточно однородными представлениями французских парламентариев различных фракций об образе Франции представления российских парламентариев значительно варьируются в зависимости от принадлежности респондента к той или иной фракции. Образ России в сознании представителей партии «Единая Россия» представлен образом развивающейся, возрождающейся страны «с огромным потенциалом» и светлым будущим, связанным с модернизацией и демократическим развитием. Представители других фракций менее оптимистичны в отношении предполагаемых темпов и направлений развития России. Единодушны российские депутаты в оценке

положения России на внешнеполитической арене («Сильный игрок во внешней политике»), перспективы развития связаны с усилением позиций России на мировой политической и экономической арене. При этом вариант пессимистичного развития страны депутаты связывают с кризисными тенденциями в сфере общественного сознания («Ничего не изменится кардинальным образом в лучшую сторону: сознание, выработанное в людях, будет существовать, как минимум, 40 – 50 лет»). В отличие от французских коллег, российские парламентарии убеждены, что «качество» населения обуславливает заданность сохранения и ухудшения нынешнего положения России.

Результаты социологического анализа представлений граждан России о роли государства в жизни общества, проведенного А.А. Алексеёнок и Н.П. Старых во многом подтверждают опасения российских парламентариев[1]. В ходе социологического анализа А.А. Алексеёнок и Н.П. Старых обнаружили, что ориентация на уравнительную систему распределения благ и на предоставление равных возможностей является одной из доминант российского общественного сознания. Население ждет от государства создания и поддержания эффективности социальных лифтов. При этом обнаружились некоторые различия, проявляющиеся в том, что благополучные в материальном отношении россияне ориентированы на либеральную модель социальной политики, а неимущие слои населения проявляют прочные патерналистские, иждивенческие установки.

Французские парламентарии главным критерием благополучия считают в первую очередь решение внутренних проблем, в то время как российские парламентарии отмечают необходимость достижения внешнеполитического величия.

«Союзников» или «противников» среди других стран французские парламентарии выделяют на основе критериев ценностной близости и длительности отношений, а российские парламентарии на основе совпадения экономических или стратегических интересов.

Представления о политической элите у французских и российских парламентариев характеризуются значительными различиями. Для французских парламентариев политическая элита – это те люди, которые должны выявлять запросы и потребности населения, решать конкретные

[1] Алексеёнок А.А., Старых Н.П. Социологический анализ представлений граждан России о роли государства в жизни общества // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2017. – №. 3. – С. 82 – 92.

общественные проблемы и нести ответственность за будущее страны перед потомками, причем отсутствуют представления об «избранности» политической элиты.

Категории ответственности и принятия решений в представлениях российских парламентариев почти не представлены в характеристиках политической элиты, образ политической элиты носит слишком общий характер: «работа в интересах страны и населения», «это те, кто «ведут» и «направляют», являясь «избранными», «особо выделяемыми людьми».

По мнению Н.Ю. Лапиной, новое поколение французов может стать той средой, в которой формируется запрос на новый образ России[1]. Поэтому рассмотрим результаты исследований социальных представлений российской и французской молодежи.

Пащенко-де Превиль Е., Дрозда-Сенковска Е. в результате кросскультурного анализа социальных представлений об ответственности у молодежи России и Франции установили различия в представлениях об ответственности российских и французских студентов, связанные с отличием контекстов двух стран[2]. Представление об ответственности у молодых французов связано с принятием личностью ответственности и ее обязательствами, а у россиян – с такими качествами личности, как добросовестность, исполнительность, надежность. Однако указанные представления об ответственности все же имеют близкое основание, связанное с ее интериоризацией.

Согласованность ценностей граждан двух стран во многих исследованиях рассматривается как основа формирования позитивного образа страны и ее жителей, поэтому рассмотрим результаты исследований ценностей молодых французов и россиян. Французский исследователь Оливье Галан констатирует тенденцию к индивидуализации и меньшей общественной интегрированности молодых французов, демонстрирующих приверженность ценностям самостоятельности в противовес ценностям социального участия[3]. 51% французской молодежи являются сторонниками автономии личности и противниками единых для всех нравственных норм. При этом они привержены демократическим ценностям, с доверием относятся к другим, нерелигиозные,

[1] Лапина Н.Ю. «Двойное зеркальное отражение», или как воспринимается современная Россия во Франции // Россия и современный мир. – 2013. – № 4 (81). – С. 58-75.

[2] Пащенко-де Превиль Е., Дрозда-Сенковска Е. Социальные представления об ответственности молодежи России и Франции: кросскультурный анализ // Психологический журнал. – 2013. – Т. 34. – № 2. – С. 87– 98.

[3] Galland O. Les valeurs des jeunes Europeens: Un tableau d'ensemble // Agora debats / jeunesses. – P., 2014. – №2. – P. 61– 78.

политизированные, толерантные (в том числе к мигрантам).

В исследовании О.Н. Фатеевой, выполненном под руководством Н.П. Старых, установлено, что высокий рейтинг имеют такие жизненные ценности молодежи Орла, как семья, здоровье, дружба, любовь, материальное благополучие, а самостоятельность (творчество, свобода) имеет самую низкую позицию в рейтинге[1]. При этом жизненный успех молодежь связывает с обретением счастья в личной жизни, благополучием семьи, детей, хорошей, высокооплачиваемой, интересной работой, материальным благополучием. Возможность приносить пользу стране, обществу, людям не рассматривается как характеристика жизненного успеха.

В более раннем исследовании О.Е. Артамоновой установлено, что для российской молодежи значимы возможность успешной самореализации, получение удовольствия от работы, наличие комфортных, экологически безопасных условий жизни[2]. При этом О.Е. Артамонова констатирует, что проявление у молодежи пессимизма по поводу будущего развития России сочетается с отсутствием выраженного стремления участвовать в решении социальных, экономических проблем, предпочтением стратегии «ухода от проблем», эмиграции.

Представления о будущем у французской молодежи также характеризуются достаточной долей пессимизма[3]. Представительная часть студентов престижных французских вузов рассматривают возможность работы за рубежом (79%). Молодые французы склонны характеризовать свое поколение как «потерянное», «отданное в жертву», «лишённое иллюзий». При этом 51% респондентов считают важным быть полезными обществу.

Указанные тенденции, проявляющиеся в среде российской и французской молодежи, предполагают разработку молодежной политики, способствующей повышению социальной активности молодежи, ее участию в решении социально-экономических проблем, а также разработку программ обмена, позволяющих молодежи формировать адекватные социальные представления о возможностях самореализации в глобальном мировом пространстве.

---

[1] Меркулов П.А., Дорохова Ю.В., Игнатова Т.В, Проказина Н.В. Молодежь региона в 2017 году. Научное издание. Информационно-социологический бюллетень. – Орел: Издательство Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС, 2018. – 156 с.

[2] Артамонова О.Е. Мечты молодежи в условиях социальной трансформации современного общества // Вестник Новгородского филиала РАНХиГС. – 2015. – Т.2. – № 4-2 (2). – С.150 – 157.

[3] Стрельцова Я.Р. Высшая школа во Франции: тенденции и перспективы // Франция на пороге перемен: экономика и политика в начале XXI века / Отв. ред. А.В. Кузнецов, М.В. Клинова, А.К. Кудрявцев, П.П. Тимофеев. – М.: ИМЭМО РАН, 2016. – С.38 – 46.

По результатам исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения, проведенного 28 мая 2018 года, у россиян сформировано положительное мнение о французах и образе Франции[1]. 85% российских респондентов отметили, что им нравится французский народ, а 81% имеют позитивное представление о Франции. 31% россиян выражают уважение, 26% – доверие, 21% – восхищение Францией, а у 46% страна вызывает любопытство. Россияне в большинстве своем представляют французов как приятный (92%), приветливый (91%), романтичный (90%) народ, при этом достаточно работящий (70%) и дисциплинированный (67%).

Однако россияне отмечают ощущение недостатка информации, 71% респондентов характеризуют уровень своей осведомленности о Франции и французах как плохой или очень плохой.

Неоднозначны российские респонденты в оценке текущих российско-французских отношений: 54% оценивают их положительно, 46% – отрицательно. При этом более позитивно оцениваются перспективы российско-французских отношений: 51% респондентов предполагают скорое улучшение взаимодействия, 13% ожидают ухудшения, а 36% предполагают, что не следует ждать значимых изменений.

Россияне считают, что следует укреплять связи с Францией по многим направлениям, в частности в сфере безопасности (91%), культурных связей (88%), политических отношений (87%), новых технологий (87%), изменения климата и охраны окружающей среды (86%), экологических отношений (86%), туризма (85%), высшего образования (82%).

Формирование негативных социальных представлений об образе России и Франции, россиянах и французах существенно ограничивает возможности плодотворного сотрудничества в различных сферах. Важнейшим механизмом создания обновленных образов являются разработка и осуществление масштабных совместных проектов, особенно в экономической сфере, культурного обмена и сотрудничества в сфере науки и образования, трансляции позитивного образа России во французском медиа-пространстве. Позитивные социальные представления о россиянах и французах будут способствовать сокращению функциональной дистанции в межкультурном пространстве на основе общих ценностных ориентаций.

[1] Россия-Франция: настоящее и будущее // Пресс-выпуск. Данные опросов – URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9129 (дата обращения: 6.06.2018).

Библиография/ References:

1. Алексеенок А.А., Старых Н.П. Социологический анализ представлений граждан России о роли государства в жизни общества // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2017. – №. 3. – С. 82 – 92.
2. Артамонова О.Е. Мечты молодежи в условиях социальной трансформации современного общества // Вестник Новгородского филиала РАНХиГС. – 2015. – Т. 2. – № 4-2 (2). – С. 150 – 157.
3. Горобец О.Б. Кросскультурное взаимодействие русских и французов (на материале анкетирования сотрудников филиала ЗАО «Гражданские самолеты Сухого» // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – 2011. – Т. 2. – № 8. – С. 26 – 31.
4. Дмитриева В.В., Соловьева И.Н., Марион Куланж Образ России: французские эвфмизмы и русские табу в восприятии французов (из опыта «зеркальной» лаборатории) // Формирование образов России и русских в западных дискурсивных практиках: материалы Международной научной конференции. – Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2018. – С. 110 – 117.
5. Емельянова Т.П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. – 476 с.
6. Жодле Д. Социальное представление: феномены, концепт и теория // Социальная психология / Под ред. С. Московичи. – СПб.: Питер, 2007. – С. 373 – 394.
7. Зарипов Р.И. Метафорическое моделирование образа России в современном политическом дискурсе: Монография. – М.: Р.Валент, 2016. – 220 с.
8. Касамара В.А., Максименкова М.С. Страна и ее политическая элита в представлениях российских и французских парламентариев // Общественные науки и современность. – 2013. – № 4. – С. 54 – 66.
9. Крюкова Т.Л., Сапоровская М.В. «Мы» и «Они» в межкультурном пространстве коммуникативного процесса (на примере России, Германии и Франции) // Вестник Костромского государственного университета имени Н.А. Некрасова. – 2009. – Т. 15. – С. 221 – 225.
10. Лапина Н.Ю. «Двойное зеркальное отражение», или как воспринимается современная Россия во Франции // Россия и современный мир. – 2013. – № 4 (81). – С. 58 – 75.
11. Пащенко-де Превиль Е., Дрозда-Сенковска Е. Социальные представления об ответственности молодежи России и Франции: кросскультурный анализ // Психологический журнал. – 2013. – Т. 34. – № 2. – С. 87– 98.
12. Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2010.

13. Стрельцова Я.Р. Высшая школа во Франции: тенденции и перспективы // Франция на пороге перемен: экономика и политика в начале XXI века / Отв. ред. А.В. Кузнецов, М.В. Клинова, А.К. Кудрявцев, П.П. Тимофеев. – М.: ИМЭМО РАН, 2016. – С.38 – 46.

14. Цилюрик Д.Д. СМИ как фактор формирования образа страны за рубежом (на примере Франции) // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: материалы 12-ой международной конференции студентов и аспирантов. – СПб.: СПбГУ, 2013. – С. 167– 169.

15. Шаова О.А. Метафорическое моделирование внешней политики России во французской прессе (1999-2005 гг.) // Лингвистика: Бюллетень уральского лингвистического общества. – 2005. – Т. 15. – С. 145 – 165.

16. Abric J.-C. Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations // Papers on social representations. 1993. – V.2 – № 2. – P.75 – 78.

17. Gaffie B. Confrontation des representations et construction de la realite // Journal International sur les Representations Sociales. 2004. – №2. – P. 6 – 19.

18. Galland O. Les valeurs des jeunes Europeens: Un tableau d'ensemble // Agora debats / jeunesses. – P., 2014. – №2. – P. 61 – 78.

19. Moscovici S. Introductory Address // Papers on Social Representations. 1993. – V.2. – № 3. – P 160 – 170.

1. Alekseyenok, A.A., Starykh, N.P. (2017) Sotsiologicheskiy analiz predstavleniy grazhdan Rossii o roli gosudarstva v zhizni obshchestva [Sociological analysis of Russian citizens "representations on the role of the state in the life of the company] // Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnyye nauki [News of the Tula state university. Humanitarian sciences]. – №. 3. – P. 82 – 92. (In Russ.)

2. Artamonova, O.Ye. (2015) Mechty molodezhi v usloviyakh sotsial'noy transformatsii sovremennogo obshchestva [Dreams of youth in the conditions of social transformation of modern society] // Vestnik Novgorodskogo filiala RANKhiGS [Bulletin of the Novgorod branch of RANEPA]. – T. 2. – № 4-2 (2). – P. 150 – 157. (In Russ.)

3. Gorobets, O.B. (2011) Krosskul'turnoye vzaimodeystviye russkikh i frantsuzov (na materiale anketirovaniya sotrudnikov filiala ZAO «Grazhdanskiye samolety Sukhogo» [Cross-cultural interaction between the russians and the french (based on a survey of personnel working at the komsomolsk-on-amur branch of JSC "Sukhoi Civil Aircraft")] // Uchenyye zapiski Komsomol'skogo-na-Amure gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta [Scholarly Notes of Komsomolsk-na-Amure State Technical University]. – T. 2. – № 8. – P. 26 – 31. (In Russ.)

4. Dmitriyeva, V.V., Solov'yeva, I.N., Marion, Kulanzh (2018) Obraz Rossii: frantsuzskiye evfmizmy i russkiye tabu v vospriyatii frantsuzov (iz opyta «zerkal'noy» laboratorii) [Image of Russia: French euphemisms and Russian taboos in the perception of the French (from the experience of the "mirror" laboratory)] // Formirovaniye obrazov Rossii i russkikh v zapadnykh diskursivnykh praktikakh [Formation of images of Russia and Russians in Western discursive practices]: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii. – Voronezh: Izdatel'sko-poligraficheskiy tsentr «Nauchnaya kniga». – P. 110 – 117. (In Russ.)

5. Yemel'yanova, T.P. (2016) Sotsial'nyye predstavleniya: Istoriya, teoriya i empiricheskiye issledovaniya [Social representations: History, theory and empirical research]. – M.: Izd-vo «Institut psikhologii RAN». – 476 p. (In Russ.)

6. Zhodle, D. (2007) Sotsial'noye predstavleniye: fenomeny, kontsept i teoriya [Social representation: phenomena, concept and theory] // Sotsial'naya psikhologiya [Social psychology] / Pod red. S. Moskovichi. – SPb.: Piter. – P. 373 – 394. (In Russ.)

7. Zaripov, R.I. (2016) Metaforicheskoye modelirovaniye obraza Rossii v sovremennom politicheskom diskurse [Metaphorical modeling of the image of Russia in contemporary political discourse]: Monografiya. – M.: R.Valent. – 220 p. (In Russ.)

8. Kasamara, V.A., Maksimenkova, M.S. (2013) Strana i yeye politicheskaya elita v predstavleniyakh rossiyskikh i frantsuzskikh parlamentariyev [The country and its political elite in the representations of Russian and French parliamentarians] // Obshchestvennyye nauki i sovremennost' [Social Sciences and Modernity]. – № 4. – P. 54 – 66. (In Russ.)

9. Kryukova, T.L., Saporovskaya, M.V. (2009) «My» i «Oni» v mezhkul'turnom prostranstve kommunikativnogo protsessa (na primere Rossii, Germanii i Frantsii) ["We" and "They" in the intercultural space of the communicative process (on the example of Russia, Germany and France)] // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta imeni N.A. Nekrasova [Vestnik of Nekrasov Kostroma state university]. – T. 15. – P. 221– 225. (In Russ.)

10. Lapina, N.YU. (2013) «Dvoynoye zerkal'noye otrazheniye», ili kak vosprinimayetsya sovremennaya Rossiya vo Frantsii ["Double Mirror" or How Present-Day Russia is Seen in France] // Rossiya i sovremennyy mir [Russia and the contemporary world]. – № 4 (81). – P. 58 – 75. (In Russ.)

11. Pashchenko-de Previl', Ye., Drozda-Senkovska, Ye. (2013) Sotsial'nyye predstavleniya ob otvetstvennosti molodezhi Rossii i Frantsii: krosskul'turnyy analiz [Social concepts of the responsibility of the youth of Russia and France: cross-cultural analysis] // Psikhologicheskiy zhurnal [Psychological journal]. – T. 34. – № 2. – P. 87 – 98. (In Russ.)

12. Pochebut, L.G., Meyzhis, I.A. (2010) Sotsial'naya psikhologiya [Social Psychology]. – SPb.: Piter. (In Russ.)

13. Strel'tsova, YA.R. (2016) Vysshaya shkola vo Frantsii: tendentsii i perspektivy [High School in France: trends and perspectives] // Frantsiya na poroge peremen [France on the threshold of change]: ekonomika i politika v nachale XXI veka / Otv. red. A.V. Kuznetsov, M.V. Klinova, A.K. Kudryavtsev, P.P. Timofeyev. – M.: IMEMO RAN. – P.38-46. (In Russ.)

14. Tsilyurik, D.D. (2013) SMI kak faktor formirovaniya obraza strany za rubezhom (na primere Frantsii) [Mass media as a factor in shaping the image of the country abroad (on the example of France)] // Sredstva massovoy informatsii v sovremennom mire. Molodyye issledovateli [Mass media in the modern world. Young researchers]: materialy 12-oy mezhdunarodnoy konferentsii studentov i aspirantov. – SPb.: SPbGU. – P. 167– 169. (In Russ.)

15. Shaova, O.A. (2005) Metaforicheskoye modelirovaniye vneshney politiki Rossii vo frantsuzskoy presse (1999-2005 gg.) [Metaphorical modeling of Russia's foreign policy in the French press (1999-2005)] // Lingvistika: Byulleten' ural'skogo lingvisticheskogo obshchestva [Linguistics: Bulletin of the Ural linguistic society]. – T. 15. – P. 145 – 165. (In Russ.)