



Сборник посвящен изучению образа России с точки зрения двух типов сознаний – сознания русских и иностранцев. Подобного рода работы всегда вызывают массу откликов у разной читательской, главное – мыслящей, аудитории, и потому нет необходимости особо оговаривать актуальность данного исследования. Образ России, заключенный между двумя крайними полюсами – «извне» и «изнутри», – предполагает не просто различие в оценке своих значений представителями разных культур, но обнаруживает массу нюансов, порой неожиданных и шокирующих, но всегда привлекающих внимание.

Прежде всего есть смысл определить, что такое «образ России» для составителей сборника. В предисловии сказано, что под «образом России» понимается «социальный стереотип», представляющий собой «фрагмент языкового сознания с аффективно окрашенным содержанием». Другими

## ОБРАЗ РОССИИ ИЗВНЕ И ИЗНУТРИ

Под ред. Е.Ф. Тарасова, Н.В. Уфимцевой,  
Е.А. Аршавской  
Калуга, Эйдос, 2008

словами, в качестве доминанты в восприятии образа России берется его *социальная* составляющая (в том числе, как часть языкового сознания). Даже если составителями обозначается другая функция исследуемого образа – «средство формирования национальной идентичности» (там же), оказывается, что национальная идентичность в первую очередь необходима «каждому русскому для создания конкретных условий жизнедеятельности» (там же).

Учитывая многогранность понимания образа России, общий подход к его исследованию все же следует определить как социальный, социологический, осуществленный в рамках психолингвистической парадигмы. Данные, полученные путем ассоциативного эксперимента, представляются вполне объективными, хотя в некоторых случаях авторы статей признают возможность влияния самой обстановки, в которой проходил эксперимент.

Статьи в сборнике распределяются по трем разделам: «Россия извне», «Россия изнутри», «Межкультурные сопоставления».

**Первый раздел** составляют работы, в которых образ России воспринимается

представителями русского зарубежья (эмигрантами) и непосредственно иностранцами. Общность восприятия образа России в обоих случаях заключается в том, что на первом плане в большей степени негативная оценка современной России. Эмигранты не в состоянии понять и принять эту Россию, поэтому всеми силами стремятся сохранить культуру дореволюционной России, особенно эмигранты первой волны. Иностранцы же в принципе недостаточно хорошо знают Россию дореволюционную, но имеют определенное представление о России советской и, разумеется, современной, правда, практически всегда оцениваемой сквозь призму советского периода.

Данные ассоциативного эксперимента, а также анализ западноевропейских СМИ показывают, что для иностранца образ России в большинстве случаев заключается в восприятии ее экономического и политического статуса. Для такой оценки найдено удачное – и современное – определение – «национальный имидж». Привлекательным имиджем обладают страны с «устойчивой развитой экономикой и политической демократией», в число которых Россия не входит. Отсюда ее «непривлекательный» имидж, даже несмотря на то, что в области культуры и исторического наследия Россия выглядит более предпочтительно по сравнению с этими странами. Автор же другой статьи отмечает, что, к примеру, представления о культуре России детей русских американцев очень скудные, и с течением времени процесс оскудения будет стремительно развиваться, если не сосредоточить обучение непосредственно в российских образовательных учреждениях.

Отметим, что в данном разделе сборника представлен скорее «теоретический»

материал, материал для анализа. Данные ассоциативных экспериментов, тестов зачастую не сопровождаются выводами, а если таковые имеются, то они вполне ожидаемые (например, вывод о том, что Россия по уровню экономики значительно уступает другим странам). Более того, сам образ России в глазах иностранцев не «поражает» читателя своей новизной.

**Второй раздел**, более весомый – формально и содержательно, представляет взгляд на Россию «изнутри».

Вопреки ожиданиям, этот образ России по многим пунктам перекликается с образом, созданным в первом разделе. Некоторые авторы (напр.: С.А. Сухих, Ю.Э. Леви, Е.С. Ощепкова, Д.С. Климентьев, Е.В. Харченко и др.) обращают внимание на ту же экономическую и политическую составляющую, причем она усложняется вплоть до управленческой парадигмы России, «офисного планктона», образа госслужащего и т.д. Безусловно, в современной России, столь часто оглядывающейся на запад, перечисленные моменты достаточно актуальны. Однако исчерпывают ли они понятие «образ России»? Или: в достаточной ли мере они «работают» на это понятие?

В связи с чем хотелось бы отметить, что другая часть статей (напр.: Н.В. Уфимцевой, А.А. Колосовой, А.А. Свицовой и др.) актуализирует иное понимание образа России, напрямую соотношенное с национальной идентификацией, которая, в свою очередь, просто должна *быть* у любого русского человека, вне зависимости от созданий конкретных условий жизнедеятельности. «Национальный характер», идея «Москва – третий Рим?» – вот то, что в большей степени приемлемо для понятия «образ России»; то, что определяет специфику русского менталитета; то, что дает право

говорить о богатейшей истории, культуре. Советское и/или современное экономическое и/или политическое положение России – только часть «образа», причем, если можно так выразиться, имеющая «обывательское» значение. Само понятие «образ» в содержательном плане является более емким, особенно если учесть его «исконно русские» корни. Заметим, что в ряду статей о современной России выделяется работа О.А. Михайловой и Т.Н. Исаковой, в которой, наряду с географическими представлениями о России, ее неустойчивой экономике, *пьянством, драками, дураками и дорогами*, ассоциативные ряды «Россия – это...», «...», как в России», «Это Россия, но...» уральскими студентами продолжены следующим образом: *ментальное пространство, Отечество, патриотичная, «священная наша держава, Россия – великая наша страна», православная, Бога-в-душе-хранящая, соборная, патриархальная* и др.

Если подобные ассоциативные ряды закреплены в языковом сознании современных студентов, значит, «образ» России не будет нивелирован. Следовательно, в языковом сознании каждого русского в первую очередь должно быть укоренено культурное наследие нашей страны – в процессе воспитания, образования. Тогда авторы некоторых статей не будут сожалеть о том, что молодое поколение не знает

деятелей русской культуры.

**Третий раздел** тематически перекликается с первым, так как в нем образ России представлен в рамках межкультурных сопоставлений (Россия и Германия; английский, русский и немецкий языки; Россия и Алтайский край; русские и марийцы). Думается, что этот раздел можно было объединить с первым, к тому же и здесь фигурируют понятие «имидж России», политические взаимоотношения.

В целом, хочется отметить, что сборнику уже одним названием «будоражит» интерес читателя. Интерес обусловлен не только и не столько методом исследования, при котором данные психолингвистических экспериментов предоставляют достаточно объективные результаты. В частности, современный образ России, по результатам ассоциативных экспериментов, – в большей степени образ России экономически и политически не обустроенной.

На наш взгляд, более важен другой аспект. Сборник имманентно моделирует дистанцию между сторонниками «исторического» образа России-Руси и представителями той самой современной России, с низким уровнем жизни. Это, в свою очередь, провоцирует спор; а, как известно, истина рождается в споре.

NATALIA IZMESTYEVA  
*Universidad de Udmurtia*