

**ФИЛОЛОГИЯ***(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

***Т.Л. Шапошникова, И.В. Рус-Брюшинина, О.А. Гордиенко****Кубанский государственный**технологический университет**г. Краснодар, Россия*[\*shtale@yandex.ru\*](mailto:shtale@yandex.ru)

**МЕНТАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ  
СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ  
В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА СТУДЕНТА  
(ПО РЕЗУЛЬТАТАМ  
СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)<sup>1</sup>**

***[Tatyana L. Shaposhnikova, Ines V. Ruz-Bryushinina, Olga A. Gordienko***

**Mental representation of social identity**

**in the language world picture of the student**

**(according to the results of sociolinguistic research)]**

Students of engineering university were asked to describe what life values are predominant for themselves, their parents and grandparents. This made it possible to reflect the features of the value identity of the three generations of the family, to analyze the cultural and linguistic picture of the world at the level of family and national social identity. It is revealed that the minimum differences are observed when referring to the deep national values: categories of kindness, decency, evaluation of activities; the maximum – among the peripheral values: civil culture and the role of fate in human life. In this civil position, patriotism is fixed only in the third generation, and the most passive is the second generation, which chooses the position of subordination. The first generation in the statements usually implements an indication of the constancy and ubiquity of the manifestation of high moral quality or an alternative to good and evil. The second generation values order and trust, values the personal qualities of the individual, postulates a moral law.

Key words: students, family, values, identity, language map of the world.

---

<sup>1</sup>Работа выполнена при финансовой поддержке Российской Федерации в лице Министерства просвещения Российской Федерации в рамках реализации мероприятий, направленных на полноценное функционирование и развитие русского языка ведомственной целевой программы «Научно-методическое, методическое и кадровое обеспечение обучения русскому языку и языкам народов Российской Федерации»

Под «ментальной репрезентацией» мы понимаем процесс представления о мире в сознании человека [5] и его отражение в культурной и языковой картинах мира. Под социальной идентичностью личности нами понимается «соотнесение индивидом себя с теми группами и общностями, которых он воспринимает как своих» [2]. В данном случае в качестве единицы социальной идентичности мы рассматриваем семью, которая последовательно реализует себя в таких крупных формах идентичности, как гражданская и этническая. Дискурс, реализующий представления семейной общности, кроме того, отражает культурную, ценностную картину мира и языковую.

Нами было проведено социолингвистическое исследование, в ходе которого респондентам (студентам 1-го курса Кубанского государственного технологического университета) предложили сформулировать основные суждения, которыми руководствуются в жизни сами студенты, их родители, а также дедушки и бабушки. Таким образом, студенты дифференцировали жизненные ценности на свои (ценности первого поколения), родительские (ценности второго поколения) и те, которыми руководствуются их дедушки и бабушки (ценности третьего поколения). Конечно, полученная информация с социологической точки зрения не может считаться надежной, но она позволяет сравнить внутрисемейные ценности и их отражение в языковой картине мира современного студенчества.

Материалом исследования послужили результаты анкетирования более ста студентов технического, технологического и экономического направлений обучения инженерного вуза, т.е. тех, кому в ближайшем будущем предстоит быть у руля экономического и технического развития страны. Респондентов, прошедших достаточно серьезный конкурс поступления в технический вуз, следует считать студенческим авангардом, а семьи, создавшие условия для подготовки и поступления в инженерный вуз, – идентичными по своим жизненным, социальным установкам, а также считать эти семьи способными оказать влияние на жизненный выбор младшего поколения. Таким образом, и самих респондентов, и их семьи можно рассматривать как идентичные по жизненным принципам, а ответы респондентов квалифицировать как систему ценностных представлений российской интеллигенции, отраженную в языке, рассматриваемом с позиций национально-культурного феномена, способного демонстрировать этико-культурный опыт народа.

Актуальность исследования определена тем, что понятие дома, семьи, воспитания реализуют важнейшие ценности в любой культуре. Рассмотрение семьи активно занимается философия, экономика история, лингвистика, которая подходит к представлению о семье как о концепте в языковой картине мира (здесь следует отметить работы Матвевой М.Н., Ишковой Н.В., Авдониной Л.Н., Игнатович Т.Ю.). Нами реализуется подход к семье с социолингвистической позиции, позволяющей рассматривать языковое отражение идентичности взглядов на мир представителей интеллигенции, связанных родственными отношениями.

Цели исследования: 1) выявить идентичность трех российских поколений в восприятии жизненных ценностей, 2) сравнить мировоззренческие установки старших поколений (отцов и дедов) и современного юношества, 3) систематизировать высказывания по принадлежности к различным типам позитивных моральных установок, 4) провести лингвистический анализ, 5) интерпретировать результаты исследования также и с точки зрения воспитательного воздействия примером

Такой подход позволит сделать выводы о том, как юным поколением организуется собственная система идеалов и целей, насколько воспринимаются и ретранслируются в жизнь устои прежних поколений, какие ценности и в каком языковом оформлении молодое поколение заимствует из копилки семейных, общих национальных и мировых ценностей, какие ценности оно приписывает старшему поколению как основные, характерные для него, как это связано с возрастными особенностями предшествующих поколений.

В качестве методов исследования нами использованы анкетирование, статистический анализ, теоретическая интерпретация эмпирических данных и выявление тенденций и закономерностей. На основании полученных эмпирическим путем данных нами выделены категории доброты, порядочности, оценки деятельности, гражданской культуры личности (внутри категории моральных принципов мировоззрения). Также проанализирована отразившаяся в ответах мифологическая составляющая мировоззрения. Наибольшее количество высказываний содержит категория доброты, первая из моральных мировоззренческих категорий.

## Категория доброты в языковой картине мира поколений

Поколение	Первое поколение (юноши и девушки)	Второе поколение (отцы и матери)	Третье поколение (дедушки и бабушки)
Категория	1	2	3
Категория доброты	1. Человечность превыше всего. 2. Главное – дарить добро. 3. Главное – стать в жизни хорошим человеком. 4. Оставаться человеком при любых обстоятельствах. 5. Если ты не приносишь пользу, то твоя жизнь ничего не значит.	1. Главное – доброта и отзывчивость. 2. <i>Надо</i> хорошо относиться ко всем. 3. <i>Надо</i> действовать по совести, заботиться о других. 4. Действовать по совести, заботиться о других ( <i>надо</i> ). 5. Оставаться человеком при любых обстоятельствах ( <i>надо</i> ). 6. <i>Надо</i> приносить пользу окружающим. 7. Живи как человек, и люди будут относиться к тебе по-человечески. 8. <i>Невозможно</i> всем понравиться, главное – никого не обидеть.	1. В хорошее нужно не только верить, хорошее нужно еще и делать. 2. Не делать глупости, и видеть в людях только хорошее. 3. Главное – помощь людям (2 примера употребления)

В позициях первого поколения в отношении проявления доброты наблюдается актуализация значений постоянства, повсеместности, что в языковом плане проявляется в реализации отвлеченно-обобщенных значений с использованием глаголов в инфинитиве (дарить, оставаться, стать). Воспринимается это как демонстрация программы юного поколения на перспективу (Главное – дарить добро). Только один раз (колонка №1, пример №4) можно наблюдать контекстуальное присутствие категории долженствования (можно восстановить модальный глагол «надо» или «необходимо»: *Надо* оставаться человеком при любых обстоятельствах). Модальность контекстуально проявлена и посредством использования условного наклонения глагола: Если ты не приносишь пользу, то твоя жизнь ничего не значит (ср.: Нужно приносить пользу, иначе жизнь ничего не значит).

В позиции второго поколения доминирует форма постулирования, что проявляется в активности модальных глаголов со значением долженствования, представленных во второй колонке примерами № 2, 3, 6, 8 (выделены курсивом слова *надо*, *невозможно*). Это составляет 75% словоупотреблений. Модальные

глаголы демонстрируют канон, предписание и поэтому близки к особому способу выражения временных категорий, используемому в официально-деловом стиле, к так называемому «настоящему предписания». Так же, как и в первой группе, единично представлено контекстуальное проявление модальности посредством использования условного наклонения глагола: Живи как человек, и люди будут относиться к тебе по-человечески (ср.: *Нужно* жить по человеческим законам – и тогда люди будут относиться к тебе по-человечески).

Во второй группе доминирует лексика со значением ориентации не на собственный жизненный путь, а на заботу о другом, что связано с позицией родителя в семье – заботой о младших членах семьи. Это слова из второй колонки: *заботиться* (№ 3,4), *приносить пользу* (№ 6), *никого не обидеть* (№ 8).

В третьей группе (третье поколение) также доминирует позиция заботы о другом, помощи людям, что напрямую связано с особенностями организации семейных отношений в России, когда третье поколение активно включено в обслуживание и воспитание первого поколения. Если второе поколение постулирует правила поведения, то третье поколение в большей степени прибегает к форме добросердечного совета; пример № 1 из третьей колонки: В хорошее нужно не только верить, хорошее нужно еще и делать.

Идентичность категории доброты проявляется у поколений как в прямых заимствованиях (Остаться человеком при любых обстоятельствах; выражение, представленное в первой колонке, пример № 4, а также и во второй – пример № 5), так и в грамматических конструкциях постулирующего типа «что есть что» (Главное – дарить добро. Главное – доброта и отзывчивость. Главное – помощь людям), представленных во всех возрастных группах. Идентичность проявляется также во включении в дискурс паремий, например выражения «приносить пользу»: Если ты не *приносишь пользу*, то твоя жизнь ничего не значит; Надо *приносить пользу* окружающим (соответственно: колонка № 1 – пример № 5; колонка № 2 – пример № 6).

Об идентичности семейного менталитета свидетельствует мелиоративная лексика, представленная во всех трех колонках: человечность, хороший человек, добро, приносить пользу (первая колонка), отзывчивость, хорошо относиться, заботиться, оставаться человеком, приносить пользу, жить как человек, никого не обидеть (вторая колонка), делать хорошее, видеть хорошее, помогать (третья колонка).

Обращает на себя внимание количественная сторона примеров: отношение между представленными в колонках примерами: 5x8x3. Это свидетельствует о большем влиянии на первое поколение второго и о небольшом влиянии третьего, что связано с территориальными преградами во взаимном общении, с сокращением численности третьего поколения.

Проведенное сравнение позволяет прийти к выводу, что категория доброты представлена у всех трех поколений семьи. Свидетельствует это о том, что понятие «доброта» входит в ментальные представления русского народа, в терминальные российские ценности, передается от поколения к поколению, о чем свидетельствует не только смысл фраз, но и их языковое выражение.

**Таблица 2**

**Категория порядочности в языковой картине мира поколений**

Поколение	Первое поколение (юноши и девушки)	Второе поколение (отцы и матери)	Третье поколение (дедушки и бабушки)
Категория	1	2	3
Категория порядочности	1. Будь честен перед собой и перед другими, добивайся своих целей, иди по жизни с улыбкой. 2. Гордость и честь превыше всего. 3. Все, что ты ни делаешь, делай хорошо.	1. Главное – быть всегда первым и честным. 2. Главное – быть честным к окружающим и уметь делать добро. 3. Главное – честность. 4. Главное – стать в жизни хорошим и умным человеком. 5. Главное – порядочность, ответственность, стремление к новому, взаимопомощь.	1. Честь прежде всего.

Здесь, как и в предшествующей категории, обращает на себя внимание количественное соотношение наполнения колонок: 3x5x1 соответственно, что свидетельствует о значительно большем влиянии на детей их родителей, а не бабушек и дедушек. В высказываниях также наблюдается и очень высокий процент мелиоративной лексики: честность, улыбка, гордость, хорошо (первая колонка), честный, добро, честность, хороший, умный, порядочность, ответственность, взаимопомощь (вторая колонка), честь (третья колонка).

Представляет интерес абсолютная аналогия грамматических конструкций, по которым построены высказывания из второй колонки (что есть что), причем с сохранением единства первого слова предложения: «главное» (Главное – это...). И сама конструкция, и ее лексическое решение говорят о постулировании морального закона: быть честным, порядочным, ответственным, совершающим хорошие поступки, оказывающим помощь другим, стремящимся к новому и к тому, чтобы не отставать от других. Лексическое единство свидетельствует о единстве менталитета поколений.

**Таблица 3**

**Категория оценки деятельности в языковой картине мира поколений**

Поколение	Первое поколение (юноши и девушки)	Второе поколение (отцы и матери)	Третье поколение (дедушки и бабушки)
Категория	1	2	3
Категория оценки деятельности	1. Не существовать, а жить, не позволять вытирать о себя ноги, помогать тем, кто нуждается в этом. 2. Люби то, что делаешь, делай то, что любишь. 3. Добивайся целей собственным умом. 4. Работай, а не иди по головам и за деньгами.	1. Надо везде соблюдать порядок и быть оптимистом. 2. В жизни главное – доверие, на нем все строится.	1. Есть слово «надо». 2. Я могу рассказать тебе о высоких целях, но не могу достичь их вместо тебя.

Обращает на себя внимание разное лексическое наполнение фразв трех группах. Первое поколение выстраивает альтернативы: не существовать, а жить; не позволять, а помогать; работать, а не идти по головам. Второе поколение оценивает деятельность с позиций оптимизма, порядка и доверия, третье – с точки зрения целей деятельности и необходимости ее выполнения. Все три группы используют для выражения мысли форму долженствования; в предложениях реально присутствуют или контекстуально представлены модальные глаголы. Контекстуальное представление долженствования наблюдается в мире детей (*надо* жить, любить, добиваться, работать) и используется для выражения программы действий в будущем. У третьего поколения ярко проявляется ретроспекция во взгляде на оценку деятельности: Я могу рассказать тебе о высоких целях, но не могу достичь их вместо тебя.

Если в высказываниях 2-го и 3-го поколений сохраняется мелиоративная лексика (высокие цели, оптимист, доверие, порядок), то у первого поколения к мелиоративной лексике добавляется пейоративная (вытирать о себя ноги, идти по головам), что связано с выражением альтернативы и подчеркиванием собственного позитивного выбора. То есть первое поколение готово сделать выбор, причем правильный. Второе поколение выбор уже сделало, и высказывания констатируют итог выбора: важен оптимизм и статус доверия, уровень порядка, поэтому у второго поколения наличествует описание факторов, которые позволяют принять правильное решение.

Таким образом, каждое поколение при единстве взглядов высказывает все-таки собственную точку зрения исходя из личного опыта, поэтому следует говорить об учете исторического времени, по соотношению с которым происходит оценивание.

В наибольшей степени исторический принцип проявляется в представленной ниже позиции.

**Таблица 4**

**Категория гражданской культуры личности  
в языковой картине мира поколений**

Поколение	Первое поколение (юноши и девушки)	Второе поколение (отцы и матери)	Третье поколение (дедушки и бабушки)
Категория	1	2	3
гражданская культура личности	1. Жить надо так, чтобы после твоей смерти тебя вспоминали добрым словом. 2. Проживи жизнь так, чтобы тебе поставили памятник. 3. Надо жить правильно, потому что жизнь – это история, которая будет рассказана позже.	1. Жизнь нужно прожить достойно, стать достойным человеком.	1. Жить во благо <i>страны</i> . 2. Ответственность, дисциплина во всем, порядок, уважение, любовь к <i>Родине</i> . 3. Жить так, чтобы внуки брали пример и гордились тобой.

Данная категория изначально ретроспективно обозначена, поэтому мы в нее включили высказывания о значении памяти, которую оставит о себе человек. В первой и второй группах представлена оценка качеств отдельной личности (вспоминать добрым словом, правильно жить, прижизненный па-



мятник, достойно прожить), но третье поколение резко отличается от предыдущих двух в своих взглядах на историческую значимость жизни и ставит на первое место гражданскую позицию – благо страны и любовь к Родине. Наряду с этим в высказываниях третьего поколения проходит мысль о необходимости ответственности, дисциплинированности и важности примера.

Разница в мировоззрении поколений проявляется и в отношении к судьбе, року в сравнении с активным самостоятельным выбором.

**Таблица 5**

**Роль судьбы в жизни человека в языковой картине мира поколений (мифологическая составляющая мировоззрения)**

Поколение	Первое поколение (юноши и девушки)	Второе поколение (отцы и матери)	Третье поколение (дедушки и бабушки)
Категория	1	2	3
Роль судьбы в жизни человека	1. Делай то, что должен, и будь что будет. 2. Пора перестать ждать неожиданностей и подарков от жизни, надо самому делать жизнь.	1. Как суждено, так и будет.	1. Просто так ничего не бывает. Нам свыше не даются те испытания, с которыми мы бы не справились.

Как можно видеть, мифологическая составляющая мировоззрения представлена минимально, всего четырьмя примерами, поэтому нельзя говорить о точной характеристике роли судьбы в менталитете семьи и тем более в национальном менталитете. Но обращает на себя внимание, что позицию деятеля демонстрирует первое и третье поколение, а позицию патернализма (подчинения и покорности) – второе поколение. Скорее всего, представление о роли судьбы зависит от исторических изменений, переживаемых социумом, и отражает ожидание больших свершений при начале взрослой жизни у молодого поколения. Высказанное предположение было бы интересно проверить на материалах крупного социологического опроса.

В результате анализа выявлена семейная идентичность в области моральных принципов. При этом категории доброты и порядочности, оценки деятельности слабо различаются между поколениями, поэтому их можно считать наиболее стабильными, глубинными национальными ценностями. Резкие различия наблюдаются в категориях гражданской культуры и роли судьбы.

бы в жизни человека. Гражданская позиция фиксируется только у третьего поколения и то не во всех случаях; наиболее пассивным оказывается второе поколение, избирающее позицию подчинения. Здесь проявляется конфликт ценностей за счет нахождения отдельных ценностных категорий на периферии системы общественных ценностей.

## Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Авдони́на Л.Н., Кос́тина А. Е.* Номинативное поле концепта «семья» в русской и английской культуре // Молодой ученый. 2015. №15. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/95/21389/> (дата обращения: 01.08.2019).
2. *Богачева Г.Г.* Пути формирования гражданской, этнической и социальной идентичности учащихся средствами лингвокраеведения // Проблемы и перспективы развития образования: материалы V Международной научной конференции. Пермь: Меркурий, 2014. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/101/5269/> (дата обращения: 01.08.2019).
3. *Игнатович Т.Ю.* Репрезентация семейных ценностей и родственных отношений в забайкальской русской национальной фраземике // Современные СМИ как отражение аксиологических ориентиров общества: сб. статей. Краснодар: Издательский Дом-Юг, 2018.
4. *Ишкова Н.В.* Концепт «Семья» в картине мира студенчества. [Электронный ресурс]. URL: <http://semyarossii.ru/component/k2/item/212> (дата обращения: 01.08.2019).
5. *Кубрякова Е.С.* Краткий словарь когнитивных терминов. М.: МГУ, 1997. [Электронный ресурс]. URL: [https://mymirknig.ru/knigi/guman\\_nauki/177224-kratkiy-slovar-kognitivnyh-terminov.html](https://mymirknig.ru/knigi/guman_nauki/177224-kratkiy-slovar-kognitivnyh-terminov.html) (дата обращения: 01.08.2019).
6. *Матвеева М.В.* Концепт «семья» и его репрезентация в русском языке. Тамбов, 2007. [Электронный ресурс]. URL: disserCat <http://www.dissercat.com/content/kontsept-semya-i-ego-reprezentatsiya-v-russkom-yazyke#ixzz5fcNoaT3l> (дата обращения: 01.08.2019).

## R E F E R E N C E S

1. *Avdonina L.N., Kostina A. E.* The nominative field of the concept of "family" in Russian and English culture // *Young scientist*. 2015. No.15. [Electronic resource]. URL: <https://moluch.ru/archive/95/21389/> (accessed: 08/01/2019).
2. *Bogacheva G.G.* Ways of formation of civic, ethnic and social identity of students by means of linguistics // *Problems and prospects of the development of education: materials of the V International Scientific Conference*. Perm: Mercury, 2014. [Electronic resource]. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/101/5269/> (accessed: 08/01/2019).
3. *Ignatovich T.Yu.* Representation of family values and kinship in the Trans-Baikal Russian national phraseology // *Modern media as a reflection of the axiological guidelines of society: Selection of articles*. Krasnodar: Publishing House-South, 2018.
4. *Ishkova N.V.* The concept of "Family" in the picture of the world of students. [Electronic resource]. URL: <http://semyarossii.ru/component/k2/item/212> (accessed: 08/01/2019).
5. *Kubryakova E.S.* A Brief Dictionary of Cognitive Terms. M.: Moscow State University, 1997. [Electronic resource]. URL: [https://mymirknig.ru/knigi/guman\\_nauki/177224-kratkiy-slovar-kognitivnyh-terminov.html](https://mymirknig.ru/knigi/guman_nauki/177224-kratkiy-slovar-kognitivnyh-terminov.html) (accessed: 08/01/2019).
6. *Matveeva M.V.* The concept of "family" and its representation in Russian. Tambov, 2007. [Electronic resource]. URL: [dissercat http://www.dissercat.com/content/kontsept-semya-i-ego-reprezentatsiya-v-russkom-yazyke#ixz-z5fcNoaT31](http://www.dissercat.com/content/kontsept-semya-i-ego-reprezentatsiya-v-russkom-yazyke#ixz-z5fcNoaT31) (accessed: 08/01/2019).

*05 августа 2019 г.*

---