

**Пищальникова В.А.**

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИ АКТУАЛЬНОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ ВЕЖЛИВОСТИ  
В КАРТИНЕ МИРА РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ<sup>1</sup>**

*Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия, pishchalnikova@mail.ru*

*Аннотация.* Автор устанавливает психологически актуальное содержание понятия «вежливый» на основе свободного ассоциативного эксперимента в группе студентов московских вузов в возрасте от 17 до 25 лет, обучающихся на разных специальностях (всего 1984 респондента). Важность исследования определяется тем, что, во-первых, отношения собеседников, реализующих социальные контакты, оказывают серьезное воздействие и на характер обработки информации, и на прагматический эффект общения в целом, во-вторых, исследование вносит вклад в создание фактической базы для изучения проблем межкультурного общения, национально специфического содержания базовых ценностей, универсальных морально-этических категорий и иных культурных концептов. Состав ассоциативных полей респондентов исследуемой группы указывает на снижение в ней актуальности стратегий вежливого поведения.

*Ключевые слова:* ассоциативный эксперимент; картина мира; структура понятия; понятийные реакции; эмоционально-оценочные реакции; реакции-представления; операциональные реакции.

Поступила: 13.01.2019

Принята к печати: 12.02.2019

---

<sup>1</sup> © В.А. Пищальникова, 2019.

**Pishchalnikova V.A.**

**Psychologically relevant content of *politeness*  
in the picture of the world of Russian students**

*Moscow State Linguistic University,  
Moscow, Russia, pishchalnikova@mail.ru*

*Abstract.* The author defines psychologically relevant content of the notion «politeness» based on the data received via free association experiment in a group of Russian students aged 17–25 with different majors (total of 1984 respondents). The importance of the research is conditioned by the fact that, firstly, interlocutors' relationships influence both the character of information processing and the pragmatic result of communication in social contact; secondly, the research contributes to the creation of a factual database for studying problems of intercultural communication, nationally specific content of basic values, universal moral and ethical categories and other cultural concepts. The content of respondents' associative fields in the group under study shows a decrease in the relevance of polite behavior strategies.

*Keywords:* associative experiment; picture of the world; structure of notion; conceptual responses; emotional and appraisal responses; representational responses; operational responses.

Received: 13.01.2019

Accepted: 12.02.2019

## **Введение**

Вежливость – это проявление уважения к другому человеку в языковой и невербальной формах. В современной теории и практике межкультурной коммуникации сформировался устойчивый интерес к проблемам национально-культурной специфики поведения вообще и в частности к вежливости как одной из важнейших коммуникативных категорий, «содержанием которой является система ритуализованных стратегий коммуникативного поведения (языкового и неязыкового), направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соблюдение общественно-принятых норм при интеракциональной коммуникации (установлении, поддержании и завершении межличностного контакта)» [Ларина, 2003, с. 79]. Мы полагаем, что этот интерес связан с тем, что отношения собеседников, реализующих социальные контакты, оказывают серьезное воздействие и на характер обработки информации, и на прагматический эффект общения в целом.

Как отмечают этнологи, носители определенной культуры в естественном бытии, как правило, не рефлексировывают ее националь-

ную специфику, осваивая ее стихийно и пользуясь культурными знаниями и представлениями, в том числе стереотипными, неосознаваемо: находясь «внутри» культуры, индивид использует характерные для нее способы освоения мира и формы отношения к другим людям, и они представляются единственно возможными. Специфика родной культуры осознается только при сопоставлении с другими, а потому в аспекте межкультурного общения проблема содержания базовых ценностей, универсальных морально-этических категорий и иных культурных концептов становится чрезвычайно актуальной.

Эта актуальность усиливается, когда исследуются контакты между народами, культура которых имеет глубоко различные корни. В нашем исследовании представлены некоторые предварительные результаты сравнительного изучения понимания вежливости в китайском и русском языках на основе пилотного свободного ассоциативного эксперимента. Мы ставили своей целью установить актуальное психологическое содержание и структуру понятия «вежливый» в картине мира носителей русского языка, а также представить некоторые данные по выявлению его содержательной динамики.

### Методика эксперимента

Экспериментальное исследование проводилось в 2018 г. В качестве респондентов выступали студенты московских вузов в возрасте от 17 до 25 лет, обучающиеся на разных специальностях (всего 1984 респондента). В экспериментальные анкеты, помимо слова *вежливый*, были включены его синонимы *внимательный*, *воспитанный*, *галантный*, *добрый*, *любезный*, *обходительный*, *приветливый*, *толерантный*, *учтивый*, *хороший*, которые были получены в предварительном эксперименте с целью установления экспериментального списка стимулов.

Условия проведения эксперимента стандартные: при предъявлении анкеты, в которой необходимые для анализа слова-стимулы перемежались словами-дистракторами, было предложено отреагировать на стимулы «первым пришедшим в голову словом». Стандартно на заполнение анкеты отводилось время, приблизительно необходимое для записи слов-реакций без их обдумывания.

Из общего числа анкет методом случайных чисел была произведена выборка ста анкет с приблизительно одинаковым авторством мужчин и женщин (48 / 52 соответственно). При сравнении полученных данных использовались также материалы Русского ассоциативного словаря (далее РАС – В.П.) [Русский ассоциативный словарь, 2002] и других исследований [Степыкин, 2011].

Для анализа в рамках данной статьи мы отобрали четыре слова-стимула, входящие в ядро ассоциативного поля «вежливый», но получившие или наибольшее количество отказов ассоциирования, или вызывавшие стереотипные реакции, не свидетельствующие о психологически актуальном содержании: *деликатный, уважительный, предупредительный, услужливый*. Мы полагаем, что отказ от ассоциирования свидетельствует о том, что слово редко включается в речевую деятельность индивида, а потому актуализирует, как правило, отдельные понятийные признаки или частотные словосочетания (операциональные), не отражающие его личностного содержания. Иными словами, в отказе проявляется отсутствие актуальных, значимых для индивида ассоциативных связей.

## Результаты исследования

Для сопоставления полученных в ходе эксперимента данных нам необходимо представить ассоциативное поле слова «вежливый», в которое включаются:

1) **понятийные** ассоциаты: *воспитанный 26, галантный 4, воспитание 8, приветливый 2, любезный, обходительный, учтивый, толерантный, внимательный;*

2) **эмоционально-оценочные** реакции: *хороший 10, добрый 6, симпатия;*

3) **представления**: *преподаватель, друг;*

4) собственно **операциональные** реакции: *человек 21, вопрос 10, тон 5.*

Обратим внимание на то, что понятийные реакции составляют 45% от общего числа ассоциатов и, казалось бы, свидетельствуют о частотном использовании данной лексемы в речевой деятельности респондентов. Однако ~75,6% понятийных реакций отражают стереотипные формально-сочетательные и содержатель-

ные связи лексемы *вежливый* (*воспитанный, воспитание*), что может быть показателем понимания вежливости только как внешней формы коммуникации. Кроме того, еще 25% операциональных ассоциатов свидетельствует о том, что респонденты понимают значение слова и воспроизводят частотные сочетания с ним, однако это еще не доказывает личностную актуальность стимула в их речевой деятельности, а свидетельствует лишь о частотности такой стандартной сочетаемости слова *вежливый* в текстах культуры. Характер реакций-представлений тоже однозначно свидетельствует об их стереотипности, отсутствии индивидуальных образов-представлений. Эмоционально-оценочные реакции при этом ограничиваются выражением самых общих (стереотипных) положительных характеристик.

Таким образом, состав ассоциативного поля «вежливый» позволяет предположить, что вежливость не является личностно актуальной для носителей исследуемой культуры, ограничиваясь самым общим представлением о ней.

Это предположение необходимо проверить на совокупности стимулов, представляющих ассоциативное поле (далее АП. – *В. П.*) «вежливый».

В состав АП «деликатный» входят следующие ассоциаты: *мягкий 2, мягкость 2, врач 2, тонкость 2, в общении 2, мама 2, обходительность 2, осторожность 2, проблемы 2, такт 2, тактичный 2, точность 2, уважение 2, ум 2, уместность 2, в вопросе, вопроса, воспитание, в разговоре, вынужденный, деликатесный, еда, изысканность, интеллигентность, леди, молодой человек, муж, мужчины, мягко, нежный, нужна, обходительный, общение, перчатки, правило, предусмотрительность, придирчивость, проявлять, пунктуальность, решимость, уступчивость, учеба, шелк, четкость, чувство, этикет. Отказы* (21 из общего числа 100 реакций) из дальнейших числовых подсчетов мы исключим.

Из них **понятийные**: *тактичность 8, манеры 4, вежливость 4, аккуратность 4, обходительность 2, осторожность 2, тактичный 2, такт 2, точность 2, уважение 2, уместность 2, воспитание, вынужденный, изысканность, интеллигентность, обходительный, правило, предусмотрительность, придирчивость, пунктуальность, решимость, уступчивость, четкость, чувство, этикет – 47%*; **эмоционально-оценочные**: *тонкость 2, мягкость 2, мягкий 2, мягко, нежный – 8%*; **представления**: *врач 2,*

мама 2, ум 2, проблемы 2, перчатки, мужчины, учеба, леди, люди, муж, в разговоре, молодой человек, шелк – 19%; собственно **операциональные**: стирка 4, в общении 2, в вопросе, вопроса, нужна, общение, проявлять – 11%; реакции, связанные с **ошибочным толкованием слова**: деликатесный, еда, кокетничать, придирчивость – 4%.

Прежде всего отметим большое количество отказов ассоциирования на стимул *деликатный* – 17,2%; это однозначно свидетельствует о том, что значительная часть испытуемых не включает в актуальную речевую деятельность эту лексему, хотя она обозначает один из важнейших содержательных компонентов слова *вежливый*.

О неактуальности понятия «деликатный» свидетельствует и низкий процент разнообразия реакций и их единичности (соответственно 51% и 31%). Эти показатели, как правило, говорят о присвоении индивидом психологического значения, но мотива на его использование у индивида не возникает, и поэтому оно не актуализируется в виде личностного смысла в его деятельности. Частотные по сравнению с другими операциональные реакции вызваны, в частности, влиянием рекламы (*деликатная стирка*).

Известно, что актуальные смыслы, как правило, эмоционально-оценочны. Таких ассоциатов в смоделированном ассоциативном поле всего 8%.

Наконец, показательны и ассоциаты, выявляющие неверное толкование респондентами слова-стимула: *деликатесный, еда, кокетничать, придирчивость*. Таким образом, количество реакций, указывающих на актуализацию личностного смысла слова-стимула *деликатный*, составляет 73% от общего количества ассоциатов, а если учесть, что содержание ассоциатов при этом в основном ограничено операциональными отношениями стимула и реакции, можно говорить о неактуальности слова *деликатный* в речевой деятельности исследуемой группы респондентов. Следовательно, и содержание, соотносимое со словом *деликатный*, – (1) ‘вежливый, предупредительный, мягкий в обращении; (2) затруднительный, требующий осторожного и тактичного отношения; (3) эмоционально-оценочное ‘нежный, слабый, хрупкий’ – также не актуально для исследуемой группы носителей языка. Такое содержание выражает, прежде всего, отношение говорящего к собеседнику, и его неактуальность, на наш взгляд, выражает некоторые устойчивые тенденции, по крайней мере,

бытовой современной коммуникации к поверхностности и агрессивности. Это предположение, конечно, необходимо верифицировать в ряде других экспериментов, но результаты исследования вербальной агрессии (см., например, [Изард, 1999], [Бэрн, Ричардсон, 2001], [Щербинина, 2001], [Воронцова, 2006] и многие др.) позволяют так интерпретировать данные ассоциативного эксперимента.

В АП «уважительный» выделим следующие группы ассоциатов: **понятийные:** человек 27, отношение 26, почтительный 8, воспитание 4, воспитанный 4, внимательный 4, доброжелательный, достойный, образованный, правило; **представления:** друг 5, педагог 4, студент, возраст; реакции, связанные с **ошибочным толкованием слова:** убедительный; **отказы** 11 (в эту группу данные РАС также не включались, поскольку в словаре не было стимула *уважительный*). Однако состав ассоциативного поля, представленный в РАС, чрезвычайно показателен для сравнения, и к его анализу мы еще обратимся).

Большинство реакций (77%) являются понятийными. Из них 68,8% реакций связаны с воспроизведением вербально-операциональных отношений, не реализующих какой-либо личностный смысл, а воспроизводящих стереотипные семантические связи (человек, отношение). Респонденты понимают значение слова *уважительный*, имеют процедурное знание о нем, которое проявляют только косвенно, через стандартные речевые действия, но в своей речевой деятельности используют не часто.

Большое количество отказов от ассоциирования (11%) подтверждает это. Кроме того, стереотипны и реакции-представления, фиксирующие общее представление о носителе качества, репрезентированного стимулом: *друг, педагог, студент*. Когда реакции-представления репрезентируют актуальные связи компонентов ассоциативно-вербальной сети индивида, то их содержание, как правило, связывается с конкретными мыслительными образами; в случае процедурного знания ассоциаты реализуют самые общие, стандартные смысловые связи со стимулом. Такое же предельно общее представление о носителе качества отражено и в операциональной реакции *человек*, которая отнесена нами в группу понятийных, но реализует предельно обобщенные процедурные связи словосочетания *уважительный человек*.

В РАС нет стимула *уважительный*, однако на стимулы *уважительное, уважительно* даются реакции *отношение, относить-*

ся 3; уважения – дань 3, требовать 3, добиться, знак, почет, стоить; уважительная – причина 10 [Русский ассоциативный словарь, 2002 б, с. 880], что свидетельствует об их операциональности и о частотности стандартного словоупотребления.

Показательно ассоциативное поле стимула «предупредительный»: *осторожность* 22, *предосторожность* 15, *заранее* 10, *страх* 10, *тревога* 6, *опасность* 8, *воспитанный* 3, *гордость*, *качество*, *командир*, *опасение*, *разумный*; **отказы** – 21,74% реакций респонденты связывают со значением ‘предупреждать’ как «1. *несов. перех.* заранее ставить кого-л. в известность, уведомлять о чем-л.; 2. а) Своевременно принятыми мерами опережать чьи-л. действия, предотвращать что-л. б) предугадывая, исполнять (чь-л. желание, намерение и т.п.).» [Ефремова – эл. ресурс]. Следовательно, слово *предупредительный*, связываемое всеми словарями со значением ‘предупреждающий желания, намерения; любезный, услужливый; заключающий в себе любезность, услужливость, исполненный любезности, услужливости; всегда готовый оказать услугу, внимательный, любезный’, большинством носителей языка исследуемой группы понимается иначе и очевидно соотносится с содержанием ‘опережать, предотвращать’. Возможно, это влияние современной субкультуры, в которой частотны словосочетания *предупредительный выстрел*, и официального общения (*получить предупреждение*) и подобное. Однако ясно и другое: слово в значении, соотносимом с *вежливый* и входящем в ядро последнего, практически не используется. Это значит, что и стратегии коммуникативного поведения, означенные словами *предупредительный*, *предупредительность*, перестали быть актуальными для современного общения (по крайней мере, в рамках исследуемой группы).

Рассмотрим конкретные группы реакций в ассоциативном поле «предупредительность 1»: **понятийные**: *осторожность* 22, *предосторожность* 15, *заранее* 10, *разумный*, *качество* (отнесение этих реакций возможно к двум полям); **эмоциональные реакции**: *страх* 10, *тревога* 6, *опасность*, *гордость*, *опасение* 8, **представления**: *командир*. Все выделенные группы ассоциатов в данном поле актуализируют в речевом действии «стимул – реакция» личностный смысл, связанный с психологическим значением ‘опережать, предотвращать’. Более того, частотная реакция *предосторожность* 15 свидетельствует о том, что респонденты воспринимают слово-стимул как ее синоним. То же значение ‘опережать, предотвра-



щать' активируется ассоциатом *заранее* 10, а также всеми другими реакциями представленного ассоциативного поля.

Ассоциаты, которые могут быть соотнесены с полем «предупредительность 2»: **понятийные**: *воспитанный* 3, *разумный*, *качество*. Значение слова, отмеченное в словарях, оказалось актуальным лишь для 5 из 100 респондентов, и это при том, что единичные реакции мы отнесли ко второму полю условно в силу их потенциальной возможности вступать в предикативные отношения (образовывать речевое действие) со стимулом. Для подтверждения результатов эксперимента необходимо провести дополнительное исследование, которое бы продемонстрировало, включают ли носители языка слово *предупредительный* вообще в синонимический ряд слова *вежливый*. Важно, что в этом ассоциативном поле отсутствуют операциональные реакции, которые, по крайней мере, отражали бы процедурное знание индивидом частотных словосочетаний.

Наконец, 21% респондентов не использовали слово «предупредительный» в своей речевой деятельности вообще. Это не значит, что в других условиях они бы не могли вообще употребить его в той или иной речевой ситуации, но отсутствие операциональности его использования очевидно.

Исследователи вербальной агрессии говорят о снижении в современном обществе актуальности вежливого поведения; оно реже востребуется как единственно возможное отношение к окружающим. Это проявляется и в характеристике стимула *услужливый* как компоненте ассоциативного поля «вежливый». На стимул *услужливый* в нашем эксперименте даны следующие реакции: *официант* 14, *подлиза* 14, *слуга* 11, *прислуга* 11, *прогнуться* 11, *низкий* 6, *обходительный* 5, *помощь* 5, *товарищ* 5, *человек* 5, *податливый* 4, *вежливость*, *пассажир*, *родители*, *умный*, *юноша*; **отказы** – 4.

Ассоциаты снова придется группировать в два поля, различающиеся уже не только понятийно, но и коннотативно, причем одно из них ни в какой мере не находит соответствия в лексико-графических источниках. В него включим частотные **понятийные ассоциаты**: *подлиза* 14 и **эмоционально-оценочные**: *низкий* 6 (20.8% реакций). Это ассоциативное поле представлено немногочисленными ассоциатами, однако оно показывает, что у стимула начинает формироваться резко негативная оценочность. Это зна-

чит, что услужливость в свете господства насаждаемого идеала агрессивной маскулинности, грубой прямолинейности перестает восприниматься как необходимая стратегия коммуникативного поведения.

Но и второе поле, включающее ассоциаты, которые актуализируют значение стимула *услужливый* как ‘охотно оказывающий услуги другим; готовый услужить’, демонстрирует, с одной стороны, операциональность ассоциата, с другой – связь качества, обозначенного словом, с людьми зависимыми, не вызывающими положительных эмоций: *официант* 14, *слуга* 11, *прислуга* 11, *прогнуться* 11 (~ 49% реакций). Степень разнообразия реакций в исследуемом поле низкая; незначительно и количество единичных реакций.

Вместе с тем получены и ассоциаты, которые актуализируют психологическое значение, соотносимое с инвариантным лексико-графическим, и таких реакций 30,2%, причем в них не отмечено негативной оценочности.

Таким образом, исследование ряда слов-реакций, входящих в ассоциативное поле «вежливый», позволило установить следующее.

Состав ассоциативных полей респондентов исследуемой группы указывает на снижение в ней актуальности стратегий вежливого поведения. Это проявляется в том, что выявленные ассоциативно-вербальные связи не частотно актуализируют личностные смыслы, связанные с содержательными компонентами понятия «вежливый». Результаты предварительного эксперимента должны быть дополнены данными психологии и социологии, а также верифицированы иными психолингвистическими экспериментами, что позволит создать серьезную фактическую базу для разработки методик коррекции коммуникативного поведения.

## Список литературы

- Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с. – Режим доступа: [http://yakov.works/libr\\_min/02\\_b/ar/baron00.html](http://yakov.works/libr_min/02_b/ar/baron00.html) (дата обращения: 13.01.2018).
- Воронцова Т.А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Челябинск, 2006. – 43 с.
- Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка: В 2 т. – М.: Русский язык, 2000. – 1209 с. – Режим доступа: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 13.01.2018).
- Изард К.Е. Психология эмоций. – СПб.: Питер, 1999. – 460 с.

- Ларина Т.В.* Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М.: Изд-во РУДН, 2003. – 315 с.
- Русский ассоциативный словарь: В 2 т. – М.: Астрель: АСТ, 2002 а. – Т. 1: От стимула к реакции / Караулов Ю.Н., Черкасова Г.А., Уфимцева Н.В., Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. – 784 с.
- Русский ассоциативный словарь: В 2 т. – М.: Астрель, 2002 б. – Т. 2: От реакции к стимулу. – 992 с.
- Степыкин Н.И.* Способы структурно-содержательного моделирования лингвокультурного концепта: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 2011. – 187 с.
- Щербинина Ю.В.* Вербальная агрессия в школьной речевой среде: Дис. ... канд. пед. наук. – М., 2001. – 300 с.

## References

- Baron, R.A., Richardson, D.R.* (2001) Human aggression. Piter, Saint-Petersburg. [https://books.google.ru/books?id=MOljg8xXI1oC&pg=PR15&hl=ru&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ru/books?id=MOljg8xXI1oC&pg=PR15&hl=ru&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false)
- Vorontsova, T.A.* (2006) Rechevaya agressiya: Kommunikativno-diskursivnyj podhod: Doctoral thesis. Chelyabinsk.
- Efremova, T.F.* (2000) Novyj slovar' russkogo yazyka. Russkij yazyk, Moscow. <http://efremova-online.ru/slovar-efremovoy/preduprezhdai/81608/>
- Izard, K.E.* (1999) Psihologiya ehmocij. Piter, Saint-Petersburg.
- Larina, T.V.* (2003) Kategoriya vezhlivosti i stil' kommunikacii: Sopostavlenie anglijskih i russkih lingvokul'turnyh tradicij. Izd-vo RUDN, Moscow.
- Russkij associativnyj slovar' (2002) Vol. I. Ot stimula k reakcii. Astrel'; AST, Moscow.
- Russkij associativnyj slovar' (2002) Vol. II. Ot reakcii k stimulu. Astrel'; AST, Moscow.
- Stepykin, N.I.* (2011) Sposoby strukturno-soderzhatel'nogo modelirovaniya lingvokul'turnogo koncepta: PhD thesis. Moscow.
- Shcherbinina, Yu.V.* (2001) Verbal'naya agressiya v shkol'noj rechevoj srede: PhD thesis. Moscow.