



[Научный диалог = Nauchnyi dialog = Nauchnyy dialog, 14(7), 2025]
[ISSN 2225-756X, eISSN 2227-1295]



Информация для цитирования:

Чигашева М. А. Стереотипные представления российских студентов об Австрии и австрийцах : результаты ассоциативного эксперимента / М. А. Чигашева // Научный диалог. — 2025. — Т. 14. — № 7. — С. 113—132. — DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-7-113-132.

Chigasheva, M. A. (2025). Stereotypical Representations of Austria and Austrians among Russian University Students: Findings from a Word Association Experiment. *Nauchnyi dialog*, 14 (7): 113-132. DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-7-113-132. (In Russ.).



Web of Science™



Перечень рецензируемых изданий ВАК при Минобрнауки РФ

Стереотипные представления российских студентов об Австрии и австрийцах: результаты ассоциативного эксперимента

Чигашева Марина Анатольевна

orcid.org/0000-0003-1423-5479

кандидат филологических наук, доцент,
профессор кафедры немецкого языка
mchigasheva@mail.ru

Московский государственный институт
международных отношений
(университет)
Министерства иностранных дел
Российской Федерации
(Москва, Россия)

Stereotypical Representations of Austria and Austrians among Russian University Students: Findings from a Word Association Experiment

Marina A. Chigasheva

orcid.org/0000-0003-1423-5479

PhD in Philology, Associate Professor,
Professor, Department of the German
mchigasheva@mail.ru

Moscow State Institute
of International Relations (University
of the Ministry of Foreign Affairs
of the Russian Federation
(Moscow, Russia)

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Исследование посвящено выявлению когнитивных представлений и эмоционально-оценочных реакций россиян в отношении Австрии и австрийцев. Применен метод свободного ассоциативного эксперимента. Новизна работы обусловлена отсутствием комплексного анализа данного гетеростереотипа в научном дискурсе. В качестве респондентов выступили студенты трех российских университетов (103 человека), получено 146 ассоциаций и 340 реакций, систематизированных по семи стереотипным тематическим областям и трем группам в соответствии с эмоциональной оценкой (позитивные, нейтральные, негативные реакции). Зафиксировано преимущественно положительное восприятие российскими респондентами (преимущественно студентами) Австрии и ее жителей, критическое отношение к фактам истории, определена частотность упоминания стереотипов, установлено соотношение конвенциональных и неконвенциональных ассоциаций. Выявлен преобладание доли неконвенциональных (67 %) ассоциаций, которым свойственна индивидуальность и спорадичность упоминания, что свидетельствует о неомогенном характере анализируемого гетеростереотипа в сознании российской молодежной аудитории. Сопоставление результатов первичного портретирования респондентов и собственно ассоциативного эксперимента выявило совпадение четырех тематических областей («Культура», «История», «Язык», «Современная политическая и социально-экономическая ситуация»). Полученные ассоциации дополнили образ Австрии и австрийцев тремя областями («Кухня», «География», «Люди»).

Ключевые слова:

стереотипы; свободный ассоциативный эксперимент; Австрия; австрийцы; имагология; образ чужого; этнические стереотипы; психолингвистика.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

This study investigates the cognitive representations and affective-evaluative reactions of Russians towards Austria and its people. A free word association experiment was employed as the primary methodological tool. The novelty of this research lies in the absence of a comprehensive analysis of this particular heterostereotype within the scholarly discourse. The respondent pool consisted of 103 students from three Russian universities. The experiment yielded 146 stimulus words and 340 individual reactions, which were systematized into seven thematic categories and three groups based on emotional valence (positive, neutral, negative). The findings indicate a predominantly positive perception of Austria and its inhabitants among the Russian respondents. However, a critical stance towards certain historical facts was noted. The analysis determined the frequency of stereotype mentions and the ratio of conventional to non-conventional associations. A significant prevalence of non-conventional associations (67%) was revealed; these were characterized by their individuality and sporadic occurrence, suggesting a non-homogeneous nature of the heterostereotype within the Russian youth cohort. A comparison of preliminary respondent profiling data with the association experiment results identified four overlapping thematic areas: "Culture," "History," "Language," and "Contemporary Political and Socio-Economic Situation." The elicited associations supplemented the image of Austria and Austrians with three additional categories: "Cuisine," "Geography," and "People."

Key words:

stereotypes; free word association experiment; Austria; Austrians; imagology; image of the Other; ethnic stereotypes; psycholinguistics.



УДК 81'23+81'373.235

DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-7-113-132

Научная специальность ВАК
5.9.8. Теоретическая, прикладная и
сравнительно-сопоставительная лингвистика

Стереотипные представления российских студентов об Австрии и австрийцах: результаты ассоциативного эксперимента

© Чигашева М. А., 2025

1. Введение = Introduction

Стереотипы являются предметом исследования разных научных дисциплин: социологии, психологии, межкультурной коммуникации, этнологии и, в первую очередь, лингвистики, так как они репрезентируются посредством языковых единиц. В их изучении достаточно далеко продвинулась психолингвистика, имеющая в своем арсенале достоверные методы и большой опыт эмпирических исследований. Тем не менее эта тема по-прежнему привлекает внимание ученых. Поисковый запрос на сайте российской электронной научной библиотеки eLibrary по ключевому словосочетанию «стереотипные представления» выдает 12170 публикаций, по словосочетанию «свободный ассоциативный эксперимент» — 3064 публикации, что наглядно демонстрирует интерес исследователей к стереотипам и психолингвистическим методам анализа. Запрос по сочетаниям слов «стереотипные представления, Австрия, австрийцы» (с учетом морфологии) показал наличие 16 публикаций за период с 1990 по 2024 годы, большей частью исторической тематики. Уточнение области знания в пределах языкознания, социологии и психологии не выявило ни одной публикации, что придает данному исследованию безусловную новизну.

Анализ стереотипных представлений о странах немецкоязычного региона рассматривался в отечественном научном дискурсе преимущественно на примере Германии [Глушак и др., 2016; Глушак, 2018; Хлопова, 2024а, 2024б]. Недавно появились работы по сопоставительному исследованию базовых ценностей в немецкой и австрийской лингвокультурах на основе ассоциативных экспериментов [Хлопова, 2024в; 2025], а также издан ассоциативный словарь базовых ценностей на материале двух национальных вариантов немецкого языка (немецкого и австрийского) и русского языка [Пищальникова и др., 2024а]. В научных публикациях последнего времени приоритетное внимание обращено на гендерные стереотипы [Товкес,

2021; Tremmel et al., 2023], стереотипные представления россиян о Китае и китайцах [Чжан, 2018], этнический стереотип «русские» в сознании носителей английского языка [Литвинова и др., 2022], динамику взаимного восприятия российских и американских подростков [Гинзбург и др., 2023]. На основе психолингвистического эксперимента в сравнительном аспекте проводились исследования концептов ДОБРО, ЗЛО, ПРАВДА, ЛОЖЬ четырех лингвокультур — русской, украинской, британской и американской [Чудинов и др., 2021]. Зарубежные ученые изучают, например, точность стереотипов [Czarnik, 2020], стереотипные представления о Германии на занятиях по иностранному языку в школах Нидерландов и России [Boonen et al., 2022], проявление стереотипов в межкультурных исследованиях [Ossenberg, 2020] и др.

Краткий обзор научных публикаций последнего времени подтверждает актуальность предпринятого исследования. Оно направлено на выявление особенностей восприятия и оценочных суждений представителей одной нации (в нашем случае — россиян) о другой стране (Австрии) и представителях этой страны, другого этноса (об австрийцах), то есть речь идет об анализе гетеростереотипа. Изучение гетеростереотипов представляется важным прежде всего с позиции межкультурной коммуникации, так как позволяет определять устоявшиеся представления и их динамику, устанавливать причины их появления, разрабатывать стратегии по их корректировке, что может оказывать непосредственное влияние на процессы межнационального взаимодействия. С лингвистической точки зрения наш интерес фокусируется также на языковых средствах, при помощи которых осуществляется вербализация стереотипа.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Цель данного исследования заключается в выявлении наивных представлений российской студенческой молодежи о другой стране и ее представителях, их эмоциональной оценки со стороны респондентов, определении тематических групп, частотности полученных реакций и установлении особенностей вербализации ассоциаций. Объектом данного исследования выступает феномен стереотипизации, предметом — стереотипные представления, то есть знания как когнитивно-информационный компонент стереотипа, по терминологии В. А. Пищальниковой [Пищальникова, 1999], и отношение к этому виду знания как эмоционально-оценочный аспект. Предполагается выяснить, что известно российским студентам, имеющим опыт изучения немецкого языка, об Австрии и австрийцах. Полученные результаты можно использовать в том числе в образовательной деятельности. Выбор студентов в качестве респондентов считаем оправ-

данным: через несколько лет они будут вовлечены в систему общественных отношений, возможно, и на межгосударственном уровне, поэтому выявление стереотипов и их корректировка на этапе обучения представляются особенно важными.

Данное исследование основывается на базовых положениях, изложенных в научных трудах отечественных ученых. Ключевой является теория речевой деятельности А. А. Леонтьева, она позволяет рассматривать соотношение стимула и реакции как речевого действия и устанавливать смысл различных понятий, в том числе стереотипов [Леонтьев, 2007]. В русле отечественных психолингвистических школ (Московской и Тверской) проводятся исследования по эффективному применению ассоциативного эксперимента. Следует отметить прежде всего теоретически значимые работы В. А. Пищальниковой [Пищальникова и др., 2024б] и А. А. Залевской [2005], а также прикладные исследования, развивающие данную тематику [Пищальникова и др., 2025]. Научные изыскания Санкт-Петербургской школы психолингвистики затрагивают вопросы нейролингвистики и нейрокогнитивных способностей мозга, что не является релевантным для нашего анализа на данном этапе. Интересные исследования проводят ученые Воронежской психолингвистической школы, основанной И. А. Стерниным. Так, например, при помощи метода ассоциативного эксперимента (свободного и направленного в комплексе) анализировались топонимы с целью выявления интегральных и дифференциальных сем в языковом сознании представителей разных регионов России [Махаев и др., 2023].

Методологическую основу данного исследования составляет свободный ассоциативный эксперимент, который проводился анонимно и дистанционно, при помощи Google-формы. Анонимность опроса позволила объективно зафиксировать ассоциации респондентов. Дистанционный формат несколько ограничивает чистоту эксперимента, так как в данном случае невозможно проследить, насколько спонтанной была реакция участников. Анкета включала два блока. Вопросы первого блока были направлены на определение социологического портрета опрашиваемых (возраст, пол, родной язык, знания немецкого языка и их уровень), а также опыта общения с австрийцами. Во втором блоке респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Какие ассоциации у Вас возникают в первую очередь при упоминании Австрии и австрийцев?» Количество ответов не ограничивалось, но была сформулирована просьба после каждого упоминания указать свое отношение в виде знака: + (позитивное), = (нейтральное) или — (негативное), что стало основой для выявления эмоционально-оценочных реакций респондентов. Ссылка на анкету была разослана студентам трех российских университетов (МГИМО, МГУ, МГЛУ), однако в ходе исследования не ставилась задача сравнить

ассоциации молодежи, представляющей разные учебные заведения, поэтому название вуза в анкете не уточнялось. Опрос проводился в марте-апреле 2025 года. Всего было получено 103 анкеты, выявлено 340 реакций. На следующем этапе исследования ответы были систематизированы по типу отношения (положительное, нейтральное, отрицательное) и тематическим областям. Все полученные ассоциации были разделены на конвенциональные (с частотой повторения не менее двух раз) и неконвенциональные (единичные) и рассмотрены с точки зрения формальных грамматических особенностей (словоформа, словосочетание, сказуемое, предложение). Данные результаты были дополнены анализом вербальных ассоциаций с семантической, точнее, с ономастической позиции. На основе полученных данных предлагается описание стереотипного образа Австрии и австрийцев в сознании российской студенческой молодежи.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Анализ социологического портрета респондентов до начала ассоциативного эксперимента

На вопросы анкеты ответили 103 респондента в возрасте от 14 до 49 лет, средний возраст опрошенных составляет 20,4 лет. Группа респондентов представлена в основном молодежной аудиторией, в нее также входят 1 школьник (14 лет) и двое взрослых (31 год и 49 лет). Гендерное соотношение распределилось следующим образом: 67 % женщин и 33 % мужчин. Для подавляющего большинства респондентов (94 %) русский язык является родным, 1 участник указал два родных языка (русский и немецкий), для 5,8 % опрошенных родным является иной язык: туркменский, аварский, азербайджанский, болгарский, казахский или английский язык (по 1 респонденту на каждый язык). К участию в эксперименте на добровольной основе приглашались студенты, изучающие немецкий язык, однако ссылка на анкету, очевидно, оказалась доступна и другим лицам, поэтому среди участников оказалось 3 % респондентов, не имеющих знаний немецкого языка. 58 % опрошенных указали, что владеют немецким языком на продолжающем уровне, 39 % — на начинающем уровне. Таким образом, 97 % участников ассоциативного эксперимента имеют опыт изучения немецкого языка.

Большинство опрошенных (62 %) не имели личного опыта общения с австрийцами, только 38 % респондентов ответили на этот вопрос положительно. Среди сфер получения опыта общения с представителями другой культуры были названы: случайное знакомство и ситуации повседневной жизни (20 %); учеба и участие в совместных мероприятиях (15 %), профессиональная сфера (9 %). Ответ на этот вопрос допускал несколько вари-

антов. Большинство респондентов оценили этот опыт как положительный (35 %), из них 11 % выбрали опцию «исключительно положительный»; для 5 % он оказался нейтральным и только для 1 % скорее отрицательным. Отметим, что вариант «исключительно отрицательный» не выбрал никто. Событиями в Австрии интересуются 38 % участников. Больше всего респондентов интересует культура (65 %), история (48,5 %), язык (46,6 %), образование (29 %), экономика (27 %), наука (13,6 %). Спортивная и правовая тематика оказались в меньшинстве (2 % и 1 % соответственно). Ответ предусматривал множественность выбора. Для получения информации об Австрии респонденты чаще всего пользуются Интернетом (86 %), СМИ (52 %), социальными сетями (48 %). Интересно, что в равной степени участники прибегают к каналам блогеров и официальным источникам (по 26 %). Каналом информации являются также личные знакомства (18 %), художественная и научно-популярная литература (по 16,5 %). Данный вопрос допускал несколько вариантов ответа.

3.2. Результаты ассоциативного эксперимента: количественный и качественный анализ выявленных реакций

Всего было выявлено 340 реакций респондентов, из них только 2 оказались индифферентными, так как респонденты указали, что не имеют никаких ассоциаций, в том числе по причине отсутствия личного опыта общения. Эти реакции были исключены из статистических подсчетов. Все опрошенные зафиксировали после каждой вербальной ассоциации свое отношение в виде знака (+ / = / –), что позволило достоверно распределить их эмоционально-оценочные реакции на три группы (рис. 1).



Рис. 1 Количество выявленных реакций

Подавляющее большинство положительных и нейтральных реакций (в совокупности 302, что соответствует 89 %) свидетельствует о по-

зитивном в целом образе Австрии и австрийцев в сознании российских студентов. Стоит отметить, что некоторые повторяющиеся ассоциации были маркированы разными знаками. Так, 10 ассоциаций (*еда, Захер¹, Моцарт, история, Габсбурги, Австро-Венгрия, образование, язык, Альпы, Дунай*) одни респонденты отнесли к позитивным реакциям, другие к нейтральным. Три ассоциации (*Габсбурги, язык, правые партии*) указаны во всех трех группах, две (*Австрийская партия свободы, художники*) имеют как положительную, так и отрицательную коннотацию, одна (*Себастьян Курц*) — одновременно нейтральную и отрицательную. Подчеркнем, что у ассоциации *художник* один респондент указал четыре знака минус (–), что усиливает отрицательное отношение к нейтральному на первый взгляд слову и позволяет соотнести его с известным историческим персонажем (Гитлером), поскольку, как известно, до начала своей политической карьеры (примерно с 1909 по 1914 годы) он зарабатывал на жизнь в Вене и Мюнхене рисованием акварелей, поступал в Венскую академию изобразительных искусств, но дважды провалился на экзаменах (в 1908 году и в 1909 году). В то же время два респондента выделили свое исключительно положительное отношение к двум ассоциациям: *кайзершмаррн* (популярное блюдо венской кухни, подается с яблочным или сливовым муссом на десерт) и *пиво*, указав по три знака плюс (+) около каждого слова.

Анализ заполненных анкет выявил 146 различных вербальных ассоциаций. Из этой статистики исключены повторяющиеся упоминания, указанные выше. Большая часть из них (98 ассоциаций, или 67 %) являются неконвенциональными, то есть индивидуальными, это единичные упоминания; 48 ответов (33 %) представляют собой конвенциональные ассоциации, они имеют частоту употребления более двух раз. Самыми частотными стали следующие ответы: *Моцарт* (19), *культура* (15), *Вена* (15), *архитектура* (12), *немецкий язык* (12), *Альпы* (11), *горы* (10), *шницель* (9). В группе нейтральных ассоциативных реакций, предложенных респондентами в ответ на вопрос «Какие ассоциации у Вас возникают в первую очередь при упоминании Австрии и австрийцев?», частотными оказались следующие: *нейтральное отношение* (7) и *Австро-Венгрия* (4), в группе отрицательных реакций — *художник* (5) и *Гитлер* (3). Преобладание неконвенциональных ассоциаций свидетельствует о негомогенности гетеростереотипа в сознании молодого поколения россиян, очевидно в силу различного опыта знакомства с этой страной и ее представителями, а также различного уровня владения немецким языком. Вместе с тем данные результаты под-

1 *Примечание:* имеется в виду торт «Захер», который носит имя австрийского кондитера Франца Захера, придумавшего рецепт торта.

черкивают индивидуальный характер представлений респондентов об Австрии и австрийцах.

3.3. Результаты ассоциативного эксперимента: распределение выявленных реакций по тематическим ассоциативным областям

Ассоциации каждой группы были проанализированы на предмет определения стереотипных тематических областей. Общими для всех эмоционально-оценочных реакций стали следующие: «История», «Культура», «Язык», «Люди», «География», «Современная политическая и социально-экономическая ситуация». По количеству ассоциаций выделяются сферы «Культура» (39), «Современная политическая и социально-экономическая ситуация» (34), «Люди» (26) и «История» (18). По количеству реакций лидируют «Культура» (104), «Современная политическая и социально-экономическая ситуация» (54), «История» (36), «Люди» (35). Значительный разрыв между количеством ассоциаций и реакций выявлен в областях «География» (11 и 55) и «Язык» (3 и 12).

Респонденты продемонстрировали знание архитектуры (19), достопримечательностей (7): *Бельведер, Шёнбрунн, фонтаны, зоопарк* и др., классической (59): *Моцарт, Штраус, Бетховен, Климт, Фрейд, Венская опера, Зальцбургский фестиваль* и др., а также современной (2) австрийской культуры. Так, с положительной оценкой были упомянуты *Анна Нетребко* (1), австрийская оперная певица российского происхождения, и *сериал «Комиссар Рекс»* (1) совместного производства Германии, Австрии и Италии, который транслировался на немецком языке в течение 10 лет (с 1994 по 2004 годы). *Моцарт* (19) и *культура* (15) были самыми частотными реакциями. Отметим, что известные *венские балы* встречались только один раз, но с отрицательной коннотацией.

Социально-политическая ситуация в стране оценивается преимущественно позитивно (32), нейтральных (9) и негативных (10) коннотаций почти в три раза меньше. Российские респонденты упоминают политические партии (*Австрийская партия свободы, правые политические силы*), имена политиков (*Себастьян Курц, Карин Кнайсль, Александр Ван дер Беллен* и др.). Исключительно в позитивном ключе отмечаются *чистота и порядок* (по 2 реакции), *туризм* (12), *высокий уровень жизни, сильная экономика, возможности образования, медицина, безопасность, федерализм, свобода* (по 1 реакции) и др. *Экология* (1), *ЕС* (1), *жестокое законодательство в отношении мигрантов* (1) отмечены нейтрально, *активное восприятие либеральных ценностей* (1) и *законодательство в отношении религии в публичном пространстве* (1) — негативно. Отношение австрийцев к россиянам в одном случае маркировано положительно, в другом — негативно.

В тематической области «История» больше всего выявлено негативных реакций (17) с количеством ассоциаций 9. Неоднозначно воспринимается *история Австро-Венгрии* и *Габсбургов*, эти ассоциации встречаются во всех эмоционально-оценочных реакциях. Негативные реакции также демонстрируют больше, чем положительные и нейтральные, знание неоднозначных периодов в истории страны: респонденты упоминают концлагерь *Маутхаузен* (2), политические течения *австромарксизм* (1), *австрофашизм* (1) и партию «*Отечественный фронт*» (1) во главе с *Энгельбертом Дольфусом* (1), называют конкретные исторические события, например, *аншлюс* (1). Самая негативная реакция связана с прямым (3) и косвенным (5) упоминанием *Адольфа Гитлера*. Среди положительных реакций встречается «*Красная Вена*» (1), неофициальное название столицы Австрии в 1918—1934 годах, когда власть в городе принадлежала социал-демократам.

Австрийцев российские студенты воспринимают преимущественно положительно: 22 позитивных ассоциации с количеством реакций 31. Они описываются как *спокойные* (4), *доброжелательные* (4), *отзывчивые* (2), *вежливые* (2) и *интеллигентные* (2). Остальные ассоциации являются единичными (*гостеприимные*, *живые*, *любезные*, *добрые* и т. д.). Интересно отметить, что *приземленность* (1) указана как положительное качество, *консерватизм* (1) и *закрытость* (1) отмечены как негативные, *сдержанность* (1) и *схожесть с жителями других центральноевропейских стран* (1) — как нейтральные качества.

В тематической области «География» положительной коннотацией обладают названия городов: *Вена* (15), *Зальцбург* (4), *Инсбрук* (1), *природа* (5), *горы* (11), *озера* (3), *Альпы* (10). Негативно респонденты отметили *отсутствие выхода к морю* (1). С отрицательной оценкой упоминаются погодные явления: *частый дождь* (1) и *пасмурное небо* (1), с нейтральной — *Дунай* (1), *Альпы* (1), расположение Австрии *в центре Европы* (1) и *НЕАвстралия* (1), как отсылка на путаницу из-за схожести названий двух стран в английском языке: *Австрия (Austria)* и *Австралия (Australia)*. Известно, что туристам в Австрии предлагают сувениры с надписями «No kangaroos in Austria» (В Австрии нет кенгуру) и «Austria. This is not Australia» (Австрия. Это не Австралия) (перевод наш. — М. Ч.). Данная ассоциация может свидетельствовать о посещении страны респондентом, так как похожие ассоциации возникают и сохраняются преимущественно на основе личного опыта.

Немецкий язык вызывает в большинстве случаев положительную реакцию (10), но есть также нейтральная (1), связанная с австрийским вариантом, и негативная (1), в частности, так воспринимается акцент.

Среди положительных и нейтральных эмоционально-оценочных реакций была выявлена еще одна общая тематическая ассоциативная область — «Кухня» (15 ассоциаций) с количеством реакций 42 при явном преобладании положительной оценки (40). Респонденты отмечают *шницель* (9), *штрудель* (6), *кофе* (5), *еду* (4), *торт Захер* (5) и др. При этом у ассоциаций *еда* (1) и *Захер* (1) были выявлены и нейтральные коннотации. Подчеркнем также, что ни один респондент не упомянул творожный штрудель, хотя считается, что этот рецепт придумали именно в Австрии и он впервые был зафиксирован в рукописной кулинарной книге 1696 года.

Распределение стереотипных представлений российских студентов об Австрии и ее жителях по тематическим областям представлено наглядно на следующем рисунке (рис. 2).

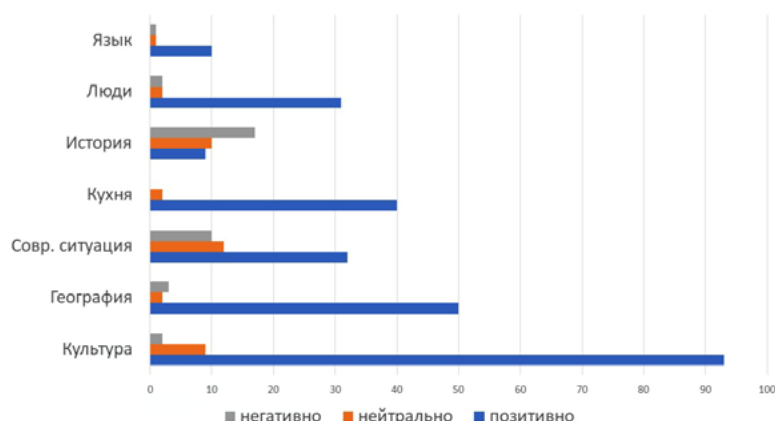


Рис. 2. Распределение стереотипных представлений по тематическим областям (на основании количества реакций)

Диаграмма наглядно показывает, что исключительно положительно в среде российских студентов воспринимается культура Австрии (93 реакции). Позитивно россияне также относятся к географии страны (50 реакций) и национальной кухне (40 реакций). Примерно одинаково положительно респонденты оценили австрийцев (31 реакция) и современную политическую и социально-экономическую ситуацию в стране (32 реакции). Отметим, что в последнем случае заметны также нейтральные (12 реакций) и негативные (10 реакций) оценки, что свидетельствует о критичном и, предполагаем, объективном взгляде на актуальное положение в стране. Положительно, но более сдержанно по сравнению с культурой и географи-

ей опрошенные отозвались о немецком языке (10 реакций), подчеркнем, что здесь выявлено минимальное количество нейтральных (1) и отрицательных (1) реакций. Негативное отношение (17 реакций) наблюдается в области истории страны, здесь было выявлено меньше всего положительных реакций (9) и больше, чем в остальных случаях, нейтральных реакций (10).

3.4. Результаты ассоциативного эксперимента: анализ выявленных ассоциаций по грамматическим и семантическим признакам

Опираясь на классификацию Г. А. Мартинович [Мартинович, 1993], можно заключить, что из 146 выявленных ассоциаций респонденты упоминали только два типа: словоформы и словосочетания (рис. 3).

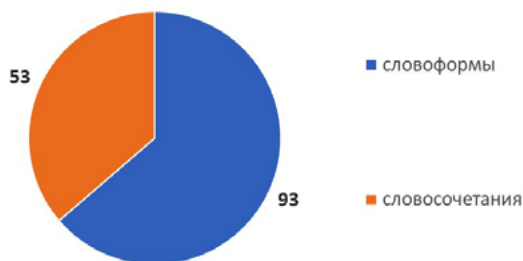


Рис. 3. Анализ ассоциаций по грамматическим признакам

Не было выявлено ни одного случая употребления сказуемого или предложения, что может косвенно доказывать спонтанную реакцию опрошенных на поставленный вопрос. Подавляющее большинство (64 %) ассоциаций представлено словоформами (то есть однословными единицами). Сюда мы включили также реакции — имена собственные, среди которых есть личные имена (только фамилии) и топонимы (*Моцарт, Фрейд, Штраус, Бетховен, Вена, Зальцбург* и др.). Среди словоформ встречаются имена существительные в единственном (65) и множественном (16) числе, а также прилагательные (12). Группу словосочетаний составляют сочетания из двух компонентов (прилагательное и существительное) (25) и сочетания из более чем двух компонентов, требующие в том числе согласования при помощи предлога (8). Сюда же мы включили полные имена собственные (9): Густав Климт, Зигмунд Фрейд, Александр Ван дер Беллен и др. и сокращения (2): АПС = Австрийская партия свободы; ЕС = Европейский союз. Соотношение количества ассоциаций по грамматическим признакам представлено на следующем рисунке (рис. 4).

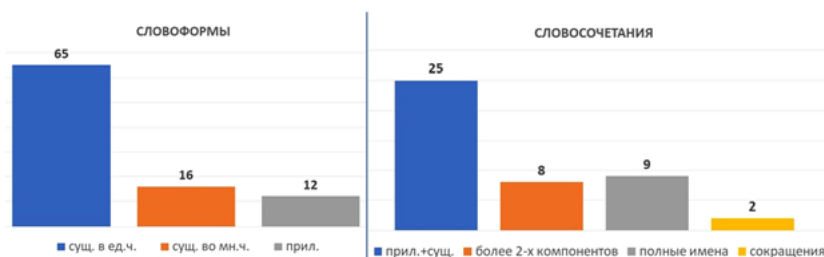


Рис. 4. Количество ассоциаций по грамматическим свойствам

Среди вербальных ассоциаций преобладают имена существительные, а если к словоформам в единственном и множественном числе прибавить полные имена и сокращения, которые с грамматической точки зрения являются словосочетаниями, а с семантической — именами собственными, то преимущество становится абсолютным: 92 ассоциации из 146 (63 %) выражены субстантивными единицами. Таким образом, количество единиц увеличивается до 101 (69 %), их можно разделить на имена нарицательные (64) и имена собственные (38). В составе второй группы выделяются антропонимы (14), топонимы (13), эргонимы (9), документоним (1) и идеоним (1). Эти данные подтверждают первичность номинативной функции языка и спонтанность ассоциаций респондентов, несмотря на дистанционный формат и отсутствие контролируемого ограничения по времени.

4. Заключение = Conclusions

Проведенное исследование с привлечением метода свободного ассоциативного эксперимента позволило выявить наивные представления российских студентов, изучающих немецкий язык, об Австрии и ее жителях. Употребляя определение «наивные», мы имеем в виду спонтанные представления, а также представления, основанные в меньшей степени на личном или профессиональном опыте, в большей степени на информации из различных источников, с опорой на чужое мнение. Результаты эксперимента подтвердили, что в нашем случае можно говорить именно о наивных представлениях, так как меньшая часть респондентов (38 %) имела личный опыт посещения страны и общения с ее представителями. За информацией об Австрии и австрийцах респонденты обращаются преимущественно к интернету, СМИ, социальным сетям, достоверность сведений которых все чаще подвергается сомнению. Единичность ассоциаций, имеющих непосредственное отношение именно к Австрии (*кайзершмаррн*, *кофе Юлиус Майнл*, *НЕАвстралия*, *йодль*, *Франц Фердинанд*, *Красная Вена*,

Зальцбургский фестиваль и др.), и множественность ассоциативных представлений об общеизвестных фактах (*Моцарт, Вена, Альпы, горы, шницель* и др.) позволяют констатировать некоторую ограниченность знаний студентов, то есть определенную примитивность когнитивно-информационного компонента стереотипа. Преобладание доли неконвенциональных (67 %) ассоциаций, которым свойственна индивидуальность и спорадичность упоминания, свидетельствует о негетерогенном характере анализируемого гетеростереотипа в сознании российской молодежной аудитории.

Выявленные ассоциации были систематизированы по тематическим областям и представлены ниже в порядке приоритетности. Основанием для определения приоритетности послужила доля в % от общего количества обнаруженных реакций. Ключевыми для молодежной аудитории стали следующие сферы: «Культура» (31 %), «География» (16 %), «Современная политическая и социально-экономическая ситуация» (16 %) «Кухня» (12 %), «Люди» (10 %). Затем следуют «История» (8 %) и «Язык» (около 4 %). Данные результаты соотносятся в целом с предпочтениями респондентов, установленными в ходе составления их социологического портрета на первом этапе исследования, предвещающем ассоциативный эксперимент. Релевантностью для них до начала ассоциативного эксперимента обладали «Культура», «История», «Язык» и ряд областей, которые мы посчитали возможным объединить в единую тему «Современная политическая и социально-экономическая ситуация» (образование, экономика, наука). Отметим отсутствие системности в представлениях респондентов. Так, темы «Кухня» и «География» участниками до начала эксперимента не упоминались, однако указанные ими ассоциации позволили выделить эти области. Более того, «Язык» как значимую область интереса указали около половины (46,6 %) опрошенных, а выявленные реакции не подтверждают столь высокую степень значимости этой тематической области для студентов.

Квантитативные характеристики установленных эмоционально-оценочных реакций демонстрируют преимущественно позитивное восприятие гетеростереотипа «Австрия и австрийцы» в сознании российских студентов. Доля положительных реакций составила 76 %, 13 % стереотипных представлений являются нейтральными, 10 % — негативными. Больше всего положительных реакций обнаружено в тематических областях «Культура» (27,5 %), «География» (около 15,5 %), «Кухня» (около 12 %). Эти результаты коррелируют с данными первичного опроса респондентов перед ассоциативным экспериментом: 46 % респондентов отметили свое отношение к этой стране как скорее положительное или исключительно положительное. Сдержанную негативную реакцию вызывает история страны (около 8 %). Это не оказывает существенного влияния на общее

позитивное отношение к другой стране и ее представителям, но вместе с тем указывает на знание студентами исторических фактов и умение критически их оценивать.

На основании полученных результатов можно описать стереотипный образ Австрии и австрийцев в сознании российских студентов. Они воспринимают Австрию прежде всего как страну с богатой культурой мирового уровня, знают о достижениях ее представителей в области музыки, живописи, архитектуры, знакомы с известными достопримечательностями. Хорошо осведомлены респонденты о географических и природных особенностях этой страны: расположена в центре Европы, на ее территории находится известный горный массив (Альпы) и протекает река Дунай, страна отличается красивой природой, наличием озер, но отсутствием выхода к морю и не всегда комфортной погодой. Участники считают Австрию страной гурманов, которая знаменита вкусной едой, пивом, кулинарными, кофейными и винодельческими традициями. Австрийцев респонденты воспринимают исключительно позитивно, приписывая им массу положительных качеств (доброжелательность, вежливость, спокойствие, отзывчивость, интеллигентность, гостеприимство, уравновешенность, любезность, открытость, воспитанность, живость, простоту, коммуникабельность, чувство такта, широкий кругозор, уважение личных границ, веселый нрав), отмечая вместе с тем и противоположные характеристики (приземленность, консерватизм, сдержанность, закрытость, отсутствие отличий от представителей других стран Центральной Европы). Отношение к немецкому языку также положительное, очевидно потому, что студенты владеют им, но он не является ключевым компонентом в формировании образа Австрии. Современную ситуацию в стране участники эксперимента рассматривают с более критической точки зрения, отмечая как положительные (например, чистота, порядок, сильная экономика, высокий уровень жизни, федерализм, медицина, образование, туризм), так и отрицательные (политика, либеральные ценности, миграционное законодательство) черты. В некоторых случаях к одним и тем же стереотипам (например, правые партии, Австрийская партия свободы, Карин Кнайсль, Себастьян Курц) респонденты относятся по-разному: позитивно, нейтрально или негативно. Самые неоднозначные стереотипы обнаружены в области истории Австрии. Ассоциации респондентов и их реакции демонстрируют явно критичное отношение к истории Габсбургов, Австро-Венгрии периода середины XX века, прибегая в том числе к средствам эвфемизации при упоминании Гитлера (художник). Отсутствие отрицательного маркера (–), указанного респондентами, вряд ли позволило бы отнести эту ассоциацию к негативным реакциям.

Актуальным представляется предложенное в рамках данного исследования рассмотрение вербальных ассоциаций с точки зрения ономастики и распределение их по ономастическим разрядам. С одной стороны, это подтверждает ключевую роль номинативной функции языка, как основы познания и восприятия. С другой стороны, подчеркивает значимость онимов, так как именно они несут максимальную культурно-маркированную нагрузку, что также является важным при изучении гетеростереотипов и соответствует направлению современных научных исследований.

Признаем, что исследование, проведенное с привлечением небольшого количества респондентов, не претендует на исчерпывающий характер результатов, они требуют уточнения. Тем не менее считаем, что полученные данные могут стать основой для дальнейших изысканий. Перспективным представляется рассмотрение проанализированного гетеростереотипа в диахронии с целью установления влияния общественно-политических событий на формирование представлений о другой стране и нации. Важным является также анализ взаимного восприятия россиян и австрийцев, что изначально входило в задачи нашего исследования. Однако в силу не зависящих от нас обстоятельств, несмотря на все предпринятые усилия, не удалось организовать опрос среди представителей Австрии, даже в дистанционном формате. Анкету заполнили лишь девять респондентов. Эти данные, безусловно, не могут считаться репрезентативными и не являются достаточными для выявления стереотипных представлений австрийцев о России и россиянах, а также для сравнительного анализа. Данное обстоятельство косвенно подтверждает идею о влиянии политических событий на формирование стереотипов. Не исключаем вместе с тем возможности вернуться к первоначальному замыслу нашего исследования на фоне изменения общей геополитической ситуации.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Литература

1. Гинзбург О. В. Этнические гетеростереотипы в картине мира русских и американских подростков / О. В. Гинзбург, Е. А. Зайцева // Общество : социология, психология, педагогика. — 2023. — № 4 (108). — С. 32—38. — DOI: 10.24158/spp.2023.4.4.
2. Глушак В. М. Тематическая организация стереотипов о немцах и германии среди российских студентов (по результатам психолингвистического эксперимента) / В. М. Глушак, В. А. Бабкина, Д. А. Гусаров // Коммуникация в современном поликультурном мире : национально-культурная специфика построения дискурса. — Москва : Российское представительство издательства Пирсон Эдьюкейшн Лимитед, 2016. — С. 156—168. — ISBN 978-5-9907631-8-0.

3. Глушак В. М. Стереотипные основания взаимного восприятия русских и немцев / В. М. Глушак. — Москва : Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, 2018. — 292 с. — ISBN 978-5-9228-1880-3.

4. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст / А. А. Залевская. — Москва : Гнозис, 2005. — 542 с. — ISBN 5-7333-0145-7.

5. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. — Москва : КомКнига, 2007. — 216 с. — ISBN 978-5-484-00925-1.

6. Литвинова А. А. Содержание этнического стереотипа «русские» по данным свободного ассоциативного эксперимента / А. А. Литвинова, А. О. Топова // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. — 2022. — № 4 (42). — С. 57—60.

7. Мартинович Г. А. Опыт комплексного исследования данных ассоциативного эксперимента / Г. А. Мартинович // Вопросы психологии. — 1993. — № 2. — С. 93—99.

8. Махаев М. Р. Семантический статус топонимов : верификация гипотезы конгруэнтности в психолингвистических экспериментах / М. Р. Махаев, И. А. Стернин, А. В. Рудакова // Вестник КНИИ РАН. Серия : Социальные и гуманитарные науки. — 2023. — № 3 (6). — С. 16—32. — DOI: 10.34824/VKNIIRAN.GUMNAUKI.2023.6.3.002.

9. Пищальникова В. А. Психопоэтика / В. А. Пищальникова. — Барнаул : Алтайский государственный университет, 1999. — 173 с. — ISBN 5-7904-0080-9.

10. Пищальникова В. А. Австрийско-немецко-русский ассоциативный словарь базовых ценностей / В. А. Пищальникова, А. И. Хлопова, З. Г. Адамова. — Москва : Наука, 2024а. — 175 с. — ISBN 978-5-02-041142-5.

11. Пищальникова В. А. Речевое действие как смыслообразующий компонент коммуникации : психолингвистические параметры анализа / В. А. Пищальникова, Н. И. Степыкин // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2 : Языкознание. — 2024б. — Т. 23. — № 3. — С. 6—16. — DOI: 10.15688/jvolsu.2024.3.1.

12. Пищальникова В. А. Изменение характера предидирования в речевом действии : экспериментальное исследование / В. А. Пищальникова, Н. И. Степыкин // Научный диалог. — 2025. — № 14 (3). — С. 43—61. — DOI: org/10.24224/2227-1295-2025-14-3-43-61.

13. Товкес М. Ю. Стереотипное представление о женщине-политике в языковом сознании пользователей Твиттера / М. Ю. Товкес // Вестник НГУ. Серия : Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2021. — Т. 19. — № 2. — С. 118—132. — DOI: 10.25205/1818-7935-2021-19-2-118-132.

14. Хлопова А. И. Содержание ценности «Haus» в немецкой лингвокультуре / А. И. Хлопова // Мир науки, культуры, образования. — 2024а. — № 2 (105). — С. 467—469. — DOI: 10.24412/1991-5497-2024-2105-467-469.

15. Хлопова А. И. Методы установления содержания базовых ценностей (на примере базовой ценности Freundschaft (дружба)) / А. И. Хлопова // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. — 2024б. — № 4 (125). — С. 142—150. — DOI: 10.37972/chgpu.2024.125.4.017.

16. Хлопова А. И. Порядочность в немецкой и австрийской лингвокультурах (сопоставительный аспект) / А. И. Хлопова // Мир науки, культуры, образования. — 2024в. — № 3 (106). — С. 485—487. — DOI: 10.24412/1991-5497-2024-3106-485-487.

17. Хлопова А. И. Сопоставление ценности Arbeit (труд) в немецкой и австрийской лингвокультурах / А. И. Хлопова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2025. — № 3 (897). — С. 144—150.

18. Чжан Ж. Устойчивость и вариативность содержания этнокультурных стереотипов (на материале ассоциативного эксперимента «Китайцы глазами русских») / Ж. Чжан // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования : языки и специальность. — 2018. — Т. 15. — № 1. — С. 59—66. — DOI: 10.22363/2312-8011-2018-15-1-59-66.

19. Чудинов А. П. ДОБРО, ЗЛО, ПРАВДА, ЛОЖЬ в русской, украинской, британской и американской лингвокультурах : опыт психолингвистического эксперимента / А. П. Чудинов, Н. А. Сергиенко, В. М. Глушак // Сибирский филологический журнал. — 2021. — № 2. — С. 297—311. — DOI: 10.17223/18137083/75/21.

20. Boonen U. K. Nationalstereotype im Kulturvergleich : Deutschland im niederländischen und russischen Fremdsprachenunterricht an Schulen und Universitäten / U. K. Boonen, J. Wesche, P. Awater // Glottodidactica. — 2022. — Vol. 49. — № 2. — Pp. 9—45. — DOI:org/10.14746/gl.2022.49.2.01.

21. Czarnik S. How much truth is in stereotypes? / S. Czarnik // Philosophical Problems in Science (Zagadnienia Filozoficzne W Nauce). — 2020. — № 68. — Pp. 243—279.

22. Ossenberg S. Stereotype? Implizites Wissen und seine interkulturellen Ausprägungen in quantitativen Erhebungen / S. Ossenberg. — Wiesbaden : Springer VS. — 2020. — Pp. 305—318. — DOI: org/10.1007/978-3-658-28743-6_15.

23. Tremmel M. Gender stereotypes in leadership : Analyzing the content and evaluation of stereotypes about typical, male, and female leaders / M. Tremmel, I. Wahl // Frontiers in Psychology. — 2023. — Vol. 14. — Pp. 1034258. — DOI: 10.3389/fpsyg.2023.1034258.

Статья поступила в редакцию 04.05.2025,
одобрена после рецензирования 09.06.2025,
подготовлена к публикации 07.09.2025.

References

- Boonen, U. K., Wesche, J., Awater, P. (2022). Nationalstereotype im Kulturvergleich: Deutschland im niederländischen und russischen Fremdsprachenunterricht an Schulen und Universitäten. *Glottodidactica*, 49 (2): 9—45. DOI: org/10.14746/gl.2022.49.2.01.
- Chudinov, A. P. (2021). GOOD, EVIL, TRUTH, AND LIES in Russian, Ukrainian, British, and American linguistic cultures: the experience of a psycholinguistic experiment. *Siberian Philological Journal*, 2: 297—311. DOI: 10.17223/18137083/75/21. (In Russ.).
- Czarnik, S. (2020). How much truth is in stereotypes? *Philosophical Problems in Science (Zagadnienia Filozoficzne W Nauce)*, 68: 243—279.
- Ginzburg, O. V., Zaitseva, E. A. (2023). Ethnic heterostereotypes in the worldview of Russian and American teenagers. *Society: sociology, psychology, pedagogy*, 4 (108): 32—38. DOI: 10.24158/spp.2023.4.4. (In Russ.).
- Glushak, V. M. (2018). *Stereotypical grounds for mutual perception of Russians and Germans*. Moscow: Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. 292 p. ISBN 978-5-9228-1880-3. (In Russ.).
- Glushak, V. M., Babkina, V. A., Gusarov, D. A. (2016). Thematic organization of stereotypes about Germans and Germany among Russian students (based on the results of a psycholinguistic experiment). In: *Communication in the modern multicultural world: national and cultural specifics of discourse construction*. Moscow: Russian Repre-

- sentative Office of Pearson Education Limited. 156—168. ISBN 978-5-9907631-8-0. (In Russ.).
- Khlopova, A. I. (2024a). The content of the value of “Haus” in German linguoculture. *The world of science, culture, and education*, 2 (105): 467—469. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-2105-467-469. (In Russ.).
- Khlopova, A. I. (2024b). Decency in German and Austrian linguistic cultures (comparative aspect). *The world of science, culture, and education*, 3 (106): 485—487. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-3106-485-487. (In Russ.).
- Khlopova, A. I. (2024b). Methods of establishing the content of basic values (on the example of the basic value of Freundschaft (friendship)). *Bulletin of the I. Ya. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University*, 4 (125): 142—150. DOI: 10.37972/chg-pu.2024.125.4.017. (In Russ.).
- Khlopova, A. I. (2025). Comparison of the value of Arbeit (labor) in German and Austrian linguistic cultures. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities*, 3 (897): 144—150. (In Russ.).
- Leontiev, A. A. (2007). *Language, speech, speech activity*. Moscow: KomKniga. 216 p. ISBN 978-5-484-00925-1. (In Russ.).
- Litvinova, A. A., Topoeva, A. O. (2022). The content of the ethnic stereotype “Russians” according to the data of a free associative experiment. *Bulletin of the N. F. Katanov Khakass State University*, 4 (42): 57—60. (In Russ.).
- Makhaev, M. R., Sternin, I. A., Rudakova, A. V. (2023). Semantic status of toponyms: verification of the hypothesis of congruence in psycholinguistic experiments. *Bulletin of the Scientific Research Institute of the Russian Academy of Sciences. Series: Social Sciences and Humanities*, 3 (6): 16—32. DOI: 10.34824/VKNIIRAN.GUM-NAUKI.2023.6.3.002. (In Russ.).
- Martinovich, G. A. (1993). The experience of a comprehensive study of data from an associative experiment. *Questions of psychology*, 2: 93—99. (In Russ.).
- Ossenberg, S. (2020). *Stereotype? Implizites Wissen und seine interkulturellen Ausprägungen in quantitativen Erhebungen*. Wiesbaden: Springer VS. 305—318. DOI: org/10.1007/978-3-658-28743-6_15.
- Pishchalnikova, V. A. (1999). *Psychopoetics*. Barnaul: Altai State University. 173 p. ISBN 5-7904-0080-9. (In Russ.).
- Pishchalnikova, V. A., Khlopova, A. I., Adamova, Z. G. (2024a). *The Austrian-German-Russian associative dictionary of basic values*. Moscow: Nauka Publ. 175 p. ISBN 978-5-02-041142-5. (In Russ.).
- Pishchalnikova, V. A., Stepykin, N. I. (2024b). Speech action as a semantic component of communication: psycholinguistic parameters of analysis. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2: Linguistics*, 23 (3): 6—16. DOI: 10.15688/jvolsu2.2024.3.1. (In Russ.).
- Pishchalnikova, V. A., Stepykin, N. I. (2025). Changes in Nature of Prediction in Speech Acts: An Experimental Study. *Nauchnyi dialog*, 14 (3): 43—61. DOI: org/10.24224/2227-1295-2025-14-3-43-61. (In Russ.).
- Tovkes, M. Y. (2021). The stereotypical idea of a female politician in the linguistic consciousness of Twitter users. *Bulletin of NSU. Series: Linguistics and Intercultural communication*, 19 (2): 118—132. DOI: 10.25205/1818-7935-2021-19-2-118-132. (In Russ.).
- Tremmel, M., Wahl, I. (2023). Gender stereotypes in leadership: Analyzing the content and evaluation of stereotypes about typical, male, and female leaders. *Frontiers in Psychology*, 14: 1034258. DOI: 10.3389/fpsyg.2023.1034258.



- Zalevskaya, A. A. (2005). *Psycholinguistic research. Word. Text*. Moscow: Gnosis. 542 p. ISBN 5-7333-0145-7. (In Russ.).
- Zhang, J. (2018). Stability and variability of the content of ethnocultural stereotypes (based on the associative experiment “Chinese through the eyes of Russians”). *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Educational issues: languages and specialty*, 15 (1): 59—66. DOI: 10.22363/2312-8011-2018-15-1-59-66. (In Russ.).

*The article was submitted 04.05.2025;
approved after reviewing 09.06.2025;
accepted for publication 07.09.2025.*