Научная статья

УДК 81'23

DOI 10.25205/1818-7935-2022-20-1-73-82

Концепт *КИТАЙ* в сознании носителей русского языка (на материале ассоциативного эксперимента)

Чжан Янь

Сианьский нефтяной университет
Сиань, Китай

464559263@qq.com, <https://orcid.org/0000-0003-3693-8431>

Аннотация

Статья посвящена исследованию концепта *КИТАЙ* в сознании носителей русского языка и, значит, отчасти в национальной картине мира, сформировавшейся в настоящее время. *Актуальность* данной статьи определяется исследовательским интересом, обусловленным заметно возросшей значимостью концепта *КИТАЙ* в глобальном международном контексте, требующем более полного изучения его культурно-специфических особенностей в целях адекватного восприятия другими культурами его национального менталитета и выстраивания взаимоприемлемых моделей общения. В условиях нынешнего кризиса политики глобализма важно различать истинный и ложный мультикультурализм. *Объектом* исследования выбран концепт *КИТАЙ*, актуальность которого в сознании носителей русского языка объясняется политическими, экономическими, культурными и научными контактами двух стран и, в частности, высокой популярностью китайского языка среди молодых россиян. В качестве источника материала для построения концепта *КИТАЙ* используются результаты свободного ассоциативного эксперимента, участниками которого стали студенты Казанского федерального университета (КФУ); преподаватели КФУ различных специальностей; переводчики, инженеры, работники разных предприятий и учреждений Казани; студенты подготовительного факультета для иностранных учащихся Сианьского Нефтяного Университета, т. е. иностранные студенты из России.

Цель статьи – выявление когнитивных признаков концепта *КИТАЙ*, а также описание структуры исследуемого концепта в сознании участников эксперимента. При реализации указанной цели были выполнены следующие задачи: 1) проведение свободного ассоциативного эксперимента (САЭ); 2) анализ реакций респондентов; 3) классификация (параметризация) реакций по когнитивным признакам; 4) описание и выявление концепта *КИТАЙ* в сознании русских респондентов; 5) построение структуры ассоциативного поля «Китай».

Доказано, что когнитивные признаки, полученные с помощью САЭ, демонстрируют большой интерес россиян к Китаю в культурной, экономической, политической и других областях. Установлено, что в ядро ассоциативного поля входят ассоциаты, связанные с китайской культурой и народом. Отсюда можно сделать вывод, что у участников эксперимента китайская культура и ментальность китайцев находятся на первом месте. Словом-символом Китая, его образом, определенным по частоте упоминаний, стало «панда», что отражает экзотику его многовековой истории. Вместе с тем часто отмечается и наличие высокоскоростных магистралей, транспортной инфраструктуры, созданной в последние годы. Центральная зона ассоциативного поля состоит из ассоциатов, относящихся к жизни китайского общества, здравоохранению и геокультурным достопримечательностям Китая. Чай, как любимый напиток и ценный подарок, также прочно вошел в сознание носителей русского языка. Кроме того, в периферию ассоциативного поля входят и ассоциаты, касающиеся китайской внешней политики, армии и российско-китайских межгосударственных отношений. Большое число испытуемых дает позитивную оценку Китаю и его народу, создавая всестороннее представление о стране.

Ключевые слова

когнитивная лингвистика, свободный ассоциативный эксперимент, концепт *КИТАЙ*, когнитивные признаки, ассоциативное поле «Китай»

© Чжан Янь, 2022

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. Т. 20, № 1. С. 73–82
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2022, vol. 20, no. 1, pp. 73–82

Благодарности

Данная статья представляет собой поэтапное достижение 13-го пятилетнего проекта учебной дисциплины в провинции Шэньси в 2020 году (проект № SGH20Q227)

Для цитирования

Чжан Янь. Концепт *КИТАЙ* в сознании носителей русского языка (на материале ассоциативного эксперимента) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. Т. 20, № 1. С. 73–82. DOI 10.25205/1818-7935-2022-20-1-73-82

The Concept *CHINA* in the Minds of Native Russian Speakers (Based on the Material of an Associative Experiment)

Zhang Yan

Xian Petroleum University
Xian, China

464559263@qq.com, <https://orcid.org/0000-0003-3693-8431>

Abstract

The article is dedicated to a study on the concept *CHINA* in the minds of native Russian speakers and the national worldview that has been formed at the present time. The relevance of this article is determined by the research interest in the significance attached to the concept *CHINA* worldwide and the need to identify specific cultural features of the Chinese national mentality as viewed from the outside. The relevance of the concept *CHINA* as the object of our paper is accounted for by the role of China in the contemporary world, as well as by political, economic, cultural, scientific, and other contacts between the Chinese and Russian peoples. The results of the free associative experiment on the stimulus “China” are used as a source of material for the reconstruction of the concept. The participants of the experiment were students of Kazan Federal University (KFU); teachers of KFU of various specialties; translators, engineers, employees from different enterprises and institutions in the city of Kazan; students of the preparatory department for foreign students of the Xian Petroleum University (foreign students from Russia).

The aim of the article is to identify the cognitive features of the concept *CHINA*, and describe its structure in the minds of native Russian speakers. While achieving this aim, the following tasks were performed: 1) conducting a free associative experiment; 2) analyzing the reactions of the informants in the associative experiment; 3) identifying the parameters of reactions according to cognitive characteristics; 4) building the structure of the associative field “China”; 5) describing and identifying the concept *CHINA* in the minds of native Russian speakers.

It has been shown that the core of the associative field includes associates about Chinese culture and its people. A high-frequency word “Panda”, seems to symbolize China. Almost all the respondents emphasize Chinese culture and the people’s mentality. The core of the associative field consists of the units concerning public life, health, and famous places in China. Tea exists in the minds of native Russian speakers as a favorite drink and a precious gift. The periphery of the associative field includes words related to Chinese politics, the army, and bilateral interstate relations. The cognitive signs identified in the free associative experiment on the stimulus “China” demonstrate Russian people’s great interest in all the aspects of Chinese culture and create a multifaceted idea of China.

Keywords

cognitive linguistics, free associative experiment, concept *CHINA*, cognitive features, associative field “China”

Acknowledgements

This article is a step-by-step achievement of the 13th five-year academic discipline project in Shaanxi Province in 2020 (project no. SGH20Q227)

For citation

Zhang Yan. The Concept *CHINA* in the Minds of Native Russian Speakers (Based on the Material of an Associative Experiment). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2022, vol. 20, no. 1, pp. 73–82. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2022-20-1-73-82

Введение

В настоящее время остается популярной тенденция изучать один народ «глазами другого», т. е. анализировать и структурировать восприятие друг друга по формам его языкового выражения. Такие исследования чаще проводятся в рамках социологии, культурологии, философии и других гуманитарных наук, однако перспективным направлением в настоящий

момент является и когнитивная лингвистика, в рамках которой по языковому материалу можно эффективно исследовать концептуальную сущность одного народа в сознании другого, выявлять те их области, которые относятся к специфическим.

Концепты как базовая сущность сознания позволяют связывать употребление слова в речи с тем или иным смыслом – социальным, культурным и т. д. [Павленис, 1983, с. 15]. Конкретизируя эту сущность, Е. С. Кубрякова определяет концепт как «оперативную содержательную единицу памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [Кубрякова и др., 1996, с. 443]. Следовательно, концепты как внешние формы языка тесно связаны с сознанием, мышлением и практической деятельностью человека – носителя языка.

О значимости исследования концептов в национальной картине различных народов мира свидетельствуют многочисленные работы (см.: L. W. Barsalou [1992], А. П. Бабушкин [1997], А. Вежбицкая [2001], Л. А. Шарикова [2008], В. И. Карасик [2010], Т. В. Глазкова [2015], А. Д. Палкин [2021], Янь Кай и Чжу Хуадунь [2021] и др.). Интерес к концептам в когнитивной лингвистике заключается в том, что они находятся в состоянии непрерывной трансформации, зависят от исторического времени, от опыта концептуального познания действительности каждым человеком и всем народом. Не вызывает сомнений тот факт, что «один и тот же» концепт в сознании разных людей и народов может восприниматься по-разному. Это значит, что репрезентация концепта в диахроническом аспекте должна основываться на рассмотрении всех влияющих на его концептуальную сущность факторов. Эффективность их выявления с помощью методики ассоциативного эксперимента в целях исследования концептов доказана многими учеными, среди которых А. А. Леонтьев [1997], Е. С. Кубрякова [Кубрякова и др., 1996], З. Д. Попова и И. А. Стернин [2006], Ю. Н. Караулов [2010] и др.

Концепт *КИТАЙ* и методология его исследования

Концепт как фрагмент сознания и концептосфера как результат познавательной деятельности субъекта определенного языка, которая состоит из концептов, принадлежат в последнее десятилетие к числу наиболее важных объектов лингвистики. Описание концепта *КИТАЙ*, фрагмента национальной картины мира, представляется нам как раскрытие максимально полного набора когнитивных признаков, свойственных данному концепту в языковой картине мира определенной социокультурной группы россиян в текущий период времени. Для реализации этой цели был проведен свободный ассоциативный эксперимент (САЭ), поскольку методологически доказано, что он дает прямой вывод к языковому сознанию индивида. Н. В. Уфимцева справедливо подчеркивает, что САЭ является одним из способов «овнешнения сознания, а ассоциативные поля, формируемые из реакций носителей языка, дают возможность описывать качества их образов сознания» [2003, с. 103]. Можно сказать, что ассоциативное поле определенного концепта как совокупность ассоциатов (реакций на словостимул) является не только фрагментом вербальной памяти человека, но и фрагментом концептосферы этноса, отраженным и закрепленным в сознании носителей языка и культуры. При этом ассоциативный эксперимент, как подчеркивает О. Е. Приходько, «помогает <...> ранжировать признаки концепта “по яркости”, то есть выявить более и менее важные. А это позволяет идентифицировать и семантику слова, и языковые стереотипы, и специфические черты менталитета как индивида, так и нации в целом» [2017, с. 73].

В методологии обычно различают три вида ассоциативных экспериментов: свободный, направленный и цепной. Они могут быть использованы для разъяснения содержания концепта и выделения составляющих его когнитивных признаков. Нас в данной работе больше всего будет интересовать САЭ, когда от испытуемого требуется как можно быстрее ответить первым пришедшим в голову словом (реакцией) на предъявленное слово (стимул).

Ассоциативный эксперимент представляет собой один из первых проектных методов изучения языкового сознания. Нет возможности изучать сознание напрямую, это можно сделать

только через продукты его деятельности. Сам эксперимент предполагает собой опрос респондентов с целью получения ассоциаций-реакций на определенные стимулы. Предметом исследования становятся непосредственно реакции опрашиваемых, на основе которых создаются ассоциативные поля, предоставляющие нам возможность описывать характеристики и качества образов сознания. Ассоциативное поле концепта – это не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент образа мира того или иного этноса, отраженного в сознании носителя той или иной культуры [Уфимцева, 2003, с. 104].

Описанная выше методология исследования состояния языкового сознания и картин мира по ассоциатам не является, конечно, единственной. Так, в работах А. Д. Палкина, используется перечень обязательных ассоциативных компонентов, предложенный в коллективной монографии «Ментальность россиян» (1997), «уже ставший традиционным» для многих [Палкин, 2021, с. 73]. Все ассоциативные поля у всех исследователей сопоставляются по одним и тем же смысловым компонентам. Их типы таковы: «логико-понятийный (отражающий знания, основанные на понятийной обработке чувственных данных), телесно-перцептивный (знания, опирающиеся на представления о чувственно-телесной реальности), ценностно-смысловой (знания, связанные с духовными идеалами) и эмоционально-аффективный (знания, возникшие на основе субъективных переживаний)» [Там же].

Считается, что выделение стабильных смысловых компонентов в ассоциативных полях «позволяет отследить с большей объективностью особенности взаимосвязей между словами в ассоциативном тезаурусе. <...> А это, в свою очередь, повышает надежность выводов о содержании сопоставляемых образов сознания <...>» [Там же, с. 74].

Достоверность САЭ теоретически может зависеть даже от числа ассоциаций, которые респонденту разрешается дать в ходе эксперимента при ответе на стимул. Этот вопрос подробно рассматривается, например, в [Яковлев, 2018]. Он же предлагает строже отделять личностные смыслы, вкладываемые в реакции респондентами, от объективных социокультурных и национальных. Свой способ классификации полученных данных он называет *методом семантико-тематической группировки* реакций. Его специфика состоит в одновременном учете связей «как между стимулом и реакцией, так и между разными реакциями», что и «позволяет сконцентрироваться на личностном смысле, реализующемся в реакциях, и на его “удельном весе” во всей совокупности полученных реакций (ассоциативном поле)» [Башанова и др., 2019, с. 148].

Состояние сознания нации в целом можно исследовать в межкультурном, т. е. сопоставительном, плане также на материале концептуальных метафор, извлекаемых из текстов различных жанров. Этот подход эффективно продемонстрирован, например, в статьях О. И. Калинина в ходе сопоставительного анализа метафорического образа коронавируса в газетном дискурсе КНР и Республики Корея [Калинин, Мавлеева, 2020] и при сопоставительном анализе метафоричности официальных текстов военных доктрин России, США и Китая [Калинин, 2021].

И все-таки мы считаем, что в синхронии метод САЭ наиболее эффективно выявляет особенности картины мира тех или иных социокультурных групп изучаемого общества, их представления о мире.

Описание САЭ и когнитивный анализ концепта *КИТАЙ*

Мы провели свободный ассоциативный эксперимент «Китай» (далее – САЭ «Китай») в 2019–2020 гг. в городах Казань (Россия) и Сиань (КНР).

Участие в эксперименте приняло 208 человек – люди разного возраста, социального статуса и профессиональной принадлежности (студенты, которые учились в Сианьском нефтяном университете, преподаватели, инженеры, доктора, бизнесмены, рабочие, официанты и др.). Общее количество собранных ассоциатов (реакций) – 452, в том числе отличающихся друг от друга – 191.

Рассмотрение результатов ассоциативного эксперимента складывается из четырех этапов: 1) выделить ассоциаты; 2) провести их прямую когнитивную интерпретацию; 3) обобщить ассоциативную информацию, выделив из них когнитивные признаки изучаемого концепта, необходимые и достаточные для идентификации предмета или явления как фрагмента картины мира; 4) провести статистический анализ ассоциатов, чтобы показать удельный вес каждой из выделенных групп. Ассоциаты как языковые репрезентации определенных когнитивных признаков концепта *КИТАЙ* классифицированы нами на основе 8 содержательных параметров.

Параметр 1 (П-1, отношение к китайскому народу и его знаменитым представителям) – 106 единиц, 23,5%.

Знаменитые люди (философы, учёные-медики, спортсмены, актёры, писатели, поэты, государственные и политические деятели Китая): Конфуций 2, Яо Мин 2, Чжун Наньшань 2, Ли Бо 1, Мао Цзэдун 1, Джеки Чан 2, Дэн Сяопин 2, Сунь Ян 3, Джек Ма 3, Брюс Ли 2, Ли Кэцян 1, Си Цзиньпин 1.

Обычные люди: людей много 2, туристы 8, брат 2, братан 2, целеустремлённые люди 1, дедушки 2, бабушки 2, люди 2, количество народа 2; врач 2.

Положительные качества народа: мудрые 4, искренний 2, сердечный 2, могучесть 2, честный 2, честность 2, гостеприимный 2, воспитанный 2, образованный 2, скромное обаяние 2, простодушность 2, простота 2, искренность 2, дружный 2, добро 2, прямолинейный 2, скромность 2, ум 1, прочный 1, сплочённый 1, мудрый 2, старание 2, трудолюбие 1, гостеприимство 1.

Отрицательные качества народа: хитрые 3, легко вспыхивать 2, нет манер 2, ложь 1, плохо 1, зло 1, ленивый 1, плохой 2.

П-2 (Культура Китая). К данному параметру относятся ассоциаты, в которых показывается отношение носителей русского языка к культуре Китая (100 единиц, 22,1 %). Поскольку понятие культуры является чрезвычайно многоплановым, отражающим ее духовные, символические, материальные, этнографические, языковые, художественно-эстетические и прочие проявления, то ассоциаты приходится разбивать на несколько подгрупп.

Символы Китая: панда 8, дракон 3, Великая китайская стена 4, феникс 1.

Китайский язык: язык трудный 4, Нихао (привет) 4, самый трудный язык 2, бесчисленное количество диалектов 2, иероглифы 1, иероглифы сложные 2, диалект 1, китайский литературный язык 1.

Китайская еда и питье: вкусные блюда 4, рис 2, китайская капуста 1, чеснок 1, острые еды 2, чай 8, китайская водка 2, свиное копыто 2, чай Лунцзин 3, палочки 2, китайская кухня 2, доуфу (соевый творог) 1, пельмени 1, вкусно 1, горячая сухая лапша 1, фунчоза (лапша из крахмала) 1, жареная утка по-пекински 2.

Китайские сувениры: китайский самовар 4, китайский шелк 1.

Китайское искусство: тайцзи 4, кун-фу 3, пекинская опера 1.

Литература Китая: Сунь Укун¹ 4, «Сон в красном тереме» 1, «Красный гаолян» 1, поэзия 1.

Спорт в Китае: настольный теннис 3, гимнастика 1.

Другие: праздник Весна 1, Будда 2, Фэн-шуй 4.

П-3 (Условия и уровень жизни в Китае) – 88 единиц, 19,5 %. В эту подгруппу включены также ассоциаты, связанные с современным транспортом и дорожной инфраструктурой.

Транспорт: скоростные поезда 4, дороги хорошие 2, велосипеды общего пользования 3, дорога 3, автомобиль 2, машина 1, дорога хорошая 1, железнодорожный 1, мост 2, шикарные машины 2.

¹ То есть Царь Обезьян – знаменитый китайский литературный персонаж, известный по роману «Путешествие на Запад».

Жизнь в Китае: безопасность 4, стабильность 3, стабильный 2, рай 2, райский 2, шум 1, небо 1, смог 2, дорого 1, реальный 2, реальность 2, honog 2, страшный 1, жестоко 1, коллективные физические упражнения 2, необходимость торговаться 2, байкшеринг 2, горячей водой 2, ритм жизни быстрый 2, делать покупки 3, покупать 1, Тао бао 2, будущее 2, Ali Pay 2, сделано в Китае 4.

Экспресс-доставка: Шуньфэн 2, aliexpress 4.

Качество товаров: товар 8, низкое качество 2, некачественные товары 1.

П-4 (Здравоохранение в Китае) – 58 единиц, 12,8 %:

коронавирус 26, Ухань 13, вирус 4, китайская медицина 5, опасность 2, опасный 1, слушай 1, здоровье 1, маска 4, дыхание Китая 1.

П-5 (Культурная и туристическая география Китая) – 45 единиц, 10 %. В данный параметр входят ассоциаты, касающиеся известных мест в Китае:

Пекин 8, Шанхай 4, Музей Гугун 4, озеро Си Ху 3, Суйфэнхэ 2, Маньчжурия 2, Гора Тайшань 2, Гонконг 2, Хайнань 2, Тайвань 2, Санья 2, река Янцзы 1, Летний императорский дворец 2, площадь Тяньаньмэнь 1, университет Цинхуа 2, Пекинский университет 1, путешествие на Запад 2, Харбин 1, Ханчжоу 1, Птичье гнездо 1.

П-6 (Экономика) – 25 единиц, 5,5 %. В этой группе доминируют две темы.

1. *Богатая страна и быстро развивается*: богатство 5, богатый 2, деньги 5, экономика 1, развитие 2, юань 1, быстро 1.

2. *В Китае есть известные во всём мире предприятия*: Хуавэй 4, компания Алибаба 3, компания Сяоми 1.

П-7 (Политика и международное положение Китая) – 25 единиц, 5,5 %:

большая страна 2, большая 2, державный 2, удачный 2, сильный 2, успех 1, КПК 2; один пояс и один путь 5, ШОС 3, АБИИ 4.

П-8 (Китайская армия) – 5 единиц, 1,1 %:

военный 1, армия 3, парад 1.

Предварительные выводы

Проведенный анализ позволяет выявить не только представление о Китае в менталитете отдельного человека, но и содержательную структуру концепта *КИТАЙ* в сознании носителей русского языка. В их сознании и обыденной жизни концепт *КИТАЙ* представляет собой важный фрагмент, который можно, хотя и с осторожностью, проецировать на всю российскую национальную картину мира. Такая связь вполне обоснована, поскольку концепт *КИТАЙ* имеет большое число связей с другими концептами данной концептосферы. При этом разносторонность ассоциатов объективируется достаточно конкретно по видам и типам предметных областей, которые обозначаются в них прямо (эксплицитно) или имплицитно. Они касаются как этнографии (народа, истории), культуры в ее самых разнообразных формах существования, политики, экономики, условий и уровня жизни, общественного здравоохранения и даже армии Китая.

Типичными являются ассоциаты, репрезентирующие отношение к китайскому народу (23,5 %), к культуре Китая (22,1 %). Большинство испытуемых дает положительную оценку моральным качествам китайского народа (китайцев), характеризуя их словами «мудрые», «искренний», «сердечный», «честный», «гостеприимный», «воспитанный», «дружный» и др.

Представления о китайцах отличаются многообразием референций; в реакциях присутствуют образы древних философов, государственных и политических деятелей Китая различных эпох, писателей, поэтов, современных звезд спорта и киноискусства. В связи с эпидемией коронавируса в ответах несколько раз обнаруживается имя ученого-медика Чжун

Наньшаня, внесшего огромный вклад в борьбу против этой пандемии. Злободневными оказались и некоторые другие реакции, спровоцированные коронавирусом: «коронавирус», «Ухань», «вирус», «маска».

При анализе П-2 «реакции, в которых воплощаются отношение к культуре Китая» выявляются наиболее часто ассоциируемые феномены как бытовой, так и высокой культуры Китая, его символы: Великая Китайская стена, китайский язык очень трудный, китайские блюда вкусные, китайский чай хорошо пахнет, «Четыре Великих Творения» (*устойчивое наименование для четырех наиболее знаменитых романов китайской литературной традиции*).

Концептуальная структура ассоциативного поля «Китай»

На базе анализа частотности ассоциатов в структуре ассоциативного поля «Китай» достаточно четко определяются его ядро, центральная зона и периферия. Это дает нам возможность составить адекватное представление о концептуальной сущности исследуемых концептов в сознании молодых носителей русского языка и о специфике ее проявления.

Ядро составляют ассоциаты, которые относятся к этнокультурным областям П-1 (отношение к китайскому народу, 23,5 %) и П-2 (отношение к культуре Китая, 22,1 %). Это можно объяснить самой темой эксперимента, предполагающей активацию в сознании его участников самых важных элементов, формирующих понимание Китая.

В центральную зону ассоциативного поля входят П-3 (условия и уровень жизни, 19,5 %), П-4 (общественное здравоохранение, 12,8 %) и П-5 (география культуры, достопримечательности, 10 %).

Когда речь идет о китайских товарах, у большинства респондентов возникает ассоциация с их низким качеством и дешевизной. Но, тем не менее, всё больше и больше носителей русского языка стали обращать внимание на такие известные китайские бренды, как «Хуавэй» «Алибаба» «Сяоми». Это значит, что мнение о качестве китайской продукции меняется, особенно в области электронных изделий.

П-6 (экономика, 5,5 %), П-7 (политика и международное положение Китая, 5,5 %), П-8 (армия КНР, 1,1 %) формально могут быть отнесены к периферии ассоциативного поля «Китай». Об этих важнейших сторонах современного Китая участники САЭ упоминают мало, но это связано, скорее, с их возрастом и профессиональными интересами. Тем самым место политики Китая и его армии в современном мире и даже в его контактах с современной Россией в их сознании заметно искажается, но в сознании современного российского общества в целом их важность и даже приоритетность признается. Что касается экономики, то здесь сказалась широта этого понятия. Многие из того, что тесно связано с ней и является прямым следствием ее развития, было отнесено к П-3.

Заключение

Проведенное нами исследование является лишь одной из многих попыток выявить особенности ментальности россиян и китайцев, отследив их реакцию на тот или иной фрагмент мира. Наш фрагмент – *КИТАЙ* – это очень широкое понятие, поэтому приведем сначала выводы из работы [Башанова и др., 2019], в которой исследовалась ментальная реакция русских и китайских студентов на гораздо более конкретные понятия – названия дней недели, названия некоторых профессий, образы наук (научных предметов). Авторы пришли к выводу, что «в языковом сознании русских студентов наиболее явно отражены результат и орудие труда представителя профессии, сфера и конкретное место осуществления деятельности», тогда как китайские студенты выдвигают на первый план собственно деятельность представителя профессии. Выяснилось, кроме того, что в наименование профессии у них входит важный компонент, который описывает действия не самого представителя профессии, а того, с кем он взаимодействует в процессе ее выполнения [Там же, с. 146].

Что касается образов наук, то выяснилось, что языковым сознании китайских студентов содержится «стойкий оценочный компонент, отражающий трудность <...> наук», притом что он не характерен для языкового сознания русских студентов [Башанова и др., 2019, с. 153].

Стимул «Китай» не дает, конечно, респондентам возможности сконцентрироваться на какой-то одной узкой области, поэтому их реакции оказались очень разнообразными. САЭ «Китай» позволил выявить в сознании ближайшего соседа Китая, представленного людьми, имеющими больше прямых учебных и профессиональных контактов с нашей страной, чем обычные жители других регионов России, множество разнообразных когнитивных признаков концепта *КИТАЙ*. При этом отношения между концептом *КИТАЙ* и ассоциативным полем «Китай» являются взаимодополняющими: не только концепт отражается в ассоциативном поле, но и наоборот – ассоциативное поле отражается в концепте.

Наряду с упомянутыми выше статьями по сопоставлению русскоязычной и китайской культур, ментальности двух народов, данная работа открывает новые перспективы для дальнейших исследований. Более детальный анализ позволит получить данные, которые послужат базой для описания взглядов носителей русского и китайского языков на мир, на другие народы и страны.

Список литературы

- Бабушкин А. П.** Общезыковые концепты и концепты языковой личности // Вестник ВГУ. Серия 1: Гуманитарные науки. 1997. № 2. С. 114–118.
- Башанова М. А., Юй Чжан, Яковлев А. А.** Наименования наук в языковом сознании русских и китайских студентов // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. Т. 17, № 3. С. 145–155. DOI 10.25205/1818-7935-2019-17-3-145-155
- Вежбицкая А.** Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. 289 с.
- Глазкова Т. В.** Базовые ценности россиян и ценностно-смысловое наполнение концепта «семья» // Культура культуры. 2015. № 4 (8). С. 142–148.
- Калинин О. И.** Анализ метафоричности текстов военных доктрин на русском, китайском и английском языках // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. Т. 19, № 3. С. 110–121. DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-110-121
- Калинин О. И., Мавлеева Д. В.** Сопоставительный анализ метафорического образа коронавируса в СМИ КНР и Республики Корея // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 4. С. 99–109. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-4-99-109
- Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
- Караулов Ю. Н.** Русский язык и языковая личность. М.: ЛКИ, 2010. 264 с.
- Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г.** Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Филол. фт МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996.
- Леонтьев А. А.** Основы психолингвистики. М.: Смысл, 1997. 287 с.
- Павлёнис Р. И.** Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка. М.: Мысль, 1983. 286 с.
- Палкин А. Д.** Образ родины в русской и японской лингвокультурах // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. Т. 19, № 3. С. 69–83. DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-69-83
- Попова З. Д., Стернин И. А.** Семантико-когнитивный анализ языка. Воронеж: Истоки, 2006. 226 с.
- Приходько О. Е.** Использование ассоциативного эксперимента в изучении концептов // Международный журнал Содружество. 2017. № 18 (1). С. 73–75.

- Уфимцева Н. В.** Языковое сознание как отражение этнокультурной реальности // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1. С. 102–111.
- Шарикова Л. А.** Исследование сознания человека в концептологии: методика уровневого анализа концепта // Языковое бытие человека и этноса: когнитивный и психологический аспекты. М., 2008. Вып. 14. С. 277–284.
- Яковлев А. А.** Об одном методологическом изъяне при проведении свободного ассоциативного эксперимента // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018. Т. 16, № 4. С. 16–25.
- Янь Кай, Чжу Хуадунь.** Сопоставительный анализ категоризации концепта *ОСЕНЬ* в русском и китайском языковом сознании // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. Т. 19, № 2. С. 87–103. DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-2-87-103
- Barsalou, L. W.** Cognitive psychology: An overview for cognitive scientists. Hillsdale, NJ, Erlbaum, 1992.

References

- Babushkin, A. P.** General linguistic concepts and concepts of linguistic personality. *Vestnik VSU. Series I: Humanities*, 1997, no. 2, pp. 114–118. (in Russ.)
- Barsalou, L. W.** Cognitive psychology: An overview for cognitive scientists. Hillsdale, NJ, Erlbaum, 1992.
- Bashanova, Maria A., Zhang Yu, Yakovlev, Andrey A.** Science Names in the Language Consciousness of Russian and Chinese Students. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2019, vol. 17, no. 3, pp. 145–155. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2019-17-3-145-155
- Glazkova, T. V.** Basic values of Russians and value-semantic content of the concept “family”. *Culture of culture*, 2015, no. 4 (8), pp. 142–148. (in Russ.)
- Kalinin, Oleg I.** Metaphor Power of Military Doctrines in Russian, Chinese and American English. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2021, vol. 19, no. 3, pp. 110–121. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-110-121
- Kalinin, Oleg I., Mavleeva, Darya V.** Comparative Analysis of Coronavirus-Related Discursive Metaphors in PRC and ROK Media. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 4, pp. 99–109. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-4-99-109
- Karasik, V. I.** Language circle: personality, concepts, discourse. Volgograd, Peremena, 2002, 477 p. (in Russ.)
- Karaulov, Yu. N.** Russian language and language personality. Moscow, LKI Publ., 2010, 264 p. (in Russ.)
- Kubryakova, E. S., Demyankov, V. Z., Pankrats, Yu. G., Luzina, L. G.** A short dictionary of cognitive terms. Moscow, MSU Press, 1996, 245 p. (in Russ.)
- Leontiev, A. A.** Fundamentals of psycholinguistics. Moscow, Nauka, 1997, 287 p. (in Russ.)
- Palkin, Alexei D.** Image of Motherland in Russian and Japanese Linguocultures. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2021, vol. 19, no. 3, pp. 69–83. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-69-83
- Pavlenis, R. I.** The problem of meaning: a modern logical and philosophical analysis of language. Moscow, Mysl, 1983, 286 p. (in Russ.)
- Popova, Z. D., Sternin, I. A.** Semantic and cognitive analysis of language. Voronezh, Istok, 2006, 226 p. (in Russ.)
- Prikhodko, O. E.** The use of associative experiment in the study of concepts. *International Journal Commonwealth*, 2017, no. 18 (1), pp. 73–75. (in Russ.)

- Sharikova, L. A.** The study of human consciousness in conceptology: the methodology of the level analysis of the concept. In: The linguistic existence of a person and an ethnic group: Cognitive and psychological aspects. Moscow, 2008, iss. 14, pp. 277–284. (in Russ.)
- Ufimtseva, N. V.** Linguistic consciousness as a reflection of ethno-cultural reality. Questions of psycholinguistics, 2003, no. 1, pp. 102–111. (in Russ.)
- Vezhbitskaya, A.** Understanding cultures through keywords. Moscow, Languages of Slavic culture, 2001, 289 p. (in Russ.)
- Yakovlev, Andrey A.** On a procedure error in the free associations experiment. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2018, vol. 16, no. 4, pp. 16–25. (in Russ.)
- Yan Kai, Zhu Huadun.** Comparative analysis of the concept *AUTUMN* in Russian and Chinese linguistic consciousness. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2021, vol. 19, no. 2, pp. 87–103. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-2-87-103

Информация об авторе

Чжан Янь, кандидат филологических наук

Information about the Author

Zhang Yan, PhD in Philology

*Статья поступила в редакцию 17.09.2021;
одобрена после рецензирования 22.12.2021; принята к публикации 10.01.2022
The article was submitted 17.09.2021;
approved after reviewing 22.12.2021; accepted for publication 10.01.2022*