

Насталовская Инна Геннадьевна
Южно-Уральский государственный университет
г. Челябинск, Российская Федерация
nastalovskaiaig@susu.ru

Концепт ЦЕННОСТИ И ПРИСТРАСТИЯ в языковой картине мира носителей русской и китайской культур

Аннотация

Целью настоящей статьи является рассмотрение ассоциативной составляющей концепта ЦЕННОСТИ И ПРИСТРАСТИЯ в языковой картине мира представителей русской и китайской культур. Материал был получен посредством ассоциативного эксперимента, в котором приняли участие 103 русских и китайских студента (женщины и мужчины). Испытуемые должны были ответить на вопрос: «Русские / Китайцы любят (Что? Кого?)». Всего в ходе анкетирования было собрано 1159 реакций, которые были классифицированы по четырём тематическим группам: 1) гастрономические пристрастия, 2) любимые виды деятельности, 3) персоналии и одушевлённые существа, 4) реалии и символы. Далее был выполнен простой количественный подсчёт для каждой группы. Полученные результаты выявили авто- и гетеростереотипы в рамках изучаемого концепта, характеризующиеся определённым сходством и рядом различий. Среди русских авто- и гетеростереотипов наибольшее количество совпадений было обнаружено в первой и третьей группах, наименьшее – в четвёртой. В группе 2 также оказалось много совпадений, но количество вариантов русских респондентов более чем в два раза превышало количество вариантов китайских респондентов. Среди китайских авто- и гетеростереотипов больше всего совпадений обнаружено в группе 2, а также в группе 1. В остальных двух группах совпадений было меньше. Результаты показали, что ценности и пристрастия представителей обоих этносов носят в большей степени положительный характер, однако китайцы оказались менее критично настроенными как к себе, так и к русским.

Ключевые слова: концепт, языковая картина мира, ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, автостереотип, гетеростереотип

© Насталовская И. Г. 2024

Для цитирования: Насталовская И. Г. Концепт ЦЕННОСТИ И ПРИСТРАСТИЯ в языковой картине мира носителей русской и китайской культур // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10, № 3. С. 118–130. <https://doi.org/10.22250/24107190-2024-10-3-118>

Inna G. Nastalovskaia
South Ural State University
Chelyabinsk, Russian Federation
nastalovskaiaig@susu.ru

The concept VALUES AND PREFERENCES in Russian and Chinese linguistic picture of the world

Abstract

The article aims to consider the concept VALUES AND PREFERENCES in its associative field in Russian and Chinese linguistic picture of the world. Associative experiment was used to collect the material from 103 Russian and Chinese subjects (students, female and male). The subjects were to answer the question “Russians / Chinese love (What? Who?)”. The total of 1159 responses were obtained during the questionnaire performance. Further data processing enabled to thematically group the responses: 1) gastronomic preferences, 2) preferable activity

types, 3) personalities and animated beings, 4) realities and symbols. Quantitative analysis was performed for each group. The obtained results enabled to reveal auto- and heterostereotypes within the framework of the concept being characterized by a number of similarities and differences. Among Russian auto- and heterostereotypes, group 1 and group 3 displayed the largest amount of similarities while group 4 showed the smallest amount. There were many similarities in group 2 as well, although the amount of stereotypes given by Russians was twice bigger than that of Chinese. Among Chinese auto- and heterostereotypes, more similarities were found in group 2 and also in group 1. The other two groups displayed less similarities. Values and preferences of the subjects representing both ethnoses were found to be mostly positive which was, however, better expressed in Chinese subjects who turned out less self-critical and less critical to Russians.

Keywords: concept, linguistic picture of the world, associative experiment, associative field, autostereotype, heterostereotype

© Nastalovskaia I. G. 2024

For citation: Nastalovskaia, I. G. (2024). Kontsept TSENNOSTI I PRISTRASTIYA v yazykovoy kartine mira nositeley russkoy i kitayskoy kul'tur [The concept VALUES AND PREFERENCES in Russian and Chinese linguistic picture of the world]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 10 (3), 118–130. <https://doi.org/10.22250/24107190-2024-10-3-118>

1. Введение [Introduction]

В настоящее время одним из вопросов лингвистики, которому уделяется пристальное внимание, является изучение особенностей различных этносов, самосознания наций, языковой картины мира. Понятие «языковая картина мира» находит своё применение в различных научных областях. Вслед за Е. С. Яковлевой под языковой картиной мира мы понимаем схему восприятия действительности, которая зафиксирована в языке и является специфичной для данного коллектива [Яковлева, 1994], при этом «каждый язык по-своему членит мир, то есть имеет свой способ его концептуализации» [Маслова, 2001, с. 25.]. Таким образом, каждый язык определяется особой картиной мира, которая, в свою очередь, обуславливает коммуникативное поведение языковой личности, а также восприятие и понимание внешнего и внутреннего мира человека.

В современной лингвистике много работ посвящено и изучению понятия «концепт», однако абстрактный характер данного явления объясняет отсутствие в научной среде единства в его трактовке. Имеющиеся разночтения делают необходимым анализ интерпретаций термина «концепт», предложенных разными авторами.

Е. С. Кубрякова предлагает рассматривать концепт в качестве «зонтичного» термина, который способен охватить предметные области различных научных направлений [Кубрякова, 2004, с. 7]. Д. С. Лихачев рассматривает концепт как культурно-ментально-языковой комплекс, основная задача которого – «отражать национальное языковое сознание» [Лихачев, 1993, с. 5]. Ю. С. Степанов под концептом понимает «сгусток культуры в сознании человека: то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека, и то, посредством чего человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на неё» [Степанов, 1998, с. 779]. С. Г. Воркачев подчёркивает, что концепт является ведущим понятием для обращения к национальному менталитету и обуславливает специфическое отношение к миру его носителя [Воркачев, 2004, с. 49]. По мнению И. Т. Вепревой, благодаря такому понятию как концепт, исследователи имеют возможность изучать материальную и духовную идентичность различных этносов [Вепрева, 2005, с. 197]. М. В. Пименова трактует термин «концепт» как «некое представление о фрагменте картины мира или части такого фрагмента, имеющей сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными образами и

средствами. Концепт отражает категориальные и ценностные характеристики знаний о некоторых фрагментах мира. В структуре концепта отображаются признаки, функционально значимые для соответствующей культуры» [Пименова, 2004, с. 10]. Именно эта трактовка концепта взята в качестве методологической основы для настоящего исследования. Нельзя не учесть и то, что формирование концептов – это длительный процесс, а сам концепт постоянно развивается (подробнее о концептуализации и развитии концептов см. [Филясова, 2024]). Целью данной статьи было рассмотрение ассоциативной составляющей концепта ЦЕННОСТИ И ПРИСТРАСТИЯ в языковой картине мира представителей русской и китайской культур.

Тематика, связанная с изучением языковой картины мира китайцев как носителей культуры и языка, во многом отличающихся от индоевропейских, и с сопоставлением языковой картины мира русских и китайцев, является чрезвычайно востребованной в свете активно развивающихся в настоящее время связей между двумя странами. В центр внимания многократно попадали проблемы перевода в паре языков «русский ↔ китайский», для решения которых необходимо обращение к языковым картинам мира обоих этносов: приёмы перевода метафор и фразеологизмов с китайского на русский в отдельно взятом художественном произведении [Кирпикова, 2023]; особенности перевода с русского языка на китайский образных сравнений в некоторых произведениях русских классиков [У, Ли, 2023]; преодоление терминологической и грамматической омонимии, несовпадений морфологических и синтаксических способов вербализации информации при научно-техническом переводе посредством различных трансформаций [Сюй, Чжэн, 2023]; решение проблемы машинного перевода (с китайского на русский и с русского на китайский) неологизмов и паремий посредством пополняемого автоматического словаря таких единиц [Ли, Сун, 2023] и др.. Предметом отдельного исследования становились: особенности актуализации универсальной оппозиции «СЧАСТЬЕ – НЕСЧАСТЬЕ» через базовую когнитивную категорию ОТНОШЕНИЕ (чаще позитивное, реже негативное) в китайских чэньюй [Бай, 2024]; асемантические модули, представляющие оппозицию СВОЙ – ЧУЖОЙ в китайских чэньюй в том числе в политическом дискурсе [Арекеева, 2022, 2023]; лингвокультурологическая составляющая «ПРИРОДА» наименований брендов в китайском рекламном дискурсе [Заболотнева, Циберная, 2021]; лексико-семантическая группа прилагательных «КАЧЕСТВО ДОБРОТЫ (О ЧЕЛОВЕКЕ)» в русском и китайском языках как отражение языковой картины мира [Цуй, 2018]; образ героя в русской и китайской лингвокультурах (на материале китайско- и русскоязычных пословиц и поговорок) [Цзинь, 2022]; авто- и гетеростереотипы о китайских мужчинах и женщинах в целом и их характере (по результатам анкетирования 60 китайских информантов) [Чэнь, Ерофеева, 2021; Чэнь, 2022], китайские фразеологические обороты, вербализующие концепт ЛИЦО [Стародубцева, 2023], концепт ЗНАНИЕ в философских трудах Ван Янмина в интерпретации русских философов [Ши, 2022] и др. К концепту ЦЕННОСТИ И ПРИСТРАСТИЯ в языковой картине мира русских и китайцев исследователи ранее не обращались. Для достижения поставленной цели был проведён ассоциативный эксперимент.

2. Эксперимент [Experiment]

2.1. Материал и методика исследования [Material and methods]

Изучение концепта ЦЕННОСТИ И ПРИСТРАСТИЯ в языковой картине мира носителей русской и китайской культур было организовано в рамках направленного ассоциативного эксперимента, который прошёл на базе Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск) в 2022 году. От участников эксперимента требовалось ответить на вопрос-стимул «Русские / Китайцы любят (Что? Кого?)» первым пришедшим на ум словом. Формулируя вопрос-стимул, мы опирались на список вопросов-стимулов,

которые были использованы О. А. Леонтович [Леонтович, 2002] в ходе изучения стереотипов о русских и американцах.

Участниками эксперимента стали русские (71 человек) и китайские (32 человека) студенты, проходящие обучение на кафедре лингвистики и перевода Южно-Уральского государственного университета по специальности 45.03.03 «Фундаментальная и прикладная лингвистика». Общее число участников эксперимента составило 103 человека, что можно считать достаточным для обеспечения достоверности результатов опроса (не менее 100 человек) [Черкасова, 2005, с. 244]. Вместе с тем по двум параметрам отмечался дисбаланс (табл. 1): во-первых, количество русских информантов более чем в два раза превышало количество китайских информантов (68,9% и 31,1% соответственно), во-вторых, количество женщин многократно превышало количество мужчин (61,1% vs 7,8% среди русских информантов и 28,2% vs 2,9% среди китайских информантов, в целом – 89,3% и 10,7% соответственно). Это связано с естественными непреодолимыми на тот момент причинами состава групп обучаемых: 1) иностранных студентов меньше, чем отечественных; 2) женщины выбирают лингвистику своей профессией намного чаще, чем мужчины.

Т а б л и ц а 1. Количественный и гендерный состав русских и китайских участников эксперимента

[T a b l e 1. Russian and Chinese participants' number and gender distribution]

Пол	Представители русской культуры		Представители китайской культуры		Итого	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Мужчины	8	7,8	3	2,9	11	10,7
Женщины	63	61,1	29	28,2	92	89,3
Всего	71	68,9	32	31,1	103	100

Средний возраст участников эксперимента составил 19 лет. Выбор возрастной категории участников проведённого нами направленного ассоциативного эксперимента также является не случайным. В этом вопросе мы опираемся на точку зрения В. И. Карасика о том, что к этому возрасту заканчивается формирование языковой личности, а языковые способности человека достигают того уровня развития, на котором они остаются постоянными на протяжении всей жизни человека, что даёт возможность прогнозировать особенности массового сознания представителей изучаемых культур на несколько десятилетий вперёд [Карасик, 1999, с. 192–193].

В ходе анкетирования было получено 1159 ответов (реакций) испытуемых: 450 – от китайских студентов и 709 – от русских. При дальнейших подсчётах и интерпретации данных было использовано установленное в университете деление обучаемых на группы. Испытуемые таким образом были организованы в шесть экспериментальных групп смешанного характера по национальному / этническому и гендерному признакам.

2.2. Обсуждение результатов [Results and discussion]

Остановимся более подробно на интерпретации данных анкетирования. В ходе анализа реакции респондентов были распределены в четыре тематические группы, которые составили ассоциативное поле «ценности и пристрастия»:

1) гастрономические пристрастия (предпочтения в еде, блюда национальной кухни, привычки питания);

2) любимые виды деятельности (деятельность, процесс, состояние, чувства);

3) персоналии / одушевлённые существа;

4) реалии и символы.

Была поставлена задача изучить отношение представителей русской и китайской культур к своей нации и к нации второго участника эксперимента, иными словами, авто- и гетеростереотипы.

2.2.1. Авто- и гетеростереотипы о русской культуре [Auto- and heterostereotypes about Russian culture]

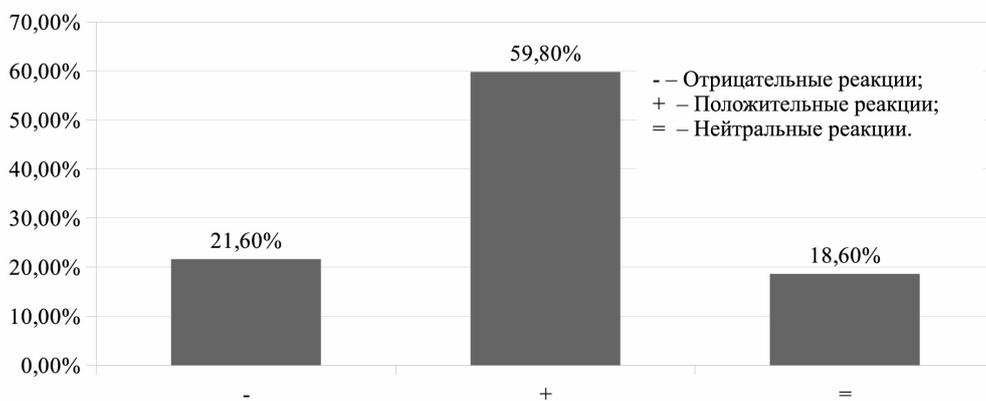
Автостереотипы. В тематической группе «гастрономические пристрастия» наиболее частотной реакцией представителей русской культуры является ассоциат *водка*. Подтверждение широко распространённого стереотипа о пристрастии русских к выпивке мы находим также в реакции *алкоголь*, которая оказалась второй по частотности. Кроме того, анкетирование показало, что русские любят еду вообще, выделяя при этом среди любимых блюд *борщи, пельмени, мясо, шашлык, картошку, хлеб*. В тематической группе «виды деятельности» в числе любимых видов деятельности представители русской культуры назвали *поесть, покушать, есть, вкусно поесть, выпить, пить*, затем *спать*, а потом *работать*. Нередко в ответах фигурировала реакция *очень любят отдыхать*. Кроме того, по мнению представителей русской культуры, русские любят *веселиться, петь или петь песни, драться и бездельничать*, при этом особенно выделяется любовь к праздникам: русские любят *гулять, развлекаться и отмечать праздники*. Наконец, согласно полученному автостереотипу, русские любят *материться и жаловаться*.

В тематической группе «персоналии / одушевлённые существа, реалии» к любимым персоналиям был отнесён антропоним *В. В. Путин*. Такая реакция неслучайна, поскольку информация о проблемах и событиях текущей жизни общества занимает заметное место в ассоциативно-вербальной сети респондентов, при этом данная информация не является постоянной и зависит от конъюнктуры, складывающейся в разных областях жизни в момент анкетного опроса [Караулов, 2000, с. 196]. Опираясь на данные проведённого автором настоящего исследования направленного ассоциативного эксперимента, можно сделать вывод о том, что события, которые происходили в политической и экономической жизни страны и освещались в средствах массовой информации на момент проведения опроса, повлияли на реакции респондентов на вопрос-стимул.

Русские респонденты сходятся во мнении, что русские любят *людей, народ, не только себя, но и близких, и родителей, а также красивых девушек*. Нельзя не отметить ассоциат *медведь*, который часто встречается в числе реакций респондентов на вопрос-стимул. Как известно, *медведь* является культурным символом, с которым представители других культур ассоциируют русских. По результатам эксперимента, сами русские поддерживают данный стереотип при описании своего этнического образа. В Русском ассоциативном словаре Ю. Н. Караулова встречается около полутора сотен представителей фауны, употребляемых в основном в переносном значении (90%). В числе этих животных есть и медведь. Это животное упоминается в 15% случаев [Караулов, 1994, с. 202]. Таким образом, медведь не только является культурным символом России, с которым наша страна и её представители ассоциируются у других этносов, но и выступает ассоциатом в ассоциативно-вербальной сети самих русских.

Анализ реакций представителей русской культуры показал, что русским присуще такое качество как патриотичность, о чём можно судить по реакциям (любят) *Родину, Россию, свою страну*. Респонденты единодушны в том, что представители русской культуры любят *семью, праздники, веселье, баню, природу*. В числе ценностей представителей русской культуры находим ещё один культурный символ – балалайка. Можно предположить, что суровый климат России актуализировал реакцию *любят зиму и мороз*. Кроме того, респонденты выделяют *спорт, быструю езду, отдых, халяву, застолья*,

жизнь, общение, свободу, традиции. Наконец, русские, согласно автостереотипам, любят свой дом, деревню, песни, рыбалку, справедливость. В ассоциативном поле русских респондентов (рис. 1) реакции с отрицательной оценочностью составляют 21,6% (*водку, алкоголь, выпить, драться, материться, бездельничать, жаловаться*), большинство реакций оказались положительными (чуть менее 60%), нейтральных реакций было немного меньше отрицательных (около 20%).

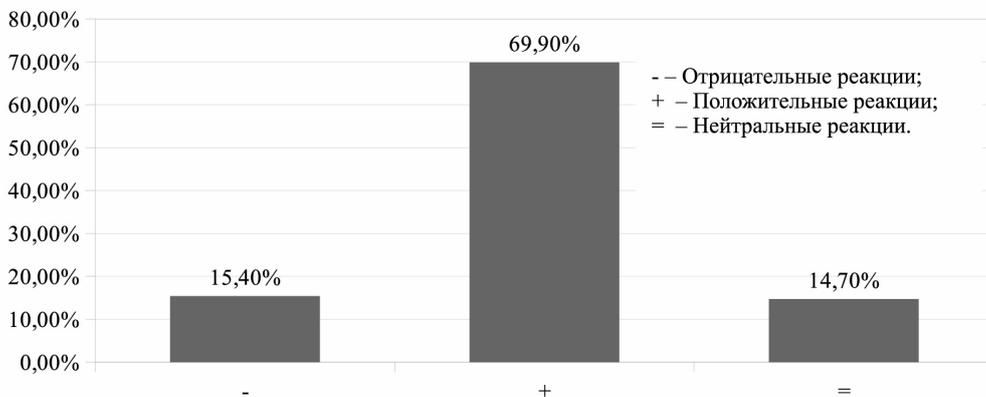


Р и с у н о к 1. Соотношение отрицательных и положительных / нейтральных русских автостереотипов

[F i g u r e 1. Distribution of negative and positive / neutral Russian autostereotypes]

Гетеростереотипы. По мнению китайских респондентов, любимыми видами деятельности русских являются те, что связаны с едой: *поесть, есть, покушать*. Особенно выделяются такие гастрономические пристрастия, как *борщ, пельмени, блины, картофель, мясо, шаурма*. Представители китайской культуры в числе любимых видов деятельности представителей русской культуры называют сначала *отдых и веселье* (реакции: *веселиться, отдыхать, гулять, праздники*), а потом – *работу*. К числу любимых одушевлённых существ, персоналий и реалий русских, по мнению большинства китайских респондентов, относятся *матрёшка, медведь, В. В. Путин и животные*. Китайские респонденты подчёркивают эгоизм представителей русского этноса реакцией *себя*. В то же время представители китайской культуры убеждены, что русские любят *близких и природу*.

Распределение отрицательных, положительных и нейтральных реакций китайских респондентов оказалось схожим с русскими респондентами, но количество отрицательных реакций снизилось до 15,4% (рис. 2): (*выпить, пить, отдыхать, гулять*), а количество положительных возросло почти до 70%.



Р и с у н о к 2. Соотношение отрицательных и положительных / нейтральных русских гетеростереотипов

[F i g u r e 2. Distribution of negative and positive / neutral Russian heterostereotypes]

Наиболее частотные реакции носителей русской и китайской культур представлены в таблице 2. Данные представлены по убыванию частотности предложенных респондентами реакций на вопрос-стимул.

Т а б л и ц а 2. **Наиболее частотные реакции участников эксперимента на вопрос-стимул «Русские любят (Что? Кого?)»**

[T a b l e 2. **Most frequent participants' reaction to the question “Russians love (What? Who?)”**]

№	Тематическая группа АП	Частотные реакции российских респондентов (автостереотипы) (71 чел.)	Частотные реакции китайских респондентов (гетеростереотипы) (32 чел.)
1	гастрономические пристрастия	водку, борщ, еду, алкоголь, пельмени, картошку, мясо, хлеб, шашлыки	борщ, пельмени, блины, картошку, мясо, хлеб, шаурму, кефир
2	любимые виды деятельности	отдыхать, есть (кушать), (вы)пить, отдыхать, гулять, работать, петь, веселиться, принимать гостей, вкусно поесть, лениться, бездельничать, спать, развлекаться, драться, отмечать праздники, поговорить, материться, жаловаться, драться, пить алкоголь	есть (кушать), веселиться, отдыхать, говорить, гулять, ходить в гости, работать, выпить
3	персоналии/одушевленные существа	себя, близких, В. В. Путина, (красивых) девушек, медведей, всех людей, родителей, семью	медведей, Путина, себя, животных, близких, родителей, детей
4	реалии и символы	природу, праздники, баню, (свою) страну, (свою) Родину, спорт, быструю езду, веселье, халяву, зиму, балалайку, отдых, деньги, застолья, жизнь, Россию, общение, свободу, традиции, мороз, ничего, деньги, дом, деревню, песни, рыбалку, справедливость	матрёшек, природу

2.2.2. Авто- и гетеростереотипы о китайской культуре [Auto- and heterostereotypes about Chinese culture]

Автостереотипы. В тематической группе «гастрономические пристрастия», по мнению китайских респондентов, *рис* является любимым национальным блюдом. На втором месте по популярности реакций находятся ассоциаты *китайская лапша* и *лапша*. Третье место в числе наиболее частотных реакций представителей китайской культуры занимает *чай*. Представители китайской культуры в число своих любимых блюд также включили *курицу* и *овощи*.

По группе «любимые виды деятельности» анализируемые реакции указывают на схожесть мнений русских и китайских респондентов. Так, представители обоих этносов согласны друг с другом в том, что китайцы любят *есть / кушать, разговаривать, пить чай, участвовать в чайных церемониях, учиться, работать*. Китайские респонденты в число любимых видов деятельности собственного этноса включают также *земледелие, занятие спортом, походы в гости*.

В тематической группе «персоналии / одушевленные существа» реакция Конфуций является наиболее частотной. Между тем, для китайских респондентов, очевидно, судя по ассоциатам *Мао Цзэдун, Дэн Сяопин*, большую роль в их жизни играют знаковые политические фигуры – великий революционер-основатель КНР и один из легендарных «восьми бессмертных» Коммунистической партии КНР.

Гетеростереотипы. В тематической группе «гастрономические пристрастия» российские респонденты называют *рис, китайскую лапшу* и *лапшу* любимыми блюдами китайского этноса. В числе наиболее частотных реакций представителей русской культуры находим также *чай*. Кроме того, русские участники эксперимента, считают, что китайцы любят *национальную еду, острое, специи, соевый соус, утку по-пекински*.

В группе «любимые виды деятельности» помимо приёма пищи и чайных церемоний вошли занятия боевыми искусствами и выращивание риса. К тому же, по мнению русских участников эксперимента, китайцы любят *есть / кушать, разговаривать, пить чай, участвовать в чайных церемониях, учиться, работать*. В группе «персоналии / одушевлённые существа» фигурируют имена известных актёров и специалистов в зрелищных китайских единоборствах – *Джеки Чан, Брюс Ли*, – что вполне ожидаемо, поскольку именно с этими персоналиями русская аудитория знакома по фильмам. Наиболее частотной реакцией тематической подгруппы «реалии и символы» российских респондентов является ассоциат *иероглифы*, затем следует ассоциат *китайские палочки*. Кроме того, в ответах русских респондентов встречаются реакции *Великая китайская стена, китайский новый год, восточные единоборства, красный фонарик*. Обращает на себя внимание отсутствие частотных отрицательных реакций среди китайских авто- и гетеростереотипов. Весь перечень частотных реакций представлен в таблице 3.

Т а б л и ц а 3. Наиболее частотные реакции участников эксперимента на вопрос-стимул «Китайцы любят (Что? Кого?)»

[T a b l e 3. Most frequent participants' reaction to the question "The Chinese love (What? Who?)"]

№	Тематическая группа АП	Частотные реакции российских респондентов (гетеростереотипы) (71 чел.)	Частотные реакции китайских респондентов (автостереотипы) (32 чел.)
1	гастрономические пристрастия	национальную еду, рис, острое, чай, китайскую лапшу, специи, утка по-пекински, соевый соус	рис, курица, лапша, овощи, соус, чай
2	любимые виды деятельности	кушать, боевые искусства, выращивать рис, разговаривать, пить чай, учиться, работать	чайная церемония, работать, земледелие, есть (кушать), заниматься спортом, говорить, ходить в гости, учиться
3	персоналии/одушевлённые существа	Джеки Чан, Брюс Ли, Конфуций	Мао Цзэдун, Дэн Сяопин, Конфуций, семья.
4	реалии и символы	иероглифы, Великая китайская стена, китайские палочки, китайский новый год, восточные единоборства, красный фонарик	китайский дракон, палочки, веер, иероглиф, Пекин, жемчуг, Запретный город

Сравнивая стереотипы относительно ценностей и пристрастий русских и китайцев (табл. 2 и табл. 3), можно отметить следующее. В группе «гастрономические пристрастия» русские совпадающие авто- и гетеростереотипы включали *борщ, пельмени, картошку, шашлык*. К несовпадающим автостереотипам были отнесены *еда* и *шашлык*, а гетеростереотипам – *шаурма* и *кефир*. Совпадающие китайские авто- и гетеростереотипы включали *рис* и *чай*, а *утка по-пекински* оказалась несовпадающим гетеростереотипом. В группе «виды деятельности» русские совпадающие авто- и гетеростереотипы включали *отдых, приём пищи, встречи с друзьями*. Несовпадающими оказались автостереотип *использование в речи нецензурной лексики* и гетеростереотип *ходить в гости*. Китайский автостереотип представлен чайными церемониями, гетеростереотип – выращиванием риса. В группе «персоналии и одушевлённые существа» русские совпадающие авто- и гетеростереотипы включали *себя, семью, родных, медведя, президента страны*, несовпадающим автостереотипом был ассоциат *красивые девушки*. *Конфуций* оказался единственным китайским совпадающим авто- и гетеростереотипом. Несовпадающими были политические деятели как автостереотипы и знаменитые актёры как гетеростереотипы. Обращает на себя внимание тот факт, что и у русских, и у китайцев

подобралось только по три ассоциата в данной группе (табл. 3). В группе «реалии и символы» в русские совпадающие авто- и гетеростереотипы вошёл только один ассоциат – *природа*. Остальные оказались несовпадающими, при этом русские респонденты предложили 27 ассоциатов, подходящих для данной группы, а китайцы – только два. В китайские совпадающие авто- и гетеростереотипы вошли *иероглиф* и *палочки*. Несовпадающими автостереотипами оказались *китайский дракон*, *веер*, *Пекин*, *Запретный город* и жемчуг, а гетеростереотипами – *Великая китайская стена*, *китайский новый год*, *восточные единоборства*, *красный фонарик*. Следует также отметить, что частотность совпадающих ассоциатов была неодинаковой. Так, в группе 2 ассоциат *выпить* как русский автостереотип является одним из самых частотных, а как гетеростереотип – самым нечастотным. В этой же группе ассоциат *работать* как китайский автостереотип является вторым по частотности, а как гетеростереотип – последним и т. п. В целом русскими было предложено больше ассоциатов, чем китайцами, что в определённой степени может объясняться дисбалансом групп респондентов по количеству.

3. Заключение [Conclusion]

Итак, целью исследования было рассмотрение ассоциативной составляющей концепта ЦЕННОСТИ И ПРИСТРАСТИЯ в языковой картине мира представителей русской и китайской культур. Анализ 1159 реакций, полученных в ходе ассоциативного эксперимента, позволил классифицировать их по четырём тематическим группам: 1) гастрономические пристрастия, 2) любимые виды деятельности, 3) персоналии и одушевлённые существа, 4) реалии и символы. Эти четыре группы сформировали ассоциативное поле изучаемого концепта. Для каждой группы полученные результаты выявили авто- и гетеростереотипы, характеризующиеся определённым сходством и рядом различий. Среди русских авто- и гетеростереотипов наибольшее количество совпадений было обнаружено в первой и третьей группах, наименьшее – в четвёртой. В группе 2 также оказалось много совпадений, однако количество вариантов русских респондентов более чем в два раза превышало количество вариантов китайских респондентов. Среди китайских авто- и гетеростереотипов больше всего совпадений обнаружено в группе 2, а также в группе 1. В остальных двух группах совпадений было меньше.

Данные анкетирования позволяют сделать вывод о том, что у представителей русского и китайского этносов преобладают реакции с положительной коннотацией. Представители обеих культур стараются трепетно относиться к своим традициям и культурным ценностям, стремятся бережно относиться к национальному языку, сохраняют традиционные виды деятельности, что несомненно, способствует укреплению национальной идентичности. Результаты также показали, что представители обеих этносов положительно и дружелюбно относятся друг к другу. Об этом свидетельствует низкий процент отрицательных реакций представителей русской и китайской культур на вопрос-стимул «Русские / Китайцы любят (Что? Кого?)». Вместе с тем, китайские участники эксперимента оказались менее критично настроенными как к своему этносу, так и к русскому, о чём свидетельствует более низкий процент отрицательных реакций, чем у русских участников эксперимента.

Полученные результаты могут найти применение в курсах по лингвострановедению и межкультурной коммуникации, а собранную информацию о стереотипах можно использовать для улучшения взаимопонимания между русской и китайской культурами, повышения эффективности межкультурного общения, а также для профилактики потенциальной межнациональной напряжённости.

Библиографический список

- Арекеева, 2022 – Арекеева Ю. Е. Актуализация оппозиции «свой – чужой» в паремиях (на материалах китайского политического медиадискурса) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Вып. 8, № 4. С. 5–16. https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_4_5
- Арекеева, 2023 – Арекеева Ю. Т. Бинарная оппозиция «свой – чужой» в китайском художественном дискурсе (на материале чэньюй) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 1. С. 21–35. https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_1_21
- Бай, 2024 – Бай Л. Когнитивный признак ОТНОШЕНИЕ в оппозиции «СЧАСТЬЕ – НЕСЧАСТЬЕ» в китайских чэньюй // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10, № 1. С. 33–43.
- Вепрева, 2005 – Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. 384 с.
- Воркачев, 2004 – Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М. : Гнозис, 2004. 192 с.
- Заболотнева, Циберная, 2021 – Заболотнева О. А., Циберная О. Ф. Лингвокультурологическая составляющая «природа» наименований брендов в китайском рекламном дискурсе // Вестник ЮУрГУ. 2021. Т. 18, № 3. С. 17–21.
- Карасик, 1999 – Карасик В. И. Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики : сб. науч. тр. Волгоград : Перемена, 1999. 196 с.
- Караулов, 2000 – Караулов Ю. Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети // Языковое сознание и образ мира / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М. : Ин-т языкознания РАН, 2000. С. 191–206.
- Караулов, 1994 – Караулов Ю. Н. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности // Русский ассоциативный словарь. Кн. 1. Прямой словарь: от стимула к реакции. Ассоциативный тезаурус современного русского языка. Ч. 1. / Ю. Н. Караулов, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, Н. В. Уфимцева, Г. А. Черкасова. М. : Помовский и партнеры, 1994. С. 190–218.
- Кирпикова, 2023 – Кирпикова В. В. Особенности передачи метафор и фразеологизмов при переводе художественного текста с китайского языка на русский // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 3. С. 43–52.
- Кубрякова, 2004 – Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 6–17.
- Леонтович, 2002 – Леонтович О. А. Системно-динамическая модель межкультурной коммуникации между русскими и американцами : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20. Волгоград : ВГПУ, 2002. 502 с.
- Ли, Сун, 2023 – Ли В., Сун Ц. К проблеме машинного перевода: на примере некоторых паремий в паре языков русский↔китайский // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 4. С. 84–93.
- Лихачев, 1993 – Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. литературы и языка. 1993. Т. 52, № 1. С. 3–9.
- Маслова, 2001 – Маслова В. А. Лингвокультурология. М. : Академия, 2001. 208 с.
- Пименова, 2004 – Пименова М. В. Душа и дух: особенности концептуализации. Кемерово : ИПК «Графика», 2004. 386 с.
- Стародубцева, 2023 – Стародубцева Н. С. Концепт ЛИЦО в языковой картине мира китайской молодёжи // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 2. С. 143–151.
- Степанов, 1998 – Степанов Ю. С. Язык и метод // К современной философии языка. М. : Языки русской культуры, 1998. 784 с.
- Сюй, Чжэн, 2023 – Сюй Х., Чжэн Ц. Языковые сложности перевода научно-технических текстов с русского языка на китайский // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 3. С. 132–143.
- У, Ли, 2023 – У М., Ли В. Принципы перевода образных сравнений: межкультурный аспект // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 3. С. 154–164.

- Уфимцева, 2003 – Уфимцева Н. В. Языковое сознание как отображение этносоциокультурной реальности // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1 (1). С. 102–109.
- Филясова, 2024 – Филясова Ю. А. Концептуализация и категория концепта в когнитивной теории Р. Лангакера и Л. Талми: интеграция когнитивных и языковых структур // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10, № 2. С. 173–190.
- Цзинь, 2022 – Цзинь Я. Образ героя в русской и китайской лингвокультурах (на материале китайско- и русскоязычных пословиц и поговорок) // Вестник ЮУрГУ. 2022. Т. 19, № 4. С. 85–95.
- Цуй, 2018. – Цуй Я. Лексико-семантическая группа прилагательных «КАЧЕСТВО ДОБРОТЫ (О ЧЕЛОВЕКЕ)» в русском и китайском языках как отражение языковой картины мира // Вестник ЮУрГУ. 2021. Т. 15, № 2. С. 81–87.
- Чэнь, 2022 – Чэнь Я. Представления о характере у китайских женщин и мужчин: кросс групповое исследование // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Вып. 8, № 1. С. 186–201. https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_1_186
- Чэнь, Ерофеева, 2021 – Чэнь Я., Ерофеева Е. В. Авто и гетеростереотипы китайских мужчин и женщин // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 3. С. 204–219. https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_3_204_219
- Черкасова, 2005 – Черкасова Г. А. Квантитативные исследования ассоциативных словарей // Общественное сознание. Межкультурная коммуникация: сб. ст. Калуга: КПУ им. К. Э. Циолковского, 2005. С. 227–244.
- Ши, 2022 – Ши М. История, современная ситуация и особенности исследований концепции Ван Янмина в России (на материале анализа концепта ЗНАНИЕ) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Вып. 8, № 2. С. 172–180. https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_2_172
- Яковлева, 1994 – Яковлева Е. С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия). М.: Гнозис, 1994. 344 с.

References

- Arekeeva, Iu. E. (2022). Aktualizatsiya oppozitsii «svoy – chuzhoy» v paremiyakh (na materialakh kitayskogo politicheskogo mediadiskursa) [Actualization of the opposition “friend – foe” in proverbs (Based on Chinese political media discourse)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 8 (4), 5–16. https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_4_5
- Arekeeva, Iu. E. (2023). Binarnaya oppozitsiya «svoy – chuzhoy» v kitayskom khudozhestvennom diskurse (na materiale chen'yuy) [Binary opposition «friend – foe» in Chinese fiction (Based on chengyu)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 9 (1), 21–35. (In Russ.). https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_1_21
- Bai, L. (2024). Kognitivnyy priznak OTNOSHENIE v oppozitsii «SCHAST'IE – NESCHAST'IE» v kitayskikh chen'yuy [Cognitive Features of the Concept “ATTITUDE” in the opposition “HAPPINESS – UNHAPPINESS” in Chinese idioms]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 10 (1), 33–43. (In Russ.).
- Vepreva, I. T. (2005). *Yazykovaya refleksiya v postsovetskuyu epokhu [Linguistic reflection in Post-Soviet epoch]*. Moscow: OLMA-PRESS. (In Russ.).
- Vorkachev, S. G. (2004). *Shchastye kak lingvokulturnyy aspekt [Happiness as a linguocultural aspect]*. Moscow: Gnozis Press. (In Russ.).
- Zabolotneva O. A., Tsybernaya O.F. (2021). Lingvokul'turologicheskaya sostavlyayushchaya “priroda” naimenovaniy brendov v kitayskom reklamnom diskurse [Linguocultural component “nature” of brand names in Chinese advertising discourse]. *Vestnik YurGU [Bulletin of the South Ural State University. Series Linguistics]*, 18 (3), 17–21. (In Russ.).
- Karasik, V. I. (1999). *Yazykovaya lichnost': aspekt lingvistiki i lingvodidaktiki [Linguistic personality: Linguistics and linguodidactics]*. Volgograd: Peremena Press. (In Russ.).
- Karaulov, Yu. N. (2000). Pokazateli natsional'nogo mentaliteta v assotsiativno-verbal'noy seti [Indicators of national mentality in associative-verbal network]. In N. V. Ufimtseva (Ed.), *Yazykovoye soznanie i obraz mira [Language consciousness and the picture of the world]* (pp. 191–206). Moscow: Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences Press. (In Russ.).

- Karaulov, Yu. N. (1994). Russkiy assotsiativniy slovar' kak novyy lingvisticheskiy istochnik i instrument analiza yazykovoy sposobnosti [Russian associative dictionary as a new linguistic source and instrument to analyze language ability]. In Yu. N. Karaulov, Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasov, N. V. Ufimtseva, G. A. Cherkasova, *Russkiy assotsiativniy slovar' [Russian associative dictionary]*. Book 1. *Pryamoy slovar': ot stimula k reaktsii: Assotsiativnyy tezaurus sovremennogo russkogo yazyka [Direct dictionary: From stimulus to reaction. Associative thesaurus of modern Russian]* (Part 1, pp. 190–218). Moscow : Pomovskiy i partnery Press. (In Russ.).
- Kirpikova, V. V. (2023). Osobennosti peredachi metafor i frazeologizmov pri perevode khudozhestvennogo teksta s kitayskogo yazyka na russkiy [Features of the transfer of metaphors and phraseological units while translating fiction from Chinese into Russian]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 9 (3), 43–52. (In Russ.).
- Kubryakova, E. S. (2004). Ob ustanovkakh kognitivnoy nauki i aktual'nykh problemakh kognitivnoy lingvistiki [Of cognitive science guidelines and vital problems of cognitive linguistics]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki [Issues of Cognitive Linguistics]*, 1, 6–17. (In Russ.).
- Leontovich, O. A. (2002). *Sistemno-dinamicheskaya model' mezhkul'turnoy kommunikatsii mezhdu russkimi i amerikantsami [Systematic-dynamic model of cross-cultural communication between Russians and Americans]: Doctoral in Philological sci. diss.* Volgograd : Volgograd State Pedagogical University Press. (In Russ.).
- Li, W., Song, Z. (2023). K probleme mashinnogo perevoda: na primere nekotorykh paremiy v pare yazykov russkiy↔kitayskiy [Concerning machine translation: Based on some paroemiae in the Russian↔Chinese pair of languages]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 9 (4), 84–93.
- Likhachev, D. S. (1993). Kontseptosfera russkogo yazyka [The concept sphere of the Russian language]. *Izvestiya RAN. Ser. literaturny i yazyka [The Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language]*, 52 (1), 3–9. (In Russ.).
- Maslova, V. A. (2001). *Lingvokul'turologiya [Linguoculturology]*. Moscow : Academia Press. (In Russ.).
- Pimenova, M. V. (2004). *Dusha i dukh: osobennosti kontseptualizatsii [Soul and spirit: Peculiarities of conceptualization]*. Kemerovo : Grafika Press. (In Russ.).
- Starodubtseva, N. S. (2023). Kontsept LITSO v yazykovoy kartine mira kitayskoy molodezhi [The concept FACE in the language picture of the world of the Chinese youth]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 9 (2), 143–151. (In Russ.).
- Stepanov, Y. S. (1998). Yazyk i metod [Language and Method]. *K sovremennoy filosofii yazyka [Modern philosophy of language]*. Moscow : Yazyki russkoy kultury Press. (In Russ.).
- Xu, H., Zheng, J. (2023). Yazykovye slozhnosti perevoda nauchno tekhnicheskikh tekstov s russkogo yazyka na kitayskiy [Language challenges in translating scientific and technological texts from Russian into Chinese]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 9 (3), 132–143. (In Russ.).
- Wu, M., Li, W. (2023). Printsipy perevoda obraznykh sravneniy: mezhkul'turnyy aspekt [Principles of translating similes: Intercultural aspect]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 9 (3), 154–164. (In Russ.).
- Ufimtseva, N. V. (2003). Yazykovoye soznaniye kak otobrazhenie etnosotsiokul'turnoy real'nosti [Language consciousness as a representation of ethnosociocultural reality]. *Voprosy psikholingvistiki [Journal of Psycholinguistics]*, 1 (1), 102–109. (In Russ.).
- Filyasova, Yu. A. (2024). Kontseptualizatsiya i kategoriya kontsepta v kognitivnoy teorii R. Langakera i L. Talmi: integratsiya kognitivnykh i yazykovykh struktur [Conceptualization and the category of concept in R. Langacker's and L. Talmy's cognitive theory: Integration of cognitive and linguistic structures]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 10 (2), 173–190. (In Russ.).
- Jing, Y. (2022). Obraz geroya v russkoy i kitayskoy lingvokulturakh (na materiale kitaysko- i russkoyazichnykh poslovits i pogovorok) [Image of a hero in Russian and Chinese linguocultures (Based on Chinese and Russian proverbs and sayings)]. *Vestnik YurGU [Bulletin of the South Ural State University. Series Linguistics]*, 19 (4), 85–95. (In Russ.).

- Cui, Y. (2018). Leksiko-semanticheskaya gruppa prilagatelnykh “KACHESTVO DOBROTY (O CHELOVEKE)” v russkom i kitaiskom yazikakh kak otrazhenie yazikovoy kartiny mira [Lexical semantic group of adjectives “kindness” in the Russian and Chinese languages as the reflection of the linguistic worldview]. *Vestnik YUrGU [Bulletin of the South Ural State University. Series Linguistics]*, 15 (2), 81–87. (In Russ.).
- Chen, Y. (2022). Predstavleniya o kharaktere u kitayskikh zhenshchin i muzhchin: kross gruppovoe issledovanie [Perceptions of Chinese women and men character: A cross group study]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 8 (1), 186–201. (In Russ.). https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_1_186
- Chen, Y., Erofeeva, E. V. (2021). Avto i geterostereotypy kitayskikh muzhchin i zhenshin [Auto and heterostereotypes of Chinese women and men: Appearance]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 7 (3), 204–219. (In Russ.). https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_3_204_219
- Cherkasova, G. A. (2005). Kvantitativnye issledovaniya assotsiativnykh slovarey [Quantitative research of associative dictionaries]. *Obshchenie. Soznanie. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya [Communication. Consciousness. Cross-cultural communication]* (pp. 227–244). Kaluga : Kaluga State University Press. (In Russ.).
- Shi, M. (2022). Istoriya, sovremennaya situatsiya i osobennosti issledovaniy kontseptsii Van Yanmina v Rossii (na materiale analiza kontsepta ZNANIE) [History, current situation and specifics of Yangming studies in Russia (Based on the concept KNOWLEDGE)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 8 (2), 172–180. (In Russ.). https://doi.org/10.22250/24107190_2022_8_2_172
- Yakovleva, E. S. (1994). *Fragmenty russkoy yazykovoy kartiny mira (modeli prostranstva, vremeny i vospriyatiya) [Glimpses of the Russian linguistic picture of the world (Space, time and perception models)]*. Moscow : Gnozis Press. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 05.02.2024; одобрена после рецензирования 12.07.2024; принята к публикации 05.08.2024.

The article was submitted 05.02.2024; approved after reviewing 12.07.2024; accepted for publication 05.08.2024.