

Научная статья
УДК 811
DOI: 10.14529/ling250104

АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР» В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА НОСИТЕЛЕЙ РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУР

И.Г. Насталовская, *nastalovskaiaig@susu.ru*
Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

Аннотация. В статье изучается ассоциативное поле «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур. Особое внимание сосредоточено на анализе реакций представителей русской и китайской культур, полученных с помощью ассоциативного эксперимента. Результаты ассоциативного эксперимента позволяют судить о типичных представлениях носителей русской и китайской культур, о главных когнитивных параметрах концепта «национальный характер», закреплённых в сознании представителей русского и китайского этноса.

Ключевые слова: языковая картина мира, ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле

Для цитирования: Насталовская И.Г. Ассоциативное поле «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2025. Т. 22, № 1. С. 27–34. DOI: 10.14529/ling250104

Original article
DOI: 10.14529/ling250104

ASSOCIATIVE FIELD OF NATIONAL CHARACTER IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUISTIC WORLDVIEWS

I.G. Nastalovskaia, *nastalovskaiaig@susu.ru*
South Ural State University, Chelyabinsk, Russia

Abstract. The article discusses the associative field of “national character” in Russian and Chinese linguistic worldviews. The research focuses on the analysis of responses, obtained through an associative experiment from Russian and Chinese participants. The results of the experiment allow us to elicit the main cognitive parameters of the concept “national character” and to describe the typical representations that are enshrined in the minds of Russian and Chinese respondents.

Keywords: linguistic worldview, associative experiment, associative field

For citation: Nastalovskaia I.G. Associative field of national character in Russian and Chinese linguistic worldviews. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2025;22(1):27–34. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling250104

В настоящее время в отечественном и зарубежном языкознании вопросу языковой картины мира посвящено много исследований. Л. Вайсгербер под языковой картиной мира рассматривает единство духовных и языковых составляющих, влияющих и определяющих функционирование языка. По мнению исследователя, языковая картина мира наделена двойственной природой, которая, с одной стороны, является результатом развития этноса и языка, а с другой стороны, играет важную роль в их развитии. Анализируя языковую картину определенного этноса, мы должны учитывать тот факт, что языковая картина мира не является постоянным явлением, а подвержена измене-

ниям во времени. Будущие поколения получают представление о языковой картине мира через закреплённые в языке правила поведения и образ жизни. Кроме того, языковая картина мира влияет на особенности строения артикуляционного аппарата носителей языка, слоговый тон, фразовое ударение, словарный состав, морфологию и синтаксис языка [1, 6].

Под языковой картиной мира мы понимаем специфический для определенного языкового коллектива образ сознания, отраженный средствами языка.

Предлагая собственные трактовки понятия «языковая картина мира», исследователи сходятся

© Насталовская И.Г., 2025.

во мнении о том, что языковое членение мира у разных этносов отличается.

В настоящее время изучение ассоциативного значения слова стало одним из наиболее разработанных направлений в языкознании, которое позволяет построить модель языковой картины мира изучаемого этноса.

В данной статье мы анализируем ассоциативное поле «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур. Термин «ассоциативное поле» появился в языкознании в 1955 г. благодаря Ш. Балли, который под ассоциативным полем предлагает рассматривать «совокупность ассоциатов на слово-стимул». В структуре ассоциативного поля были выделены ядро и периферия, включающие наиболее частотные и менее частотные реакции на стимул соответственно [4, с. 44].

При изучении ассоциативного поля «национальный характер» мы обратились к методу ассоциативного эксперимента, родоначальниками которого считаются американские психологи Г.Г. Кент и А.Дж. Розанов. В отечественной науке методика организации и проведения ассоциативного эксперимента была усовершенствована и апробирована в исследованиях псих лингвистов А.Р. Лурии и О.С. Виноградовой. Мы поддерживаем точку зрения ученых, которые утверждают, что ассоциативный эксперимент позволяет получить достоверное представление о языковой картине мира изучаемого этноса [3].

Как подчеркивает Н.В. Уфимцева, «ассоциативное поле, получаемое в результате проведения ассоциативного эксперимента, представляет не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент образа мира, отраженного в сознании среднего носителя той или иной культуры, его мотивов и оценок и, следовательно, его культурных стереотипов» [11, с. 104]. Кроме того, ассоциативный эксперимент позволяет «выявить системность образа мира носителей той или иной культуры <...>, и систему их культурных стереотипов, которые отражают и особенности национального характера» [12, с. 236].

Осуществляя работу по изучению ассоциативных полей, исследователи могут прибегнуть к одной из трех разновидностей ассоциативного эксперимента. В зависимости от особенностей задач, которые требуется решить в рамках ассоциативного эксперимента, исследователи организуют и проводят свободный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент или цепной ассоциативный эксперимент. По правилам свободного ассоциативного эксперимента респонденты должны отреагировать на стимул первым словом, которое придет на ум. При этом ответ респондентов не ограничен ни формально, ни семантически [13]. Р.М. Фрумкина настаивает на том, что ассоциативный процесс включает процесс выбора ответов и подчеркивает

принципиальную необходимость требовать от респондентов отвечать первым пришедшим на ум словом. По мнению ученого, точные формулировки задания и четкие временные рамки предъявления ассоциативной реакции снизят вероятность того, что респонденты будут перебирать возможные ответы. Участникам направленного ассоциативного эксперимента также необходимо ответить на вопрос-стимул первым пришедшим на ум словом, но выбор реакций ограничен. Участники цепного ассоциативного эксперимента не ограничены ни формально, ни семантически и при ответе на вопросы могут предлагать любое количество реакций [13].

В рамках изучения ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур мы организовали и провели направленный ассоциативный эксперимент [8]. Мы солидарны с точкой зрения О.Е. Виноградовой, которая подчеркивает, что именно «направленный ассоциативный эксперимент является наиболее информативным в условиях ограниченного количества испытуемых, так как респонденты предлагают несколько реакций к изучаемым лексемам, а стимул-вопросы направляют и уточняют реакции» [2, с. 31].

Определяя оптимальное количество участников направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира представителей русской и китайской культур, мы опираемся на выводы Г.А. Черкасовой, которая заявляет, что «постоянные реакции имеют относительную частоту встречаемости более 5 % в любых выборках объемом не менее 100 респондентов. При увеличении объема выборки со 100 до 200 респондентов относительные частоты встречаемости постоянных реакций стабилизируются» [14, с. 244]. Автор доказывает, что число участников опроса, составляющее не менее ста человек, обеспечивает достоверность полученных результатов эксперимента [14, с. 244]. Таким образом, достоверность результатов, полученных в ходе направленного ассоциативного эксперимента, будет обеспечена привлечением к участию в эксперименте респондентов в количестве не менее ста человек.

Общее число участников организованного и проведенного нами направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира представителей русской и китайской культур составило 103 человека (табл. 1). Направленный ассоциативный эксперимент был организован и проведен на базе Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск). Языком проведения направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира представителей русской и китайской культур яв-

Таблица 1

Состав участников направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур

| Участники | Носители русской культуры | | Носители китайской культуры | | Итого, чел. |
|-----------|---------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-------------|
| | Кол-во чел. | % от общего кол-ва участников | Кол-во чел. | % от общего кол-ва участников | |
| Мужчины | 8 | 7,8 | 3 | 2,9 | 103 |
| Женщины | 63 | 61,2 | 29 | 28,2 | |
| Всего | 71 | 69 | 32 | 31 | |

лялся русский язык. Анкетирование и опросы проводились в письменной форме с группами испытуемых по 20–22 человека. В направленном ассоциативном эксперименте приняли участие студенты кафедры лингвистики и перевода Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск). Экспериментальные группы совпадали с учебными группами студентов и имели смешанный характер, то есть в каждой экспериментальной группе присутствовали представители русской и китайской культур. Средний возраст испытуемых составил 19,5 года. По мнению Ю.Н. Караулова, к данному возрасту завершается становление языковой личности, которая остается стабильной на протяжении жизни. Данный факт позволяет говорить о сформированной языковой способности участников эксперимента, а полученные экспериментальные данные считать валидными при прогнозировании особенностей массового сознания представителей русской и китайской культур [5, с. 192–193].

Число представителей русской культуры, принявших участие в направленном ассоциативном эксперименте, составило 71 человек, что охватывает 69 % от общего числа участников эксперимента. Среди них 8 участников мужского пола и 63 участницы женского пола (7,8 и 61,2 % соответственно).

Как видно из табл. 1, треть респондентов направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур (32 человека, 31 %) составили китайские студенты. Число китайских студентов, принявших участие в эксперименте, составило 28,2 % (29 человек), в то время как представителей мужского пола среди китайских респондентов было 2,9 % (3 человека).

Количество представителей русской культуры, принявших участие в направленном ассоциативном эксперименте по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур, было почти в два с лишним раза больше – 68,9 % (71 человек). Анализ гендерной принадлежности участников направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур показал,

что в эксперименте приняли участие 89,3 % студентов женского пола (92 человека) и 10,7 % студентов мужского пола (11 человек). При этом число респондентов женского пола превышает число респондентов мужского пола в 8 раз (89,3 и 10,7 % соответственно).

Направленный ассоциативный эксперимент по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира представителей русской и китайской культур проходил в два этапа. Основной задачей первого этапа мы рассматривали сбор наиболее частотных стереотипных мнений представителей русской и китайской культуры друг о друге. Для достижения поставленной задачи мы изучили материалы о русских и китайцах, размещенные на различных Интернет-ресурсах. В результате было выделено по 23 гетеростереотипа представителей русской культуры о представителях китайской культуры и представителей китайской культуры о представителях русской культуры.

Наиболее частотные гетеростереотипные представления русской и китайской культур друг о друге легли в основу анкет, в которых респондентам предлагалось высказать свое отношение к тому или иному утверждению о каждой из двух наций.

На втором этапе направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира представителей русской и китайской культур испытуемым была дана установка ответить на стимул-вопросы анкеты, написав первое слово (или несколько слов), пришедшее в голову. При этом мы установили временное ограничение, которое составило одну минуту. Разрабатывая анкету и продумывая стимул-вопросы для нее, мы опирались на список стимулов, предложенный О.А. Леонтович [7] для изучения авто- и гетеростереотипов во взаимовосприятии русских и американцев. Применительно к нашему исследованию мы модифицировали предложенный список стимулов с учетом специфики нашего исследования.

В результате проделанной работы представителям китайской культуры было предложено ознакомиться с гетеростереотипами о Китае и китайцах, сложившихся у представителей русской культуры и представленных в Интернете, и прореагировать на них. Кроме того, мы попросили китайских участников направленного ассоциатив-

ного эксперимента выразить свое отношение (согласиться или не согласиться) к стереотипами о русских и России, которые, согласно Интернет-ресурсам, сформировались у китайцев. Аналогичная задача стояла перед российскими респондентами.

Ассоциативное поле «национальный характер» было образовано из реакций респондентов на вопросы, которые были включены в анкету: «Русские, какие они? (напишите несколько определенных типичных черт)», «Китайцы, какие они? (напишите несколько определенных типичных черт)» и «Россия, какая страна?», «Китай, какая страна?».

Реакции респондентов на стимул-вопрос «Русские/китайцы, какие они? (напишите несколько определенных типичных черт)» были разделены нами на две подгруппы. Первая подгруппа реакций объединила реакции, касающиеся описания внешности и антропологических характеристик представителей изучаемой культуры. Вторая подгруппа реакций включает реакции респондентов, посвященные описанию этноса, черт национального характера, поведения.

Наиболее частотные реакции представителей русской культуры на стимул-вопрос «Русские, какие они? (напишите несколько определенных типичных черт)» представлены в табл. 2.

Как показывают данные проведенного опроса, представители русской культуры воспринимают представителей собственной культуры красивыми, высокими и светлыми. Образ русского уточняется такими реакциями, как светлые волосы, светлые глаза, светлокожие, голубоглазые, русые, белые, славянской

внешности. Особенности телосложения отмечены такими ассоциатами, как толстые (крупные), а неопрятный внешний вид – грязные.

По мнению российских респондентов, самой яркой чертой русского национального характера является доброта, которая проявляется в добродушии, отзывчивости и щедрости. Еще одной характеристикой национального характера является умение россиян веселиться, общаться и заводить друзей. В связи с этим получаем следующие реакции: веселые, гостеприимные, открытые, общительные, искренние, хотя в то же время русские грубы или грубоваты. В числе основных черт национального характера русских представители русской культуры называют силу и детализируют: русские смелые и отважные, обладают непоколебимой волей. Российские респонденты считают представителей своего этноса ответственными, решительными, образованными, при этом отмечается, что русские могут быть нестарательными и ленивыми. Реакции опрошенных российских студентов позволили сделать нам вывод о том, что национальный характер представителей русской культуры является весьма противоречивым: русские могут быть разными, как наглыми, так и хитрыми, а могут быть добрыми, прямыми, серьезными, сильными и бесстрашными. Русские, по мнению российских респондентов, могут быть смешными и в то же время неулыбчивыми; уставшими, но жизнерадостными; готовыми прийти на помощь, но при этом агрессивными. Респонденты подчеркивают патриотизм и трудолюбие – патриоты, работяги, трудолюбивые. При этом русские респонденты считают представителей своего этноса простыми, но странными. Наряду с ответом ум-

Таблица 2

Реакции представителей русской культуры на стимул-вопрос «Русские, какие они?»

| Тематическая подгруппа АП | Частотные реакции российских респондентов (71 чел.) |
|--|--|
| Описание внешности (антропологические характеристики) | Высокие, красивые, белые, русые, голубоглазые, светлокожие, светлые, светлые волосы, светлоглазые, славянской внешности, грязные, высокие, светлые волосы, толстые (крупные) |
| Описание этноса, черт национального характера, поведения | Добрые, веселые, сильные, гостеприимные, смелые, отзывчивые, открытые, грубые, умные, ленивые, добродушные, дружелюбные, общительные, дружные, доброжелательные, злые, целеустремленные, ответственные, жизнерадостные, мужественные, наглые, честные, хорошие, глупые, разные, непобедимые, щедрые, лучшие (в мире), упертые, бесстрашные, душевные, храбрые, щедрые, грубоватые, трудолюбивые, стойкие, шумные, угрюмые, сильные духом, патриотичные, патриоты, сильные духом, пьяные, смешные, агрессивные, громкие, задумчивые, бесстрашные, уставшие, доверчивые, серьезные, готовые прийти на помощь, выносливые, работящие, неулыбчивые, понимающие, скрытные, гордые, озлобленные, находчивые, типичные, странные, непунктуальные, толерантные, хитрые, независимые, справедливые, верующие, изобретательные, заботливые, надежные, непоколебимые, искренние, настойчивые, противоречивые, мудрые, молчаливые, волевые, приветливые, упорные, душевные, неинициативные, рабские по натуре (с рабским менталитетом) |

ные мы получаем ассоциат глупые, а также творческие, честные и суровые. Многовековая пагубная привычка русских чрезмерно употреблять спиртные напитки находит свое отражение в ассоциате пьяные, а неумение выполнить поставленные задачи в срок – в ассоциате непунктуальные. Этноцентризм в сознании российских респондентов проявляется в ассоциатах хорошие и лучшие (в мире). Русские воспринимаются представителями русской культуры упертыми и настойчивыми, поэтому они непобедимые и непоколебимые. С одной стороны, русские кажутся обычными, а с другой – они искренние, надежные, заботливые, верные, верующие и справедливые [8].

Как подчеркивает Г.У. Солдатова, автостереотипы отличаются разнообразием и комплексностью. «... автостереотипы более неоднородны в том смысле, что почти всегда включают в себя относительно самостоятельные внутриэтнические прообразы» [9, с. 29]. Данные, полученные нами в ходе направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» представителей русской и китайской культур, подтверждают данное высказывание.

Результаты направленного ассоциативного эксперимента приводят к выводу о том, что автостереотипы национального характера имеют высокую позитивную направленность. В числе отрицательных реакций встречаем такие реакции, как ленивые, наглые, глупые, грубые, злые, пьяные, агрессивные, озлобленные, непунктуальные, странные, упрямые, неинициативные, рабские по натуре. При этом считаем нужным отметить низкий процент отрицательных реакций (14,5 %) в ответах российских респондентов. По мнению Г.У. Солдатовой, групповым автостереотипам свойственно быть монотонно позитивными, так как они содержат «культурно одобряемые» признаки [9, с. 29].

Анализ реакций представителей русской культуры на стимул-вопрос «Россия, какая страна?» показывает, что респонденты описывают Россию как сильную державу, которая должна отстаивать свои интересы; уникальную и самобытную страну; страну, которая полна агрессии.

Изучив данные анкет, посвященных автостереотипам о русских и России, представителей русской культуры, мы пришли к выводу, что российские респонденты (49,8 %, 35 чел.) не согласились примерно с половиной из них.

Абсолютно все респонденты, представляющие русскую культуру (99,9 %, 71 чел.), не согласились с тем, что россияне живут в постоянном страхе, а русский язык – это легкий для освоения язык. Треть опрошенных (30,1 %, 22 чел.) отрицали тот факт, что русские любят водку, считают себя культурными и гостеприимными. При этом большинство респондентов (96 %, 68 чел.) согласны, что в России развита бюрократия и сильная армия, а русский народ любит свободу, стремится быть первым и гордится своими писателями и поэтами. Российские респонденты также сошлись во мнении о том, что все дешевые товары производятся в Китае и имеют низкое качество. Около половины опрошенных представителей русской культуры (48 %, 34 чел.) не согласились с тем, что русские мужчины заботятся о женщинах и носят за них тяжелые сумки. Также далеко не все российские участники анкетирования согласились с тем, что русские не любят Америку (62 %, 44 чел.) и проявляют терпение и терпимость по отношению к власти (73 %, 52 чел.).

В этой связи нам было интересно сравнить реакции представителей китайской культуры на предложенный стимул-вопрос «Русские, какие они? (напишите несколько определенных типичных черт)». Наиболее частотные реакции носителей китайской культуры на предложенный стимул-вопрос представлены в табл. 3.

Представители китайского этноса описывают внешность представителей русской культуры, используя такие характеристики, как красивые, светлые, имеют русые волосы, а также одинаковые.

Оценивая характер представителей русской культуры, китайские участники направленного ассоциативного эксперимента предлагают следующие реакции: добрые, умные, сильные и общительные. Среди основных положительных характеристик представителей русской культуры китайские участники эксперимента отмечают сме-

Таблица 3

Реакции носителей китайской культуры на стимул-вопрос «Русские, какие они?»

| Тематическая подгруппа АП | Частотные реакции китайских респондентов (32 чел.) |
|--|---|
| Описание внешности (антропологические характеристики) | Красивые, русые волосы, светлые, светлые волосы, одинаковые |
| Описание этноса, черт национального характера, поведения | Добрые, умные, общительные, сильные, дружелюбные, открытые, смелые, гостеприимные, уверенные в себе, щедрые, верные, отзывчивые, наглые, резкие, добрые, сильные, трудолюбивые, патриотичные, образованные, серьезные, деловые, бесстрашные, справедливые, крепкие, хорошие, модные, с чувством юмора, вежливые, простые, справедливые, бесстрашные, верные [8] |

лость, бесстрашие, открытость, гостеприимство, отзывчивость и патриотизм. Среди реакций китайских студентов можно выделить следующие гетеростереотипы: самоуверенный, щедрый, смелый, образованный, сильный, модный, с чувством юмора, профессиональный, справедливый, вежливый. В числе отрицательных качеств представителей русской культуры китайские респонденты выделяют резкость и высокомерие [8].

Как показали данные направленного ассоциативного эксперимента, гетеростереотипы национального характера представителей русской культуры отличаются высокой позитивной направленностью, присутствует незначительный процент (7,6 %) негативных реакций.

Изучив анкеты китайских респондентов, посвященных гетеростереотипам о России и русских, мы пришли к выводу, что китайские студенты не согласились в среднем с 6 утверждениями из 23 предложенных. 72 % китайских респондентов согласились с тем, что русские любят водку, стремятся быть первыми, считают себя культурными и гордятся своими писателями и поэтами. Кроме того, китайские респонденты отметили в представителях русской культуры гостеприимство, свободолобие, антипатию к Америке. Китайские респонденты согласны, что русские любят медведей и матрешек, Россия – это страна, где очень холодно, в которой царит бюрократия и которая обладает сильной армией, а русские мужчины носят тяжелые сумки для русских женщин.

Около половины китайских студентов не согласились с тем, что русские не улыбаются, жалеют о распаде СССР. Большинство опрошенных (92 %) не согласны с тем, что россияне живут в постоянном страхе, а русский язык легко выучить.

Далее мы проанализировали реакции российских и китайских респондентов на стимул-вопрос: «Китайцы, какие они? (напишите несколько

определенных типичных черт)». Данные проведенного опроса представлены в табл. 4.

Респонденты, представляющие русскую и китайскую культуры, сошлись во мнении, что китайцы темноволосые и круглолицые. Российские респонденты отмечают смуглый цвет кожи, узкие глаза, невысокий рост, кроме того, мы находим реакцию страшные и одинаковые.

По коммуникативному поведению и отношению к людям китайцы, по мнению российских респондентов, представляются дружелюбными, трудолюбивыми, общительными, улыбчивыми, умными, уважающими традиции, интересными, склоченными, предприимчивыми, работающими, хорошими, преданными семье, но в то же время шумными, странными, громкими, непонятными.

По мнению китайских респондентов, доброта, гостеприимство, трудолюбие, дружелюбие, скромность, честность, готовность помочь, мудрость, целеустремленность, спокойствие, открытость, улыбчивость являются характерными чертами китайского этноса. Единственным отрицательным качеством этноса, по мнению китайских респондентов, является хитрость.

Как считает Т.Г. Стефаненко, автостереотипы всегда более позитивны, чем гетеростереотипы [10]. Результаты организованного и проведенного нами направленного ассоциативного эксперимента подтверждают данный тезис. Наибольшее число отрицательных реакций в ассоциативном поле «национальный характер» наблюдается в ответах российских респондентов (17 %) (шумные, странные, громкие, непонятные), в то время как процент негативных реакций у китайских респондентов незначительный (2,3 %) (хитрые).

Анализ данных, полученных в результате анкетирования представителей русской культуры, показал, что, отвечая на вопросы, посвященные Китаю и китайцам, российские респонденты не согласились в среднем с 10 утверждениями из 23 предложенных. Количество отрицательных реакций составило 43 %.

Таблица 4

Реакции российских и китайских респондентов на стимул-вопрос «Китайцы, какие они?»

| Тематическая подгруппа АП | Частотные реакции российских респондентов (гетеростереотипы) (71 чел.) | Частотные реакции китайских респондентов (автостереотипы) (32 чел.) |
|--|--|---|
| Описание внешности (антропологические характеристики) | Смуглые, с узкими глазами, узкоглазые, круглолицые, темноволосые, невысокие, страшные, одинаковые | Темные волосы, темные глаза, круглое лицо |
| Описание этноса, черт национального характера, поведения | Дружелюбные, трудолюбивые, шумные, общительные, улыбчивые, странные, умные, уважают традиции, интересные, сплоченные, предприимчивые, работающие, громкие, преданные семье, чтящие традиции, непонятные, хорошие | Добрые, гостеприимные, трудолюбивые, умные, дружелюбные, хитрые, хорошие, скромные, честные, готовые помочь, дружные, мудрые, целеустремленные, спокойные, открытые, улыбчивые, приветливые, вежливые, добросовестные |

Наиболее частотными отрицательными реакциями российских респондентов в отношении представителей китайской культуры можно выделить следующие реакции: едят, что попало, все на одно лицо, говорят только на китайском, жадные, бедные, являются атеистами, подражают американцам. Лишь один респондент считает, что китайцы – лучшая нация в мире. Часть респондентов не согласилась с утверждениями о том, что китайцы вне конкуренции, хорошо обучаемы и дисциплинированы, любят детей, следят за своим здоровьем, любят поесть, а также могут иметь только одного ребенка в семье. Абсолютное большинство респондентов, представляющих русскую культуру, согласилось с тем, что основным блюдом в рационе китайцев является рис, китайцы предприимчивы и трудолюбивы, китайский язык очень сложен, в Китае много людей и мало места.

Характеризуя Китай и его жителей, российские респонденты отмечают, что Китай – красивая, древняя страна с интересной историей и традициями, символом страны является дракон, страна контрастов, где роскошь соседствует с бедностью; страна с дружной и единой нацией; страна, где любят рис; друг России. С одной стороны, китайский этнос воспринимается российскими респондентами как многочисленный, трудолюбивый, дружелюбный и умный, но с другой – китайцы могут вести себя пренебрежительно, шумно и грубо.

Результаты анкетирования показали, что 82 % китайских респондентов согласились лишь с двенадцатью из двадцати трех отобранных для анкеты стереотипных утверждений. Подавляющее большинство респондентов (94 %) согласны с тем, что китайцы предприимчивы и трудолюбивы, едят рис, чавкают во время приема пищи, уважают

боевые искусства и им нет конкурентов во многих сферах деятельности. Более того, 96 % китайских респондентов согласны с тем, что Китай – это страна с большим количеством людей и недостаточной территорией для этого населения, а также с опытным Политбюро. 91 % респондентов-китайцев не согласны с тем, что китайцы жадные, похожи друг на друга, легко обучаются, дисциплинированы, подражают американцам, являются атеистами, не любят детей и всегда говорят по-китайски.

Таким образом, в ответах участников направленного ассоциативного эксперимента по изучению ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира представителей русской и китайской культур четко прослеживаются характерные черты «своей» и «чужой» культуры. Результаты организованного и проведенного нами направленного ассоциативного эксперимента позволяют утверждать, что для любого этноса важны единство и сплоченность нации. Подтверждение этому мы находим в реакциях: помогают друг другу и близким, не предадут родных, не бросают своих в беде. При этом представители других этносов воспринимаются как странные и непонятные.

В заключение можно сделать вывод о том, что данные, полученные в ходе направленного ассоциативного эксперимента, нацеленного на изучение ассоциативного поля «национальный характер» в языковой картине мира представителей русской и китайской культур, могут быть использованы для прогнозирования межнациональных конфликтов, снижения межнациональной напряженности и враждебности на международном уровне, а также для гармонизации межкультурного взаимодействия.

Список литературы

1. Вайсгербер, Й.Л. Родной язык и формирование духа. URSS. 2009. 232 с.
2. Виноградова О.Е. Психолингвистические методы и задачи исследования // Сб. научных трудов. Психолингвистика и лексикография. Вып. 3 / Научный редактор А.В. Рудакова. Воронеж: Изд-во «Истоки», 2016. С. 29–32.
3. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Харьков; Москва: РА – Каравелла, 2001. 320 с.
4. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010. 487 с.
5. 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 / Ю.Н. Караулов и др. М., 1994. Ч. I. С. 190–218.
6. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. 284 с.
7. Леонтович О.А. Системно-динамическая модель межкультурной коммуникации между русскими и американцами: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20. Волгоград: ВГПИУ, 2002. 502 с.
8. Насталовская И.Г. Авто- и гетеростереотипы о представителях русской и китайской культур // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2022. Т. 19, № 4. С. 58–64.
9. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998. 389 с.
10. Стефаненко Т.Г. Общение и оптимизация совместной деятельности // Социальные стереотипы и межэтнические отношения / под ред. Г.М. Андреевой, Я.М. Яноушека. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. С. 242–250.

11. Уфимцева Н.В. Языковое сознание как отображение этносоциокультурной реальности // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1 (1). С. 102–109.
12. Уфимцева Н.В. Языковое сознание: динамика и вариативность: монография. М.; Калуга: Институт языкознания РАН, 2011. 251 с.
13. Фрумкина Р.М. Психолингвистика: учебное пособие для студентов вуза по специальности «Лингвистика и новые информационные технологии». М.: Академия, 2001. 320 с.
14. Черкасова Г.А. Квантитативные исследования ассоциативных словарей // Общение. Сознание. Межкультурная коммуникация: сб. статей / Институт языкознания РАН. Калуга: КГПУ им. К.Э. Циолковского, 2005. С. 227–244.

References

1. Vaisgerber Y.L. *Rodnoi yazyk i formirovaniye ducha* [Native language and the formation of the spirit]. URSS, 2009. 232 p.
2. Vinogradova O.E. *Psiholingvisticheskiye metody i zadachi issledovaniya* [Psycholinguistic methods and objectives of the study]. Voronezh, Istoki, 2016. P. 29–32. (in Russ.)
3. Goroshko E.I. *Integrativnaia model svobodnogo assotsiativnogo experimenta* [Integrative model of free association experiment]. Kharkov, Moscow, RA Karavella, 2001. 320 p.
4. Zherebilo T.V. *Slovar lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of linguistic terms]. Nazran, Pilgrim, 2010. 487 p.
5. Karaulov Y.N. *Russkiy assotsiativnyi slovar kak noviy lingvisticheskiy istochnik i instrument analiza yasikovoy sposobnosti* [Russian associative dictionary as a new linguistic source and means of language ability]. Moscow, 1994, Book 1, pp. 190–218. (in Russ.)
6. Krasnikh V.V. *Etnopsikholingvistika i lingvokulturologia: kurs lektziy* [Ethnopsycholinguistics and linguacultural studies: course of lectures]. Moscow: Gnoziz. 2001. 284 p.
7. Leontovich O.A. *Sistemno-dinamicheskaya model mezhkulturnoy kommunikatsii mezhdu russkimi i amerikantsami* [Systematic-Dynamic Model of Cross-Cultural Communication between Russians and Americans]. Volgograd, VGPU, 2002. 502 p.
8. Nastalovskaia I.G. Auto- i geterostereotypes of Russians and Chinese. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2022, vol. 19, no. 4, pp. 58–64. (in Russ.)
9. Soldatova G.U. *Psikhologia mezhetnicheskoi napryazhennosti* [Psychology of interethnic tensions]. Moscow: Smysl, 1998. 389 p.
10. Stephanenko T.G. [Communication and Optimization of Joint Activities] *Sotsialniye stereotypy i mezhetnicheskiye otnosheniya* [Social Stereotypes and Interethnic Relations]. Moscow, 1987, pp. 242–250.
11. Ufimtseva N.V. [Linguistic Consciousness as a Reflection of Ethno-Socio-Cultural Reality]. *Voprosy psicholingvistiki* [Questions of psycholinguistics]. 2003, № 1 (1), pp. 102–109. (in Russ.)
12. Ufimtseva N.V. *Yasikovoye soznaniye: dinamika i variativnost: monographia* [Language consciousness: dynamics and variability: monograph], Moscow, Kaluga: Institut yazykoznaniiya RAN, 2011. 251 p.
13. Frumkina R.M. *Psicholingvistika: uchebnoye posobiye dlya studentov vusa po spetsialnosti "Lingvistika i novye informatsionnyie tehnologii"* [Psycholinguistics: a study guide]. Moscow: Akademiya, 2001. 320 p.
14. Cherkasova G.A. [Quantitative Research of Associative Dictionaries]. *Obshchenie. Soznanie. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Communication. Consciousness. Intercultural communication: collection of articles]. Kaluga, KGPU, 2005, pp. 227–244. (in Russ.)

Сведения об авторе

Насталовская Инна Геннадьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры лингвистики и перевода, Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия; nastalovskaiaig@susu.ru

Information about the author

Inna G. Nastalovskaia, PhD, associate professor of the Department of Linguistics and Translation Studies, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia; nastalovskaiaig@susu.ru

Статья поступила в редакцию 27.06.2024.

The article was submitted 27.06.2024.