

17. Фоноархив лаборатории региональной лингвистики Амурского государственного университета. Диалектологический фонд.
18. Рубеж. Харбин, 1941. № 4.
19. Ярошенко А. Другой берег судьбы // «Город». 12.09. 2007.
20. Ворсобин В. Китайцев не надо бояться, у них надо учиться // «Комсомольская правда». 26.06.2007.
21. Несмелов А. Драгоценные камни. Повесть // Несмелов А. Собрание сочинений. Т. II. Рассказы и повести. Мемуары. Владивосток, «Рубеж», 2006.
22. Несмелов А. Ламоза. Рассказ // Несмелов А. Собрание сочинений. Т. II. Рассказы и повести. Мемуары. Владивосток, «Рубеж», 2006.
23. Комментарии Е. Витковского, А. Колесова, Ли Мэн, В. Резвого // Несмелов А. Собрание сочинений. Т. II. Рассказы и повести. Мемуары. Владивосток, «Рубеж», 2006.
24. Комментарии Е. Витковского и Ли Мэн // Несмелов А. Собрание сочинений. Т. I. Стихотворения и поэмы. Владивосток, «Рубеж», 2006.
25. Фоноархив лаборатории региональной лингвистики Амурского государственного университета. Харбинский фонд.
26. Оглезнева Е.А. Русский язык в восточном зарубежье (на материале русской речи в Харбине). Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2009.
27. Понкратова Л.А. Особенности динамики и структуры международных миграций в приграничных регионах Дальнего Востока // Россия и Китай на дальневосточных рубежах. 3. / Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2002.
28. Баженова Е.С. Приграничные районы Дальнего Востока: современные проблемы миграции и пути их решения // Там же.
29. Мотрич Е.Л. Китайцы на российском Дальнем Востоке: проблемы и перспективы // Там же.
30. Волхонский Б. До Китая рукой подать // Власть. 31.07. 2006. № 30 (684).
31. Ярошенко А. Русских не пускают в китайский музей // «Город». 11.09.2007.
32. Фоноархив лаборатории региональной лингвистики Амурского государственного университета. Китайский фонд.

И.А. Кунгушева

КИТАЙ И КИТАЙЦЫ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ АМУРЧАН

При рассмотрении языка и культуры обращает на себя внимание проблема этнокультурного сознания и речевого поведения человека, с особой силой проявляющаяся при межэтническом и межкультурном взаимодействии. К данным вопросам обращались представители широкого круга социальных и гуманитарных наук: психологи, социологи, философы. В конце XX в. возникло множество новых научных дисциплин, изучающих этнокультурные феномены: этнопсихология, этноконфликтология, этнопедагогика, этносоциология и др. Наряду с ними активно развивается этнолингвистика и этнопсихоллингвистика, постулирующие мысль о том, что язык – это не только главное средство осуществления диалога между культурами, но и средство формирования мировоззрения говорящего, включая представление о том, что значит принадлежать к той или иной этнической группе.

Проблемы осмысления межкультурного и межнационального общения, выявления специфики когнитивных моделей, используемых представителями различных наций, находятся в фокусе внимания многих исследователей: А.А. Залевской, Ю.Н. Караулова,

Е.С. Кубряковой, А.А. Леонтьева. Все больший интерес у специалистов вызывает реконструкция ментальных структур, определяющих восприятие и осознание одной нации другой (В.Ф. Петренко, Ю.А. Сорокин, Н.В. Уфимцева). Дискуссиям по поводу представления национального «себя» и «образа другого», функционированию в данном контексте разнообразных (социальных, национальных, идеологических и иных) стереотипов посвящено множество публикаций Ю.Д. Апресяна, В.В. Воробьева, В.В. Красных, Ю.Е. Прохорова, Ю.А. Сорокина, Ю.С. Степанова, В.Н. Телия и др.

По мнению Е.Ф. Тарасова, постижение образов чужой культуры ведётся либо через «эквивалентный» образ своей культуры, либо через поиск различий в образах своей и чужой культур [1, с. 98]. В рамках изучения социально-психологических аспектов межэтнического взаимодействия обычно исследуются этнические стереотипы, которые еще со времен первобытного строя формировались в силу разделения человечества на «мы» – «они». Народное самосознание обостряется в ситуации межэтнического общения, когда происходит деление на «наше» и «не наше». Людям свойственно более высоко ценить «свое» и ниже, чем оно того заслуживает, «чужое». Традиционно в научном дискурсе это явление обозначается оппозицией «свой – чужой». В языковой картине мира при национальной идентификации эксплицитными средствами выражения данной оппозиции являются этнонимы как «особый разряд исторической лексики, названия различных видов этнических общностей: наций, народов, народностей, племен, племенных союзов, родов и т.п.» [2, с. 113].

В данной работе представлено описание этнонима *китаец* и этнопонима *Китай* как лингвокультурологических элементов единого этнонимического поля, являющегося некой совокупностью мыслительных образов, которые возникают в языковом сознании говорящих при взаимодействии с окружающим миром и закрепляются в словесных знаках.

Лексика – наиболее насыщенный культурной информацией о жизни того или иного народа пласт национального языка. В ядро лексикона человека в связи с национальными приоритетами попадает то, что значимо для ментальности данного народа. Неисчерпаемым источником изучения русского мировосприятия является языковое сознание говорящих. Оно эксплицирует стереотипное видение русскоязычным населением представителей китайского этноса и выявляет специфическое к ним отношение. Китай и его народ в силу исторических, территориальных, внешнеэкономических и других экстра-причин оказался под пристальным вниманием русского человека. Сегодня национальные представления россиян о Китае исследуются в качестве фрагмента русской этнолингвистической картины мира, формирование которой напрямую связано с коренными преобразованиями в российской экономике, политике, науке в последние годы. Все это определяет актуальность исследования и позволяет на языковом материале выявить особенности современного этнонимического тезауруса, играющего значимую роль в межкультурном общении.

Примером диагностирующего исследования о взгляде россиян на Китай и китайцев с целью выявления языковых стереотипов служат результаты ассоциативного эксперимента, проводимого в различных социально-возрастных группах. Респондентам, общее количество которых составило более 300 человек, предлагалось выполнить задания: построить ассоциативный ряд, связанный с понятием «Китай» и ассоциативный ряд, связанный с понятием «китаец, китайцы». Результаты эксперимента позволили выявить соответствующее этнони-

мическое поле, имеющее закономерности парадигматической организации и синтагматического функционирования единиц, которые могут быть потенциально реализованы в естественной речи амурчан.

В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова отмечены фразеологизмы и свободные словосочетания с этнонимическим прилагательным *китайский*: *Китайская стена, китайская грамота, китайские церемонии, китайское письмо, китайские фонарики, китайский шелк, китайская вышивка, китайский чай, китайский фарфор, китайский болванчик* [3, с. 275]. Образ китайца практически не закреплён в народных выражениях национальной культуры. В использованных источниках («Русский ассоциативный словарь» Ю.Н. Караулова, «Словарь русской фразеологии» А.К. Бирих, «Словарь сравнений русского языка» В.М. Мокиенко, сборник «Пословиц русского народа» В.И. Даля) [4; 5; 6; 7] встретились лишь единичные выражения, приблизительно характеризующие образ китайца и фиксирующие стереотипное отношение говорящих к представителям данной нации. К ним относятся следующие выражения: *глаза как у китайца* «о чьих-либо узких, щёлочками глазах», *хитрый как сто китайцев* «прост.ирон. Об очень умном, проницательном, хитром, находчивом человеке», *как китайская грамота* «неодобр. О чём-либо абсолютно непонятном, неизвестном».

Современный этнонимический корпус слов с исходными лексемами *Китай, китаец* невелик. В него входят только прилагательное *китайский*, наречие *по-китайски* и более многочисленный ряд синонимических эквивалентов, которые в основном представляют собой экспрессивные лексемы ненормативного фонда с пренебрежительной и уничижительной коннотацией: *киты, китайка* «китайка», *китайка* «кафе китайской кухни», *куня, китаёза, китайчонок*. Расовые признаки национальности спровоцировали появление в речи русских образование адекватных номинаций *узкоглазый, узкоплечный, чина, рисовая морда*. В результате наблюдений было выяснено, что прилагательное *китайский* в современном дискурсе значительно расширяет свой семантический объём, оно имплицитно содержит потенциальные семы «плохой, некачественный, дешёвый» и, соответственно, приобретает дополнительную негативную коннотацию. Данная лексема в словосочетаниях типа *китайская обувь, китайские яблоки, китайский телефон, китайский рынок* и т.п. вступает в новые синонимические ряды: *китайская обувь – некачественная обувь, подделка; китайские яблоки – плохие, невкусные, вредные яблоки; китайский телефон – дешёвый, недорогой, доступный по цене телефон*.

В поле зрения русского человека сегодня находятся различные сферы жизни Китая (территориальные, экономические, производственные) и этнокультурные аспекты существования китайцев (быт, поведение, внешность и т.п.). Как показывает исследование, в современном языковом сознании амурчан создается некий лингвокультурный типаж китайца (термин В.И. Карасика), который может быть дефинирован по социальным, визуальным и другим аспектам, характеризующим личность. Данный этнонациональный стереотип есть совокупность двух составляющих: природно-биологических и социокультурных характеристик. Рассмотрим более подробно эти составляющие.

1. *Внешность, портрет*. Анализ ассоциативных высказываний, отражающих представление о «чужом» этносе, позволяет выявить наполненность понятий «мы-русские» и «они-

иностранцы», в данном случае китайцы. Говорящие, описывая представителя «не своего» мира, заостряют внимание на тех параметрах, которым, в первую очередь, не соответствует иностранец: внешность, речь, привычки, нравственно-этические ориентиры. И поскольку всю систему ценностей человек ведет «от себя», характеристика «чужого» происходит путем сопоставления, часто не в пользу последнего. В связи с предельной непохожестью восточного и русского этноса образ китайца является прямо противоположным идеалам русского населения и обретает не всегда положительные оценки. В сознании россиян рисуется образ китайца как человека *с узкими глазами, жёлтого, маленького, низкого, низкорослого*. Этнонимическая единица *китаец* на уровне синтагматических связей функционирует преимущественно с денотативно и коннотативно отрицательными лексемами: *грязный, неаккуратный, нечистоплотный, неряшливый, неухоженный, неопрятный, неприятнопахнущий, дурнопахнущий, вонючий*, что напрямую связано с образом жизни, традициями, спецификой питания, родом занятий китайцев на территории России, ведь в дальневосточном регионе китайцы занимаются в основном не интеллектуальным трудом, а мелкой торговлей, строительством, сельским хозяйством.

2. *Поведение, образ жизни*. Ассоциативный ряд, характеризующий данный семантический блок, весьма неоднороден, что говорит о полифонии мнений о китайцах, сложившихся у современных представителей русского этноса. В этом ряду можно условно выделить две тематические группы слов с общим семным составом: 1) тематическая группа лексических и фразеологических единиц, характеризующих культуру поведения китайцев и национальный характер; 2) тематическая группа лексических и фразеологических единиц, характеризующих отношение китайцев к материальным ценностям и к труду.

Концептуальное содержание этнонима *китаец* в русской языковой картине мира связано со стереотипом, определяющим китайскую национальную черту – хитрость. Отсюда, вероятно, берет свое начало известный фразеологизм *хитрый как сто китайцев* «прост.ирон. Об очень умном, пронырливом, хитром, находчивом человеке». Дополняют этот стереотипный образ следующие в основном неодобрительные характеристики: *китайцы хитрые, подлые, лживые, коварные, сами себе на уме, обманывают, дурят*. Роль денег и материальных средств в отношениях людей нашла отражение в коллективном сознании россиян, которые видят представителей соседнего государства *расчётливыми, накопительными, жадными, меркантильными, они обогащаются в России, наживаются, скупают все*. В то же время в российской культуре материальное является вторичным, считается неприличным демонстрировать заинтересованность в обогащении, личной выгоде в тех или иных финансовых операциях.

Позитивный эмоциональный контекст, окружающий этноним *китаец*, формируют лексемы со значением «речевое поведение». В сознании русских китайцы *общительные, коммуникабельные, дружелюбные, гостеприимные*. Однако современные торгово-рыночные отношения двух народов и условия их существования наложили отпечаток на образ китайских частных торговцев-предпринимателей. Предлагая купить определённые товары и услуги, китайцы разрушают принятую у русских модель поведения покупателя и продавца, нарушают принятые в русской среде нормы торговли, что влечет за собой появление осудительных ха-

рактизирующих высказываний в их адрес: *китайцы навязчивые, назойливые, приставучие, наглые, обнаглели, достали*.

Языковое сознание русских демонстрирует и явно осудительное отношение к физиологическим особенностям поведения китайцев, которые у русского человека традиционно считаются дурными манерами и признаками недостаточного воспитания человека. Это доказывают глагольные лексемы, называющие действия, связанные с нарушением этики поведения в общественных местах: *орать, кричать, толкаться, плевать, сморкаться, харкаться*.

В контексте оппозиции «свой – чужой» активно функционируют лексемы, отражающие такие национальные качества китайцев, как фанатичное трудолюбие и дисциплинированность. В системе традиционных ценностей русских труд выступает лишь как средство заработка, тогда как у китайцев он характеризует не только образ жизни, но и генетический характер народа, что вызывает открытую положительную оценку со стороны российского общества. В ассоциативных рядах с высокой частотностью повторялись выражения такого плана: *китайцы трудолюбивые, работающие, выносливые, терпеливые, трудяги, работают с утра до ночи, вкалывают день и ночь, впахивают за гроши*.

На языковом уровне общественного сознания этнотопоним *Китай* формирует богатое идеографическое поле, включающее множество традиционных лексико-семантических групп: «национальная кухня», «знаковые имена», «географические объекты», «национально-культурные ценности» и др. Однако доминирующее положение занимает лексико-семантическая группа «торговля и производство». Близость государственных границ России и Китая, активные торгово-рыночные отношения этих стран как на территории России, так и за ее пределами сформировали в русском сознании образ Китая как государства, в котором значительная часть населения включена в международные приграничные производственно-коммерческие отношения. Этим обусловлено формирование соответствующей разноплановой ассоциативной парадигмы: *Китай – таможня, граница, загранпаспорт, виза*. Можно также выделить немногочисленный тематический ряд, в который входят сугубо региональные единицы, называющие лиц, участвующих в процессе доставки товара – *фонари, челноки, кирпичи, камазисты, помогайки*. Микрополем с большим количеством элементов является группа лексем, указывающих на предметы торговли и все, что с этим связано – *товар, вещи, одежда, адидасы, обувь, шанхайки, сапоги, кроссовки, тапочки, сумки, баулы*, причем некоторые разговорно-просторечные единицы содержат дополнительную негативную коннотативную сему – *шмотки, ширпотреб, барахло, тряпки*.

Как показывает исследование, российский народ дает высокую оценку Китаю как стране с мировым признанием и с активно развивающейся экономикой, наукой, техникой, что доказывают многочисленные ассоциативные выражения типа *быстрый рост, мощный подъём, лучшая экономика, сильное государство, развитие, промышленность, китайцы все могут, у них надо учиться, они далеко пойдут, все завоюют*.

Лексическое наполнение других семантических групп в общем виде представлено в таблице.

Знаковые имена	Географические объекты	Национальная кухня	Население	Национально-культурные ценности
<i>Мао Цзэдун, Будда, Конфуций</i>	<i>Великая китайская стена, Пекин, Харбин, Шанхай, Гонконг, Желтое море, Хэйхэ, провинция Хэйлуцзян, Хуафу</i>	<i>Палочки, зеленый чай, сливочный чай, пиво, рисовая водка, пельмени, рис, соя, тофу, пекинская утка, крахмальная лапша, чисанчи, вэйсу, маласянь, чеснок, куколки, креветки, чифанька, китайка, китайская забегаловка.</i>	<i>Многолюдный, многочисленный, многонаселённый, густонаселённый, многомиллиардная страна, большое количество людей, много китайцев</i>	<i>Фарфор, бумага, порох, сложный язык, иероглифы, смертная казнь</i>

С одной стороны, представление российского народа о Китае на протяжении веков является константным. Стереотип о том, что Китай – это древнейшая цивилизация, которая подарила миру великие умы и великие открытия, сохраняется сегодня неизменным. Эти ядерные знания, как уже было сказано, закреплены в лексикографической практике: *Китайская стена, китайская грамота, китайские церемонии, китайское письмо, китайский шелк, китайская вышивка, китайский чай, китайский фарфор*. Данные выражения носят нейтральный безоценочный характер, однако имеют явный положительный денотативный характер. Формирование подобного стереотипа связано со знанием русскими истории Китая, его традиций, демографической ситуации, религиозных и общественных деятелей. В сознании русских людей прочно закреплена информация о том, что китайцы первыми изготовили бумагу, фарфор, шёлк и порох, построили Великую китайскую стену и до сих пор применяют смертную казнь.

С другой стороны, наблюдается наличие явно измененных стереотипных представлений, вызванных общественными преобразованиями в России в конце XX – начале XXI вв. Трансформация языкового сознания в первую очередь обусловлена тем, что для русских стало доступным посещение приграничного государства, россияне приобщились к национальной культуре китайцев, появилась возможность наблюдать их повседневную жизнь. С этим связано пополнение лексико-семантической группы «географические объекты» такими собственными существительными, как *Желтое море, Хэйхэ, провинция Хэйлуцзян, Хуафу, Пекин, Харбин, Шанхай, Бэйдайхэ*. В языковом сознании говорящих стали актуализироваться лексемы с семантическим компонентом «населенность»: *многолюдный, многочисленный, многонаселённый, густонаселённый, многомиллиардная страна, большое количество людей, много китайцев, они по всему миру*.

На примере анализа обширной лексико-семантической группы «национальная кухня» можно увидеть неплохое знание русскими гастрономического своеобразия китайской куль-

туры, где даются общие впечатления о восточной кухне: *палочки, экзотическая еда, острые блюда, кисло-сладкий вкус, резкий запах*. В данном семантическом пространстве выделяется несколько тематических парадигм, значимых для русского сознания в плане отличий от русской национальной кухни: 1) наименования продуктов питания: *рис, кукуруза, соя, тофу, крахмальная лапша*; 2) наименования блюд: *китайские пельмени, пекинская утка, чисанчи*; 3) наименования приправ и соусов: *маласьянь, вэйсу, соевый соус, кисло-сладкий соус*; 4) наименования напитков: *зеленый чай, сливочный чай, пиво, рисовая водка*; 5) наименование помещений, в которых происходит потребление пищи: *чифанька, китайка, китайская забегаловка*. Количественный состав лексических единиц, их семантическая детализация и отсутствие каких-либо коннотаций свидетельствует о тесном проникновении в данную область китайской культуры и неподдельном интересе к ней русского народа.

Таким образом, функционирование этнолексем, характеризующих Китай и его население, в сознании россиян подвержено заметной эволюции как в количественном, так и качественном отношении, что напрямую связано с изменениями в реальности российского бытия. Формирование нового этностереотипа – это результат личного контакта русскоязычного населения с носителями китайских традиций, который нередко являет собой обрывочные, поверхностные представления о китайском народе. Субъективность употребления этнонимических номинаций и их контекстуального окружения обусловлена резкой, сформированной на протяжении многих веков оппозицией «свой – чужой».

ЛИТЕРАТУРА

1. Кармин А.С. Культурология. СПб.: Лань, 2002.
2. Нерознак В.П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины // Язык. Поэтика. Перевод. М.: МГЛУ, 2002.
3. Толковый словарь русского языка / под ред. С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой. М., 2005.
4. Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь / Ю.Н. Караулов, Г.А. Уфимцева, Н.В. Уфимцева и др. М.: АСТ, 2002.
5. Бирих А.К. Словарь русской фразеологии: историко-этимологический справочник. СПб., 1998.
6. Мокиенко В.М. Словарь сравнений русского языка. СПб., 2003.
7. Даль В.И. Пословицы русского народа. Сборник. М., 1999.

В.В. Коломенская

КИТАЙСКАЯ РЕКЛАМА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ: К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВОЙ СПЕЦИФИКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ ВЫВЕСОК В Г. ХЭЙХЭ, КНР)

В связи с улучшением российско-китайских отношений в 90-е гг. XX в. увеличился поток русских и китайских граждан через границу. Это туристы, торговцы, представители государственных, культурных, спортивных делегаций и т.п. Несмотря на то, что два больших города, Благовещенск и Хэйхэ, располагаются буквально лицом друг к другу, в Благовещенске не так явно ощущается стремление русских коммерсантов привлечь жителей Поднебес-