

**А. А. Сазонова, И. В. Намаконов**  
*Научный руководитель — доктор филологических наук Н. И. Курганова*  
*БГЭУ (Минск)*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗА КИТАЯ НА ОСНОВЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА**

Цель нашего исследования — моделирование образа Китая в представлениях русскоговорящей молодежи (белорусов и россиян, родившихся после 1975 г.). Данная работа является составной частью научного проекта «Сравнительный анализ образа Китая в сознании старшего и младшего поколений».

Выбор темы исследования обусловлен тем фактом, что Китайская Народная Республика, дипломатические отношения с которой были установлены в 1992 г., является одним из важнейших партнеров нашей страны. Объем торговли между двумя странами непрерывно растет, Китай оказывает Беларуси значимую кредитную поддержку и реализует множество инвестиционных проектов.

Для решения поставленных задач нами была разработана анкета, которая содержала 2 части: информацию о респондентах и ряд заданий, направленных на активизацию содержания их языкового сознания. В анкетировании приняло участие 216 человек. Исследование было проведено по методологии Н. И. Кургановой [1, с. 150–156].

На первом этапе исследования мы обработали материалы ассоциативного эксперимента (АЭ), в котором респондентам было предложено написать три ассоциата к прилагательному «китайский». В результате было получено 648 ассоциативных реакций. В ядро поля вошли 242 ассоциата, что составляет 37,3 % от всего ассоциативного поля: дешевый (47), интересный (29), древний (28), традиционный (24), некачественный (16), шумный (13), непонятный (11), красивый (10), массовый (9).

На втором этапе анализа с целью реконструкции структурных параметров образа Китая мы провели моделирование когнитивной структуры образа Китая.

На основе смысловой классификации ассоциатов и их ранжирования в соответствии с количественными данными была выделена следующая когнитивная структура образа Китая: 1) Китай — это дешевый некачественный товар (103 асс.); 2) Китай — это непонятная нам страна (100 асс.); 3) Китай — это страна, вызывающая интерес (97 асс.); 4) Китай — это восточная, азиатская культура (84 асс.); 5) Китай — это развивающаяся экономика (69 асс.); 6) Китай — это страна с древней культурой (62 асс.); 7) Китай — это иероглифический язык с большим количеством носителей (42 асс.); 8) Китай — это чужая для нас страна (24 асс.).

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы: ведущими направлениями построения образа Китая через призму русскоязычного сознания являются: а) идентификация страны через дешевый товар, который часто бывает некачественным; б) противоречивая оценка Китая: с одной стороны, это непонятная для нас страна, а с другой, перспективная и инновационная экономика; в) характеристика Китая через призму разнообразной и богатой восточной культуры, в которой чтут традиции. Таким образом, в русскоязычном сознании образ Китая имеет весьма противоречивый характер. Это сложная и непонятная страна, которая одновременно интересная, красивая и перспективная.

#### **И с т о ч н и к**

*Курганова, Н. И.* Смысловое поле при моделировании значения слова / Н. И. Курганова. — Мурманск : МГГУ, 2012. — 296 с.