

## **ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА КИТАЯ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ БЕЛОРУСОВ**

*Данная статья посвящена изучению образа Китая на основе психолингвистических экспериментов. Для этих целей была разработана анкета, в которой испытуемым было предложено написать свои ассоциации, связанные со словом «китайский», а также указать дефиницию слова «Китай». Путем анализа результатов экспериментов были выделены когнитивные слои образа Китая, что позволило смоделировать образ этой страны через призму языкового сознания белорусов, а также сделать выводы о комплексности и противоречивости изучаемого образа.*

Образ страны приобретает все большую значимость, так как в глобализованном мире сотрудничество между государствами осуществляется не только на правительственном уровне, но и на уровне рядовых граждан, например, в рамках трудовой, учебной миграции, туризма. Интернационализация экономической деятельности превратила сам образ страны в восприятии других народов в ценный и перспективный ресурс внешней и внутренней политики.

Одной из стран, с которыми Беларусь в последние годы активно развивает всесторонние отношения, является Китай. Среди крупных примеров белорусско-китайского сотрудничества — индустриальный парк «Великий камень» и автомобильный завод «Белджи». Кроме того, КНР, соперничая с США за звание первой экономики планеты, позиционирует себя в качестве государства, способного оказывать определяющее влияние на судьбу всего человечества. По этим причинам мы считаем своевременным и важным обращение к психолингвистическому исследованию образа Китая или, другими словами, к изучению представлений населения Республики Беларусь об этой стране.

Целью нашей работы является моделирование образа Китая через призму психолингвистических экспериментов, проведенных в Республике Беларусь.

Следует отметить, что проблема моделирования образа Китая активно интересует российских исследователей. Но в большинстве случаев в российской науке изучение образа этой страны проводится через анализ дискурса СМИ или же путем анкетирования респондентов. При этом полностью отсутствуют работы по моделированию образа Китая через призму языкового сознания белорусов на базе психолингвистических экспериментов.

Одной из первостепенных задач нашего исследования стояло уточнение понятия образа, поскольку оно не столь однозначно трактуется в современной науке. Сложность определения «образа» в лингвистике состоит в том, что, по мнению Б. М. Гаспарова, возникающие у каждого говорящего при взаимодействии с языковым материалом образные представления имеют индивидуальный характер. Образная реакция служит первичным откликом

говорящего субъекта на языковое выражение — непосредственным, мгновенным. Следовательно, способность к образному отклику является универсальной чертой нашего обращения с языковым материалом [1].

По мнению Н. И. Кургановой, образы выступают структурными единицами, фрагментами языкового сознания. Несмотря на то, что содержание термина «языковое сознание» до настоящего времени четко не определено, тем не менее, как пишет ученый, по ряду причин нельзя утверждать, что языковое сознание сводится исключительно к языку или речи. Во-первых, вербализация мысли — это всего лишь один из этапов порождения речи; во-вторых, словесный язык объединяет все уровни мышления в единое целое, являясь своеобразным интегратором сознательной деятельности человека, поскольку язык изначально участвует в становлении мышления и психических процессов, так как языковое сознание конструируется людьми в ходе общения и освоения культурно выработанных значений и смыслов [2]. Н. И. Курганова определяет образ мира как интегральную универсальную модель знания, которая включает в себя все виды знания, преодолевая разрыв между знанием и мышлением. Следовательно, образ-концепт может быть описан через структурные параметры и операциональные (когнитивные стратегии) параметры. Структурные параметры раскрываются посредством моделирования ядра представлений, когнитивной и смысловой структур. Объективные условия для изучения образа мира открываются при сравнении содержания сознания носителей разных языков и культур [3].

Моделирование образа Китая было выполнено на материалах ассоциативных экспериментов, проведенных в 2019 г. онлайн, в которых приняло участие 216 чел. В анкетных данных нужно было указать информацию об участниках эксперимента: возраст, родной язык, место проживания, время выполнения. Для активизации образа мира информантов был разработан ряд заданий, типа: «Ответьте на вопрос с помощью трех прилагательных: Китайский — это какой...», а также «Продолжите следующее высказывание: Китай — это...».

На этапе обработки материалов первого задания (Ответьте на вопрос с помощью трех прилагательных: китайский — это какой...) мы получили 648 ассоциативных реакций на слово-стимул «китайский». В соответствии с методикой Н. И. Кургановой на начальном этапе было выделено стереотипное ядро ассоциативного поля «китайский» в составе 10 наиболее частотных вербальных реакций. Это ядро представлено следующими ассоциатами, которые ранжированы в порядке частотности: сложный (55), дешевый (47), интересный (29), древний (28), традиционный (24), некачественный (16), шумный (13), непонятный (11), красивый (10), массовый (9).

На втором этапе исследования была проведена классификация всех ассоциатов поля, включая единичные реакции, что позволило сформировать когнитивные слои образа. Основанием для классификации послужил анализ смысловой связи «слово-стимул — ассоциат», в результате чего в рамках ассоциативного поля, полученного на слово-стимул «китайский», был выделен набор основных направлений идентификации КНР через призму восприятия белорусов, что позволило нам сформировать когнитивные слои

ассоциативного поля «китайский» на материалах ассоциативного эксперимента (табл. 1).

Таблица 1

Когнитивные слои ассоциативного поля «Китайский»

№ п/п	Когнитивные слои	Количество ассоциатов
1	Китайский — это дешевый, некачественный	103
2	Китайский — это сложный, непонятный	91
3	Китайский — азиатский, восточный	84
4	Китайский — развивающийся	69
5	Китай — древний, традиционный	64
6	Китайский — это интересный	55
7	Китайский — это язык	42
8	Китай — оценка	37
9	Китайский — это чужой	25

Источники: собственная разработка.

Отметим, что выделенные слои имеют существенные количественные отличия, что свидетельствует о различной актуальности того или иного направления идентификации прилагательного «китайский» в языковом сознании белорусов. Образ комплексный, сложный и противоречивый. С одной стороны, Китай — это дешевый, некачественный товар, с другой стороны, это сложный и непонятный для нас восточный мир, с третьей — это интересная развивающаяся страна.

На следующем этапе мы обработали материалы, полученные при выполнении испытуемыми второго задания, в котором было предложено: «Продолжите следующее высказывание: Китай — это ...», т.е. было необходимо записать дефиницию к слову «Китай». В результате этого задания было получено 213 высказываний, различных как по глубине осмысления образа Китая, так и по количеству слов.

В результате классификации всех дефиниций по целому ряду оснований мы получили несколько когнитивных слоев, которые были ранжированы по принципу частотности. Все это обеспечило возможность выделить когнитивную структуру образа Китая на основе дефинирования (табл. 2).

Таблица 2

Когнитивная структура образа Китая на основе дефинирования

№ п/п	Когнитивные слои	Количество дефиниций
1	2	3
1	Китай — это страна	38

1	2	3
2	Китай — страна истории, культуры и традиций	35
3	Китай — это важный политический игрок на мировой арене	31
4	Китай — это уникальный, непостижимый мир	27
5	Китай — это экономическое развитие и производственный гигант	24
6	Китай — оценка, отношение	23
7	Китай — это страна с множеством противоречий	13
8	Китай — образ или ситуация	12
9	Китай — это место, где можно реализовать свои возможности	9

Источники: собственная разработка.

Как следует из табл. 2, когнитивная структура образа Китая, смоделированная на основе дефинирования, иерархически упорядочена: она включает девять слоев, различающихся своей наполняемостью, что свидетельствует об их неоднородности. Ранжирование данных слоев в порядке убывания наполняемости наглядно демонстрирует различия в значимости выделенных слоев в языковом сознании испытуемых. Ведущими когнитивными слоями являются: 1) Китай — это страна; 2) Китай — страна истории, культуры и традиций; 3) Китай — это уникальный, непостижимый мир. Периферия образа представлена слоями 7) Китай — это страна с множеством противоречий; 8) Китай — образ или ситуация; 9) Китай — это место, где можно реализовать свои возможности.

Моделирование когнитивной структуры образа Китая на материалах ассоциативного поля слова «китайский» и дефинирования слова «Китай» свидетельствует о том, что в нашем сознании Китай представляется как азиатская страна с богатой культурой и долгой историей, ставшая «мировой фабрикой всего». Необходимо отметить, что в языковом сознании белорусов присутствует как положительное, так и отрицательное оценочное представление о Китае, а также некоторое опасение этой страны ввиду того, что часто Китай и его культура кажутся нам непонятными, загадочными.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы: ведущими направлениями построения образа Китая через призму русскоязычного сознания белорусов являются: а) идентификация страны через дешевый товар, который часто бывает некачественным; б) оценка Китая как непонятного, загадочного восточного мира; в) характеристика Китая через призму разнобразной и богатой восточной культуры, в которой чтут традиции; г) взгляд на Китай как на современную и быстроразвивающуюся экономику. На периферии сознания участников эксперимента находятся следующие стратегии конструирования образа Китая: а) определение страны через язык; б) признание Китая чуждой русскоязычному сознанию страной; в) восприятие КНР страной, где можно реализовать свои возможности.

Результаты проведенного исследования могут найти практическое применение при разработке стратегий выхода белорусских компаний на китайский рынок, а также при планировании мероприятий, направленных на реализацию экономических, образовательных и культурных проектов в области белорусско-китайского сотрудничества.

### Источники

1. *Гаспаров, Б. М.* Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. — М. : Новое литератур. обозрение, 1996. — 352 с.
2. *Курганова, Н. И.* Смысловое поле при моделировании значения слова / Н. И. Курганова. — Мурманск : МГГУ, 2012. — 296 с.
3. *Курганова, Н. И.* Образ мира как интегральная динамическая модель живого знания / Н. И. Курганова // Масловские чтения : сб. тр. / Мурманск. гос. гуманитар. ун-т ; отв. ред. О. В. Пожидаева. — Мурманск, 2012. — С. 12–16.

СНИЛ «Лингвоэкономист»  
**А. А. Концевич**

Научный руководитель — кандидат филологических наук В. А. Шевцова

## КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ УБЕЖДЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕТИЦИЯХ

*В данной статье представлены особенности применения коммуникативных стратегий и тактик убеждения в рамках экологического дискурса. Автором были использованы общенаучные методы, лингвопрагматический анализ, дескриптивный анализ. Материалом исследования послужили тексты 14 петиций (7 на английском языке и 7 на русском). Был проведен сравнительный анализ русскоязычных и англоязычных петиций в рамках экологического дискурса, изучены особенности их применения и критерии их включения в текст петиции. Полученные выводы позволили выявить особенности функционирования петиций в рамках англоязычного и русскоязычного экологического дискурса. Данные могут в дальнейшем использоваться при анализе других публицистических материалов.*

Изучение особенностей коммуникативных стратегий в дискурсе — одно из актуальных направлений современной лингвистики. Дискурс понимается как сложное коммуникативное явление, включающее в себя, помимо текста, еще и экстралингвистические факторы. Именно по параметру «тема» выделяется экологический дискурс. Он включает в себя множество стилей и жанров — от монографий до произведений популярной и художественной литературы, в которых обсуждаются проблемы, связанные с окружающей средой, представляются знания об окружающей среде, формируется экологическая компетентность. Как самостоятельный вид коммуникации экологический дискурс возник в результате «экологизации» науки, когда произошел