

На правах рукописи

ЧЖУ Жуйшуан

**СОДЕРЖАНИЕ МОРАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ЯЗЫКОВОЙ
КАРТИНЕ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ КИТАЙСКОГО И РУССКОГО
ЯЗЫКОВ)**

10.02.19 – Теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2017

Работа выполнена в отделе психолингвистики Федерального государственного бюджетного учреждения науки Институт языкознания Российской академии наук.

Научный руководитель: **Уфимцева Наталья Владимировна**
доктор филологических наук, профессор,
главный научный сотрудник, заведующая
сектором этнопсихолингвистики ФГБУН
Институт языкознания РАН

Официальные оппоненты: **Синячкин Владимир Павлович**
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой русского языка и
межкультурной коммуникации ФГАОУ
ВО «Российский университет дружбы
народов»

Хабаров Артём Александрович
кандидат филологических наук,
преподаватель кафедры дальневосточных
языков Военного университета
Министерства обороны Российской
Федерации

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Воронежский
государственный университет»**

Защита состоится 15 июня 2017 года в 15 часов на заседании диссертационного совета Д.002.006.03 при ФГБУН Институт языкознания РАН по адресу: 125009, г. Москва, Б. Кисловский пер., д.1, стр.1. тел. 8- 495-690-35-85.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБУН Институт языкознания РАН, а также на сайте <http://iling-ran.ru/main/theses/zhu>

Автореферат разослан «___» апреля 2017 года.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук

Сидельцев А.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Моральные ценности образуют ядро системы ценностей любой культуры. Система ценностей определяет неповторимый облик центральной зоны культуры и, по мнению С.В. Лурье, остается неизменной на протяжении всего времени существования данной культуры. Подход с позиций Московской психолингвистической школы предполагает анализ содержания ценностей как общественно выработанных значений и их отражения в обыденном сознании носителя языка/культуры. Наше диссертационное исследование посвящено анализу национально-культурной специфики содержания моральных ценностей в языковом сознании представителей китайской и русской культур.

Методологической и теоретической основой исследования являются положения теории деятельности (А.Н. Леонтьев), положения культурно-исторической теории психики (Л.С. Выготский); концепция образа мира (А.Н. Леонтьев, А.А. Леонтьев); концепция языкового сознания (Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева); концепция языковой картины мира (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, Г.А. Брутян, Ю.Н. Караулов, Г.В. Колшанский, В.Н. Телия, В.А. Постовалова, Б.А. Серебренников); представления о системном характере сознания и значения (Л.С. Выготский, А.А. Лурия, В.П. Зинченко, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин и др.); теоретические положения, разработанные при исследовании системы ценностей китайскими исследователями [Хань, 1990; Ян, 1998; Хуан и др., 1989].

Актуальность исследования обусловлена различиями в национальном сознании, лежащими в основе конфликтов непонимания в межкультурной коммуникации. Исследование языкового сознания носителей разных культур и выявление общего и специфического в их образе мира имеет важное значение для оптимизации процесса межкультурного общения в целом и представителей китайской и русской культур, в частности.

Объектом исследования является языковая картина мира (языковое сознание) современных русских и китайцев.

Предметом исследования является содержание моральных ценностей в языковой картине мира (в языковом сознании) китайцев и русских.

Целью работы является исследование сходств и различий в содержании моральных ценностей в языковом сознании современных носителей китайского и русского языков (студентов в возрасте от 17 до 25 лет).

Данная цель обусловила необходимость решения следующих *задач*:

- проанализировать теоретические представления о сознании, языковом сознании, системе ценностей (философская, психологическая и

психолингвистическая парадигмы);

- провести ассоциативный эксперимент с носителями китайского и русского языков;
- разработать методику классификации результатов ассоциативного эксперимента;
- выявить и описать структуру и содержание моральных ценностей русских и китайцев по материалам ассоциативного эксперимента;
- выявить и описать общее и специфическое в содержании моральных ценностей китайцев и русских, а также установить причины, обуславливающие возникновение этих сходств и различий.

Гипотеза исследования

Ценности в языковом сознании носителя языка/культуры существуют как система, они связаны между собой и имеют определенную иерархию, определяемую особенностями культуры.

Искусственный билингвизм не приводит к формированию структуры ассоциативного поля, близкой к структуре ассоциативного поля носителей языка.

Материалом для исследования послужили результаты свободного ассоциативного эксперимента с китайскими студентами, изучающими русский язык (эксперимент проводился на русском и на китайском языках, далее – китайцы 1 и 2); с китайскими студентами, не изучающими русский язык (эксперимент проводился на китайском языке, далее – китайцы 3) и с респондентами-носителями русского языка (с ними было проведено анкетирование на русском языке).

Список стимулов состоял из 37 слов – наименований базовых ценностей россиян, выявленных социологами в процессе реализации проекта «Томская инициатива» [Базовые ценности... 2003], из которого по результатам пилотажного эксперимента были отобраны для анализа 15 слов, обозначающих моральные ценности: **здоровье, семья, любовь, безопасность, свобода, родина, вера, удовольствие, надежда, доверие, дружба, равенство, милосердие, достаток, развитие**. Стимулы **здоровье** и **развитие** были включены в список, поскольку по результатам пилотажного эксперимента оказались в числе наиболее важных для китайских испытуемых.

Цель и задачи исследования определили применение комплексной методики, включающей описательный, экспериментальный, классификационный, сопоставительный и статистический **методы** исследования.

В пилотажном эксперименте приняли участие 60 респондентов –

носителей китайского языка. Основным экспериментом с носителями китайского языка был проведен в 2015 г. Общее количество респондентов составило 563 человека. Основное экспериментальное исследование состояло из двух этапов.

На первом этапе эксперимента были опрошены 410 китайских студентов (201 девушка и 209 юношей) различных специальностей из нескольких регионов Китая. Эксперимент проводился на китайском языке.

На втором этапе эксперимента опрашивались китайские студенты, изучающие в качестве будущей специальности русский язык. Испытуемым предлагалось сначала записать ассоциации к стимулам, данным на русском языке, а затем - на китайском языке. Количество испытуемых составило 153 человека (32 юноши, 121 девушка).

Эксперимент с носителями русского языка был проведен в 2015 г., в нем приняли участие студенты московских вузов, всего 116 человек (54 юноши, 62 девушки).

Достоверность полученных результатов и **обоснованность** сделанных выводов обеспечиваются достаточным числом испытуемых (679 человек), объемом исследуемого материала (12480 слов-реакций), а также адекватными исследуемому материалу методами статистической обработки данных.

Апробация работы. Результаты исследования обсуждались на Международной научной конференции «Жизнь языка в культуре и социуме-5» (Москва, 29-30 мая 2015 г.); на Международной научной конференции «Межкультурное общение: контакты и конфликты» (Москва, 21-23 октября 2015 г.); на Международном конгрессе, посвященном 80-летию со дня рождения А.А. Леонтьева «Деятельный ум: от гуманитарной методологии к гуманитарным практикам» (Москва, 23-26 мая 2016 г.); на Международной научно-практической конференции «Современная филология и методика преподавания иностранных языков: основные тенденции и перспективы развития» (Москва, 26-27 апреля 2016 г.); на заседаниях отдела психолингвистики Института языкознания РАН (2015-2017 гг.).

Основные положения, выносимые на защиту:

1. На языковое сознание китайских испытуемых оказывает влияние система традиционных китайских моральных ценностей, в которых понятие «семья» играет ведущую роль. Семья, клан и государство с точки зрения организационной структуры имеют общие черты, которые определяются кровными патриархальными отношениями. У китайцев иерархия ценностей обусловлена влиянием конфуцианства, буддизма и даосизма, в основе которых лежит представление о тождестве семьи и государства.

2. У трех групп испытуемых (русские, китайцы 2 и 3), участвовавших в эксперименте на родном языке, наиболее частотными оказались **зоны что 2 (ценность, эмоция), что 1 (предмет) и кто**. Специфическим оказался их ранг по частоте. Кроме того, в ассоциативном поле испытуемых-китайцев существенное место занимает зона **действие/состояние и какой**, у русских испытуемых реакции в этих зонах практически отсутствуют.

У русских испытуемых наиболее частотные реакции – это также ценности – *любовь, вера и надежда*, т.о. можно предположить, что они являются базовыми в ценностной картине мира русских. У всех трех групп китайских испытуемых совпадающими и наиболее частотными являются реакции *друг, родители и счастье*.

3. Стратегия реагировать на стимул-ценность названием другой ценности является ведущей у всех четырех групп испытуемых, зона **что 2 (ценность, эмоция)** является наиболее многочисленной в ассоциативном поле всех слов-стимулов. Это свидетельствует о том, что ценности в языковом сознании наших испытуемых существуют как система, они связаны между собой и имеют определенную иерархию, определяемую особенностями культуры.

4. Фактор «родной/неродной язык» оказывает влияние как на структуру, так и на содержание ассоциативного поля. Искусственный (учебный) билингвизм испытуемых-китайцев (китайцы 1), характеризуется ограниченным словарным запасом на русском языке, это влияет как на содержание и структуру их ассоциативного поля, так и на стратегии ассоциирования. Достаточно часто используется формальная, словообразовательная стратегия, в том числе ошибочная: в качестве реакций появляются квазислова, образованные по русским словообразовательным моделям, но отсутствующие в русском языке. Структура и содержание ассоциативного поля китайцев, отвечавших на русском языке (китайцы 1) ближе к структуре и содержанию ассоциативного поля носителей китайского языка (китайцы 2 и 3).

Теоретическая значимость диссертации заключается в том, что:

- внесены уточнения в представления о структуре системы ценностей в языковой картине мира носителя языка/культуры; тем самым сделан вклад в развитие теории межкультурного общения;
- раскрыта национально-культурная специфика моральных ценностей в языковой картине мира носителей китайского языка/культуры;
- выявлено общее и специфическое в содержании моральных ценностей представителей русской и китайской культур, реально присутствующее в их сознании и неосознанно определяющее их поведение, оценку и отношение к

миру.

Практическая значимость диссертации заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы:

- в дальнейших кросс-культурных исследованиях в качестве материала для межэтнических сопоставлений;
- в практике межкультурного взаимодействия для оптимизации процесса межкультурного общения;
- в комплексном лингвистическом и психолингвистическом подходах при изучении содержания моральных ценностей в языковом сознании представителей китайской и русской культур;
- в практике преподавания русского языка китайцам и китайского языка русским;
- в теоретических и практических курсах по психолингвистике, этнопсихолингвистике, теории межкультурного общения.

Научная новизна диссертации заключается в том, что впервые:

- введены в научный оборот материалы ассоциативного эксперимента с носителями китайского языка;
- проведен сопоставительный анализ моральных ценностей в языковом сознании носителей китайского и русского языков с привлечением для интерпретации лингвистического, исторического и культурологического материала;
- получены, описаны и систематизированы данные о содержании моральных ценностей в языковом сознании/языковой картине мира носителей китайской культуры;
- описана национально-культурная специфика моральных ценностей в китайской языковой картине мира в сопоставлении с моральными ценностями в русской языковой картине мира.

Основные положения диссертации изложены в семи публикациях, из них три статьи опубликованы в журналах, рекомендованных ВАК РФ.

Структура работы: диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность и новизна исследования, его теоретическая и практическая значимость, определяются объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи работы и излагаются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Общетеоретические проблемы этнокультурной

специфики языкового сознания» обсуждаются теоретические вопросы исследования таких понятий, как сознание, языковое сознание, образ мира, картина мира, языковая картина мира; анализируются особенности менталитета носителей китайской культуры в связи с понятием образа сознания, этнической и языковой картины мира.

Сознание, вслед за А.Н. Леонтьевым, понимается как специфически человеческая форма отражения действительности и высший тип психики. По своей сути такое отражение – это познание мира, проникновение в тайны материи с помощью абстрактного мышления и чувственного познания. Сознание – базовое понятие, обозначающее способность идеального воспроизведения действительности, а также механизмы и формы такого воспроизведения. Важной функцией сознания является отношение человека к миру, преломленное через систему его потребностей.

Языковое сознание – это совокупность феноменов сознания, мысли и внутреннего мира человека с внешними по отношению к нему языковыми и речевыми проявлениями. Термин «языковое сознание» имеет широкое референтное поле, включающее две его основные разновидности: динамическую – выражение состояния сознания в вербальной форме, воздействие на сознание с помощью речи, и структурную, образуемую языковыми структурами, формирующимися в результате ментального опыта субъекта, действия его сознания.

В свою очередь, картина мира – это «одно из фундаментальных онтологических понятий, выражающих специфику человека и его бытия, а также отношение человека к миру» [Казакова 2007: 80]. Картина мира является ядром, базисным компонентом мировоззрения человека. Каждый этнос создаёт локальную (относительно остальных), но универсальную (для себя) картину мира на основе собственных мировоззренческих установок.

Язык отражает мир и культуру народа, одновременно являясь и зеркалом, и инструментом культуры, он выполняет пассивные функции отражения и активные функции создания картины мира.

Языковая картина мира – совокупность знаний о мире, отраженная в языке. Можно выделить два подхода к языковой картине мира, существующих в современной лингвистике: «1) интегральный – когда под языковой картиной мира понимается «совокупность всего языкового содержания, относительно постоянная и медленно эволюционирующая во времени»; 2) дифференциальный – когда для изучения выделяются «специфические черты семантики данного языка, дифференцирующие его от всех других языков», этот подход основан на сравнении языков друг с другом, выявлении несоответствий, лакун, вызванных культурно-

историческими причинами или языковой спецификой внутренних форм и систем образности» [Караулов, 1976: 92].

Национальный менталитет, как и культура отдельного этноса, представляет собой многосоставное явление, включающее ментальные универсалии (общечеловеческий компонент) и специфически национальные черты менталитета (национально-специфический компонент). Менталитет (образ мышления) является важной частью человеческой культуры, способом познания окружающего мира, первоосновой народной культуры. Заложенный глубоко в нормах поведения, он опосредует связь между культурой и языком.

Диалектическое мышление, отраженное в конфуцианстве, буддизме и даосизме, основных течениях традиционной культуры, сформировало традиционный китайский менталитет. Основными его особенностями являются противоречивость, целостность и практичность.

Во второй главе «Моральные ценности китайцев и русских» анализируются представления о ценностях в философии, социологии, психологии и психолингвистике.

В российской науке ценность определяется как «способность тех или иных предметов удовлетворять определенные потребности человека. Ценности делятся прежде всего на материальные и духовные. Духовные ценности включают в себя моральные, эстетические, познавательные и другие. Понятие моральной ценности возникает в результате оценки и сопоставления моральных идеалов, принципов, норм поведения, выражающих стремление людей к нравственно-возвышенному поведению» [Митюржев, 1970: 3-4].

Моральные ценности являются фактом общественного сознания. В наиболее широком понимании совокупность моральных ценностей можно охарактеризовать как нравственно-положительное, как т.н. «добро». Виды моральных ценностей общественного сознания – это идеалы, принципы и нормы морали. Понятие «моральная ценность» имеет различный смысл для обыденного сознания и для философского мышления.

Система ценностей – это «в определенных условиях возникающее на фоне всего жизненного опыта осознание себя, других людей и общества» [Цзинь, 2003: 272]. Со времен династии Цинь китайцы находились под влиянием конфуцианства, система ценностей в их сознании формировалась на основе «совершенствования и спокойствия» посредством таких устремлений к добродетели, как «три превосходных качества» (добродетель, мудрость, мужество), «четыре устоя» (приличие, справедливость, честность, стыд), «пять добродетелей» (добродетель, благопристойность, мудрость,

честность и доверие), «восемь благ» (сыновняя почитательность, братство, верность, надежность, такт, справедливость, честность, стыд), в итоге достигнув «совершенной мудрости и добродетели» и самосовершенствования, через борьбу «справедливости и выгоды», «норм этики и человеческих страстей», «государственного-частного», «знания и действий» стремясь к конфуцианскому «единству человека с добродетелью» [Чэнь, примечания, 2008: 241].

В третьей главе «Изучение содержания моральных ценностей с помощью свободного ассоциативного эксперимента» рассматривается свободный ассоциативный эксперимент как метод изучения языкового сознания; описывается и сравнивается содержание ассоциативного поля моральных ценностей русских и китайцев.

В процессе пилотажного эксперимента (см. Приложение, Анкета1) испытуемым (всего 60 человек, носители китайского языка) предлагалось ранжировать 37 ценностей по принципу их важности. На основе полученных результатов были отобраны 20 наиболее важных для испытуемых ценностей, которые далее были использованы в качестве слов-стимулов в основном эксперименте.

В основном эксперименте испытуемому (носителю русского или китайского языка) (см. Приложение, Анкета 2) предлагался список из 20 слов-стимулов и давалась инструкция отвечать на каждое слово-стимул, не задумываясь, первым приходящим в голову словом. Время, данное для ответа на каждое слово-стимул, составляло около пяти секунд.

Далее было проанализировано содержание 15 слов-стимулов: *здоровье/健康, семья/家庭, любовь/爱, безопасность/安全, свобода/自由, родина/祖国, вера/信仰, удовольствие/愉快, надежда/希望, доверие/信任, дружба/友谊, равенство/平等, милосердие/慈悲, достаток/富裕, развитие/发展.*

Для анализа полученных ассоциативных полей, которые рассматривались вслед за Ю.Н. Карауловым как семантический гештальт, была разработана методика выделения отдельных ассоциативных зон:

Кто - слова-реакции, обозначающие персоналии (например, **безопасность** – *армия, охрана, ребенок, сам*);

Что 1 - слова-реакции, обозначающие предметы и реалии, связанные со словом-стимулом (**безопасность** - *дом, щит, сейф, ОБЖ*).

Что 2 - слова-реакции, обозначающие ценности и эмоции (например, **безопасность** - *самосохранение, защита, покой, мир, уверенность*).

Что 3 – слова-реакции, синонимичные слову-стимулу (например, **свобода** – *воля*).

Что 4 - слова-реакции, антонимичные слову-стимулу (например, *безопасность – опасность*).

Действие/состояние - слова-реакции, обозначающие действие или состояние (например, *здоровье - есть, болеть, бегать*).

Как - оценка, выражаемая наречиями, союзами, местоимениями и т.д. (например, *здоровье – хорошо, здорово, важно*).

Какой – оценка, выражаемая прилагательными (*свобода - дорогая*).

Словосочетание/выражение - словосочетания, фразеологические обороты (например, *свобода – свободное время; делать все, что захочется*).

Время – слова-реакции выражающие временные отрезки (например, *удовольствие – каждый день*).

Прочее – слова-реакции, которые не могли быть отнесены к какой-либо семантической зоне (например, *удовольствие - довольный*).

Приведем в качестве примера анализ ассоциативного поля стимула «Семья» (См. Таблица 1) для четырех групп испытуемых. В скобках указана частота соответствующего слова-реакции, единичные реакции не анализировались. У русских всего 18 разных слов-реакций, среди них *любовь* является наиболее частотной (30). У китайцев 1, 2 и 3 соответственно 17, 14 и 25 разных слов-реакций, наиболее частотными являются слова-реакции *счастье* (33), *родители* (34) и *родители* (82) соответственно.

Таблица 1. Содержание ассоциативного поля стимула Семья

Испытуемые	Ассоциации
Русские	любовь (30), мама (12), родители (11), дом (7), дети (4), очаг (3), родные (3), сестра (3), жизнь (3), тепло (3), мои родные (2), я (2), родная (2), поддержка (2), Родина (2), смысл жизни (2), усилие (2), самое главное (2)
Китайцы 1	счастье (33), родители (28), мама (16), семья (11), семейный (9), любовь (7), мать (5), папа (5), счастливая (5), человек (4), я (4), дом (2), фамилия (2), папа, мама и я (2), родственники (2), сестра (2), большая (2)
Китайцы 2	родители/父母 (34), счастье/幸福 (34), согласие/和睦 (16), члены семьи/家人 (10), любовь/爱 (9), счастливый/美满 (8), мама/妈妈 (6), гармония/和谐 (6), тепло/温暖 (4), родные/亲人 (3), дети/孩子 (2), любовь к родным/亲情 (2), ответственность/责任 (2), радость/快乐 (2)

Китайцы 3	родители/父母 (82), счастье/幸福 (68), согласие/和睦 (43), любовь/爱 (32), тепло/温暖 (26), гармония/和谐 (23), счастливый/美满 (20), мама/妈妈 (14), родные/亲人 (9), любовь к родным/亲情 (9), члены семьи/家人 (7), ответственность/责任 (7), папа/爸爸 (6), гавань/港湾 (5), дом/家 (4), встреча после разлуки/团圆 (4), трое/三个人 (3), девушка/女朋友 (2), муж/жена/爱人 (2), человек/人 (2), важно/重要 (2), прекрасно/美好 (2), хорошо/好 (2), Гармония в семье помогает во всех начинаниях /家和万事兴 (2), целостность/完整 (2)
------------------	---

Пример анализа ассоциативных полей по семантическим зонам представлен в Таблице 2.

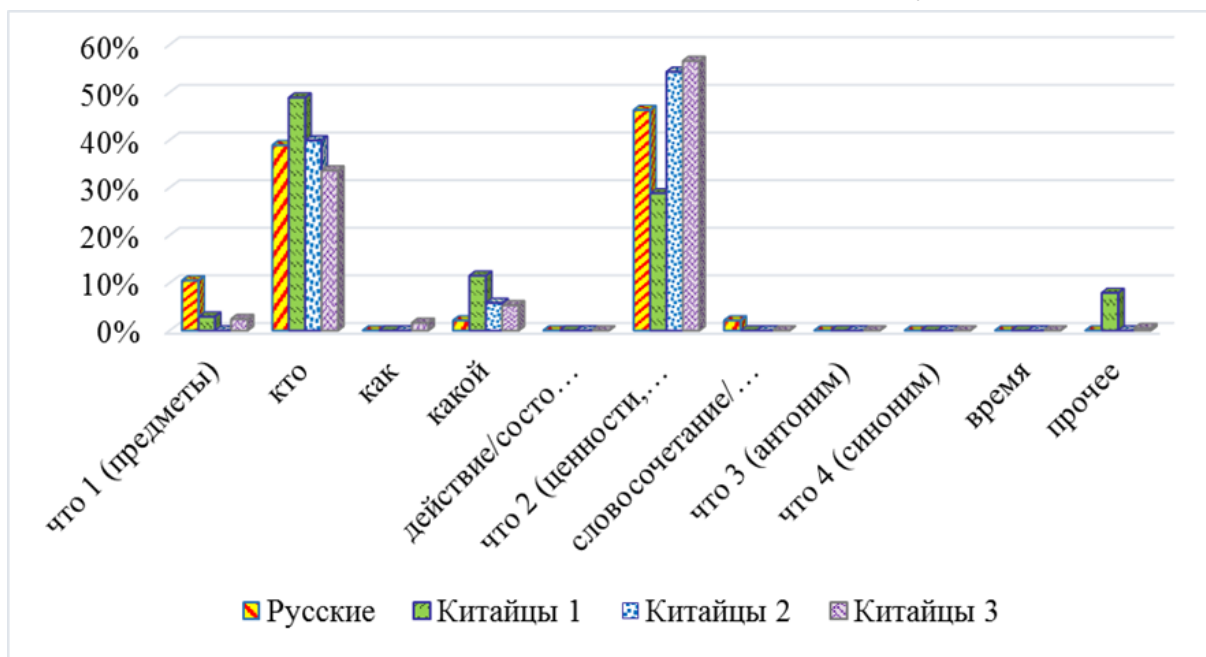
Таблица 2. Семантические зоны ассоциативного поля стимула *Семья* (русские)

Стимул	Зоны	Ассоциаты	Всего	
<i>Семья</i>	что 1 (предмет)	дом (7)-7.4%, очаг (3)-3.2%	10	10,5%
	кто	мама (12)-12.6%, родители (11)-11.6%, дети (4)-4.2%, родные (3)-3.2%, сестра (3)-3.2%, мои родные (2)-2.1%, я (2)-2.1%	37	38,9%
	как			0%
	какой	родная (2)-2.1%	2	2,1%
	действие/состояние			0%
	что 2 (ценности, эмоции)	любовь (30)-31.6%, жизнь (3)-3.2%, тепло (3)-3.2%, поддержка (2)-2.1%, Родина (2)-2.1%, смысл жизни (2)-2.1%, усилие (2)-2.1%	44	46,3%
	словосочетание/выражение	самое главное (2)-2.1%	2	2,1%
	что 3 (антоним)			0%
	что 4 (синоним)			0%
	время			0%
прочее			0%	
			95	100%

Результаты сопоставления семантических зон ассоциатов на стимул *Семья* для всех групп испытуемых показаны на графике 2. Из него видно, что зоны **действие/состояние**, **что 3 (антоним)**, **что 4 (синоним)** и **время** отсутствуют в ассоциациях всех групп испытуемых.

График 2

Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *Семья/家庭*



Анализ полученных результатов проводился по трем группам: первая группа – русские и китайцы 3 (не изучающие русский язык); вторая группа – русские и китайцы 1 (изучающие русский язык); третья группа – китайцы 1 и китайцы 2, изучающие русский язык, на родном и русском языках.

Группа 1. Русские и китайцы 3. Зона **что 1 (предметы)** для русских является более важной, чем для китайцев 3 (русские – 10.5% реакций, китайцы 3 – 2.4%). В эту зону входит одинаковая реакция *дом* и у русских, и у китайцев 3, *семья* для русских и китайцев прежде всего ассоциируется с *домом*. В ассоциативном поле русских появилась ассоциация *очаг* 3.2%, потому что *очаг* связан с представлениями о тепле, свете и святости, соединяет в себе понятия «дом» и «семья» в русской языковой картине мира. Данная реакция отсутствует у китайцев 3. Для китайцев 3 *семья* представляет собой *гавань/港湾* 1.3%. Здесь *гавань/港湾* – это символ семьи, потому что китайцы часто говорят: «Семья – это гавань-убежище».

В зоне **кто** у русских и китайцев имеются небольшие количественные расхождения в числе ассоциатов (русские - 38.9%, китайцы 3 - 33.6%). В этой зоне и у русских, и у китайцев 3 появились реакции *мама*, *родители* и *родные*. Реакция *родители/父母* 21.7% является наиболее частотной у

китайцев 3, а у русских реакция *родители* 11.6% - вторая по частотности в этой зоне. У русских испытуемых наиболее частотной в данной зоне является ассоциация *мама* 12.6%, а у китайцев *мама/妈妈* 3.7% находится на периферии. Отметим, что реакции *дети* 4.2%, *сестра* 3.2% и *я* 2.1% в этой зоне появились только в ответах носителей русского языка и отсутствуют у китайцев 3. У китайцев 3 в этой зоне представлены такие реакции: *члены семьи/家人* 1.9%, *папа/爸爸* 1.6%, *трое/三个人* 0.8%, *девушка/女朋友* 0.5%, *муж/жена/爱人* 0.5% и *человек/人* 0.5%, которые отсутствуют у русских. Для китайцев 3 реакция *трое/三个人* – это папа, мама и я, потому что в Китае с 1980 гг. реализуется государственная политика по контролю над ростом населения, повышению уровня здоровья и жизни населения и улучшению структуры населения, главным содержанием которой является призыв к супругам иметь только одного ребенка. Только с 2015 г. начались изменения в этой политике, и супруги - единственные дети своих семей, имеют право родить двоих детей. Поэтому в данной зоне у китайцев 3 нет ассоциации с *сестрой*.

Зона **что 2 (ценности, эмоции)** играет наиболее важную роль для двух групп испытуемых: в ассоциативном поле китайцев 3 и русских эта зона занимает первое место (56.6% и 46.3% соответственно), хотя количественно это зона значительно больше у китайцев 3. В этой зоне у русских испытуемых появились реакции *любовь* 31.6%, *жизнь* 3.2%, *тепло* 3.2%, *поддержка* 2.1%, *Родина* 2.1%, *смысл жизни* 2.1%, *усилие* 2.1%. Реакции *смысл жизни* и *жизнь* можно интерпретировать так: в близких и дорогих людях - жене, детях, матери - русские испытуемые видят смысл жизни. Также семья предоставляет им нужную помощь и означает для них *поддержку*. Ассоциации *любовь* и *тепло* совпадают у русских и китайцев 3, т.е. семья для русских и китайцев 3 имеет общие ценности – это *любовь* и *тепло*. У китайцев 3 с *семьей/家庭* связана целая серия ценностей: *счастье/幸福* 18.0%, *согласие/和睦* 11.4%, *гармония/和谐* 6.1%, *любовь к родным/亲情* 2.4%, *ответственность/责任* 1.9%, *встреча после разлуки/团圆* 1.1%, *важность/重要* 0.5%, *гармония в семье помогает во всех начинаниях/家和万事兴* 0.5%. Заметим, что появление реакций *гармония/和谐*, *ответственность/责任* и *встреча после разлуки/团圆* 1.1%, можно объяснить исходя из их соответствия традиционным китайским моральным ценностям. Традиционная китайская поговорка говорит так: «Гармония в семье помогает во всех начинаниях/家和万事兴», т.е. для китайцев, если в семье царит гармония, все начинания будут успешными. Также считается, что в семье каждый человек должен нести свою долю ответственности.

Группа 2. Русские и китайцы 1 (на русском языке). Анализ в этой группе показывает, что зоны **кто, какой и прочее** представлены у китайцев 1 большим числом ассоциатов, чем у русских. А зоны **что 2 (ценности, эмоции), что 1 (предметы) и словосочетание/ выражение** у китайцев 1 представлены значительно меньшим числом ассоциатов, чем у русских. В зону **что 1 (предметы)** у китайцев 1 входят реакции *фамилия 1.4%* и *дом 1.4%*, которые присутствуют и у русских испытуемых. В зоне **кто** у китайцев 1 появились реакции: *родители 20.1%, мама 11.5%, мать 3.6%, папа 3.6%, человек 2.9%, я 2.9%, папа, мама и я 1.4%, родственники 1.4%* и *сестра 1.4%*. Выше мы отмечали, что реакция *сестра* отсутствует у китайцев 3 и появление ее в АП китайцев 1 можно объяснить влиянием русского языка. В зону **что 2 (ценности, эмоции)** у китайцев 1 входят только две реакции *счастье 23.7%* и *любовь 5.0%*. Обращают на себя внимание реакции *семейный 6.5%* и *семь 7.9%* в зонах **какой и прочее**. По нашему мнению, это реакции, связанные с формальным, внешним сходством со словом-стимулом (*семь*) или со стратегией реагировать словами, производными от слова-стимула (*семейный*) в связи с ограниченным словарным запасом у китайцев 1. Итак, мы видим, что необходимость отвечать на русском языке влияет на содержание ассоциативного поля у китайцев 1.

Группа 3. Китайцы 1(на русском языке) и китайцы 2 (те же испытуемые на китайском языке). В зоне **что 1 (предметы)** у китайцев 2 реакции отсутствуют. В зоне **кто** у китайцев 2 появились реакции: *родители/父母 24.6%, члены семьи/家人 7.2%, мама/妈妈 4.3%, родные/亲人 2.2%* и *дети/孩子 1.4%*, из них реакции *родители/父母* и *мама/妈妈* совпадают с реакциями китайцев 1. Сравнение структуры ассоциативного поля китайцев 1 и китайцев 2 показывает, что в зоне **что 2 (ценности, эмоции)** у китайцев 1 и китайцев 2 выявляются большие различия: у китайцев 2 эта зона занимает больше половины ассоциативного поля - 54.3%, а у китайцев 1 только - 28.8%. Остальные зоны у китайцев 2 представлены меньшим числом ассоциаций, чем у китайцев 1. В зону **что 2 (ценности, эмоции)** у китайцев 2 входят реакции *счастье/幸福 24.6%, согласие/和睦 11.6%, любовь/爱 6.5%, гармония/和谐 4.3%, тепло/温暖 2.9%, любовь к родным/亲情 1.4%, ответственность/责任 1.4%, радость/快乐 1.4%*. И лишь реакции *счастье/幸福* и *любовь/爱* совпадают с реакциям китайцев 1. Реакции, которые отражают китайские моральные ценности, отсутствуют у китайцев 1.

Обобщая наш анализ, можем сделать выводы, что на состав ассоциативного поля стимула *Семья/家庭* у китайцев оказывают сильное влияние китайские традиционные моральные ценности: это доказывается

появлением реакций *гармония/和谐* и *ответственность/责任*, а также наиболее частотной реакции *родители* в зоне **кто** (моральная ценность «почитание родителей»). У русских испытуемых эта реакция стоит на втором месте после реакции *мама*. Сравнение ассоциативного поля китайцев 1 и китайцев 2, показывает, что на его содержание оказывает влияние изучаемый испытуемыми русский язык, а также уровень владения языком. При этом искусственный билингвизм не приводит к формированию структуры ассоциативного поля, близкой к структуре ассоциативного поля носителя русского языка. Структура ассоциативного поля китайцев 1 на русском языке ближе к структуре ассоциативного поля носителей китайского языка.

Аналогичным образом были проанализированы ассоциативные поля остальных 14 слов-стимулов. Укажем на некоторые обнаруженные расхождения в языковой картине мира русских и китайцев. Например, у стимула *Вера* у русских зона **что 2 (ценности, эмоции)** занимает первое место – 73,6%, а у китайцев 3 находится на третьем месте – лишь 25,6%. В эту зону входит реакция *надежда*, которая является наиболее частотной у русских – 46,2%, из этого видно, что русские связывают *надежду* и *веру* между собой, надежда играет значительную роль в их жизни. Однако у китайцев 1, 2 и 3 реакция *надежда/希望* находится на периферии этой зоны – не более 3,1%, так что *вера* и *надежда/希望* оказываются слабо связанными в сознании китайцев.

Анализ средних процентов по каждой зоне для всех слов стимулов показан на графике 3. Он демонстрирует сходства и различия в структуре ассоциативных полей:

а) у всех групп испытуемых, участвовавших в эксперименте на родном языке (русские, китайцы 2 и 3), наиболее частотными в ассоциативном поле оказались три зоны: **что 2 (ценности, эмоции)**, **что 1 (предметы)** и **кто**;

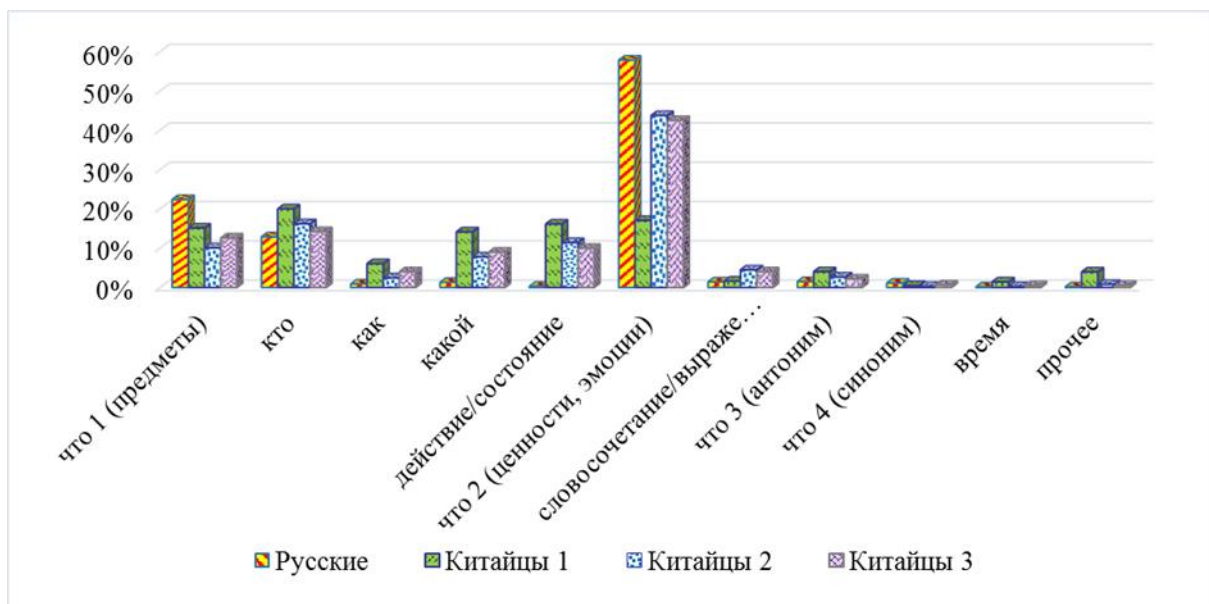
б) зоны **словосочетание/выражение**, **что 3 (антоним)**, **что 4 (синоним)** и **время** в ассоциативном поле у четырех групп испытуемых имеют очень маленький «вес» – не более 4.5%;

в) «вес» зон **что 1 (предметы)** и **кто** у четырех групп испытуемых колеблется от 10% до 23%;

г) «вес» зоны **что 2 (ценности, эмоции)** колеблется от 17.1% у китайцев 1 до 57.9% у русских.

График 3

Средние проценты по каждой зоне по всем стимулам



«Вес» зоны **что 2 (ценности, эмоции)** в ассоциативном поле всех испытуемых, проходивших тестирование на родном языке, является наибольшим и колеблется от 57.9% у русских, до 42.5% у китайцев 3. Порядок наиболее частотных зон таков: у русских – **что 2 (ценности, эмоции), что 1 (предметы), кто**, у китайцев 3 и 2 – **что 2 (ценности, эмоции), кто, что 1 (предметы), действие/состояние, какой**.

Различия в количественном составе основных семантических зон:

а) зоны **как, какой** и **действие** в ассоциативном поле русских испытуемых занимают не более 1.3% и представлены гораздо меньшим числом ассоциатов, чем у всех трех групп китайцев. В свою очередь, в этих зонах в ассоциативном поле китайцев 1 встречается значительно большее число ассоциатов, чем у русских, китайцев 2 и китайцев 3.

б) зона **что 2 (ценности, эмоции)** занимает первое место в ассоциативном поле русских, китайцев 2 и китайцев 3. А у китайцев 1 в этой зоне встречается гораздо меньшее число ассоциатов, чем у других трех групп испытуемых (17.1%, 57.9%, 43.8%, 42.5% соответственно). В этой зоне у русских представлено большее число ассоциатов, чем у всех трех групп китайских испытуемых. Отметим, что средний количественный «вес» в процентах по каждой зоне по всем стимулам в ассоциативном поле китайцев 3 и китайцев 2 примерно совпадает.

Сходства и различия касаются не только структуры, но и содержания ассоциативных полей стимулов-ценностей, на которое влияют системы ценностей двух культур, хотя в ассоциативном поле и русских, и китайцев (2 и 3) реакции-ценности занимают первое место.

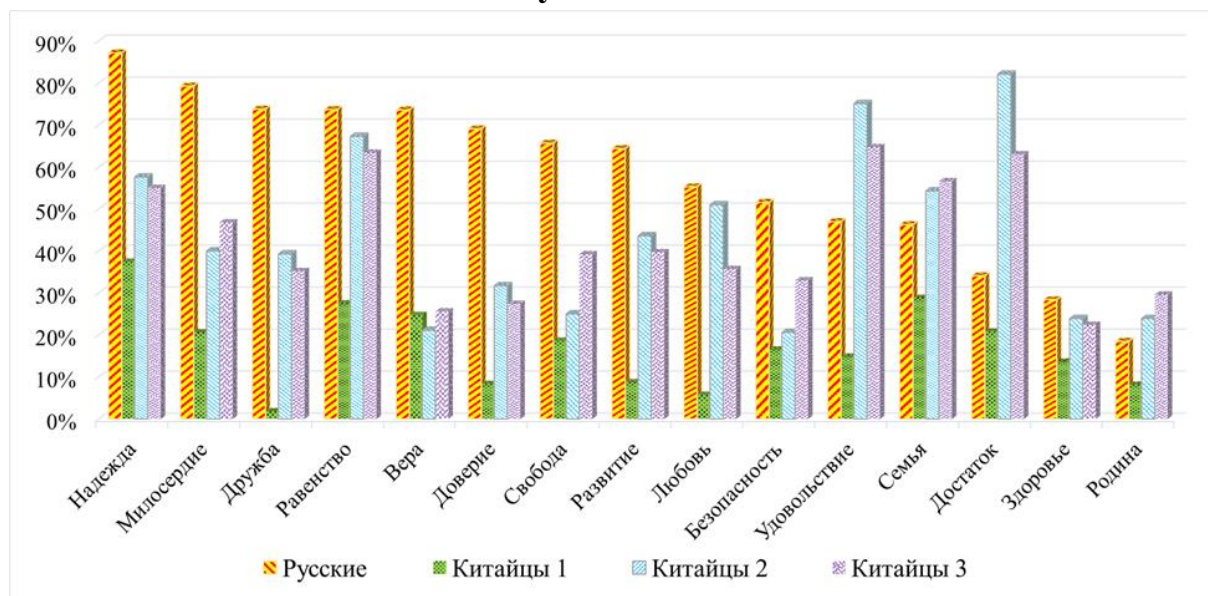
Кроме того, как мы уже указывали, фактор «родной/неродной язык» оказывает влияние на характер ассоциирования. Китайцы 1 имеют ограниченный словарный запас на русском языке, у них не формируется

структура ассоциативного поля носителя русского языка. Структура их русского ассоциативного поля ближе к структуре ассоциативного поля носителей китайского языка.

На графике 4 представлен количественный «вес» зоны **что 2 (ценности, эмоции)** по всем стимулам.

График 4

Количественный «вес» зоны что 2 (ценности, эмоции) по всем стимулам



Для русских испытуемых наиболее важной ценностью по нашим данным является *Надежда*, причем вес зоны **что 2 (ценности, эмоции)** в ассоциативном поле этого стимула составляет 87,2%. Затем идут *Милосердие* (79,3%), *Дружба* (73,8%), *Равенство* (73,7%) и *Вера* (73,6%), причем последние три имеют практически одинаковое число реакций в этой зоне.

Для китайцев 3 наиболее важной моральной ценностью является *Удовольствие* с объемом зоны **что 2 (ценности, эмоции)** в ассоциативном поле этого стимула 64,7%, затем идут *Равенство* (63,4%), *Достаток* (63,0%), *Семья* (56,6%) и *Надежда* (55,0%), причем *Надежда* и *Равенство* совпадают у обеих групп испытуемых. Однако мы видим, что количество реакций в зоне **что 2 (ценности, эмоции)** этих стимулов у китайских испытуемых значительно меньше и ранги их в списке также различаются.

В ассоциативном поле китайцев 3 *Удовольствие* как ценность является ведущей. Реакции на стимул *Удовольствие* свидетельствуют, что китайцы больше обращают внимание на свое внутреннее чувство, ощущения души человека, например, *настроение/心情, мука/痛苦, печаль/悲伤*, а русские - на физические удовольствия: *еда, секс*. Зона **что 2 (ценности, эмоции)** в ассоциативном поле стимулов *Здоровье* и *Родина* и у русских, и у китайцев

является самой скромной по объему. Ассоциации на стимулы *Достаток* и *Семья* в этой зоне ассоциативного поля китайцев 3 занимают третье и четвертое место, а у русских находятся на периферии. В этой зоне ассоциативного поля русских реакции на стимулы *Дружба* и *Вера* находятся на третьем и пятом месте, а у китайцев – на 10 и 14 месте.

Сопоставление реакций русских и китайцев 3 показывает, что стимулы *Надежда* и *Удовольствие* входят в число наиболее важных моральных ценностей и у русских, и у китайцев 3, хотя для русских важна прежде всего *Надежда*, а для китайцев – *Удовольствие*. Можно предположить, что в языковой картине мира русских и китайцев эти моральные ценности играют большую роль. У русских испытуемый *Надежда* связана с *верой* (54), а у китайцев 3 и 2 – с *удачей* (29) и с *будущим* (21). *Удовольствие* для китайцев 3 и 2 ассоциируется с *весельем/开心* (88 и 31), а у русских испытуемых – с *наслаждением* (15) и *радостью* (7).

В ассоциативном поле стимула *Дружба* у русских отражается их большее внимание к тем качествам отношений между людьми, которые лежат в основе дружбы, и дружба является для них одной из самых важных моральных ценностей, а в китайской языковой картине мира дружба связана с чувством радости или ценности в душе человека. Реакции русских на стимул *Вера* в зоне **что 2 (ценности, эмоции)** занимают гораздо больший объем в их ассоциативном поле, чем у китайцев. Русские связывают веру с религией, с христианством, а также возлагают надежду на веру, а китайцы прежде всего дают ей характеристику (*твердая*) и связывают с действиями (*держаться, опираться*). Следовательно, история и культура разных народов оказывают влияние на формирование их языкового сознания/языковой картины мира и на расхождения в их точке зрения на мир.

Необходимо отметить, что *Семья* входит в число первых пяти ценностей у китайцев, а у русских находится на периферии. В традиционных пяти этических отношениях китайского общества (отношение правителя и подчиненных, отца и сына, мужа и жены, старшего и младшего братьев, друзей) четыре связаны с семьей. Семья является отправной точкой всех моральных норм поведения членов китайского общества. Об этом свидетельствует появление в качестве реакций традиционных китайских моральных ценностей, присутствующие в китайской языковой картине мира – это реакции *гармония/和谐* и *ответственность/责任*, а также наиболее частая реакция *родители* в зоне **кто** (моральная ценность «почитание родителей»).

У китайцев 1 стимулы, на которые приходится больше всего реакций в зоне **что 2 (ценности, эмоции)**, – это *Надежда*, *Семья*, *Равенство*, *Вера* и

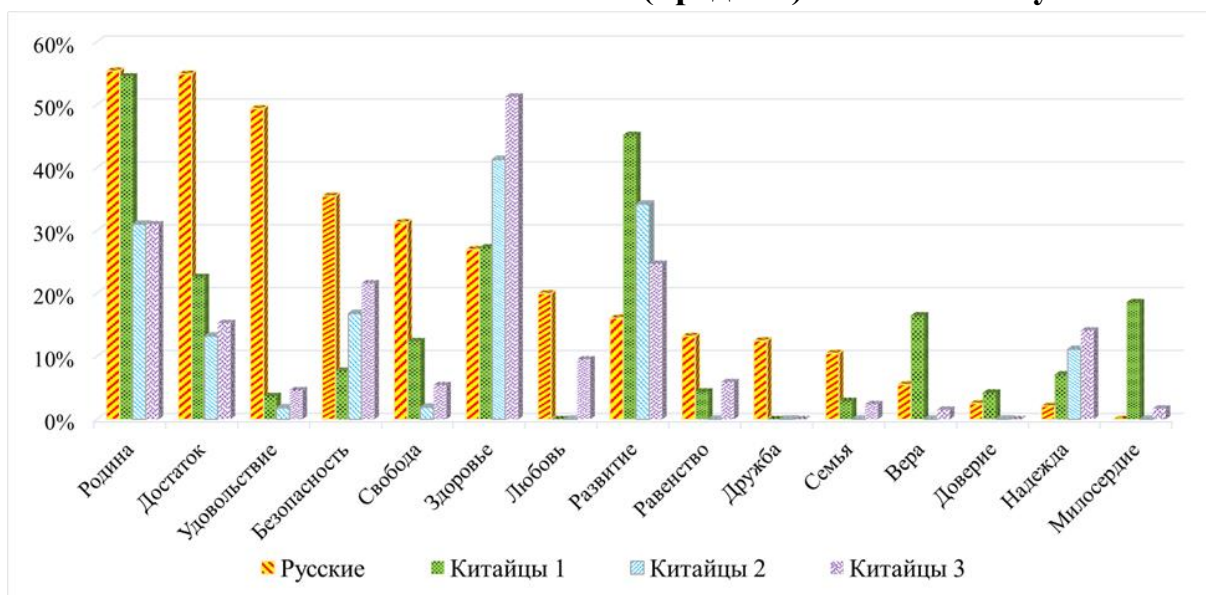
Достаток, причем стимулы *Надежда*, *Равенство*, *Вера* соответствуют русским.

Сопоставление ассоциативных полей русских и китайцев 1, китайцев 1 и китайцев 2 показывает, что фактор «родной/неродной язык» оказывает большое влияние на структуру и содержание ассоциаций. У китайцев 1 ограниченный словарный запас на русском языке, и очевидно, что на структуру их ассоциативного поля оказывает влияние родная культура.

На графике 5 представлен количественный «вес» зоны **что 1 (предмет)** по всем стимулам. Как мы видим, самый большой объем зоны **что 1 (предметы)** в ответах русских испытуемых у стимулов *Родина*, *Достаток*, *Удовольствие*, *Безопасность*, и *Свобода*, причем *Родина*, *Достаток* и *Безопасность* являются и у китайцев 3 стимулами, вызвавшими наибольшее число реакций в этой зоне, хотя их «вес» у китайцев 3 меньше (55.4% и 31.0%, 54.9% и 15.3%, 35.5% и 21.6% соответственно). Наибольший объем зоны **что 1 (предметы)** у китайцев 3 и 2 имеет стимул *Здоровье* (51.3% у китайцев 3 и 41.3% у китайцев 2, а у русских – всего 27%).

График 5

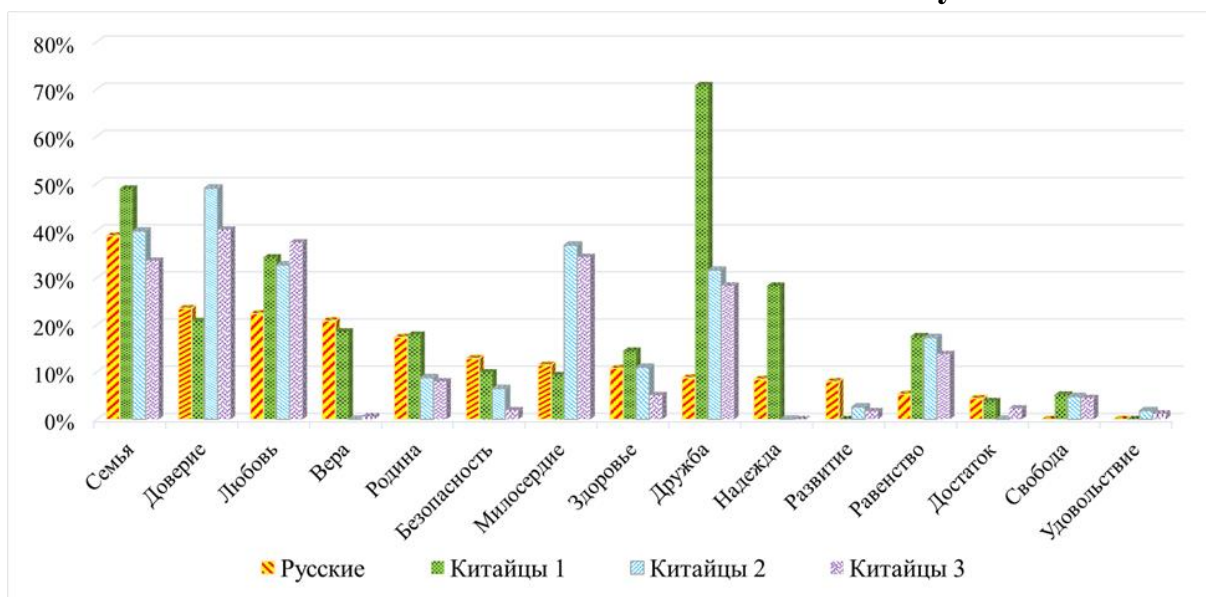
Количественный «вес» зоны что 1 (предмет) по всем стимулам



У китайцев 1, отвечавших в эксперименте на русском языке, наибольшее число реакций в зоне **что 1 (предметы)** у стимула *Родина* (как и у русских). Однако в целом можно усмотреть большее влияние китайской культуры на ранги стимулов, поскольку у всех трех групп китайцев наибольшие ранги в этой зоне имеют стимулы *Родина*, *Развитие*, *Здоровье* и *Достаток*, хотя и в разной последовательности.

Количественный анализ реакций в зоне **кто**, которая у русских испытуемых занимает третье место по объему, а у китайцев – второе, представлен на графике 6.

Количественный «вес» зоны кто по всем стимулам



У русских испытуемых наибольшие ранги по числу реакций в этой зоне имеют *Семья, Доверие, Любовь, Вера* и *Родина*, причем *Семья, Доверие, Любовь* имеют наибольшее число реакций в этой зоне и у китайцев 3, и у китайцев 2. Количественный «вес» зоны кто (см. график 6) стимулов *Доверие* и *Любовь* у русских значительно меньше, чем у китайцев 3 и китайцев 2 (23.5% и 40.2%, 49.0%; 22.4% и 37.5%, 32.7% соответственно). Число ассоциаций на стимулы *Достаток, Свобода, Развитие* и *Удовольствие* в этой зоне ассоциативного поля русских и китайцев очень незначительно. Необходимо подчеркнуть, что **зона кто** стимулов *Вера, Родина* и *Безопасность* у русских представлена гораздо большим числом ассоциатов, чем у китайцев.

У китайцев 1 стимулы *Любовь, Семья* и *Доверие* входят в число первых пяти, так же, как и у русских, и у китайцев 3 и 2. В ассоциативных полях русских и китайцев реакции на стимулы *Достаток, Свобода, Развитие* и *Удовольствие* находятся на периферии, но на стимулы *Дружба* и *Надежда* китайцы дают гораздо большее число ассоциатов, чем русские.

Стимулы *Дружба, Семья, Любовь* и *Доверие* у китайцев 1 и китайцев 2 принадлежат к первым пяти. Однако количественный «вес» зоны кто у стимулов *Дружба, Семья* и *Любовь* у китайцев 1 значительно больше, чем у китайцев 2, кроме стимула *Доверие*. Заметим, что стимул *Надежда* у китайцев 1 входит в число первых пять стимулов, а у китайцев 2 занимает одну из последних позиций.

В заключении подводятся итоги и содержатся сделанные в ходе исследования основные выводы.

1. Исследование показало, что ассоциативные поля стимулов – наименований моральных ценностей в языковой картине мира русских и

китайцев имеют определенные сходства в структуре и существенные различия в содержании, что определяется спецификой соответствующей культуры, а также истории, философии, религии.

2. Искусственный китайско-русский билингвизм испытуемых-китайцев не приводит к формированию структуры ассоциативного поля, близкой к структуре ассоциативного поля носителей русского языка, хотя некоторые реакции в их ассоциативных полях и совпадают с русскими. Структура ассоциативного китайских испытуемых, отвечавших в эксперименте на русском языке, ближе к структуре ассоциативного поля носителей китайского языка. Системность и содержание исследованных моральных ценностей также ближе к содержанию и системности моральных ценностей испытуемых-китайцев, отвечавших в эксперименте на китайском языке.

3. Анализ структуры ассоциативного поля по зонам **кто, что 1 (предмет), что 2 (ценности, эмоции), что 3 (синоним), что 4 (антоним), как, какой, действие/состояние и прочее** позволил определить соотношение семантических зон, средние проценты по каждой зоне и количественный «вес» различных зон. Наибольшими по весу у всех групп испытуемых оказались зоны **что 2 (ценности, эмоции), что 1 (предмет), кто**. У трех групп испытуемых-китайцев к ним добавилась зона **действие/действие**.

4. Самые существенные расхождения в содержании моральных ценностей у русских и китайских испытуемых обнаруживаются в сфере действия традиционных пяти этических отношений в китайском обществе (отношение правителя и подчиненных, отца и сына, мужа и жены, старшего и младшего братьев, друзей), четыре из которых связаны с семьей. Китайцы считают, что *Семья* является отправной точкой всех моральных норм поведения членов китайского общества, именно поэтому в ассоциативном поле китайских испытуемых появляются реакции, отражающие китайские традиционные моральные ценности: *гармония/和谐* и *ответственность/责任*. Практически в ассоциативных полях всех стимулов-ценностей присутствует реакция *родители*. В языковом сознании русских испытуемых обнаруживается иная система моральных ценностей.

Подтверждение этому мы находим и в составе наиболее частотных реакций на все стимулы-ценности. У русских испытуемых наиболее частотные реакции – это также ценности *любовь, вера и надежда*. Можно предположить, что эти ценности являются базовыми в языковой картине мира русских. У всех трех групп китайских испытуемых наиболее частотными являются реакции *друг, родители и счастье*. Это

свидетельствует о том, что в языковой картине мира испытуемых-китайцев основополагающей ценностью является семья.

5. Стратегия реагировать на стимул-ценность другой ценностью является ведущей у всех четырех групп испытуемых, зона **что 2 (ценности, эмоции)** является наиболее многочисленной в ассоциативном поле всех слов-стимулов. Таким образом, ценности в языковом сознании наших испытуемых существуют как система, они связаны между собой и имеют определенную иерархию, определяющими для которой являются особенности культуры. У китайцев – это влияние конфуцианства, буддизма и даосизма, в основе которых лежит представление о тождестве семьи и государства.

В **приложении** представлены использованные анкеты эксперимента, два ассоциативных словаря и список литературы на китайском языке.

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:

Научные статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях (по перечню ВАК при Минобрнауки РФ)

1. **Чжу Жуйшуан. Особенности китайской картины мира // Вопросы психолингвистики. М.: ИЯз РАН, 2015. №1. С. 233-237.**
2. **Чжу Жуйшуан. Ответственность/ 责任 в языковом сознании современных китайских учащихся. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. М.: Российский университет дружбы народов, 2016. №3. С. 68-75.**
3. **Чжу Жуйшуан. Образ моральных ценностей у китайцев // Вопросы психолингвистики. М.: ИЯз РАН, 2016. №3 (29). С. 316-321.**

Публикации в других изданиях

4. **Чжу Жуйшуан. Понятие «ОТВЕТСТВЕННОСТЬ» в языковом сознании носителей китайского языка // Материалы международной научной конференции «Жизнь языка в культуре и социуме – 5», Москва, 29-30 мая 2015 г. М.: Канцлер, 2015. С. 275-276.**
5. **Чжу Жуйшуан. Особенности китайской культуры // Материалы международной научной конференции «Межкультурное общение: контакты и конфликты», Москва, 21-23 октября 2015 г. М.: Канцлер, 2015. С. 120.**
6. **Чжу Жуйшуан. Мораль в традиционной китайской культуре // Материалы международного конгресса, посвящённого 80-летию со дня рождения А.А. Леонтьева «Деятельный ум: от гуманитарной методологии к**

гуманитарным практикам», часть 2, Москва, 23-26 мая 2016 г. М.: Смысл, 2016. С. 226-227.

7. Чжу Жуйшун. Традиционные китайские моральные ценности // Материалы докладов и сообщений международной научно-практической конференции «II Фирсовские чтения. Современная филология и методика преподавания иностранных языков: основные тенденции и перспективы развития», Москва, 26-27 апреля 2016 г. М.: Российский университет дружбы народов, 2016. С. 183-184.