

На правах рукописи



ХАНЬ ЧЖИПИН

**НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА АССОЦИАТИВНОЙ
ЛАКУНАРНОСТИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ**

(на материале русского и китайского языков)

Специальность: 10.02.19 – теория языка

автореферат

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Благовещенск 2016

Работа выполнена ФГБОУ ВО «Благовещенский государственный педагогический университет»

Научный руководитель: **Быкова Гульчера Вахобовна**
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Маклакова Елена Альбертовна**
доктор филологических наук, доцент,
заведующая кафедрой иностранных языков
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
лесотехнический университет
имени Г.Ф. Морозова»

Шиповская Анна Анатольевна
кандидат филологических наук, доцент
кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО
«Тамбовский государственный технический
университет»

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» (г. Екатеринбург)

Защита состоится «28» июня 2016 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.261.04 при Тамбовском государственном университете имени Г.Р. Державина по адресу: 392000, г. Тамбов, ул. Советская, 181И, учебный корпус № 5, зал заседаний диссертационных советов.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» и на сайте университета: <http://www.tsutmb.ru>

Автореферат разослан «___» апреля 2016 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета



И.Ю. Безукладова

Общая характеристика работы

Данная работа посвящена исследованию ассоциативной лакуарности как психолингвистического феномена и её влияния на межкультурное взаимодействие.

Актуальность темы исследования. Межкультурная коммуникация – явление повседневной практики в условиях приграничного взаимодействия двух разных языков и самобытных культур – русской и китайской. Очевидна разница в мировосприятии носителей, лексика которых представляет собой основную форму объективации языкового сознания соседствующих народов. Все знания, полученные человеком в результате концептуализации и категоризации окружающего мира, проявляются на двух уровнях: собственно языковом и на уровне неязыкового содержания, который включает представления этноса об объективной действительности, т.е. на уровне мировидения. Идея об определяющем характере воздействия национального языка на мышление, мировоззрение и поведение народа и каждого его представителя содержит ключ к решению проблем современной межкультурной коммуникации, что нашло отражение в работах В. фон Гумбольдта, Ф. Боаса, Э. Сепира, Б. Ли Уорфа, Л. Вайсбергера, А. Вежбицкой, М.М. Бахтина, Ю.С. Степанова, В.В. Воробьёва, В.В. Красных, Л.И. Гришаевой, М.К. Поповой, В.Г. Зинченко, А.А. Шунейко, Н.Л. Глазачевой, Б.В. Дашидоржиевой и др. Расхождения, несовпадения в языках и культурах порождают феномен лакуарности: именно межъязыковые лакуны являются своеобразным барьером в процессе межкультурных контактов (В.Л. Муравьёв, Л.С. Бархударов, Л.А. Леонова, Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина, В.И. Жельвис, В.Г. Гак, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Г.В. Быкова, Проценкова Н.В. и др.).

В условиях поликультурной среды проблемы взаимного непонимания носителей разных языков и культур, обострения коммуникативных неудач и культурных конфликтов, сложности нахождения оптимальных стратегий в диалогах обусловлены наличием существенных различий в типах национальных специфик, характерных для менталитета, языка и культуры приграничных народов, взаимодействие которых в последние годы значительно усилилось на всех уровнях. По нашему мнению, проблемы русско-китайского взаимодействия во многом остаются не решёнными и требуют углублённого исследования и осмысления в первую очередь в аспекте феномена лакуарности. В качестве гипотезы нами выдвигается положение о том, что носители разных этносов, обладая различными национально-специфическими способами языкового отражения мира и мышления, не всегда адекватно воспринимают и осмысливают факты чужой материальной и духовной культуры, что в процессе межкультурного взаимодействия проявляется в ассоциативной лакуарности, универсальные механизмы порождения которой скрыты как в языке, так и в культуре.

Для устранения непонимания и оптимизации взаимодействия представителей разных культур необходимо глубокое теоретическое и экспериментальное исследование специфики лакун как на собственно языковом, так и на уровне неязыкового содержания (например, эмоционально-оценочного, символического, ассоциативного и др.).

В настоящее время явление лакунарности русского языка «в зеркале» китайского и наоборот продолжает оставаться мало изученным. При этом исследовательский интерес китайских учёных к проблеме «белых пятен» в системах контактирующих языков ограничивается преимущественно лингвистическим либо этнографическим ракурсом (Лю Хун, Лю Темэй, Ма Хунъюй и др.), в то время как психолингвистический и лингвокультурологический аспекты лакунарности на сегодняшний день остаются недостаточно исследованными.

Именно язык выступает хранителем информации об окружающем мире, добытой всеми членами определённой культурно-языковой общности, и в силу своей кумулятивной функции является подлинным зеркалом национальной культуры. С другой стороны, будучи достоянием отдельной личности, усвоенный человеком язык индивидуален и выступает хранителем уникального жизненного опыта всего народа и самой личности, по-своему реагирующей (ассоциирующей) на актуализированное в процессе коммуникации слово, сохраняемое национальным языком. В экспериментальной части исследования нами сделана ставка на выявление ассоциативных лакун, порождённых, как правило, коннотативным наслоением на значение той или иной лексемы (уровень языка), либо её символическим потенциалом (уровень языка и культуры).

Объектом исследования является межкультурное взаимодействие сквозь призму лакунарности.

Предмет исследования – ассоциативные лакуны, репрезентированные в экспериментальных данных как несовпадение реакций коммуникантов на один и тот же вербальный стимул.

Цель работы – выявить причины и механизмы ассоциативной лакунарности, актуализируемой в межкультурном взаимодействии.

Поставленная цель определяет **задачи** исследования:

1. Опираясь на современную теоретическую и методологическую базу исследования лексической лакунарности, выявить, изучить и описать психолингвистический феномен ассоциативной лакунарности.

2. Для оптимального, исключающего субъективность анализа ассоциативных лакун, получить около пятидесяти тысяч реакций (ассоциаций) от русских и китайских реципиентов разновозрастных групп, проживающих в городах Харбине и Благовещенске (условия мегаполиса), а также на приграничных территориях – Хэйлунцзянской провинции (КНР) и Амурской области (РФ).

3. Путём сопоставления полученных реакций на одни и те же вербальные стимулы, выявить ассоциативные лакуны.

4. Установить критерии классификации ассоциативных лакун с целью их научного описания и дифференциации.

5. Описать механизмы порождения ассоциативной лакунарности.

6. Выявить основные лексические зоны актуализации ассоциативных лакун (флора, фауна, цвет, цифры).

7. Исследовать и описать деструктивное влияние ассоциативной лакунарности на межличностную и межкультурную коммуникацию.

8. Показать, что элиминирование ассоциативных лакун, выявляемых в условиях межкультурного диалога, необходимо при разработке стратегий толерантного общения.

Теоретико-методологической основой нашего исследования стали труды зарубежных и российских учёных, посвящённых анализу проблем лакунарности, ассоциаций, коннотаций, национальной специфики семантики, межкультурной коммуникации в различных аспектах.

Положение о соотношении языкового и культурологического уровней взаимодействия общающихся принимается нами в качестве методологической базы исследования, в основу которого положены принципы антропоцентризма (изучались ассоциативные реакции участников межкультурного взаимодействия), экспансионизма (исследование проведено на пересечении пограничных современных направлений лингвистики), функционализма (исследовались функции коннотаций и символики) и экспланаторности (объяснения причин и психолингвистических механизмов феномена ассоциативной лакунарности), а также **комплекс** взаимодополняющих **методов**:

– описательный (обобщение, наблюдение, интерпретация, классификация), репрезентирующий общую характеристику исследования;

– социолингвистический (анкетирование, лингвистическое интервьюирование);

– психолингвистический (рецептивный эксперимент; свободный ассоциативный эксперимент и его разновидности; метод семантического дифференциала (метод СД);

– сопоставительный (с целью выявления лакун в сравниваемых языках и культурах);

– структурно-функциональный для установления функций лакун в структуре коммуникации;

– статистический (использованный в процессе обработки полученных экспериментальных данных).

Теоретическая значимость исследования, выполненного на пересечении психолингвистики, социолингвистики, лингвокультурологии, этнолингвистики и лакунологии, заключается в том, что оно вносит вклад в общую теорию ассоциологии, теорию лакунарности, переводоведение, теорию и практику межкультурной коммуникации, углубляет представления о при-

чинах и механизмах психолингвистического феномена ассоциативной лакунарности, уточняет критерии классификации ассоциативных лакун с целью их научного описания и дифференциации, определяет основные лексические сферы актуализации виртуальных единиц, вскрывает деструктивное влияние ассоциативной лакунарности как зоны локализации несовпадающих реакций коммуникантов.

Практическая значимость исследования определяется фактом описания и классификации корпуса ассоциативных лакун, недостаточно изученных в российской лакунологии и не исследованных в китаистике с целью оптимизации межкультурного взаимодействия на основе последующего элиминирования данных ментальных единиц. Результаты проведённого исследования могут быть использованы в кросс-культурных сопоставительных исследованиях на материале разных языков; при подборе коммерческих наименований и слоганов на территории соседних государств; в выборе переводческих стратегий как текстов, так и «перевода культур»; в курсах лекций и семинаров по теории языка, психолингвистике, социолингвистике, лингвокультурологии, теории и практике коммуникации, а также в методике школьного обучения.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

– уточнён статус ассоциативных лакун как психолингвистического феномена, максимально отражающего национальную специфику контактирующих народов;

– описаны механизмы возникновения ассоциативных лакун;

– выявлена и описана национально-культурная специфика ассоциативных лакун;

– разработаны критерии описания и дифференциации ассоциативных лакун;

– экспериментальным путём выявлены основные лексические зоны актуализации ассоциативного сознания носителей разных языков и культур;

– установлено, что локализация ассоциативных лакун провоцирует диссонанс в межкультурном взаимодействии;

– доказано, что толерантную коммуникацию представителей разных культур обеспечивает обнаружение, исследование и описание ассоциативных лакун с целью их последующего элиминирования.

Материал исследования. Отбор материала производился методом сплошной выборки из словарей, художественных произведений, рекламных текстов, информационных Интернет-ресурсов. Из общего количества выбранны коннотативно и символически маркированные лексемы зооморфной, флористической, цветовой, цифровой и культурной символики. В результате отобрано 50 лексем, выявленных на основе метода семантического дифференциала и распределённых по указанным зонам. Из данного количества 17 лексем послужили вербальными стимулами для 300 носителей русского и китайского языков трёх возрастных групп (получено всего 10200 реакций),

выявленных в ходе свободного ассоциативного эксперимента. Кроме этого, для проведения рецептивного, а также направленного и цепочечного ассоциативного экспериментов отобрано 20 лексических единиц из «Идеографического словаря русских фразеологизмов с названиями животных» Козловой Т.В. (М., 2001), использованных в процессе экспериментов. На основе выбранных стимульных зоонимов получено 36000 реакций от 300 студентов г. Харбина и такого же количества студентов г. Благовещенска (по три реакции в цепочечном ассоциативном эксперименте), т.е. всего 46200 реакций. Использованный комплекс психолингвистических методик позволил получить и проанализировать около 50 тысяч реакций участников межкультурного взаимодействия.

Результаты проведённого исследования позволяют сформулировать следующие **основные положения**, выносимые на защиту:

1. В системе лакунизированных единиц ассоциативные лакуны проявляются в виде несовпадений реакций представителей разных лингвокультур на те или иные стимульные лексемы национального языка.

2. Основными механизмами порождения ассоциативных лакун являются коннотация как лингвистическая универсалия и символический потенциал слов как лингвокультурологическая универсалия, обладающие выраженной национальной спецификой, обусловленной факторами менталитета и культуры того или иного народа.

3. Для обнаружения ассоциативных лакун ведущими являются психолингвистические методы – свободный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент и цепочечный ассоциативный эксперимент; дополнительными – рецептивный эксперимент и метод семантического дифференциала (метод СД).

4. Метод семантического дифференциала позволяет определить коннотативный потенциал слов и зоны их «скопления» в лексической системе языка.

5. Основными зонами актуализации ассоциативных лакун являются лексические группы слов, отражающие эмоциональную сферу человека, а также коннотативно и символически маркированные лексемы цифровой, цветовой, зооморфной, флористической, культурной символики.

6. Среди многообразия лексических лакун именно ассоциативные лакуны вероятнее всего могут стать (и зачастую являются) причиной диссонанса (недопонимания и культурных конфликтов) взаимодействия носителей языков.

7. Исследования по выявлению, описанию и элиминированию ассоциативных лакун в условиях расширяющегося русско-китайского взаимодействия способны обеспечить неконфликтную коммуникацию жителей России и Китая на всех уровнях.

Основополагающими для нашего исследования являются термины:

Лексическая лакуна – это семема, представляющая в системе языка виртуальную лексическую единицу, занимающую соответствующее место в лексической системе в статусе нулевой лексемы, то есть семема без лексемы.

Ассоциативная лакуна – национально-специфический элемент культуры, отразившийся в языке её носителей, который либо не замечается (не понимается), либо понимается неполно представителями разных культур при контакте; это любое коннотативно маркированное несовпадение, выявленное при сопоставлении результатов процесса коммуникации представителей разных языков и культур.

Коннотации лексемы – это несущественные, но устойчивые признаки выражаемого ею понятия, которые характеризуются эмотивностью, образностью, оценочностью, экспрессивностью.

Символ – ключевой феномен культуры, который в чувственно воспринимаемой форме выражает, сохраняет и транслирует идеи, идеалы ценности, основополагающие для развития и функционирования культуры.

Психолингвистические методы – основные методы психолингвистики: свободный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент, цепочечный ассоциативный эксперимент, метод семантического дифференциала (метод СД), рецептивный эксперимент.

Апробация исследования состоялась на международной научной конференции: 62-ой научно-практической конференции преподавателей и студентов (г. Благовещенск, апрель 2012 г.); региональной межвузовской научно-практической конференции «Этнопсихология: актуальные проблемы современного мира» (Благовещенск, 25 марта 2013г.); четырнадцатой региональной научно-практической конференции с межрегиональным и международным участием «Молодёжь XXI века: шаг в будущее» (Благовещенск, май 2013г.); 65-ой научно-практической конференции преподавателей и студентов (г. Благовещенск, апрель 2015 г.); шестнадцатой региональной научно-практической конференции с межрегиональным и международным участием «Молодёжь XXI века: шаг в будущее» (Благовещенск, май 2015г.); международной научно-практической конференции «Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества» (Благовещенск – Хэйхэ – Харбин, 2015 г.) региональной межвузовской научно-практической конференции «Этнопсихология: актуальные проблемы современного мира» (Благовещенск, 25 марта 2015г.); региональной тематической научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития науки, производства, образования» (ДальГАУ, Благовещенск, 8-9 апреля 2015 г.). Результаты исследования изложены в 12 статьях, в том числе 3 опубликованы в научных журналах, аккредитованных ВАК РФ.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка используемой научной литературы и списка словарей, шести приложений.

Основное содержание работы

Во **Введении** обоснован выбор темы диссертационного исследования, мотивированы его актуальность, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, изложена гипотеза, определены цель и в соответствии с ней конкретные задачи исследования, перечислены методы анализа фактического материала, описаны теоретическая база исследования и положения, выносимые на защиту, приведены сведения об апробации основных идей диссертационного сочинения, представлена структура диссертации.

В **Главе I «Языковая картина мира сквозь призму лакунарности»** содержится научный анализ языковой картины мира в аспекте антропоцентрической парадигмы с опорой на первоисточники по проблеме феномена лексической и ассоциативной лакунарности, излагаются теоретические и методологические основы механизма порождения ассоциативных лакун как действие языковой (коннотативный потенциал слов) и лингвокультурологической (символический потенциал слов) универсалий, рассматриваются типы национальной специфики семантики, обуславливающие разновидности лакун в языке и культуре, предлагаются и обосновываются психолингвистические методы выявления ассоциативных лакун и зон их скопления..

Анализ теоретических и экспериментальных исследований зарубежных и отечественных учёных по лингвистике, психолингвистике, лингвокультурологии, социолингвистике, этнолингвистике, ассоциологии, посвящённых проблемам лакунарности, коннотативного и символического потенциалов слов, языковых и лингвокультурологических универсалий, национальной специфики семантики, межкультурной коммуникации в аспекте антропоцентрической парадигмы показал, что:

ключевой идеей в современной лингвистике является идея антропоцентричности языка. В центре всего изображаемого словом стоит человек – он сам и всё то, что воспринимается им как его окружение, сфера его бытия;

язык, культура и этнос взаимно связаны и дополняют друг друга. Всякая культура национальна, её национальный характер отражён в языке через особое мировидение, воплощённое в языковой картине мира как совокупности представлений народа о действительности на определённом этапе развития социума;

язык развивается вместе с культурой: в культуре появляются новые ценности, в языке новые слова и выражения, что позволяет использовать одни и те же инструменты в исследовании как языка, так и культуры, поэтому постулат о соотношении языкового и культурологического уровней взаимодействия коммуникантов принимается нами в качестве методологической базы исследования, в основу которого положены принципы антропоцентризма, экспансионизма, функционализма и экспланаторности;

различия (несовпадения) между культурными социумами рассматриваются как культурологические лакуны, свидетельствующие об избыточности или недостаточности опыта одной культурной общности относительно другой;

в процессе взаимодействия представителей разных культур обнаруживаются несовпадающие реакции (ассоциации) на один и тот же вербальный стимул, что порождает ассоциативные лакуны как разновидность неязыковых (культурологических) лакун;

ассоциативная лакуна в нашем исследовании – это национально-специфический элемент культуры, отразившийся в языке её носителей, который либо не замечается (не понимается), либо понимается неполно представителями разных культур при контакте. Ассоциативная лакуна в эксперименте – это любое коннотативно или символически маркированное несовпадение, выявленное при сопоставлении результатов процесса коммуникации представителей разных языков и культур;

принципиальным для нашего исследования является вывод целого ряда учёных о том, что культура имеет коммуникативно-деятельностную, эмотивно-ценностную (коннотативную) и символическую природу, что позволяет выйти на межкультурную коммуникацию и выявить механизмы порождения ассоциативной лакунарности;

разные виды национальной специфики семантики отражены в культуре, в мышлении, в языке, что обусловлено отсутствием/наличием разного рода коннотаций в единицах лексических систем, избирательно формирующих их символический потенциал;

механизмами порождения ассоциативной лакунарности, на наш взгляд, являются коннотативный потенциал лексем (языковая универсалия) и символическое значение слов и образов (лингвокультурологическая универсалия).

методом семантического дифференциала нельзя напрямую получить ассоциации на тот или иной вербальный стимул. Он позволяет обнаружить слова-стимулы с высокой степенью коннотативного и символического потенциала и определить зоны скопления (актуализации) лексических единиц, вызывающих национально обусловленные ассоциации, порождающие ассоциативные лакуны;

основные лексические зоны (сферы) актуализации коннотативно обогащённых лексем – *фауна, флора, цвет, цифры*, выявленные нами методом семантического дифференциала, стали основой проведения широкомасштабного свободного ассоциативного эксперимента с целью получения реакций и обнаружения ассоциативных лакун;

свободный ассоциативный эксперимент и его разновидности направлены на выявление ассоциаций, сложившихся у индивида в его предшествующем опыте, обусловленном национальной спецификой социума. В случае полного или частичного несовпадения ассоциаций на тот или иной

вербальный стимул в процессе свободного ассоциативного эксперимента обнаруживаются ассоциативные лакуны разных типов;

объективное существование вербальных реакций (ассоциаций), которые национально обусловлены и часто не совпадают, может привести к непониманию или конфликтной (опасной) речевой ситуации в случае возникновения ассоциативной лакуны. Например, иероглифы (hui) в китайском языке имеют только положительное значение и поэтому широко пользуются в китайских именах. В мужских именах hui обозначает *блестящее будущее*, а в женских – *мудрость* и *красоту*. Однако у русскоязычного населения слово, обозначающее нецензурное, табуированное наименование мужского полового органа, по звучанию совпадает с иероглифами (hui) и потому вызывает культурный шок. Недооценка национальной специфики восприятия иноязычных онимов может оказать негативное неосознаваемое воздействие на широкие массы чужого социума. Например, как показывает проведённый анализ, из семи эргонимов, которые предпочли китайские предприниматели для номинации своих фирм на территории Амурской области РФ, подавляющее большинство (Шанхай, Хуасин, Харбин, Хайнань, Шеньян) вызывает негативные ассоциации (впечатления) у носителей русского языка, и только два (Юаньдун и Санья) формируют положительные реакции.

В Главе II «**Функционирование ассоциативной лакунарности в межкультурном взаимодействии**» анализируются результаты рецептивного, направленного и цепочечного ассоциативных экспериментов, метода семантического дифференциала, свободного ассоциативного экспериментов, описанию которых предшествуют методические комментарии, разъясняющие цели и задачи исследования, параметры, которые учитывались при организации проведения экспериментальных срезов.

В результате предэкспериментальной работы была выдвинута гипотеза о том, что ассоциативные лакуны являются непрозрачными (малопонятными) для носителей русского и китайского языков и культур. Проведённое исследование показало, что ассоциативная лакунарность порождает проблемы непонимания и приводит к дефектной коммуникации, создавая барьеры в процессе межкультурного взаимодействия. В качестве материалов для проведения рецептивного, направленного и цепочечного ассоциативных экспериментов было отобрано 20 лексических единиц из «Идеографического словаря русских фразеологизмов с названиями животных» Козловой Т.В. (М., 2001). Для проведения метода семантического дифференциала путём сплошной выборки из художественных произведений, рекламных текстов, информационных Интернет-ресурсов, а также серии русских и комплекса китайских толковых словарей “辞海” («Море слов») разных лет издания нами получено 50 слов, из которых отобрано 17 максимально коннотативно и символически маркированных лексем, распределённых по тематическим зонам *Флора*,

Фауна, Цвет, Цифры, ставших стимульными лексемами для проведения базового свободного ассоциативного эксперимента с целью выявления ассоциативных лакун.

В ходе рецептивного эксперимента от 50 русских реципиентов на все стимулы получено 1000 ответов, в том числе 998 – «знаю и употребляю» и два ответа «знаю, но не употребляю»; у 50 китайских реципиентов все ответы были «знаю и употребляю». Далее проводился следующий этап эксперимента – направленный и цепочечный ассоциативные эксперименты. Их задача состояла в том, чтобы сопоставить ассоциации на слова-стимулы у разных групп респондентов с целью выявления ассоциативных лакун. Направленный и цепочечный ассоциативный эксперименты проводились с группами испытуемых, а не индивидуально в форме письменного опроса (анкетирования). В анкете перечислено 20 названий животных (зоонимов). После каждого зоонима предлагалось записать три первых пришедших в голову слова. Желательно, чтобы это были два прилагательных; третье слово может быть любой части речи, лишь бы они были «ответом» на предложенное слово. Анкету надо заполнить быстро, за 10 минут.

Анализ данных свободного, направленного и цепочечного ассоциативных экспериментов (46200 реакций) выявил, что эмотивно-ассоциативная специфика у русских и китайских респондентов особенно ярко проявляется в зоолексике. Например, реакции на слова-стимулы *волк, панда, дракон, сорока, сова* не совпадают, что обнаруживает полные ассоциативные лакуны.

Реакции на стимульные лексемы *свинья, тигр, черепаха, воробей, гусь, заяц, лиса, корова, змея* частично совпадают, что порождает частичные ассоциативные лакуны.

Реакции на слова *муравей, собака, пчела, комар, курица, мышь* у русских и китайских испытуемых в подавляющем большинстве случаев совпадают и не обнаруживают ассоциативной лакунарности.

Для проведения метода семантического дифференциала отобрано 50 слов, из которых получено 17 лексем: *ворон* (乌鸦), *сорока* (喜鹊), *ласточка* (燕子), *дракон* (龙), *олень* (鹿), *лотос* (荷花), *персик* (桃), *береза* (白桦树), *рябина* (花楸果) *чёрный* (黑色), *белый* (白色), *красный* (红色), *жёлтый* (黄色), *два* (二), *пять* (五), *шесть* (六), *восемь* (八), распределившихся по тематическим зонам **Флора, Фауна, Цвет, Цифры**, лексемы которых и послужили стимулами для проведения свободного ассоциативного эксперимента.

Исследование показало, что свободный ассоциативный эксперимент является эффективным инструментом в репрезентации образов сознания испытуемых. Задача этого базового эксперимента состояла в том, чтобы сопоставить ассоциации на данные слова-стимулы у разных групп респондентов, сравнить полученные реакции и выявить ассоциативные лакуны. Свободный ассоциативный эксперимент проводился выборочно с группами испытуемых

или в форме письменного (анкетирования), или индивидуального (лингвистического интервьюирования). Информантам разъяснялась важность именно индивидуальных ответов и несущественность таких факторов, как например, орфография. Задания к эксперименту и все объяснения проводились на родном языке участников.

В свободном ассоциативном эксперименте приняли участие 300 русских и 300 китайцев, распределившихся на три возрастные группы по 100 человек в каждой («юность» в возрасте от 15 до 23 лет; «средняя зрелость» в возрасте от 30 до 50 лет; «поздняя зрелость» в возрасте от 65 до 70 лет). Возрастные группы формировались по методике Левинсона, описанной в книге Шаповаленко И.В. «Возрастная психология» (М., 2004).

Первую группу составили китайские респонденты. Группа «юность» состояла из учащихся школы № 6 г. Харбина и студентов юридического факультета Хэйлунцзянского государственного университета; группа «средняя зрелость» состояла из преподавателей Харбинского научно-технического университета и рабочих организаций города Харбина; группа «поздняя зрелость» сформирована из пенсионеров, опрошенных в харбинских парках (провинция Хэйлунцзян, КНР).

Вторую группу составили русские респонденты. Группа «юность» состояла из учеников школы № 11 г. Благовещенска и студентов психолого-педагогического факультета Благовещенского государственного педагогического университета; группа «средняя зрелость» состояла из преподавателей Благовещенского государственного педагогического университета; группа «поздняя зрелость» состояла из учащихся курсов китайского языка для пожилых и пенсионеров в Благовещенске, а также русских туристов курорта Бэйдайхе (провинция Хэбэй, КНР).

Анализ данных свободного ассоциативного эксперимента позволил выяснить, что выявленные реакции на стимулы *дракон* (龙), *лотос* (荷花), *рябина* (花楸果) *красный* (红色), *жёлтый* (黄色), *два* (二), *пять* (五), *шесть* (六), *восемь* (八) обнаруживают полную ассоциативную лакунарность. Частичные совпадения реакций русских и китайских респондентов на стимулы *ворон* (乌鸦), *сорока* (喜鹊), *олень* (鹿), *персик* (桃), *береза* (白桦树), *чёрный* (黑色), *белый* (白色) обнаруживают частичные ассоциативные лакуны. Лексема *ласточка* (燕子) вызывает совпадающие у китайцев и русских реакции, т.е. наблюдается отсутствие ассоциативной лакунарности.

Анализ ассоциатов на слово *сорока* (喜鹊), %

Русские		Китайцы	
Белобока	34	счастье, радость	55
Птица	22	птица	10
бело-чёрная	15	любовь	10
Воровка	11	сказка, свидание, традиция, обы- чай, гнездо, дерево и другие	25
болтунья, болтушка	10		
маленькая и другие	8		

В Китае *сорока* символизирует удачу и считается «птицей удовольствия». Сорока фигурирует во многих китайских фольклорных преданиях и суевериях. Две сороки рядом символизируют супружеское счастье. Стрётот сороки предвещает появление гостя или хороших новостей. Три сороки, сидящие на дереве в лучах солнечного света, символизируют скорый успех в трёх делах; двенадцать сорок обозначают двенадцать добрых желаний. Маньчжурская легенда гласит, что сорока села на основателя династии и помогла ему обмануть врагов, которые его преследовали. С тех пор сорока стала священной птицей.

В России же *сорока* – это птица, символизирующая болтливость, склонность к воровству и сплетням. Отсюда в русском языке закрепились и до сих пор активно функционируют речевые обороты и фразеологизмы: «Болтлива как сорока», «Стрекочущая сорока», «Вороватая сорока», «Всякая сорока от своего языка погибает»; «Сорока скажет вороне, ворона борову, а боров всему городу»; «Сорока на хвосте принесла».

Реакции русских на слово *сорока* (болтунья, болтушка, воровка) и китайских реципиентов (счастье, радость, любовь, сказка, свидание) обусловлены символическим потенциалом стимула (лингвокультурологическая универсалия). Реакции русских (белобока, бело-чёрная) порождены коннотацией (языковая универсалия). При сопоставлении полученных реакций русских г. Благовещенска и китайцев г. Харбина обнаружено частичное несовпадение ассоциаций у русских и китайцев на стимул *сорока*, т.е. выявлена частичная ассоциативная лакуна.

Анализ ассоциатов на слово дракон (龍), %

Русские		Китайцы	
животные	32	летит	20
змея Горыныч	20	дождь	16
трехглавый	14	император	15
злой	13	святой	12
пламя	11	богатство	11
огонь и другие	10	Китай	9
		Хэйлунцзян	9
		Великая китайская стена;	
		Царь дракона и другие	8

В результате опроса выяснилось, что у русских респондентов со словом *дракон*, как правило, ассоциируется змея Горыныч – огнедышащее трёхголовое чудовище, в русских сказках оно символизирует злую, враждебную, появившуюся извне силу, которую необходимо уничтожить. Лучшие русские богатыри сражаются с недругом и побеждают его.

В китайском культурном узусе *дракон* – символ добра, власти, богатства, плодородия, святости, доброго предзнаменования. В древнекитайской мифологии крылатый дракон помогает легендарному герою Юй – основателю династии Ся. Дракон тащит по земле свой хвост, указывая пути, по которым нужно прорыть каналы для водоснабжения.

Из глубин китайской мифологии пришло и существует современное поверье, что дождь даёт только дракон. Он является тотемом китайской нации. Каждый император называл себя Драконом. Также именовали их и подданные. Неслучайно китайцы называют себя потомками дракона. Компонент *дракон* имеется во многих древних и современных словах китайского языка. Например, он есть в названии приграничной провинции Хэйлунцзян, что в переводе обозначает *Река чёрного дракона*, в названии горячего источника Тинлун (Золотой дракон), в названии горы Арумшэн (Два дракона) и многих др. Огромное количество коммерческих наименований на обширной территории КНР содержит в своём составе компонент *дракон*. В г. Благовещенске более десяти лет функционируют рестораны «Золотой дракон» и «Чёрный дракон».

Реакции на слово *дракон* русских (злой, змея Горыныч) и китайских реципиентов (святой, богатство, Китай, дождь) обусловлены символическим потенциалом стимула *дракон* (лингвокультурологическая универсалия). Реакция китайских респондентов (Хэйлунцзян) порождена коннотацией (языковая универсалия). Таким образом, сопоставление выявленных реакций на стимул *дракон* обнаруживает полную мотивированную ассоциативную лакуну в каждом из сравниваемых языков.

Анализ ассоциатов на слово ласточка (燕子), %

Русские		Китайцы	
Птица	24	весна	26
Небо	20	летит	20
Весна	14	гнездо	18
Гнездо	10	дождь	15
Летит	10	птица	8
Дождь	8	воздушная змея	5
внучка и другие	14	ребенок, черная, симпатичная и другие.	8

В качестве вербального стимула мы использовали также слово *ласточка*. Многолетние наблюдения за поведением ласточек и в России, и в Китае стали основанием для совпадающих примет, воплощённых в эквивалентных по смыслу поговорках. В Китае *ласточка* является символом весны. Считается хорошей приметой, если она совьёт гнездо под карнизом вашего дома, потому что это принесёт вам счастье и удачу. Но в Японии ласточка символизирует предательство и неверность, потому что она часто меняет свою пару. Многолетние наблюдения русских и китайцев совпадают в приметах: 燕低飞，雨到来。(Ласточки летают низко к дождю). 燕高飞，天要好。(Ласточки летают высоко – быть хорошей погоде). 燕来种田，雁来过年。(Ласточки прилетели – пора сеять, прилетели гуси – пора встречать праздник весны). Таким образом, ласточка вызывает совпадающие у китайцев и русских реакции, поэтому при опросах на данный стимул не выявлены различия в ассоциациях русских и китайцев. Следовательно, в этом случае наблюдается отсутствие ассоциативной лакуны.

Анализ ассоциатов на слово *лотос* (荷花), %

Русские		Китайцы	
цветок	35	чистота	38
порошок	20	Будда	35
болото	10	благородный человек	8
вода, компания, Китай, Индия		святой	5
и другие	35	розовый цвет, фея, большой лист и другие	14

Анализ полученных результатов показывает, что в китайском языке слово 荷花 (лотос) в отличие от русского эквивалента *лотос*, кроме общего лексического значения – род двудольных водяных растений, единственный представитель семейства Лотосовых (лат. *Nelumbonaceae*) – включает в семантическое поле многообразные эмоциональные, оценочные и экспрессивные ассоциации, связанные в сознании китайцев с чистотой, чудесным рождением Будды и т.д. *Лотос* много тысячелетий является священным символом восточных стран. В китайской культуре *лотос* означает чистоту, совершенство, духовное изящество, мир, женский гений, лето, плодovitость. Кроме того, *лотос* олицетворяет прошлое, настоящее и будущее, поскольку каждое растение имеет бутоны, цветы и семена одновременно. Для китайцев лотос – символ человека благородного, выросшего из грязи, но ею не запачканного. В русском ассоциативном сознании подобные коннотативные и символические приращения к лексическому значению слова *лотос* отсутствуют. Это объясняется тем, что данное многолетнее водяное растение не распространено в российской флоре и произрастает лишь на юге Дальнего Востока и в дельте реки Волги и потому для русских является редким, экзотическим. Обычно исследователи лакунарности называют подобный тип лакун полными мотивированными ассоциативными лакунами.

Анализ ассоциатов на слово *рябина* (花楸果), %

Русские		Китайцы	
красивая	33	не знаю	70
кудрявая	17	ягоды	17
куст	13	красиво, красная, дикий и другие	13
одинокий	13		
печальный	8		
горькая	5		
смородина, колхоз, черемуха и другие	11		

Слово *рябина* (花楸) чаще всего вызывает у русского ассоциации с родиной, печалью, женским одиночеством, с родной природой. *Рябина* у россиян опоэтизирована, ей посвящено немало стихов, песен, поговорок. А для китайцев это название обычного дерева или ягоды.

Случаи несовпадения коннотативных потенциалов стимульной лексемы или их отсутствие в одной из культур сигнализируют о наличии полной ассоциативной лакуны, которая может вызывать недопонимание между представителями соседствующих культур.

Анализ ассоциатов на слово *белый* (白色), %

Русские		Китайцы	
снег	19	снег	20
цвет	17	чистота	20
молоко	14	траур	18
хлеб	10	черный	15
чистота	10	цвет	11
сахар	8	красота	8
платье	8	свадебное платье, облако, днем и другие	8
краска, облако, дым, голубь и другие	14		

В результате опроса у русских респондентов со словом *белый* ассоциируются: *снег, цвет, молоко, хлеб, чистота, сахар, платье*. Индивидуальные реакции: *краска, облако, дым, голубь* и др. Данный цвет в русской ауди-

тории соотносится со снегом, с чистотой, с хлебом из белой муки (хлеб из тёмной муки называется чёрным). В русской культуре отношение к белому цвету полностью позитивное.

Ассоциации китайских респондентов на стимульную лексему *белый* лишь частично совпадают с впечатлениями русских реципиентов: *снег, чистота, траур, чёрный, цвет, красота*. Индивидуальные ассоциации: *свадебное платье, облако, днём* и др.

При наличии совпадающих реакций на стимул *белый* (*снег, чистота, цвет*) наблюдается несовпадение ассоциаций (*чёрный, траур*), обнаруживающее глубокую ассоциативную мотивированную лакуну. В китайской культуре белый цвет – это традиционно траурный цвет, потому что для похоронной процессии в Китае все скорбящие одевают белые одежды, траурные украшения и бумажные цветы тоже в основном белого цвета. В китайском языке слово бэйши (白事) дословно переводится как «белое дело», т.е. похороны. В китайской кухне традиционно отсутствовали молочные продукты, и поэтому у китайских респондентов не сформирована реакция *белый* на молоко.

Анализ ассоциатов на слово *жёлтый* (黄色), %

Русские		Китайцы	
цвет	22	золото	33
лист	17	богатство	27
зеленый	14	кожа	13
лимон	13	порно	12
песок	10	императорский халат	6
цветок	9	китаец	5
апельсин, одуванчик, красный, цыпленок	15	банан, зеленый, апельсин и другие	4
светофор, моча и другие			

В результате опроса у русских респондентов со словом *жёлтый* ассоциируются: *цвет, лист, зелёный, лимон, песок, цветок*. Индивидуальные реакции: *апельсин, одуванчик, красный цыплёнок, светофор, моча* и др. Данный цвет в русской аудитории соотносится с *осенью, печалью, грустью*. Ассоциации китайских респондентов на стимульную лексему *жёлтый* не совпадают с впечатлениями русских реципиентов: *золото, богатство, кожа,*

порно, императорский халат, китаец. Индивидуальные ассоциации: *банан, зелёный, апельсин* и др. Слово *жёлтый* ассоциируется в сознании китайцев с *золотом*, т.к. в национальной традиции желтый цвет означает – *золото, богатство*. В Древнем Китае почитался жёлтый цвет, символизирующий центр Вселенной, символ власти, достойный только императора, который всегда носил халат жёлтого цвета. Слово *жёлтый* среди китайского населения ассоциируется с жёлтым цветом кожи, т.е. с *китайцем*, примерно также как русские идентифицируют себя как *белокожие*. Соотнесение жёлтого цвета со средствами массовой информации, культивирующих секс, отражает негативную реакцию китайцев на подобную псевдокультурную порнопродукцию, искусственно насаждаемую дельцами ради получения прибыли. «Жёлтый фильм» (黄色影片) буквально переводится на русский язык как «порнофильм».

Кстати, в российском социуме для газет невысокого культурного уровня распространено название «жёлтая пресса», но в эксперименте подобная реакция русских на стимул *жёлтый* не зафиксирована, поэтому мы квалифицируем выявленные несовпадения реакций как полные мотивированные ассоциативные лакуны. Что касается оценки китайских респондентов порнопродукции, следует признать данный тип ассоциативной лакуны немотивированным. В данном случае механизмами порождения выявленных лакун являются коннотация и символика слова *жёлтый* в китайском социуме.

Анализ ассоциатов на слово *восемь* (八), %

Русские		Китайцы	
цифры	37	богатство	26
девять	21	деньги	20
учёба	14	Ба гуа	18
весна	10	Ба сянь	15
8 Марта	10	Восемь сторон	8
будильник, часы, цветы, женщины, подарок и другие	8	Бацзы	5
		ребенок, черная, симпатичная и другие	8

В результате эксперимента установлено, что у русских респондентов со словом *восемь* преобладают впечатления: *цифры, девять, учёба, весна, 8 Марта*. Индивидуальные реакции: *будильник, часы, цветы, женщины, подарок* и др. Данная цифра в русской аудитории ассоциируется с цифрами, с

учёбой, когда обычно начинаются занятия в школе и вузах, с традиционным праздником весны – 8 Марта. Ассоциации китайских респондентов на стимульную лексему *восемь* не совпадают с реакциями русских: *богатство, деньги, Ба гуа, Ба сянь, восемь сторон света, Бацзы*. Индивидуальные ассоциации: *ребенок, чёрная, симпатичная* и др.

Восемь считается счастливым числом в Китае, означает целое, все возможности в проявленном виде, удачу. Рассматривается как основа мироустройства, что обусловило большое число символических групп из восьми объектов. Багуа (八卦) – «8 триграмм»: комплекс символических знаков для гадания в древнем Китае. Бацзы (八字) – год, месяц, день и час рождения человека, обозначенные в восьми знаках десятиричного и двенадцатеричного циклов, служил как гороскоп для предсказания судьбы человека в старом китайском обществе. Ба сянь (八仙) – восемь богов, героев древнего китайского мифа. При наличии совпадающих реакций на стимул *восемь* наблюдается полное несовпадение ассоциаций, обнаруживающее полную ассоциативную мотивированную лакуну.

Таким образом, результаты базового для нашего исследования свободного ассоциативного эксперимента (10200 реакций) приводят к выводам: полных ассоциативных лакун большинство (53%), частичных ассоциативных лакун менее половины (41%), совпадений реакций, т.е. отсутствующих лакун (6%). Лексемы зон *Цвет* и *Цифры* в большей степени обладают коннотативно обусловленным потенциалом, а лексемы зон *Флора* и *Фауна* – символическим, однако обе универсалии (языковая и лингвокультурологическая) всегда взаимосвязаны и дополняют друг друга.

В **заключении** содержится краткое изложение итогов теоретического и экспериментального исследования порождения ассоциативной лакунарности. Поскольку нет одинаковых национальных культур, постольку нет и одинаковых языков, одинаковых образов сознания, отображающих идентичные культурные предметы. Образ предмета, перенесённый из одной культуры в другую, несёт в себе элементы национально-культурной специфики восприятия и ассоциирования, порождая лакуны разных типов, которые являются серьёзным препятствием для межкультурного взаимодействия. Лакуна возникает в тот момент, когда «коды» культуры или языков не совпадают, когда механизм декодирования принимающей культуры не располагает семантическими средствами идентификации принятого знака.

В приложении к диссертации представлены образцы анкет, сводные таблицы результатов проведённых экспериментов, результаты анализа китайских эргонимов компьютерной психолингвистической экспертной системы Untitled – ВААЛ-мини (Проект ВААЛ (С) Шалак В.И., 2001).

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ

1. Хань Чжипин Ассоциативные реакции русских и китайцев на стимул *птица* // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2015. № 1 (45) – С.68-72.
2. Хань Чжипин Ассоциативные реакции русских и китайцев в аспекте лакунарности // Российская и зарубежная филология. 2015. Вып. 1(29). – С. 75-82.
3. Хань Чжипин Механизмы порождения ассоциативных лакун // Вестник Брянского государственного университета. 2015 (3). – С. 245-248.

Публикации в других изданиях

4. Хань Чжипин К вопросу о выявлении ассоциативных лакун // Этнопсихология: актуальные проблемы современного мира: мат-лы региональной межвуз. научно-практ. конф. с междунар. участием / отв. ред. Е.В. Афонасенко. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2013. – С. 134-142.
5. Хань Чжипин Национальная специфика зоолексики в русском и китайском языках // Мат-лы 62-й научно-практ. конф. преподавателей и студентов: в 3-х ч. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2012. – Ч. 2. – С. 161-173.
6. Хань Чжипин Ассоциативные различия в русско-китайском взаимодействии // Молодёжь XXI века: шаг в будущее. Филологические науки, Т. 1. 2013. г. Благовещенск. Изд-во ДальГАУ, – С.157-158.
7. Хань Чжипин Китайцы и русские: несовпадение реакций // Молодёжь XXI века: шаг в будущее. Филологические науки. Т. 5. 2015. г. Благовещенск. Изд-во ООО «Буквица», – С.159-161.
8. Хань Чжипин Особенности межкультурного общения русских и китайцев в условиях приграничья // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества. – Благовещенск-Хэйхэ: Изд-во БГПУ, 2015. – С.432-434.
9. Хань Чжипин Непосредственные контакты русских и китайцев в условиях приграничья // Краеведение Приамурья. – Благовещенск. 2014. № 4 (28) – С.39-42.
10. Хань Чжипин Национально-специфические компоненты культуры, отражённые в языке // Мат-лы 65-й научно-практ. конф. преподавателей и студентов БГПУ. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2015. – С.183-188.
11. Хань Чжипин Ассоциативные реакции русских и китайцев на стимул *сорока* // Этнопсихология: актуальные проблемы современного мира: мат-лы регион. межвуз. научно-практ. конф. с междунар. участием / отв. ред. Е.В. Афонасенко. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2015. – С. 183-188.
12. Хань Чжипин Государственная символика России и Китая // Проблемы и перспективы развития науки, производства, образования: мат-лы региональной тематической научно-практ. конф. ДальГАУ. – Благовещенск: Изд-во ДальГАУ, 2015. – С. 123-133.

Лицензия ЛР № 040326 от 19 декабря 1997 г.
Подписано в печать 08.04.16. Бумага офсетная.
Отпечатано на дупликаторе. Усл. печ. л. 1,4. Уч.-изд. л. 1,4.
Тираж 100 экз. Заказ 3247

Издательство Благовещенского государственного
педагогического университета.
Типография Благовещенского гос. пед. университета 675000,
Амурская обл., г. Благовещенск, ул. Ленина, 104