

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВО «Благовещенский государственный
педагогический университет»**

На правах рукописи

ХАНЬ ЧЖИПИН

**НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА АССОЦИАТИВНОЙ
ЛАКУНАРНОСТИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ**

(на материале русского и китайского языков)

Специальность: 10.02.19 – теория языка

Диссертация

на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор Быкова Г.В.

Благовещенск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава I Языковая картина мира сквозь призму лакунарности	14
1.1 Языковая картина мира с позиции антропоцентрической парадигмы.....	14
1.2. Лингвокультурный потенциал языковой картины мира.....	17
1.3. Исследование и классификация лакун в языке.....	19
1.4. Исследование и классификация лакун в культуре.....	23
1.5. Исследование ассоциаций в лингвистике.....	27
1.6. Ассоциации и лакуны. Феномен ассоциативной лакунарности.....	33
1.7. Механизмы порождения ассоциативных лакун.....	37
1.7.1. Коннотативный потенциал слов как языковая универсалия.....	39
1.7.2. Символический потенциал слов как лингвокультурологическая универсалия.....	41
1.8. Лакунарность, обусловленная национальной спецификой языка и культуры.....	46
1.8.1 Национально-культурная специфика семантики.....	47
1.8.2. Национально-концептуальная специфика семантики.....	49
1.8.3 Национально-коннотативная специфика семантики.....	52
1.8.4. Национально-языковая специфика.....	56
1.9. Психолингвистические методы выявления и описания ассоциативных лакун.....	58
1.9.1. Свободный ассоциативный эксперимент и его разновидности.....	58
1.9.2. Метод семантического дифференциала.....	61
1.10. Зоны скопления ассоциативных лакун.....	62
Выводы по главе I	67
Глава II Функционирование ассоциативной лакунарности в межкультурном взаимодействии	70
2.1. Цели, задачи и методы исследования.....	70
2.2. Рецептивный эксперимент и анализ его результатов.....	73
2.3. Анализ результатов направленного и цепочечного экспериментов.....	75

2.4. Анализ результатов метода семантического дифференциала.....	83
2.5. Анализ результатов свободного ассоциативного эксперимента.....	86
2.5.1. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны <i>Фауна</i>	87
2.5.2. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны <i>Флора</i>	97
2.5.3. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны <i>Цвет</i>	105
2.5.4. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны <i>Цифры</i>	115
2.6. Функции лакун на разных этапах межкультурного взаимодействия.....	124
2.7. Элиминирование ассоциативных лакун как условие толерантной коммуникации.....	128
Выводы по главе II	132
Заключение	134
Список используемой научной литературы	140
Список используемых словарей	150
Приложение 1	152
Приложение 2	156
Приложение 3	171
Приложение 4	181
Приложение 5	183
Приложение 6	184

ВВЕДЕНИЕ

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, Прощенкова 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 в первую очередь феномена лакунарности. 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 лакунарности, 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, коннотативного, символического, ассоциативного).

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 Хуньюй и др.), в то время как антропоцентрический, психолингвистический, этнолингвистический, лингвокультурологический аспекты в современной русистике и китаистике 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 культуры).

Объектом исследования является межкультурное взаимодействие сквозь призму лакуарности.

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 лакуарности, актуализируемой в межкультурном взаимодействии.

Поставленная цель определяет **задачи** исследования:

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

2. Для оптимального, исключая субъективность анализа ассоциативных лакун, получить около 50000 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 лакуарности.

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

7. Исследовать и описать деструктивное влияние ассоциативной лакуарности как зоны локализации несовпадающих (национально специфических) реакций 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 отечественных учёных, посвящённых анализу проблем лакуарности, 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 лакуарности), 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 межкультурной 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 причинах 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 межкультурного взаимодействия;
- 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 этого количества выбраны 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 эксперимента. 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.

Результаты проведенного 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 культурологическая 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 эмоциосферу 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 или символически 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 работы 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 2012 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.

Во **Введении** обосновывается выбор темы диссертационного исследования, мотивируется его актуальность, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, излагается гипотеза, определяется 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 положений диссертации, представлена структура диссертации.

В Главе I «Языковая картина мира сквозь призму лакунарности» содержится 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 зоны их скопления.

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

В Заключении в обобщенной форме излагаются результаты проведенного исследования.

Глава I Языковая картина мира сквозь призму лакунарности

1.1 Языковая картина мира с позиции антропоцентрической парадигмы

Лингвистика XXI века активно разрабатывает направление, в котором язык рассматривается как культурный код нации, а не просто как орудие коммуникации и познания. 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. Проблема познания человека, его характерных особенностей, системы ценностей, традиций и верований всё больше выдвигается на первый план. Возникают новые научные дисциплины: социолингвистика, лингвострановедение, этнолингвистика и др. «Современные исследования языка характеризуются широким спектром подходов и направлений исследования. Важное место среди них отводится так называемому культурологическому направлению, изучающему соотношение языковых форм и их ментальных репрезентаций в контексте определённой культуры» [Болдырев 2007: 27].

Исследователи своё внимание акцентируют на том, что язык антропоцентричен, и вся языковая категоризация объектов и явлений окружающей действительности ориентирована на человека. «Человек – точка отсчёта в анализе явлений, он вовлечён в этот анализ и конечные цели. Исследование человеческого фактора в языке, как утверждают лингвисты, тесно связано с изучением картины мира» [Катермина 2014: 53].

Фундаментальные основы такого подхода были заложены трудами В. фон Гумбольдта, А.А. Потебни, Ф. Боаса, Э. Сепира, Л. Вейсгербера, Б. Уорфа, Н.И. Толстого и других лингвистов. Антропоцентризм обусловил возникновение особого интереса исследователей к различным способам выражения личностного, субъективного отношения человека к окружающей действительности и её эмоциональному восприятию, т.е. обращение к

человеку не только как к личности говорящей и мыслящей, но и чувствующей, ассоциирующей, а субъект речи и её адресат оказались включенными в описание языковых механизмов. М.М. Бахтин одним из первых отметил: «...антропоцентрическая парадигма в лингвистике – это то, с чем нельзя не считаться, даже если исследователь работает в традиционной – системно-структурной – парадигме» [Бахтин 1979: 8]. В русле рассмотрения новой парадигмы важным оказывается то, что обмениваясь информацией фактического характера, участники коммуникации не остаются беспристрастными, но выражают своё отношение к обсуждаемому, к партнёрам, к ситуации общения в целом. Поэтому изучение человеческого фактора в языке неразрывно связано с его экспрессивной функцией, реализующейся системой разноуровневых языковых средств.

Диалог культур опирается, прежде всего, на понятие языковой картины мира. «Под языковой картиной мира понимается зафиксированная в языке и специфическая для данного языкового коллектива схема восприятия действительности, т.е. языковая картина мира – это своего рода мировидение через призму языка» [Яковлева 1996: 47]. Функции картины мира вытекают из природы и предназначения в человеческой жизнедеятельности мировидения, составной частью которого и является картина мира. «Мировидение имеет две базисные функции – интерпретативную (осуществлять видение мира) и вытекающую из неё регулятивную (быть универсальным ориентиром человеческой жизнедеятельности). Эти же функции выполняет и языковая картина мира [Зиновьева, Юрков 2006: 54]. Таким образом, языковая картина мира – это не зеркальное отражение мира, она всегда есть некоторая интерпретация, национально обусловленная, и помогающая человеку ориентироваться в окружающем мире.

Подтверждение этому находим у других исследователей: «Картина мира – концептуальная модель мира. Она отображает единую природу мира как универсальную понятийную систему, которая коррелирует с реальным миром на основе принципа отображения» [Баркибаева, Ван Юн 2009: 168].

«Языковая картина мира – это совокупность представлений народа о действительности на определённом этапе развития народа, зафиксированных в единицах языка» [Попова 2003: 5]. Языковая картина мира, таким образом, есть продукт взаимодействия реальности, мышления и языка, – факт национально-культурного наследия народа. «Положение о том, что человек и естественный язык рассматриваются в их объективно существующей взаимосвязи: «человек вне языка не существует, язык вне человека существовать может только как исторический памятник», стали обобщением анализа языковой картины мира как многогранного специфического ментального феномена» [Мещерякова 2013: 113]. При этом «Язык окрашивает через систему своих значений и ассоциаций концептуальную модель мира в национально-культурные цвета» [Телия 1988: 41].

Таким образом, идея антропоцентричности языка, являясь ключевой в современной лингвистике, изначально обусловлена антропоморфизмом – познанием мира человеком через самого себя, т.е. человека, стоящего в центре бытия и вселенной. Антропоцентризм обусловил возникновение особого интереса исследователей к различным способам выражения личностного, субъективного отношения человека к окружающей действительности.

Языковая картина мира как продукт взаимодействия действительности, мышления и языка, – факт национально-культурного наследия народа. Данная методологическая позиция обусловлена неогумбольдтианским осмыслением взаимосвязи народа, культуры и языка: материальная и духовная культура воплощается в языке; всякая культура национальна, её национальный характер отражён в языке посредством особого видения мира: «разные языки – это отнюдь не различные обозначения одной и той же вещи, а различные видения её» [Гумбольдт 1985: 312]. Культура и язык – антропоцентрические сущности, они репрезентированы в человеке, служат человеку и без человека не имеют смысла.

1.2. Лингвокультурный потенциал языковой картины мира

Проблема языка и культуры занимала умы исследователей в глубокой древности. Греческий философ Гераклит Эфесский (VI-V века до н.э.) считал слово седалищем,местилищем знания. Линию Гераклита продолжил Платон. В последующие века вопрос о взаимосвязи языка и культуры получает своё развитие во множестве идей и точек зрения. На рубеже XVIII-XIX веков В. фон Гумбольдт писал: «Через многообразие языков для нас открывается богатство мира и многообразие того, что мы познаём в нём; и человеческое бытие становится для нас шире, поскольку языки в отчётливых и действенных чертах дают нам различные способы мышления и восприятия» [Гумбольдт 1985: 349]. Он подчёркивал, что язык не просто теснейшим образом связан с культурой: он прорастает в неё, развивается в ней и выражает её.

С философской точки зрения культура понимается не просто как некоторая сумма идей и вещей, которые можно выделить, отделить друг от друга и описать. Весь мир человека – это мир его культуры, и проблема культуры – проблема самого человека, человеческого способа бытия, отношения к самому себе. Л. Витгенштейн рассматривает язык как внутренне неотделимый от культуры.

Существует множество мнений по вопросу взаимосвязи языка и культуры. Основатель американской школы этнолингвистики Э. Сепир отмечает, что «Культуру можно определить как то, что данное общество делает и думает. Язык же есть то, как думают» [Сепир 1993: 193]. Он уточняет, что «Язык не существует вне культуры, т.е. вне социальноунаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш образ жизни» [там же: 185]. «Язык, рассматриваемый как достояние всех говорящих на нём, в силу кумулятивной функции является подлинным зеркалом национальной культуры. Язык – это хранитель национальной культуры народа» [Верещагин, Костомаров 1983: 16-17].

В современной лингвистике взаимная связь языка и культуры не вызывает сомнений. Культура – это неотъемлемая часть человеческой жизни, она организует человеческую жизнь. Современный энциклопедический словарь даёт следующее объяснение: «Культура – исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых им материальных и духовных ценностях» [Прохоров 1993: 669].

Общая культура представляется нам процессом накопления знаний о языке, культуре, духовных ценностях и их реализации. Культуролог и семиотик Ю.М. Лотман пишет: «Культура есть память... И потому, когда мы говорим о культуре нашей, современной, мы, может быть сами того не подозревая, говорим и об огромном пути, который эта культура прошла. Путь этот насчитывает тысячелетия, перешагивает границы исторических эпох, национальных культур и погружает нас в одну культуру – культуру человечества» [Лотман 1999: 9]. «Язык рассматривается как ключ к культуре всего человечества и ключ к культурам отдельных этносов» [Замалетдинов 2012: 5]. Это подтверждает исследование эвенкийских национальных констант, проведенное Н.Ю. Мальчакиной: «В сознании того или иного народа скрыт образ мира, который актуализируется при помощи языковых средств. И исследование средств вербализации окружающей действительности, находящейся в сознании этноса, помогает приблизиться к национальной культуре» [Мальчакина 2014: 11].

Таким образом, язык, культура и этнос взаимно связаны и дополняют друг друга. Всякая культура национальна, её национальный характер отражён в языке через особое видение мира, воплощённое в языковой картине мира как совокупности представлений народа о действительности на определённом этапе развития социума. Принципиальным для нашего исследования является вывод о том, что «Культура имеет коммуникативно-деятельностную, ценностную и символическую природу» [Кущева 2006: 155].

В данном постулате содержится указание на механизмы порождения ассоциативной лакунарности (коннотацию и символику) в процессе межкультурного взаимодействия.

А так как культура связана с духовной деятельностью человека и поэтому не может обойтись без опоры на ту или иную знаковую систему, то это «семиотическое родство чрезвычайно важно в методологическом отношении: оно позволяет использовать одни и те же инструменты в исследовании как языка, так и культуры» [Мурзин 1994: 161], ибо язык и культура взаимосвязаны, и изменения в них происходят параллельно. Язык развивается вместе с человеческим обществом, в культуре появляются новые ценности, в языке новые выражения.

1.3. Исследование и классификация лакун в языке

Расхождения и несовпадения в языках и культурах описываются авторами в разных терминах. Применительно к сопоставлению лексического состава языков такие исследователи, как Л.С. Бархударов, Л.Т. Микулина, Б.М. Минкович, А.Д. Швейцер, Г.В. Чернов, Г.Д. Томахин, В.Г. Верещагин, С.Г. Костомаров, С.Г. Тер-Минасова и др. обычно используют термин «безэквивалентная лексика».

В.Г. Гак объясняет лакуны как «пропуски в лексической системе языка, отсутствие слов, которые, казалось бы, должны были присутствовать в языке...» [Гак 1977: 261]. Исследователь считает, что лакуны – это отсутствие слова для обозначения понятий, которые в данном обществе существуют и имеют особое словесное обозначение в другом языке. «При взаимодействии двух неродственных языков, двух непохожих культур нередко возникает непонимание, обусловленное различием и в мировоззрении и в социальном статусе соседствующих языковых коллективов. Такие национально-специфические расхождения (несовпадения) в лексических системах языков и культурах выявляются на

различных уровнях и описываются зарубежными и отечественными исследованиями при помощи различных терминов: *лакуна*, *безэквивалентная лексика*, *нулевая лексика* и др. Предпочтительным в отечественной лингвистике считается термин *лакуна*» [Быкова 2005: 26-27]. Т.Ю. Тамерьян даёт следующее определение: «Лакуны, выявляемые при сопоставлении языков или внутриязыковых сравнений, называются языковыми или лингвистическими» [Тамерьян 2010: 739].

Проблема межъязыковой лексической лакунарности занимала и продолжает занимать умы зарубежных и российских лингвистов на протяжении десятилетий. Типология лакун и способы их элиминирования разрабатываются такими современными отечественными учёными как Ю.С. Степанов, Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина, В.Л. Муравьёв, С.Г. Тер-Минасова, З.Д. Попова, И.А. Стернин, В.И. Жельвис, Г.В. Быкова, Б.В. Дашидоржиева и многими другими.

Г.В. Быкова предлагает, на наш взгляд, наиболее точное определение «пустой клетки» языка: «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» [Быкова 2005: 7]. Данное определение лакуны взято нами за основу проведённого исследования.

Наиболее распространёнными типами лексических лакун являются межъязыковые (интеркультурные) лакуны, которые выделяются в пределах сравниваемой пары языков при их контрастивном описании как случаи, когда единице одного языка нет соответствия в другом языке. Например, в китайском языке слово 丢脸(duilian) соответствует русскому словосочетанию *потерять лицо*, так же как и 预习 (yuxi) – *предварительная подготовка*, 留学 (liuxue) – *учиться за границей*, 喜糖(xitang) – *свадебные конфеты*, 人中 (renzhong) – *вертикальная борозда верхней губы*; В русском языке слова

коляда, изба, аршин, авоська не имеют китайских однословных аналогов, т.е. являются абсолютными лексическими лакунами в китайском языке.

Ю.С. Степанов и др. исследователи среди межъязыковых лагун выделяют абсолютные и относительные лагуны. По мнению китайских авторов, ЛюХун и ЛюТемэй «абсолютные лагуны осознаются при составлении переводных словарей как слова, не имеющие эквивалента в виде слова в данном языке. К относительным лагунам относятся слова, употребляемые в языке редко и при особых обстоятельствах» [ЛюХун, ЛюТемэй 2003: 110].

Несмотря на то, что проблема межъязыковой лагунарности в аспектах теории перевода и лингвострановедения изучена довольно глубоко, совокупность лагун в русско-китайской языковой картине мира, в том числе в процессе взаимодействия, является мало изученной. Примерами абсолютных лексических лагун для китайского языка являются русские слова *сарафан, Кремль, блин, балалайка* и др. Китайские слова 中秋节 (zhongqiujie) – *праздник осени*, отмечаемый 15 августа по лунному календарю, 子时 (zishi) – *промежуток времени от 23 до 1 часа ночи* – абсолютные лагуны «в зеркале» русского языка.

Относительными лагунами для китайского языка являются высокочастотные русские лексемы *душа, свобода, совесть, судьба* и др. Грамматической лагуной в китайском языке можно считать отсутствие категории вида глагола, что компенсируется различными лексическими формами, например, *сдать экзамен* – 通过考试, *сдавать экзамен* – 参加考试., либо отсутствие флексии как указателя категории рода в русском языке. Китайцы элиминируют этот пробел с помощью дополнительных слов, которые указывают на гендерную принадлежность: *ученик* – 男学生, *ученица* – 女学生.

Межъязыковые лакуны могут быть мотивированными, когда в одном из сравниваемых языков отсутствует наименование предметов, явлений, процессов, которых нет в культуре другого народа. Например, в китайском языке нет слов для названия русских реалий *лапти*, *матрёшка*, в русском языке нет названий 八卦 (bagua) *триграмм* – комплекс символических знаков для гадания в древнем Китае, 长袍 (changpao) – *вышитый китайский халат*, 花卷 (huajuan) – *пампушка в форме завитушки*.

Немотивированные лакуны отражают отсутствие в языке слова для существующего предмета, явления, процесса, которые есть в культуре, но народ их почему-то не назвал. Например, в русском языке *способность бороться за жизнь* не названа однословно, а в китайском языке это понятие выражено одним словом – 拚命 (zhengming), также *держаться свободно и с изяществом* в китайском языке названо словом 潇洒 (xiaosa). Существование немотивированных лексических лакун объяснимо историческими, культурными традициями и социальными причинами.

«Языковые, или лингвистические, межъязыковые лакуны не несут эксплицитной информации о явлениях внеязыковой действительности, а связаны преимущественно с тем фактом, что один язык и стоящий за ним этнос выделяет и оформляет одни стороны и определённый объём этой действительности, в то время как другой язык выделяет другие стороны и другой объём этой же действительности» [Бердникова 2006: 35-36], так как способы концептуализации действительности всегда связаны с необходимостью ориентации этноса в том или другом физическом, географическом, историческом, духовном пространстве для своего самосохранения и эволюции.

1.4. Исследование и классификация лагун в культуре

Ю.А. Сорокин и И.Ю. Марковина первыми обосновали и применили термин *лагуна* в широком смысле. Они стали считать лагунами все явления, требующие дополнительного пояснения при контакте с иной культурой. Они убедительно доказали целесообразность и методологическую оправданность применения термина *лагуна* при сопоставлении не только языков, но и других аспектов культуры: «...лагуна – это некоторый фрагмент текста, в котором имеется нечто непонятное, странное, ошибочное (нечто, что можно оценить по шкалам «непонятно / понятно», «непривычно / привычно», «незнакомо / знакомо», «ошибочно / верно» [Сорокин, Марковина 1988: 77]. Десятилетием раньше В.И. Жельвис отмечал, что «... лагуны – это то, что в одних языках и культурах обозначается как «отдельности», а в других не сигнализируется, то есть не находит общественно закрепленного выражения» [Жельвис 1977: 136].

В последние десятилетия лагуны активно исследуются не столько с позиций лингвистики (лексические лагуны), сколько сквозь призму этнопсихолингвистики, лингвокультурологии и межкультурной коммуникации, где виртуальные единицы рассматриваются как «национально-специфические элементы культуры, нашедшие соответствующее отражение в языке носителей этой культуры, либо полностью не понимаемые, либо недопонимаемые носителями иной культуры и языка в процессе коммуникации» [Томашева 1995: 58]. «В самом общем понимании лагуна – это несовпадение, возникающее при сопоставлении понятийных, языковых, эмоциональных и других категорий двух/нескольких лингвокультурных общностей. Лагуны, проще говоря, это термин для того, что есть в одной локальной культуре и чего нет в другой» [Макаров 2008: 178].

Понятие этноса всегда соотносится с понятием локальной культуры, формированию которой способствуют природно-географические,

социальные и исторические факторы. Культура может быть средством как общения, так и разобщения людей, и немалую роль в этом играет язык. Лакуны не осознаются в одноязычной ситуации общения, но возникают и выявляются при сопоставлении в условиях межкультурного диалога. А.В. Папикан приходит к выводу, что «Лакуна – проявление несоизмеримости культур и языков, т. е. обнаруживаемые в процессе коммуникации несовпадения тех или иных реалий. Различия не существуют сами по себе, только контакт с другими, сравнение своего с чужим придаёт тем или иным элементам статус дифференциального (национально-специфического) признака» [Папикан 2008: 479].

На современном этапе развития межкультурных контактов определения лакуны уточняются, кроме того, изучение лакуны породило различные подходы и толкования самого феномена лакуны как социокультурного феномена, вызывающего коммуникативные помехи.

В рамках лингвокультурологического подхода проведено исследование Т.С. Глущенко, посвященное анализу паралингвистической лакунарности на материале русского, китайского и английского языков [Глущенко 2003].

Ю.А. Говорухина, изучая специфику функционирования лакун в художественном тексте как в коммуникативном пространстве, дифференцирует их многочисленные разновидности [Говорухина 2003: 40-41]. Опираясь на предположение Ю.А. Сорокина о том, что «различия между своим и чужим соматологическим образом служат причиной неприятия одного участника общения другим» [Сорокин 2003: 3], Д.Б. Гудков в статье «Нос в телесном коде культуры» отмечает, что «вербальное воплощение этих кодов оказывается во многом детерминированным национальной культурой» [Гудков 2003: 51].

Таким образом, лакуны как явление, пограничное между языком и культурой, делятся на два больших класса: лингвистические (см. 1.3) и культурологические, которые «... могут быть вызваны коммуникацией. В ходе межкультурной коммуникации могут быть выявлены различия и

несовпадения картин мира, менталитета, реалий, лингвистические различия. Различия картин мира и менталитета означают, что понимание мира и собственной идентичности у контактирующих социальных субъектов принципиально нетождественно» [Данильченко 2014: 54]. Исследователи подразделяют такого рода лакуны по разным основаниям: субъектные, отражающие национально-культурные особенности коммуникантов, принадлежащих к различным лингвокультурным общностям; деятельностно-коммуникативные, отражающие национально-культурную специфику различных видов деятельности в их коммуникативном аспекте; лакуны культурного пространства, отражающие несовпадения культурных фоновых знаний участников диалога; текстовые лакуны, возникающие вследствие специфики текста как инструмента общения и др.

К собственно культурологическим лакунам относят *этнографические, ментальные, национально-психологические, поведенческие, кинесические, эмотивные (ассоциативные)* и др. типы лакун. Их выявление и элиминирование требует исследования специфики культуры, отражённой в национальном языке.

Болгарские языковеды С. Влахов и С. Флорин выделяли географические, этнографические и общественно-политические реалии, что характерно для всех языков мира. Этнографические лакуны обусловлены отсутствием реалий в одной из сравниваемых культур, например: 火炕 (huokang) – *отапливаемая лежанка*; 马褂 (magua) – *куртка, которая одевается поверх китайского халата*. 故宫 (gugong) – *запретный город*; 花轿 (hua jiao) – *китайский свадебный паланкин*; 超生 (chaosheng) – *сверхплановая рождаемость*.

Особого внимания заслуживают ментальные лакуны как отражение стереотипов общения. Например, принято считать, что главное в английском национальном характере – *уравновешенность*, во французском –

страстность, в американском – *прагматичность*, в немецком – *пунктуальность*, в китайском – *сдержанность*, в русском – *умеренность*. Ю.А.Сорокин считает «такое взаимодействие конфликтным, либо в процессе его возникают ментальные лакуны различной глубины и мощности, обуславливающие "сбои" в межкультурной коммуникации. Именно на выявление совпадений/расхождений в модусах существования различных языковых и неязыковых "картин мира" и ориентировано в последние годы большинство экспериментальных и сопоставительных этнопсихолингвистических исследований, а также на установление адекватности способов компенсации этих расхождений» [Дарбанов, Раманкулов 2012: 6]. Другой исследователь уточняет: «Национально-психологическими лакунами можно считать несовпадения и других видов культурной символики, характерных для различных этносов: для японцев листья папоротника – знак положения удачи в наступающем году, в русском узусе папоротник ассоциируется со смертью, кладбищем» [Должикова, 2012].

Т.С. Глущенко выделяет и предметно исследует подгруппу кинесических лакун (жестов и мимики), которые представляют собой несовпадение жестов у представителей разных культур «...как некоторый фрагмент невербального сообщения, в котором имеется что-то непонятное или страшное для адресата» [Глущенко 2003: 34]. Улыбки американцев, китайцев или японцев отличаются внешне и по сути. На Востоке улыбкой принято сопровождать рассказ о постигшем человека горе, чтобы собеседники не расстраивались. Мать-японка, рассказывая о смерти сына, должна улыбаться (то же самое отмечается в культуре адыгов). В китайской культуре улыбка может пониматься как средство маскировки реальных и опасных замыслов («улыбающийся тигр»). В дипломатическом дискурсе имеется термин *политика улыбок*, указывающий на двойные стандарты в поведении политиков.

Существование этикетных лакун создаёт трудности в общении и может привести к непониманию и возникновению этикетных (поведенческих)

лакун, которые обусловлены несовпадением правил повседневного поведения у различных народов. Например, для китайцев странным и малоприятным кажется обычай россиян в бане бить себя или друг друга веником.

Г.В. Быкова отмечает, что множество слов в любом языке окружено культурно-эмоциональными ассоциациями. В случае их несовпадения можно говорить о наличии в тексте перевода эмотивной (ассоциативной) лакуны. «Эмотивными лакунами в переводе будут также эмотивно-экспрессивные формы обращения, прозвища, связанные с элементами национального фольклора, эпоса, героями национальной литературы, которые ассоциируются в сознании носителей языка с проявлением тех или иных качеств, свойств характера, внешности и т.п.» [Быкова 2003: 70].

Таким образом, различия (несовпадения) между культурными социумами мы рассматриваем как культурологические лакуны, свидетельствующие об избыточности или недостаточности опыта одной культурной общности относительно другой. В процессе взаимодействия представителей разных культур во множестве обнаруживаются несовпадающие реакции (ассоциации) на один и тот же стимул, что порождает ассоциативные лакуны как разновидность неязыковых (культурологических) лакун, являющихся предметом нашего исследования, где ассоциативная лакуна – это любое коннотативно маркированное несовпадение, выявленное при сопоставлении результатов процесса коммуникации представителей разных языков и культур как вербальная реакция на слово-стимул, т.е. ассоциация.

1.5. Исследование ассоциаций в лингвистике

Ассоциация (от лат. *assotiatio* – соединение) – возникающая в опыте индивида закономерная связь между двумя содержаниями сознания (ощущениями, представлениями, чувствами и т. п.), которая выражается в

том, что появление в сознании одного из содержаний влечёт за собой и появление другой [Большой психологический словарь 2006: 42]. Другими словами, *ассоциация* – это связь между отдельными представлениями, при которой одно из представлений вызывает другое [Ожегов 2007: 32]. Установлено, что психофизическая основа ассоциации – условный рефлекс.

Понятие ассоциации возникло в античности, и в течение многих веков было объектом изучения философов, психологов, лингвистов и других учёных. При этом философов волновало исследование не вербальных ассоциаций, а «ассоциаций идей»; психологам был интересен практический подход и использование ассоциаций в психодиагностике и психиатрии. Интерес к ассоциативным связям в лингвистике проявляется намного позже. Впервые об ассоциациях между словами в языке заговорил В. фон Гумбольдт. Он отметил, что люди «...прикасаются к одним и тем же клавишам инструмента своего духа, благодаря чему у каждого вспыхивают в сознании соответствующие, но не тождественные смыслы» [Гумбольдт 1984: 166].

С конца XIX века лингвисты изучают собственно словесные (вербальные) ассоциации. «Изучение данного явления осуществлялось в двух направлениях. В основу первого положено традиционно-лингвистическое понимание вербальных ассоциаций. Данный подход представлен в работах выдающихся русских лингвистов А.А. Потебни, Н.В. Крушевского, М.М.Покровского и др. В русле второго направления рассматривается зависимость вербальных ассоциаций от особенностей ассоциативного эксперимента. Данное положение развивается в трудах западных психолингвистов Г.Кента, Дж. Миллера, Ч. Кофера и др. В основе их концепции лежит утверждение о многочисленности разных связей между словами. «Ассоциации по месту, как одиночные, так и в соединении с другими, играют большую роль в памяти, ...ассоциации по месту могут помочь другим ассоциациям, которые тоже сами по себе будут недостаточны» [Эббингауз, Бэн 1998: 434]. Авторы приходят к выводу, что

сочетания слов и фраз составляют значительную часть всех наших знаний, и на помощь приходят сложные ассоциации.

По мнению М.М. Покровского, «экстралингвистические явления находят отражение в вербальных ассоциациях» [Покровский 1959: 28], т.е. механизм ассоциирования зарождается за пределами языка, но конденсируется в его единицах. «Если изначально предметы внешнего мира, психики, культуры народа и т.п. ассоциированы в сознании человека, то слова, служащие для их обозначения, так же ассоциированы между собою в языке» [Швецова 2013: 74]. Слово в языке является сигналом определённой связи с тем или иным ассоциатом. М.М. Копыленко отмечал: «Всякое произнесённое, услышанное или прочитанное слово вызывает у человека целый ряд ассоциаций» [Копыленко 1998: 246]. Исследователь подтверждает, что в слове уже изначально заключена возможность ассоциативного сближения с другими единицами языка, предрасположенность к такому сближению, что составляет ассоциативную потенцию слова, вписывающуюся в его центробежные потенции.

Исследователи отмечают, что в зависимости от исходной базы, ассоциации могут быть структурными, словообразовательными, фонетическими, лексическими, семантическими и др. Существует немало ассоциативных классификаций. В типологической классификации А.П. Клименко, например, выделяются следующие классы ассоциаций:

1. Фонетические ассоциации, в которых есть созвучие стимула и реакции, но не выражено или почти не выражено семантическое обоснование: *день – тень, лён – клён.*
2. Словообразовательные ассоциации, среди которых могут быть:
 - а) морфемно-словообразовательные, основанные на единстве корня стимула и реакции, но не отражающие чётких и однообразных для разных слов семантических отношений: *жёлтый–желтуха, жёлтый– желчь.*
 - б) словообразовательные ассоциации комбинаторного типа, составляющие вместе со стимулом целое слово.

3. Тематические ассоциации, которые могут составить вместе со стимулом грамматически отмеченное словосочетание (*темно – ночь*);
4. Семантические ассоциации (*Ежов – ежовщина*);
5. Цитатные ассоциации или перенос различного рода цитат (названий) из литературных произведений, песен, кино, фильмов, пословиц и т.д.: *соль – земли; старик – море; дядя – Стёпа*.
6. Грамматические ассоциации, словоизменительные, формообразующие преобразования исходного слова: *стол – стола, бежать – бегать* [Клименко 1969].

Фонетические (фоностилистические) ассоциации основаны на звуковом подобии членов ассоциативной пары. Например, в ходе проведения рецептивного эксперимента нами установлено, что русскоязычные жители Благовещенска не знают, что обозначает название китайского торгового центра «Хуафу». Китайские граждане, знающие русский язык, объяснили: *Хуа*– Китай(древнее название Поднебесной, то же, что *Россия – Русь*); *Фу* – богатство, т.е. «Хуафу» означает *Китай богатый*. Незнание семантики китайского коммерческого наименования «Хуафу» побудило русскоязычного пользователя опираться на звучание незнакомых китайских слов. Свободный ассоциативный эксперимент выявил, что название крупной китайской фирмы «Хуафу», функционирующей больше десяти лет на территории областного центра, вызывает у русскоязычных жителей негативные ассоциации. Компьютерный анализ слова Хуафу показал, что оно производит впечатление чего-то плохого, отталкивающего, страшного, шероховатого, угловатого, злого, темного, низменного, тихого, грустного, медлительного, пассивного, тусклого, печального(см. Приложение 5). Указанные данные фоностилистического анализа компьютерной психолингвистической экспертной системы ВААЛ-мини (<http://www.vaal.ru>) подтвердились в ходе эксперимента. Семеро из 50 опрошенных отреагировали на данный стимул так: «Хуафу – значит вонючий пенис». Столь неожиданные ассоциации мотивированы тем, что междометием *фу*русские традиционно реагируют на

неприятный запах. Ху вызывает ассоциацию с табуированным нецензурным наименованием и графическим написанием телесного низа мужчины. Таким образом, установлено, что коммерческое наименование китайской торговой фирмы, функционирующей на территории России, вызывает резко негативную реакцию окружающих. И это не единственная китайская фирма в Амурской области. Их в нашем регионе несколько десятков (см. стр. 123-124), а на территории РФ – во много раз больше.

В то же время иероглифы (hui) в китайском языке имеет только положительное значение и поэтому широко используется в китайских именах. В мужских именах hui обозначает блестящее будущее, а в женских – мудрость и красоту. Однако у русскоязычного населения данное слово вызывает культурный шок, потому что на это слово в России более тысячи лет Православной церковью наложен запрет (табу), который поддерживается и государством. На кафедре китаеведения одного из благовещенских вузов работал преподаватель, которого звали zhanghui. Студенты избегали называть его по имени, а если он представлялся сам, аудитория реагировала на это неадекватно, т.к. ассоциации, основываясь на фонетическом (фоностилистическом) подобии двух разных слов, китайском и русском, вызывали негативное впечатление. Учитывая неизбежную реакцию российских граждан, известный дипломат, посол Китая в России – (lihui – Лихуй), по совету психолингвистов вынужден был ввести в своё имя дополнительную букву/звук [a] – Ли Хуай, чтобы избежать негативной ассоциации русскоязычных жителей. Китайцы, в свою очередь, неадекватно реагируют на русское имя Даша, потому что /dasha/ фонетически совпадает с китайским словом *дурак*, а уменьшительно-ласкательная форма имени Санёк (от Александр – Саша) по звучанию совпадает с китайским глаголом *писать* (синонимы: *писять*, *пысать*, *мочиться*, *оправляться*; разг.: *справлять нужду*). В России такие ассоциации на широко распространённые имена Даша и Санёк отсутствуют.

Ономастика изучает широкий круг имен собственных. Это не только личные имена, фамилии, географические названия, но и многие другие виды имен. Один из них – разнообразные товарные знаки, то есть названия марок самой разнообразной продукции. В связи с быстрыми темпами развития общества и экономики появляется большое количество предприятий различного функционального профиля, каждое из которых потребовало своего названия – эргонима. Объективное существование вербальных реакций (ассоциаций), которые национально обусловлены и часто не совпадают, может привести к непониманию или конфликтной (опасной) речевой ситуации именно в случае возникновения ассоциативной лакуны. В связи с высокими темпами продвижения русских коммерческих наименований на территории КНР и широким распространением китайских названий торговых предприятий и марок в России проблема ассоциативных реакций на те и другие требует широкомасштабного исследования с целью предотвращения негативных реакций в том или ином социуме.

Все виды вербальных ассоциаций могут быть рассмотрены в качестве частных случаев двух наиболее общих типов любых ассоциаций, т. е. ассоциаций по смежности (во времени или пространстве) и ассоциаций по сходству. По мнению Мартинович Г.А., ассоциации по смежности устанавливаются между словами: «Ассоциации по смежности. Это пары таких слов, которые не имеют общих существенных признаков в своем содержании (*бабушка – блины*); ассоциации по сходству 1) синтагматического характера. Это пары таких слов, в которых содержание одного члена (значение процессуального или непроцессуального признака) входит в содержание второго члена в качестве одного из признаков этого содержания (*бабушка – старая, бабушка – вяжет*). 2) парадигматического характера. Это пары слов, имеющих в своих содержаниях как минимум один общий существенный признак. Они достаточно разнообразны и включают ассоциативные пары, соотносимые с членами различных лексико-семантических, тематических и т.п. полей и групп (*бабушка – дедушка,*

бабушка – старушка, белый – чёрный, белый – цвет, бежать – идти, голова – чурбан, хлеб – пицца и т.д.)» [Мартинович 1990: 144].

Таким образом, ассоциации изучаются не только в философии и психологии, они – предмет исследования лингвистов, что особенно важно, т.к. связи многих представлений о внешней действительности отражаются в языке, где ассоциация – объединение языковых единиц по формальному или логико-семантическому принципу. Методологически важным для нашего исследования является положение о двух «направлениях» ассоциаций – на мир знаков (языковых) и на мир объектов. Именно лингвистами было высказано предположение о том, что изучение многообразия ассоциаций и их связей позволяет делать выводы о соотношении субъективной реальности, т.е. смысла, связанного со словом в сознании человека, и «объективного конструкта» картины мира в его сознании [Горошко 2000, 2001]. Это прямой выход на феномен ассоциативной лакунарности.

1.6. Ассоциации и лакуны. Феномен ассоциативной лакунарности

Множество слов в любом языке окружено эмоциональными коннотациями и ассоциациями. «Строго говоря, любое слово любого языка обладает собственной системой языковых ассоциаций. Как отмечал С.Ульман, каждое слово окружено сетью ассоциаций, которые связывают его с другими словами, соотносящимися с ними по форме, по содержанию либо по тому и по другому...» [Муравьев 1980: 12]. С учетом этого факта целый ряд исследователей, занимающихся проблемой лакунарности, выявляет те или иные характеристики лакун, связанных с ассоциативным сознанием. Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, И.А. Стернин называют такие лакуны коннотативными, В.Л. Муравьев – ассоциативными, И. В. Томашева – эмотивными, считая, что «Интерес современной лингвистики к роли человеческого фактора в языке... позволяет выделить эмоциональную характеристику лакуны, отражающую национально-культурную специфику

языка»[Томашева 1995: 56]. Таким образом, при несовпадении ассоциативных реакций коммуникантов формируются ассоциативные (эмотивные) лакуны – «национально-специфические элементы культуры, отразившиеся в языке её носителей, которые либо не замечаются (не понимаются), либо понимаются неполно представителями разных культур при контакте» [Быкова 2003: 70].

Изучение ассоциативных лакун, то есть отсутствие реакции или несовпадающие реакции на одно слово/явление культуры, которые можно объяснить социально-культурными причинами, является актуальным в лингвокультурологическом исследовании. Ассоциативные лакуны обусловлены отсутствием у представителей одной из сопоставляемых культур характерных для носителей другой культуры ассоциаций, вызываемых различными социально-культурными, историческими, географическими факторами.

Топонимы зачастую также выражены ассоциативными лакунами, что нередко создает трудности при общении и переводе. «Так, при восприятии имени *Сибирь* для кого-то оживают связи с: *далекая, холодная, место ссылки*; для кого-то: *обширная, огромная, богатая, родина, родная; тундра, тайга, пушнина; Братская, Новосибирская, Красноярская, Усть-Илимская, Саяно-Шушенская ГЭС; Алтай, Саяны; озеро Байкал, Таймыр; реки Обь, Иртыш, Лена, Енисей, Ангара; Пушкин, Распутин, Сростки* и др. Эти и подобные ассоциативные ряды представляют собой собственное имя как слово-стимул и ряд ассоциатов, отражающий опыт носителя языка, уровень его интеллектуального и общего развития, культуры, кругозора, эрудиции, характер интересов и др.» [У Гохуа 2002: 83]. Ясно, что подобные слова отличаются специфичной локальной закрепленностью, обозначая названия, единственные в своём роде и потому выраженные лакунами в языке сравнения.

На материале лексики русского и китайского языков нами выделены группы слов, которые вызывают у носителей сравниваемых языков

определенные ассоциации, закреплённые в другом языке за иными словами либо вообще отсутствующие в одной из культур. Строго говоря, любое слово любого языка обладает собственной системой ассоциаций. Изучение всей массы подобных ассоциаций – непосильная задача, не имеющая к тому же смысла. Поэтому в нашем исследовании мы останавливаемся на ассоциациях, которые порождены национальной внеязыковой действительностью, т.е. на реакциях, носящих лингвокультурологический характер и существующих у большинства носителей того или иного языка. Такие ассоциации могут быть вызваны при употреблении многозначного слова в определённом значении, существованием других значений (косвенных или прямых, в том числе и во фразеологизмах, ими образованных). Например, слово *горько* у русского может вызвать не только вкусовые реакции, но и мысль о свадьбе, где принято выражать волеизъявление гостей в адрес жениха и невесты восклицанием «Горько!». Однако носителем китайской культуры это слово понимается лишь в прямом значении, т.к. на китайской свадьбе не принято кричать «Горько!». В данном случае имеет место полная ассоциативная лакуна.

К ассоциативным (эмотивным) лакунам в переводе относятся также эмотивно-экспрессивные формы обращения, прозвища, связанные с элементами национального эпоса, героями национальной литературы, фольклора, которые ассоциируются в сознании носителей языка с проявлением тех или иных качеств, свойств характера, внешности и т.п. и отражают глубины национального менталитета. Образы фантазии восходят к глубинам человеческого сознания, его верованиям, мифологии, символике и отражаются в паремиологии, сказках, фольклоре и несказочном фольклоре – бывальщинах и быличках, т.е. в рассказах о встречах человека с нечистой силой, бытующих в фольклоре разных народов. Например, в Англии это *боггард, брауни, пак, шёлковые*. Согласно русскому фольклору, на подворье русского крестьянина живут *банник, дворовый, домовый, игоша, кикимора, овинник*. В представлении китайцев отсутствуют данные образы,

следовательно, и нет слов, которыми они обозначаются. В китайском языке – 阎王(yanwang) – главный человек в аду, 玉皇大帝(yuhuangdagi) – император неба 孙悟空(sunwukong) – царь обезьян. В русском языке данные образы и слова, их называющие, отсутствуют и выражены лакунами культурной окраски.

К ассоциативным виртуальным единицам следует отнести и собственные имена исторических деятелей, национальных поэтов, писателей, художников и т. д., которые составляют значительную часть культурного наследия любого народа. И.В. Томашева относит их к ассоциативным лакунам культурного фонда. Подобные лакуны возникают при переводе высказываний, в которых употребляются герои других произведений, выражающие эмоции или вызывающие эмоционально-оценочные ассоциации. Ассоциативное значение по-разному представлено у имён собственных, например, русское имя Юрий Гагарин ассоциируется у русских со словом *первый космонавт*, Д.И. Менделеев – с периодической таблицей, химией. Китайские имена Лян Шанбо(梁山伯) и Чжу Интай (祝英台) вызывают у китайцев впечатления о верности в любви как у европейцев и россиян Ромео и Джульетта. В.Л. Муравьев уточнял в своё время, что «Во всех случаях понятия, вызывающие подобные ассоциации, отражая явления национального быта, имеют яркую национальную окраску и большую значимость в данной цивилизации. Напротив, в другой цивилизации эти же понятия такой значимости не имеют, они рядовые среди множества других» [Муравьев 1975: 38-39].

Особенно ярко проявляется эмотивно-ассоциативная специфика в зоолексике русского и китайского языков. *Панда* для китайцев символизирует *Китай, чистоту, сокровище*. В русском языке это слово не имеет символического значения. Злой человек в русском языке – *собака*, в

Колумбии же *perro* (собака) – это *вор* и *хитрец*, а в Коста-Рике – *бабник*. В этих случаях можно говорить о наличии эмотивно-ассоциативной лакуны.

Большой интерес представляет изучение не только ассоциативных лакун, но и возможных реакций носителей разных языков на одни и те же проявления внеязыковой действительности. Представляют интерес различные реакции у суеверного русского и китайца. Например, услышав кукушку, русский человек обычно считает количество лет, которое ему осталось прожить. Реакция китайца на пение этой птицы будет совершенно иной – признак наступления весны, весеннего сева и т.п.

Таким образом, ассоциативные лакуны есть следствие неполноты или избыточности опыта культурной общности, вследствие чего не всегда можно дополнить опыт одной культурной общности опытом другой. Лакуны принадлежат полю коннотации, понимаемой как набор традиционно разрешённых для данной культурной общности способов интерпретации фактов, явлений и процессов вербального поведения. Ассоциативные лакуны отражают мировосприятие, самосознание народов, их способ мышления, ассоциации и т.п.

1.7. Механизмы порождения ассоциативных лакун

В российской и зарубежной науке о языке существование лакун объясняется механизмом функционирования лингвистических и культурологических универсалий. «Универсалии обусловлены единством мира, в котором живёт человек, сходными географическими условиями, общечеловеческими ценностями, влиянием соседних культур» [Алымова 2007: 76]. При этом отдельные из таких универсалий не всегда представлены в той или иной локальной культуре. К числу языковых универсалий, порождающих ассоциативную лакунарность, мы относим коннотативность, к числу культурных универсалий – символический потенциал слов. Кроме этого, ассоциации могут возникать по смежности (во времени или

пространстве) и по сходству, которые могут не иметь коннотативных или символических приращений, но при этом стать причиной ассоциативной лакунарности.

Соседствующие русская (славянская) и китайская (восточно-азиатская) культуры не похожи и самобытны каждая по-своему, что не могло не отразиться на языковом сознании двух народов, обуславливая несовпадение вербальных реакций на один и тот же стимул в языковом сознании русских и китайцев. Понятие языкового сознания активно разрабатывается в последнее время и используется при решении самых разнообразных исследовательских задач как в области психолингвистики, так и в лингвокультурологии. В российской лингвистике общепринятым является определение языкового сознания, данное Е.Ф. Тарасовым, который считает, что языковое сознание – это образы сознания, овнешняемые языковыми знаками: лексемами, словосочетаниями, фразеологизмами, текстами, ассоциативными полями. Автор подчеркивает, что большинство образов сознания имеют языковое овнешнение: «Образы языкового сознания интегрируют в себе умственные знания, формируемые самим субъектом преимущественно в ходе речевого общения, и чувственные знания, возникающие в сознании в результате переработки перцептивных данных, полученных от органов чувств в предметной деятельности» [Тарасов 2000: 3]. Л.В. Бабина уточняет: «В решении данной задачи велика роль лингвистики, поскольку язык выступает в качестве своеобразной системы «упаковки» знания», чтобы дать полное и адекватное представление о том, как функционирует человеческое сознание, как происходит получение, переработка, хранение и мобилизация информации в процессе мышления [Бабина 2008: 156].

Таким образом, явления реальной действительности, воспринимаемые человеком в структуре деятельности и общения, отражаются в его сознании таким образом, что это отображение фиксирует причинные, пространственные связи явлений и эмоций, вызываемых восприятием этих явлений, поскольку образ мира меняется от одной культуры к другой, чем и

обусловлено появление лакун, порождаемых механизмом функционирования лингвистических и культурологических универсалий, не всегда совпадающих в той или иной локальной культуре.

1.7.1. Коннотативный потенциал слов как языковая универсалия

«Коннотация представляет собой неотъемлемое устройство языковой системы и её функционирования в социуме, то есть представляет собой лингвистическую универсалию» [Ревзина 2001: 441]. При этом межъязыковые эквиваленты чаще всего обнаруживают различия в коннотативном компоненте лексического значения. По мысли В.Н. Телия, в коннотативной части значения слова «предметом объективации служит не мир, а отношение, отображающее ту или иную форму эмотивной реакции субъекта на обозначаемое» [Телия 1986: 17]. Коннотация понимается исследователями и как эмоционально-ассоциативная составляющая познавательной деятельности человека, происходящая с помощью вербальных единиц и чувственных образов. «Коннотативное поле имеет концентрическую структуру, основой которой является эмоциональность, в большей или меньшей степени детерминирующая состав коннотативного поля, меньшим кругом является экспрессивность, ещё меньшим – оценочность» [Бурукина 2007: 592]. Для теоретического осмысления феномена коннотации О.И. Быкова считает «существенными следующие положения: 1) онтология коннотации, её семиотическая природа; 2) взаимодействие языковых и когнитивных механизмов при порождении коннотации; 3) источники культурно значимой информации; 4) соотношение коннотированных семем и их разнообразных сочетаний со сферой концептов; 5) способ кодирования культурной семантики» [Быкова 2007: 274].

Вслед за Ю.Д. Апресяном: «...коннотациями лексем мы будем называть несущественные, но устойчивые признаки выражаемого ею

понятия, которые воплощают принятую в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности» [Апресян 1995: 159]. При сопоставлении языков зачастую выделяются слова, совпадающие по своим предметным значениям, но не совпадающие по коннотациям.

Коннотации локализуются не в безэквивалентной лексике, а в словах, обозначающих одинаковые предметы в сопоставляемых культурах, однако их различия кроются в национальном своеобразии коннотаций, не совпадающих частично или полностью, это и порождает разные ассоциации и ассоциативные лакуны. «Такие лакуны выражают шесть типов коннотаций, или созначений: 1) изобразительное (представление); 2) эмоционально-чувственное; 3) культурно-цивилизационное; 4) тематическое (семантическое поле); 5) информативное (уровень знания); 6) мировоззренческое» [Комлев 1992: 52].

Ю.Н. Караулов в работе «Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети» приводит анализ испанско-русского ассоциативного словаря и считает, что ассоциативно-вербальные сети разных языков приближают исследователя «к пониманию особенностей видения мира и его оценки национальным языковым сознанием» [Караулов 2000].

Символ и коннотация – это не одно и то же понятие, хотя они взаимосвязаны друг с другом. Коннотация может появляться у слова и в связанном и в свободном его употреблении. Коннотация чаще всего характеризуется эмотивностью, образностью, оценочностью, экспрессивностью. В противоположность коннотации символика достаточно редко ложится в основу вторичного значения слова. Прямое значение слов, их семантика основаны на символе. А оттенки, сформированные на основе культурно-исторических ассоциаций и связанные с отношением к обозначаемым реалиям, можно отнести к сфере коннотаций.

Таким образом, одним из механизмов возникновения ассоциативных (эмотивных) лакун являются несовпадения (расхождения) в разных языках

коннотаций как субъективных оценок коммуникантов из различных культур по отношению к предмету мысли.

1.7.2. Символический потенциал слов как лингвокультурологическая универсалия

«Символ – ключевой феномен культуры, который в чувственно воспринимаемой форме выражает, сохраняет и транслирует идеи, идеалы ценности, основополагающие для развития и функционирования культуры» [Тен 2009: 33]. «Многие символы наделены не одним, а множеством значений, так как содержат идеи, несущие различную смысловую нагрузку» [Тресиддер 1999: 5].

Человек – единственное существо на земле, которое обладает даром творить и использовать символы. Знаменитый немецкий философ Эрнст Кассирер назвал человека «*animal symbolicum*» (лат.) – «животное символическое». Каждый из нас живёт не только в физическом, но и в символическом универсуме. «Язык, миф, религия, искусство, история, философия, политика, наука – составные части символического мира, те нити, из которых сплетается символическая сеть, сложнейшая ткань человеческого опыта» [Тен 2009: 5].

Символика как универсалия культуры привлекает к себе пристальное внимание исследователей. «Наблюдения над символикой в различных сферах китайской лингвокультурной общности позволили Ю.А. Сорокину выявить несколько типов символики: общечеловеческая – специфическая; имитационно-условная – условная; однозначная – многозначная. Рассмотренные им типы символики свидетельствуют о том, что наиболее трудными для понимания инокультурным реципиентом являются типы, стоящие в правой части оппозиции. Эти типы китайской символики являются лакунами для носителей русской культуры» [цит. по: Ван Эрдон 2000: 53].

Символ как термин по-разному используется в лингвистике и культуроведении. При изучении языковых систем под символом понимают световые, цветовые, звуковые или другие сигналы, соотносимые с определённым понятием или сообщением, может быть, даже точнее понятием-сообщением. У.Л. Чейф, излагая концепцию человеческого языка, под символом понимает фактически означающее. По его мнению, «это когда нечто из мира идей или понятий превращается в нечто, способное стать мостиком через пропасть, разделяющую отправителя и получателя, в данном случае в нечто из мира звуков» [Чейф 1975: 31].

Китай имеет долгую и практически непрерывную историю, а также одну из древнейших и сложнейших систем символов и знаков, заложенных в миропонимании и философии самой уникальной из стран. «Язык символов моделирует воспринимаемый мир. В Китае язык, закрытый образ жизни, культы предков и природы сформировали целую систему символов, которая стала основой существования этого народа с его семиотичной культурой, миропониманием» [Махортова, Мордовина 2011: 138]. В китайской традиционной новогодней картине *летучая мышь* – символ счастья; *персик* и *аист* – долголетие; *гранат* – большое потомство; по случаю дня рождения китайцы подносят в подарок персики, натуральные или выпеченные на пару из пшеничной муки. Это пожелание долгой жизни.

Китайская символика ярко выражена в национальной культуре как способе бытия человека, продукте его творчества и необходимой среде обитания. Некоторые образы встречаются особо часто в китайской живописи, литературе и графике. Например, четыре благородных растения: *орхидея* (兰), *бамбук* (竹), *хризантема* (菊), *зимняя слива* (梅). Кроме этого, каждое из данных растений соотносится с определённым качеством характера. *Орхидея* нежна и утончёна, ассоциируется с нежностью ранней весны. *Бамбук* – символ непреклонного характера, настоящего мужа высоких моральных качеств. *Хризантема* – прекрасна, целомудренна и скромна,

воплощение торжества осени. Цветущая дикая *зимняя слива* (梅) ассоциируется с чистотой помыслов и стойкостью к невзгодам судьбы. Растения (竹) *бамбук* и (梅) *зимняя слива* вообще не растут в России, поэтому в русском языке по отношению к ним абсолютно отсутствуют какие-либо коннотации, порождающие, как правило, символические значения. Таким образом, слова (竹) *вечнозелёный бамбук* и (梅) *зимняя слива* для русских коннотативно нейтральны и потому не вызывают никаких ассоциаций.

Мы рассматриваем группу лакун культурного пространства, отражающие несовпадения символических значений культурных фонов. «Орёл» символизирует высоту духа, как и солнце. Кроме того, от Дальнего Востока до Западной Европы орёл является птицей, ассоциируемой с богами власти и войны, в воздухе он равен льву, обитающему на земле. Орёл считается символом божественности, храбрости, веры в победу, величия и власти, особенно имперской» [Крыкова 2007: 134]. «Символом России за рубежом является *медведь*. Он «визитная карточка» крупнейшей политической партии «Единая Россия». Изображение медведя в русской печатной рекламе Китая не редкость» [Ковальчук 2013: 141]. Отношение русского народа к данному символу явно отражается в пословицах, поговорках и словосочетаниях: *Хозяин в доме, что медведь в бору*. Медведь – *добрый хозяин*. *Как хозяин русского леса*, медведь для русского человека сладкоежка, лакомка, но он силен, умён, хитёр и неуклюж. Кроме того, он ассоциируется также с ленивостью. Символическое значение медведя питает и другие символы-приметы: медведь-жених, видеть медведя во сне – значит быть свадьбе. Культ медведя на Руси был распространён во всём, и потому с ним связано много суеверных представлений.

Для китайцев образ медведя всегда был связан с представлением о неуклюжести, тупости и грубости. В китайской поговорке *Медведь кукурузу обрывает* означает напрасный труд. Говорят, что когда медведь собирает

кукурузу, он обрывает один початок, роняя другой. Эта поговорка характеризует медведя как неуклюжего зверя. Китайцы называют медведем большого глупца или куда негодного человека. Таким образом, медведь существует в России и Китае. Слово, обозначающее этого зверя, есть в русском и китайском языках, но у их носителей сформировались неодинаковое символическое восприятие, что в процессе коммуникации порождает разные ассоциации и, следовательно, ассоциативные лакуны.

Еще одним важным символом Поднебесной является животное *панда*. Черно-белый окрас панды символизирует в Китае простоту и чистоту, у русских это слово не имеет символического ореола. Изображение панды стало «визитной карточкой» Всемирного фонда охраны живой природы (WWF). Животное проживает только в провинции Сычуань КНР и занесено в Красную книгу. Китайское правительство и жители страны заинтересованы в том, чтобы панды не исчезли с лица нашей планеты. Ряд институтов занимаются изучением экологии панд.

Символом высокоразвитых стран азиатско-тихоокеанского региона является *тигр*. В мировых и российских СМИ активно используется термин – «азиатские тигры». Такой перифразой называют наиболее экономически развитые страны. Если проанализировать китайские пословицы и поговорки, то во многих из них присутствует название этого полосатого представителя семейства кошачьих. Например, 骑虎难下 «Кто сидит на тигре, тому сложно с него слезть» сравним с русским аналогом «Из князи в грязи», 钱入官吏手如同羊入虎口. «Деньги в руках у посыльного – баран во рту тигра», 虎瘦雄心在, 人穷志不穷. «Тигр тощ, да смелое сердце у него в груди; человек беден, да воля у него неистощима», 山中无老虎, 猴子称霸王 «Если в горах нет тигра, то обезьяна зовется царём» (На безрыбье ирак рыба). Кстати, нам не встретилось ни одной русской пословицы, где бы фигурировало это

животное, в отличие от *медведя, волка, лисы, зайца*. Это и есть этнокультурная лакуна. Мы видим, что китайские пословицы с компонентом «тигр» переводятся на русский язык с помощью дополнительных пояснений.

Обратимся к мифическим животным. Издревле люди верили, что они существуют. Это *единорог* – символ чистоты и непорочности в европейской культуре, *Змей Горыныч* – персонаж русских сказок, слегка напоминающий дракона, в существование которого верили чуть ли не во всём мире. Для таких разных народов, как русские и китайцы, существует двойное понимание сущности *дракона*. Если для русских *дракон* – символ чего-то негативного, отрицательного, несущего смерть и разрушение, то для китайского народа *дракон* – символ мудрости и богатства. Поэтому китайцы удивляются, почему на гербе Российской Федерации убивают дракона. Столь разное символическое восприятие дракона порождает полное несовпадение ассоциаций жителей России и Китая на стимул *дракон*.

И *дракон*, и *тигр* являются представителями китайского восточного календаря, в котором, как известно, присутствует двенадцать зверей. Согласно древней легенде, каждый Новый год по китайскому календарю – это год какого-то зверя, которому Небесный император подарил свой год. Вот уже много веков этот цикл неизменен. Каждому животному приписываются черты характера, которые человек, рождённый в этот год, может обнаружить у себя. Благодаря широкому распространению китайского гороскопа в российских СМИ, россияне хорошо осведомлены об этой традиции.

Таким образом, в результате национальной специфики семантики двух контактирующих языков и несовпадения национальных культур сформировался разный коннотативный потенциал отдельных лексем (языковая универсалия) и символический потенциал слов и образов (лингвокультурологическая универсалия), которые и являются основными механизмами порождения ассоциативной лакунарности.

1.8. Лакунарность, обусловленная национальной спецификой языка и культуры

А.А. Залевская подчеркивает, что в современных научных работах происходит переориентация исследований с «сопоставительного анализа языковых систем на изучение национально-культурной специфики реального функционирования языка и увязываемых с ним культурных ценностей, языкового сознания, языковой лингвокультурной компетенции и т.п.» [Залевская 2000]. В этнически обособленных социумах России и Китая веками складывались определённые национальные способы мышления, сознания и поведения в пределах каждой из культур, запечатлённые и аккумулированные в русской и китайской языковых системах и отражённые в языковой картине мира каждого из народов. «Всякое изучение национального своеобразия, – указывает В. фон Гумбольдт, – не использующее язык как вспомогательное средство, было бы напрасным, поскольку только в языке запечатлён весь национальный характер» [Гумбольдт 1984: 303]. Язык интегрируется в материальную и духовную культуру, причём знания людей о том, как происходит «картирование» языка в культуре, по большей части неосознанные. Итальянский лингвист А. Грамчи писал, что язык – «одновременно и живой организм, и музей ископаемых жизни и цивилизации» [Пак 2004: 124].

Культурно обусловленные различия приводят к особой разновидности коммуникации, называемой межкультурной, при которой коммуниканты используют национально-специфические слова и выражения, зачастую вызывающие несовпадения ассоциативных реакций на них. Проблему национальной специфики семантики слова в разное время исследовали Ю.А.Сорокин, И.Ю.Марковина, Е.М.Верещагин, В.Г.Костомаров, Л.П.Крысин, В.Г.Гак, В.И.Кодухов, Н.Г.Комлев, В.И.Жельвис, И.А.Стернин, З.Д. Попова, Г.В.Быкова, Н.В. Прощенкова, Б. В.Дашидоржиева, Т.С.Азнабаева и другие, выделяя разные типы национальной специфики:

- 1) национально-культурную специфику семантики;
- 2) национально-концептуальную специфику семантики;
- 3) национально-коннотативную специфику семантики;
- 4) национально-языковую специфику.

«Исследователи, занимающиеся выявлением и описанием лакун, рассматривают ассоциативные лакуны как национально-специфические элементы культуры, отразившиеся в языке её носителей, которые либо не замечаются (не понимаются), либо понимаются неполно представителями разных культур при контакте. Данный тип лакун является многочисленной (и пока мало изученной и систематизированной) группой виртуальных единиц вследствие многообразия экспрессивных, эмоциональных и модально-оценочных ассоциаций, наслаивающихся на понятийное содержание того или иного слова» [Быкова, Пылаева 2005: 70-71].

1.8.1 Национально-культурная специфика семантики

Интерес к национальным особенностям семантики лексических единиц связан с их отражательным характером внеязыковой деятельности. И.А. Стернин подчёркивает, что за разные виды национальной специфики семантики отвечают разные макрокомпоненты значения. «Национально-культурная специфика, обнаруживаясь в случаях полной (мотивированной) безэквивалентности или отсутствия/наличия определённых компонентов значения, обусловленном отсутствием/наличием соответствующих признаков в называемых словом объектах материальной и духовной культуры, сосредоточено в денотативном и эмпирическом компонентах значения» [Стернин 1987: 116].

Данный тип национальной специфики обусловлен тем, что у одного народа нет предмета или каких-либо признаков предмета, которые имеются в материальной культуре другого народа. «Поскольку нет культур абсолютно своеобразных, лексические единицы разных национальных языков могут

иметь общий культурный компонент. Такие слова называются эквивалентными» [Осиянова 2005: 147]. Например, в китайском языке 筷子 kuaizi – палочки для еды; 四合院siheyuan – типовой дом старой китайской архитектуры с квадратным двором в центре и расположенными вокруг него четырьмя флигелями; 京剧jingju – пекинская опера; 月饼yuebing – лепёшки с начинкой к празднику Середины осени; 包子zongzi – пампушки с начинкой, приготовленные на пару. В русском языке такие слова отсутствуют, потому что в китайском языке они обозначают артефакты, которых нет в русской культуре. Это абсолютные этнографические лакуны в русской лексике сравнительно с китайской.

И наоборот – слово *квас* для русского – традиционный национальный напиток, китаец же удивляется, как его можно пить. Для русского *сметана* – повседневный продукт питания и почти обязательная добавка ко многим блюдам, для китайца – это прокисшие сливки, т.е. испорченный продукт. Такие семантические отсутствия (этнографические лакуны) в лексике русского или китайского языков легко объясняются социальными и национально-культурными причинами.

Социальный символизм является компонентом национальной культуры. «Один и тот же факт бытового поведения получает разную коммуникативную интерпретацию в разных культурах. Проходить в верхней одежде в комнату, ставить на стол свою сумку допустимо у китайцев, но символизирует неуважение к хозяину у русских. У русских неуважением будет незаметно оставить в комнате подарок для хозяина, в то время как у китайцев это знак уважения к хозяину. Цветы считаются вежливым этикетным подарком у русских, а у китайцев они не имеют такого значения. Чётное число цветов в букете символизирует у русских траурное назначение букета, а у многих народов – нет» [Белая, Болотюк 2014: 80].

Проявлением национально-культурной специфики семантики В.В. Виноградов, Л.В. Щерба, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, А.А. Залевская и другие считают национальные особенности символического употребления отдельных лексических единиц в разных языках, когда некоторые предметы или явления в жизни определённого народа приобретают символический смысл, что отражается как на семантике, так и на употреблении номинантов. Например, слово *соловей* для русских и немцев – символ любви, весны, нежности; китайцы, англичане не испытывают подобных чувств к соловью, а в Америке о нём вообще не знают, там это слово – экзотизм. *Голубь* – символ мира во всех языках, в том числе и в китайском; *аист* в славянских языках относится к святым, божьим птицам, которая связана с деторождением (говорят, *детей аист приносит*), в Китае аист ассоциируется с долголетием; *крыса* – в немецком языке символ увлечённо работающего человека, в русском языке – символ человека, который занимается мелочными, ничтожными делами, в Китае – это вор; символ верности в русском языке – *лебедь*, в китайском языке – *мандаринская утка*.

Таким образом, сопоставление русского и китайского языков с учётом национально-культурного компонента семантики вскрывает глубину различий между культурными представлениями о реальных предметах и явлениях действительности и между самими этими предметами и явлениями. Между реальным предметом и словом, номинирующим этот предмет, стоит специфическое представление о нём, обусловленное культурой и мировидением данного коллектива.

1.8.2. Национально-концептуальная специфика семантики

Национальная специфика проявляется и на уровне мышления народа, в его концептосфере – упорядоченной совокупности концептов народа. Это национально-концептуальная специфика семантики, выявляемая в случае немотивированных лакун и межъязыковых родовидовых несовпадений,

сосредоточена в денотативном компоненте слова и отражает различия, несовпадающие элементы в мышлении разных социумов. Мышление одного народа может обобщить в понятии и закрепить в словесном знаке артефакт или явление, которое другим народом как бы не замечается, хотя объективно существуют. Это обуславливает наличие в языке немотивированных лакун. «Концептуальные различия предстают в нашем языковом сознании не как непосредственно культурные, а как мыслительные, концептуальные» [Гудаевичус 1985: 41].

Как отмечает В.Л.Муравьев «внеязыковая реальность, окружающая русских и французов, может быть абсолютно идентичной, и все же один язык замечает и лингвистически оформляет те стороны этой действительности, которые другой язык предпочитает не выражать» [Муравьев 1975: 7]. Так, несомненно, есть французы, которых можно назвать русским словом *сластёна*, *размазня*, *лежебока*, *губошлёп*, но точных эквивалентов в виде слова или устойчивого словосочетания к этим словам во французском не существует. Точно так же есть русские, которых французы называют *tapreur* (человек, часто занимающий деньги) *cordobleu* (хорошая, искусная кухарка), хотя указанные понятия выражаются в русском языке в виде свободных словосочетаний.

Национальная специфика может проявляться и в отсутствии соответствия той или иной лексемы в одном из языков. Например, в китайском языке нет соответствий русским словам *борщ*, *щи*, *лапти*, *кипяток*. Поэтому, скажем, *борщ* приходится переводить на китайский язык описательно: *первое блюдо из капусты, свёклы, моркови, томатов и др. овощей*. Наличие подобных слов в русском языке является проявлением его национальной специфики, а отсутствие их в китайском языке – проявлением национальной особенности языка сравнения.

Пожалуй, наиболее распространённым случаем проявления национально-концептуальной специфики значений можно назвать несовпадение лексических единиц двух языков по отражённому в них

уровню обобщения действительности, когда несколькими конкретными понятиями в одном языке может соответствовать одно обобщённое понятие в другом, и наоборот. Например, в русском и немецком языках: *запах* – Geruch, Duft, Aroma; *Leiter* – начальник, руководитель, заведующий. То же самое можно проследить при сравнении китайского и русского языков: 乘坐 – ехать, лететь, плыть; 想 – хотеть, думать, скучать; 姑娘 – девушка, девочка; 结婚 – жениться, выходить замуж; бабушка – 奶奶 (мама отца) 姥姥 (мама матери); зонт – 雨伞 (зонт от дождя) 太阳伞 (зонт от солнца).

В.Л. Муравьев, И.А. Стернин, С.Д. Кацнельсон, Б.Харитонов и другие исследователи выделяют в особую группу концептуально-безэквивалентную лексику, которой в языке сравнения соответствуют собственно-концептуальные (немотивированные) лакуны. Такой же тип лакун обнаруживается и в китайском языке, где есть однословные обозначения концептов *братья и сёстры* – 兄弟姐妹; *друзья детства* – 发小; *самый богатый человек* 首富. В русском языке нет специальных лексем, соответствующих по значению данным китайским словам, хотя концепты, обозначенные ими, – *братья и сёстры, друзья детства, самый богатый человек* – существуют у обоих народов. Один язык выделяет и лингвистически формализует те стороны действительности, которые другой язык предпочитает однословно не номинировать. В КНР есть китайцы, которых можно охарактеризовать русским словом *скопидом, дипломник, абитуриент, кумушка, отличник, хорошист, ударник*, но подобные однословные эквиваленты в лексической системе китайского языка отсутствуют. Китайские лексемы 困 (хотеть спать) 渴 (хотеть пить) 书店 (книжный магазин) 误解 (неправильно понимать) 锻炼 (все виды спорта, движения, которыми китайцы занимаются в свободное время) в русском

языке однословно не обозначены, т.е. выражены немотивированными лакунами, обусловленными национальной спецификой мышления русских.

Таким образом, о наличии национально-концептуальной специфики у того или иного народа можно судить по имеющимся в сравниваемых языках безэквивалентным единицам и лакунам.

1.8.3 Национально-коннотативная специфика семантики

Национально-коннотативная специфика семантики заключается в наличии (или отсутствии) эмоциональной, экспрессивной или оценочной сем в содержании слов и устойчивых выражений русского языка, выявляемой при сопоставлении с единицей языка сравнения. Это проявляется в специфике эмоционального, экспрессивного или оценочного содержания слов сравниваемых языков.

В китайской культуре *лотос*(荷花) 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 [张鹏飞 2009: 72-73]. В русском ассоциативном сознании подобные коннотативные 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 ассоциативными (эмотивными). Учитывая полное отсутствие коннотаций у лексем *лотос* в русском языке, ставшей, на наш взгляд, причиной отсутствия каких-либо ассоциаций у носителей русского языка, мы

называем такую лауну абсолютной мотивированной ассоциативной лауной.

Слово *рябина* (花楸) чаще всего вызывает у русского ассоциации с родиной, печалью, одиночеством, с родной природой. *Рябина* у россиян опозитизирована, ей посвящено немало стихов, песен, поговорок. А для китайцев это название обычного дерева и ягоды. Случаи несовпадения символических значений или их отсутствие в одной из культур сигнализируют о наличии ассоциативных лаун, которые могут вызывать недопонимание между представителями соседствующих культур.

Проведённый нами свободный ассоциативный эксперимент по выявлению реакций на ряд слов-стимулов подтверждает наблюдения исследователей, что один и тот же предмет может быть вербализован в обеих культурах, но коннотативное наполнение этих лексем национально обусловлено и проявляется в особенностях символического функционирования этих единиц, отражаясь как на их семантике, так и на употреблении. Например, в китайском языке *сосна* (松树) обозначает не только вечнозелёное хвойное дерево, как и в России, но символизирует смелого героя, для русских *сосна* не является символом. В русском языке *журавль* (鹤) как перелётная птица ассоциируется с весной, а в китайском языке – с долголетием и выдающимся человеком. Для китайцев болотные *утки-мандаринки* (鸳鸯) – атрибут супружеской верности и семейного счастья, тогда как в русском языке это слово коннотативно не наполнено, им просто называют красивых болотных птиц. Вот как русская девочка Даша Волкова из Амурской области с восторгом пишет об этих водоплавающих:

Не стреляйте в утку-мандаринку,

Дайте ей, красавице, цвести.

Посмотрите на неё и сами

Убедитесь – глаз не отвести! [Я люблю эту землю 2003: 201].

Мы считаем, что именно национально-коннотативная специфика семантики является основным механизмом порождения и причиной ассоциативной лакунарности. В языке сравнения национально-коннотативная специфика отражена, по мнению ряда российских авторов, ассоциативными (эмотивными) лакунами. «Язык через систему своих значений и их ассоциаций окрашивает концептуальную модель мира в национально-культурные цвета, поэтому языковая картина мира каждого конкретного народа является фактом его национально-культурного наследия и обладает уникальной спецификой. Свойственный данному языку способ концептуализации действительности отчасти универсален, отчасти национально специфичен, в связи с этим носители разных языков могут видеть мир по-разному, через призму своих языков. При изучении закреплённого в данном языке описания мира необходимо выявить не только общие, универсальные принципы организации действительности, но и закономерности, предпочитаемые тем или иным языком – как самим его строим, так и национально-культурным сознанием его носителей» [Фирсова, Карасёва 2012].

С ассоциативным типом лакун связано и наименование такого животного, как *панда*(熊猫). Это широко распространённое на территории КНР млекопитающее семейства медвежьих со своеобразным чёрно-белым окрасом шерсти, обладающее некоторыми признаками енота, внешне безобидное неуклюжее существо, вызывающее чувство умиления. Черно-белый окрас панды символизирует в Китае простоту и чистоту. Для россиян *панда* – экзотическое, не символическое животное, выраженное полной мотивированной ассоциативной лакуной.

На наш взгляд, именно национально-коннотативная специфика отдельных слов, обусловленная национально-культурным своеобразием языка, является причиной формирования символического значения у того или иного слова в прошлом и настоящем и порождает своеобразие

ассоциаций у носителей языка, вызываемых особенностями проявления оценки, экспрессии и эмоциональности по отношению к тому или другому артефакту или явлению природы (натурфакту).

В русском социуме эталоном крепкого здоровья, недюжинной физической силы является *бык*, в Китае *бык* – символ упрямства и трудолюбия. В процессе свободного ассоциативного эксперимента русские реципиенты на стимул *бык* продемонстрировали следующие реакции: *крепкий, здоровый, сильный, с короткой сильной шеей, выносливый, обжора, недовольный, упрямый* [Козлова 2001: 8], а китайские респонденты в проведённом нами эксперименте демонстрируют несколько иные реакции, частично совпадающие с реакциями русских: *трудолюбивый, сильный, упрямый, плодородный*.

В русском языке *баран* ассоциируется с глупостью, безволием и упрямством, что зафиксировано во фразеологизмах: *идти как бараны, смотреть как баран на новые ворота, упереться как баран, глуп как баран* и другие, а в Китае *баран* ассоциируется с нежностью, добротой. С глупостью здесь ассоциируется не баран, а свинья. В китайском языке активно функционирует выражение *глуп как свинья*.

Китайский исследователь национальной специфики семантики УГохуа подтверждает, что культурная коннотация слова обычно основывается на некотором стереотипном для данного национально-культурного коллектива образно ассоциативном комплексе. Автор указывает, что *медведь, пень, бревно* в русской лингвокультуре ассоциируются с неуклюжестью, *баран* и *осёл* – с глупостью, а *орёл* и *сокол* – со смелостью. Гохуа приходит к выводу, что «Чёткие и постоянные оценочные коннотации несут метафорические переносы типа «животные → человек». Цель этих переносов – приписать человеку некоторые признаки, которые всегда или почти всегда имеют оценочный смысл, так как перенос на человека признаков животных сам по себе подразумевает оценочные коннотации» [У Гохуа 2003: 87-88].

Таким образом, коннотативная специфика значения проявляется не только в несовпадении эмоциональных и оценочных компонентов в сопоставляемых единицах двух языков, но и в наличии той или иной эмоции или оценки в единице одного языка при её отсутствии в единице языка сопоставления, что и порождает ассоциативную лакунарность.

1.8.4. Национально-языковая специфика

Слова языка как социального явления несут на себе отпечаток жизни общества, его материальной и духовной культуры. Известный русский педагог К. Д. Ушинский писал: «В языке своём народ, в продолжение многих тысячелетий и в миллионах индивидуумов, сложил свои мысли и чувства. Природа страны и история народа, отражаясь в душе человека, выражались в слове. Человек исчезал, но слово, им созданное, оставалось бессмертной и неисчерпаемой сокровищницей народного языка; так что каждое слово языка, каждая его форма, каждое выражение есть результат мысли и чувства человека, через которые отразилась в слове природа страны и история народа» [цит. по: Осиянова 2005: 145].

Национально-языковая специфика заключается в наличии или отсутствии в анализируемой русской (или китайской) семеме тех или иных формально-структурных признаков относительно языка сравнения. «Национально-культурную специфику слова следует отличать от национально-языкового своеобразия, не обусловленного особенностями культур» [Зубкова 1995: 10].

Национально-языковая специфика отражает различия между смысловыми единицами двух языков, связанными с исторически сложившимся местом смысловых единиц в системах обоих языков. Эти особенности слова рассматриваются как единицы национальной системы языка вне связи с отношением слова к действительности, сознанию, эмоционально-оценочному компоненту значения. Можно указать следующие

проявления данного типа специфики: не совпадают лексико-грамматические признаки слов: в русском и китайском языках *обувь* (鞋) – собирательное, *Schuh* (англ.) – несобирательное; *часы* – только множественное число, в китайском языке нет грамматического показателя множественного числа. Не совпадает сочетаемость единиц: синтаксически несвободные словосочетания – *высокорослая девушка*; фразеологически несвободные сочетания – *вверх дном, спустя рукава, бить баклуши* и др. В китайском языке нет свободных сочетаний, каждый иероглиф имеет массу сочетаний с другими иероглифами.

Национально-языковая специфика проявляется также в несовпадении в русском и немецком языках функционально-стилистических сем (*лицо* – межстил., *Antlitz* – высок.), функционально-социальных сем (*центрифуга* – спец., *Schleuder* – общеупотр.), функционально-территориальных сем (*труба* – общераспростр., *Schornstein* – общераспростр., *Esse* – обл.), функционально-частотных сем (*бокал* – употр., *Pokal* – малоупотреб.), функционально-темпоральных сем (*Schwagerin* – общеупотр., *свояченица* – устар., *адвокат* – совр., *Advokat* – устар.). Указанное проявление национально-языковой специфики иногда также способствует образованию относительных лакун.

Языковая система русского языка позволяет людям играть в такие словесные игры, как: кроссворд, сканворд, города и другие, в то время как в китайском языке невозможны подобные словесные игры. Русский язык основывается на графической звуко-буквенной системе и является флективным языком синтетического строя. Китайский язык опирается на иероглифическую систему и типологически является аморфным (изолирующим) языком. Подобные различия и обуславливают национально-языковую специфику обоих языков.

Таким образом, разные виды национальной специфики семантики (национально-культурной, национально-концептуальной, национально-коннотативной) отражены в мышлении, формировании и восприятии символики у разных народов. Это обусловлено отсутствием/наличием

разного рода коннотаций в единицах лексических систем, что и порождает феномен ассоциативной лакунарности.

Национально-языковая специфика отражает различия между единицами разных языков, связанных с их исторически сложившимся местом в лексических системах. Это формирует особенность слова как единицы национальной системы языка вне связи с его отношением к действительности, сознанию, эмоционально-оценочному компоненту значения.

1.9. Психолингвистические методы выявления и описания ассоциативных лакун

В процессе выявления, исследования и описания ассоциативной лакунарности чаще всего используются свободный ассоциативный эксперимент и его разновидности – направленный ассоциативный и цепочечный ассоциативный эксперименты, а также рецептивный эксперимент и метод семантического дифференциала, являющиеся доступным и весьма эффективным исследовательским инструментом в психолингвистике.

Метод свободных ассоциаций – психоаналитическая процедура изучения бессознательного, в процессе которого индивидуум свободно говорит обо всём, что приходит в голову, невзирая на то, насколько абсурдным или непристойным это может показаться. Выявить ассоциативные лакуны можно с помощью комплексного подхода, который предусматривает использование целого ряда экспериментальных методик.

1.9.1. Свободный ассоциативный эксперимент и его разновидности

Ассоциативный эксперимент является наиболее разработанной техникой психолингвистического анализа семантики. Ассоциативный

эксперимент – это приём, направленный на выявление ассоциаций, сложившихся у индивида в его предшествующем опыте. В психологическом словаре ассоциативный эксперимент определяется как особый метод исследования мотивации личности.

В.П. Белянин описывает три разновидности ассоциативного эксперимента: «1. Свободный ассоциативный эксперимент; 2. Направленный ассоциативный эксперимент; 3. Цепочечный ассоциативный эксперимент» [Белянин 2003: 130]:

– *свободный*, в котором испытуемому предлагают ответить словом, первым пришедшим в голову при предъявлении стимула, ничем не ограничивая ни формальные, ни семантические особенности реакции. Испытуемому не ставится никаких ограничений на реакции.

– *направленный*, в котором экспериментатор некоторым образом ограничивает выбор предполагаемого ответа, накладывая определённые ограничения (например, отвечать только существительными, подобрать прилагательное к существительному и т. д.);

– *цепочечный*, в котором испытуемому предлагают ответить любым количеством слов, первым пришедшим в голову при предъявлении вербального стимула. Испытуемому предлагается реагировать на стимул несколькими ассоциациями. Например, дать в течение двадцати секунд десять реакций.

Некоторые авторы, например А.А. Леонтьев, считают цепочечный ассоциативный эксперимент разновидностью свободного, а направленный ассоциативный эксперимент в терминологии А.А. Леонтьева называется контролируемым. Иногда ассоциативные цепочечные эксперименты называются экспериментами с продолжающейся реакцией.

Каждый из ассоциативных экспериментов имеет свои достоинства и недостатки и призван решать определённый круг задач. Так, направленный ассоциативный эксперимент значительно ограничивает свободу процесса ассоциирования и как бы «направляет» ассоциации в нужное русло исследовательской задачи. Например, требуя от испытуемого дать антонимы

или синонимы, или же те или иные синтагматические реакции: определения, определяемые, глаголы, прилагательные и т.д. Одной из разновидностей направленного ассоциативного эксперимента в психодиагностике является методика незаконченных предложений. Однако сама направленность эксперимента и наложение некоторых рамок на процесс ассоциирования могут серьезно уменьшать валидность результатов, полученных в этих экспериментах, и определенным образом исказить реальную картину протекания ассоциативного процесса.

В цепочечном ассоциативном эксперименте испытуемому предлагается за ограниченный временной промежуток ответить любым возможным количеством слов. Под цепной ассоциативной реакцией понимают неуправляемое, спонтанное протекание процесса воспроизведения содержания сознания и подсознания субъекта. В цепочечном ассоциативном эксперименте измеряется общий объём продуцируемых ассоциаций за единицу времени (чаще всего за одну минуту), опуская при этом длительность латентного (скрытого) периода формирования ассоциаций.

Дополнительно к свободному ассоциативному эксперименту и его разновидностям нами использован рецептивный эксперимент, под которым в лингвистике «понимается экспериментальное исследование знания (понимания) значения языковой единицы носителями языка» [Попова, Стернин 2001: 117]. Рецептивный эксперимент в качестве самостоятельного метода был использован, например, Г.В. Акоповым, И.Р. Шейниным, В.М. Савицким в исследовании «Ассоциативные поля концептов «созерцание», «деяние» и «общение» [Акопов, Шейнин, Савицкий 2014].

Таким образом, 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.

1.9.2. Метод семантического дифференциала

Семантический дифференциал в психолингвистике – это метод количественного (и одновременно качественного) индексирования значения слова с помощью двухполюсных шкал, на каждой из которых имеется градация с парой антонимических прилагательных [Василевич 1987]. Процедура проведения эксперимента с помощью этой методики заключается в следующем. Испытуемым предъявляется слово, и они должны отметить цифры, которая соответствует их представлению о слове. На каждой шкале нанесена градация от + 3 до – 3 или просто 7 делений.

Чарлз Осгуд, который впервые предложил эту процедуру, начал с того, что пытался получить от испытуемых оценки понятий из самых разных понятийных классов (например: *пламя, мать, ураган, радость* и т.д.). Он просил оценить эти слова с точки зрения того, насколько они добрые или злые, сильные или слабые, большие или маленькие и т.п. Математическая обработка результатов эксперимента показала, что по некоторым шкалам оценки в значительной степени совпадали между собой. При этом оказалось, что совпадающие шкалы могут быть объединены в три группы – так называемые факторы, которым Ч. Осгуд приписал следующие названия: *оценка, сила* и *активность*. Каждый из этих факторов включал в себя четыре признака, представлявших собой четыре пары антонимичных прилагательных.

Методика семантического дифференциала получила широкое применение в теории массовой коммуникации и в рекламном деле (для выбора наиболее «хороших», «положительных» слов из ряда синонимов). Кроме того, метод СД применяется в исследованиях, связанных с восприятием и поведением человека, с анализом социальных установок и личностных смыслов, что в условиях двух или нескольких культур имеет прямое отношение к проблемам межкультурного взаимодействия.

Метод СД используют в психологии, психиатрии, психодиагностике. Для лингвистики это методика интересна тем, что она показала совершенно новые грани значения слов. Лингвисты давно различают слова экспрессивно нейтральные (*отец, глаза, есть, ударить*) и экспрессивно окрашенные (*nana, батя, очи, гляделки, жрать, врезать*). Таким образом, методом СД выявляется коннотативное значение слова, предъявляемого в качестве стимула. «С точки зрения психологии, коннотативное значение – генетически более ранняя форма значения, в которой отношение и эмоциональное отношение, личностный смысл и чувственная ткань ещё слабо дифференцированы» [Белянин 2003: 139]. Именно поэтому методика семантического дифференциала позволяет оценить не значение как знание об объекте (денотативное значение), а коннотативное значение, связанное с личностным смыслом, социальными установками, стереотипами и другими эмоционально насыщенными, слабо структурированными и мало осознаваемыми формами обобщения.

Методом семантического дифференциала (метод СД) нельзя напрямую получить ассоциации на тот или иной вербальный стимул, но он позволяет обнаружить стимульные слова с высокой степенью коннотативного потенциала и определить зоны скопления (актуализации) лексических единиц, вызывающих национально обусловленные ассоциации. В случае сравнения с аналогичными лексемами другого языка можно экспериментально получить реакции на них, т.е. выявить ассоциативные лакуны.

1.10. Зоны скопления ассоциативных лакун

В процессе исследования нами установлено, что механизмами порождения ассоциативных лакун являются коннотативный и символический потенциалы слов. Коннотативное значение, по мнению В.П. Белянина, связано с «личностным смыслом, социальными установками, стереотипами и

другими эмоционально насыщенными, слабо структурированными и мало осознаваемыми формами обобщения»[Белянин2008: 139].

Таким образом, сознание носителей языков недоступно для прямого изучения, что осложняется индивидуальной неповторимостью этнических культур, особой системной комбинаторикой элементов опыта, порождающих национальную специфику, отражённую в лакунах. Обнаружить ассоциативные поля (зоны), формируемые из реакций носителей языка, возможно с помощью метода семантического дифференциала. В.Ф.Петренко, анализируя труды Ч.Осгуда, пишет о том, что данный метод позволяет измерять так называемое коннотативное значение – «те состояния, которые следуют за восприятием символа-раздражителя и необходимо предшествуют осмысленным операциям с символами» [Петренко2005: 66], т.е. позволяют также исследовать символический потенциал слов как дополнительный механизм порождения феномена ассоциативной лакунарности.

Метод СД, проведённый нами среди 100 молодых харбинцев и такого же количества благовещенцев на материале 50 слов разных тематических групп (см. таблицы № 1-4) позволил определить и зафиксировать основные лексические зоны (сферы) актуализации коннотативно обогащённых лексем – *фауна, флора, цвет, цифры*. Выявленные методом СД скопления слов-стимулов из определённых нами зон стали основой проведения широкомасштабного свободного ассоциативного эксперимента для получения реакций и обнаружения ассоциативных лакун.

Таблица № 1

Тематическая группа *фауна*

Слово	Китайский перевод	Слово	Китайский перевод
ВОЛК	狼	лягушка	青蛙
СВИНЬЯ	猪	черепашка	乌龟

дракон	龙	петух	公鸡
слон	象	сорока	喜鹊
олень	鹿	ворон	乌鸦
медведь	熊	сова	猫头鹰
лиса	狐狸	ласточка	燕子
панда	熊猫	бабочка	蝴蝶
собака	狗	голубь	鸽子
кошка	猫	феникс	凤凰

Таблица № 2

Тематическая группа флора

Слово	Китайский перевод	Слово	Китайский перевод
берёза	白桦树	ромашка	洋甘菊
роза	玫瑰	груша	梨
хризантема	菊花	персик	桃子
дуб	橡树	яблоко	苹果
рябина	花楸果	лотос	荷花

Тематическая группацвет

Слово	Китайский перевод	Слово	Китайский перевод
красный	红色	розовый	粉色
жёлтый	黄色	белый	白色
зелёный	绿色	чёрный	黑色
синий	蓝色	оранжевый	桔黄色

Таблица № 4

Тематическая группацифры

Слово	Китайский перевод	Слово	Китайский перевод
два	二	шестьдесят шесть	六十六
четыре	四	семьдесят три	七十三
пять	五	восемьдесят четыре	八十四
шесть	六	сто	一百
восемь	八	двести пятьдесят	二百五
тридцать восемь	三十八	десять тысяч	一万

Таким образом, метод семантического дифференциала не даёт возможности напрямую получить реакции на тот или иной вербальный стимул, но позволяет обнаружить слова-стимулы с высокой степенью коннотативного потенциала и определить зоны скопления (актуализации) лексических единиц, вызывающих национально обусловленные ассоциации,

которые, в свою очередь, можно получить в ходе свободного ассоциативного эксперимента. И на основе их сравнения выявить ассоциативные лакуны.

Выводы по главе I

Анализ теоретических и экспериментальных исследований зарубежных и отечественных учёных по лингвистике, психолингвистике, лингвокультурологии, социолингвистике, этнолингвистике, ассоциологии, посвящённых проблемам лакунарности, коннотативного и символического потенциалов слов, 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 выражения, что позволяет использовать одни и те же инструменты в исследовании как языка, так и культуры, поэтому положение о соотношении языкового и культурологического уровней взаимодействия общающихся 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 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 нашем 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. Таким образом, механизмами порождения ассоциативной лакунарности, на наш взгляд, являются коннотативный потенциал лексем (языковая универсалия) и символическое значение слов и образов (лингвокультурологическая универсалия). Кроме этого, вербальные ассоциации нередко возникают по смежности (во времени или пространстве) и по сходству, которые могут не иметь коннотативных или символических приращений, но при этом стать причиной ассоциативной лакунарности.

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 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 имеет только положительное значение и поэтому широко пользуется 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, орфоэпически совпадает с иероглифами (hui) и потому вызывает культурный шок.

Глава II Функционирование ассоциативной лакунарности в межкультурном взаимодействии

2.1. Цели, задачи и методы исследования

На этапе предэкспериментальной работы нами выдвинута гипотеза 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 лакунарности, механизмы порождения которой скрыты как в языке, так и в культуре. Именно лакунарность является причиной непонимания или даже культурного шока между участниками межкультурного диалога.

Для подтверждения данной гипотезы относительно предмета нашего исследования – ассоциативной лакунарности – нами проведена серия экспериментов: свободный ассоциативный эксперимент, ассоциативные направленный и цепочечный эксперименты, метод семантического дифференциала, рецептивный эксперимент. Главной целью апробированных методов было выявление и сравнение реакций (ассоциаций) на заданные слова-стимулы каждого из участников того или иного эксперимента с учётом возрастного показателя.

Материалы исследования. В качестве материалов для проведения рецептивного эксперимента, 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 лексем, распределившихся по тематическим зонам **флора, фауна, цвет, цифры**, ставших стимульными лексемами для проведения последующего свободного ассоциативного эксперимента.

Характеристика испытуемых. В рецептивном эксперименте приняли участие две группы носителей русского и китайского языков. Первую группу составили этнические китайцы: 50 человек – студенты международного факультета Благовещенского государственного педагогического университета в возрасте от 19 до 25 лет. Вторую группу респондентов составили 50 русских студентов факультета международных отношений Амурского государственного университета такого же возраста.

В направленном и цепочном экспериментах приняли участие две группы носителей русского и китайского языков. Первую группу составили 300 китайских студентов Института славянских языков Харбинского государственного педагогического университета в возрасте от 19 до 25 лет. Вторую группу составили такое же количество русских студентов факультета иностранных языков и историко-филологического факультета Благовещенского государственного педагогического университета в возрасте от 19 до 25 лет.

В эксперименте методом семантического дифференциала приняли участие две группы носителей русского и китайского языков. Первую группу составили 100 китайских студентов Института иностранных языков Харбинского научно-технического университета в возрасте от 20 до 26 лет. Вторая группа респондентов сформирована из такого же количества русских студентов историко-филологического факультета Благовещенского государственного педагогического университета аналогичного возраста.

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» [Шаповаленко 2004: 294].

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.

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.

Выбор испытуемых определялся существующей международной практикой проведения массовых лингвистических экспериментов (в форме анкетирования или интервьюирования) со студентами и другими реципиентами, а также с учётом относительной социальности и возрастной однородности опрашиваемых. Поскольку в профессиональном и половом отношении однородность считается необязательной, к участию в экспериментах привлекались студенты разных вузов и факультетов, а также различные специалисты.

Результаты экспериментального исследования, как правило, опосредуются внешними факторами: условиями проведения эксперимента, сложностью предлагаемого материала. С учётом этого эксперимент

проводился в условиях естественного учебного/рабочего процесса, что снимало лишнюю нервозность и беспокойство. Анкеты представлялись на русском и китайском языках для каждой из групп испытуемых соответственно.

Сводная таблица результатов эксперимента приведена в Приложениях.

2.2. Рецептивный эксперимент и анализ его результатов

Рецептивный и свободный ассоциативный эксперименты, выполненные путём лингвистического интервьюирования и анкетирования, первоначально проведены нами на материале зоонимов – слов и словосочетаний, образованных от распространённых на территории России и Китая названий животных, птиц, насекомых, которые обычно входят в состав ядерной лексики народа и являются наиболее древними и частотными лексемами, что подтверждается использованием зоонимов в составе фразеологизмов, народных сказок, фольклорных текстов и т.д. Под фразеологической единицей понимается воспроизводимое, относительно устойчивое сочетание лексем, как правило, обладающее целостным значением и экспрессивностью.

В зоолексике ярче, чем в любой другой области языка, отражаются особенности осмысления и языкового освоения действительности человеком и воздействия его на окружающий мир. Роль животных в жизни человека всегда была исключительно велика, особенно на ранней стадии развития человечества, когда люди и звери сосуществовали в естественном соседстве: животные включались в социальную иерархию, в человеческом обществе жили идеи о происхождении данного коллектива от животного (тотема), которое представлялось как особая ипостась человека.

На предварительном этапе рецептивного эксперимента проводилась проверка на знание испытуемыми значений слов по составленному списку. Сначала по поводу значения каждого слова им предлагалось отметить:

- знаю и употребляю;
- знаю, но не употребляю;
- не знаю.

Затем известные значения проверялись на знание тех или иных отдельных компонентов значения. Задача эксперимента состояла в том, чтобы проверить толкование и понимание данных лексических единиц каждым участником. Рецептный эксперимент проводился с группами испытуемых, а не индивидуально, в форме письменного анкетирования, в котором приняли участие две группы китайских и русских реципиентов. Информантам разъяснялась важность именно индивидуальных ответов и несущественность таких факторов, как например, орфография. Задания к эксперименту и все объяснения проводились на родном языке участников.

Текст задачи на родном языке «Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного исследования в области ассоциативной лакуарности. Напишите вверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы отметьте внизу анкеты дату и время заполнения».

В анкете представлено 20 названий животных. Вам необходимо выбрать один из вариантов употребления обозначенных слов. Если вы знаете значение данного слова, то выберите вариант «знаю и употребляю»; если вы знаете значение данного слова, но не употребляете его, то выберите вариант «знаю, но не употребляю»; если вы не знаете значение данного слова, то выберите вариант «не знаю» (образец анкеты см. в приложении №1).

Результаты рецептного эксперимента показали, что 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 1000 ответов были «знаю и употребляю». Далее проводился следующий этап эксперимента – направленный и цепочечный ассоциативные эксперименты.

2.3. Анализ результатов направленного и цепочечного экспериментов

Задача данного этапа эксперимента состояла в том, чтобы сопоставить ассоциации на слова-стимулы у разных групп респондентов с целью выявления ассоциативных лакун.

Направленный и цепочный ассоциативный эксперименты проводились с группами испытуемых, а не индивидуально, в форме письменного опроса (анкетирования). Информантам разъяснялась важность именно индивидуальных ответов и несущественность таких факторов, как например, орфография. Задания к эксперименту и все объяснения осуществлялись на родном языке участвовавших в эксперименте.

Текст задачи на родном языке: «Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного исследования в области ассоциативной лакунарности. Напишите сверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы отметьте внизу анкеты дату и время заполнения».

В анкете перечислено 20 названий животных (зоонимов). После каждого зоонима запишите 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 (образец анкета см. в приложении № 2).

В процессе проведения инструктажа экспериментатору, как правило, приходилось отвечать на вопросы участников и приводить примеры того, как следует правильно выполнить задание. Чтобы избежать установки на какой-либо один тип ответов, исходное слово-пример приводилось не из списка анкеты, а возможные реакции на них называли сами информанты. И

только убедившись, что задание понято всеми правильно, экспериментатор раздавал анкеты, фиксируя время работы испытуемых.

Нами анализировались первые три преобладающие реакции из общего количества опрошенных. Данные анализа приведены в таблице № 5.

Таблица № 5

Результаты направленного и цепочечного экспериментов

Зооним на русском языке	Ассоциации носителей русского языка	Зооним на китайском языке	Ассоциации носителей китайского языка	Перевод на русский язык
волк	истощённый, работающий, голодный	狼	凶狠的, 狡猾的, 欺骗的。	злой, хитрый, обманщик.
панда	добрая, неуклюжая, милая.	熊猫	珍贵的, 黑白的, 国宝。	драгоценная, чёрно-белая, сокровище.
дракон	сильный, жестокий, разрушитель.	龙	有权利的, 善良的, 会飞的。	имеющий власть, добрый, летучий.
сорока	любит всё яркое, бело-чёрная, болтунья.	喜鹊	带来喜事, 幸福, 好的。	приносящая радость, счастье, хорошая.
сова	мудрая, умная, трудолюбивая.	猫头鹰	带来不幸, 凶狠的, 可怕的。	приносящая несчастье, злая, страшная.
воробей	маленький, озябший, симпатичный.	麻雀	小, 脏, 吃粮食。	маленький, грязный, кушает зерно.

гусь	степенный, лицемерный, нахальный	鹅	骄傲， 稳重的，白 的。	горделивый, степенный, белый.
заяц	трусливый, чуткий, короткий	兔子	胆小的， 灵活的， 可爱的	трусливый, резвый, симпатичный
муравей	трудолюбивый маленький. чёрный.	蚂蚁	勤劳的， 小的，黑 的。	трудолюбивый, маленький. чёрный.
лиса	хитрая, лицемерная, обманщица.	狐狸	狡猾的， 虚伪的， 有特异功能 的	хитрая, лицемерная, обладает интуитивными способностями.
корова	неуклюжая, толстая, скандальная.	奶牛	不灵活的， 胖得， 无私的。	неуклюжая, толстая, бескорыстная.
змея	неприятная, мудрая, с плохим характером.	蛇	令人厌恶， 凶狠的， 难看的，	неприятная, злая, некрасивая.
комар	маленький, слабый, плодовитый.	蚊子	小的， 弱的， 繁殖力强的	маленький, слабый, плодовитый.
курица	глупая, беспамятливая, спокойная.	母鸡	笨拙的， 记忆力差， 安静的	глупая, беспамятливая, спокойная.
мышь	грязная, жадная, назойливая.	老鼠	脏的， 贪婪的， 胆小的	грязная, жадная, назойливая.

пчела	трудолюбивая, работящая, скупая.	蜜蜂	勤劳的, 热爱工作, 小气的	трудолюбивая, работящая, скупая.
собака	верная, чуткая, друг людей.	狗	忠诚的, 敏感的, 人类 的朋。	верная, чуткая, друг людей.
свинья	грязная, много пьющая, хам.	猪	脏的, 懒惰的, 爱睡觉的	грязная, ленивая, много спит.
тигр	раздраженный, разъяренный, злой.	老虎	爱愤怒的, 百兽之王	раздраженный, разъяренный, царь зверей.
черепаха	медлительная, ленивая, спокойная.	乌龟	缓慢的, 懒 惰的, 戴绿 帽子的人	медлительная, ленивая, рогоносец.

При сопоставлении полученных в цепочечном ассоциативном эксперименте реакций (таблица № 5) обнаружено как совпадение (отсутствие лакун – таблица № 6), частичное совпадение (частичные ассоциативные лакуны – таблица № 7), так и полное несовпадение ассоциаций у русских и китайцев – полные ассоциативные лакуны, представленные в таблице № 8.

Таблица № 6

Не являются лакунами

Зооним на русском языке	Ассоциации носителей русского языка	Зооним на китайском языке	Ассоциации носителей китайского языка	Перевод на русский язык
муравей	трудолюбивый, маленький, чёрный.	蚂蚁	勤劳的, 小的,	трудолюбивый, маленький, чёрный.

			黑的。	
собака	верная, чуткая, друг людей.	狗	忠诚的 , 敏感的, 人类朋友。	верная, чуткая, друг людей.
пчела	трудолюбивая, работящая, скупая.	蜜蜂	勤劳的 , 热爱工作 , 小气的	трудолюбивая, работящая, скупая.
комар	маленький, слабый, плодовитый.	蚊子	小的 , 弱的 , 繁殖力强的	маленький, слабый, плодовитый.
курица	глупая, беспамятливая, спокойная.	母鸡	笨拙的 , 记忆力差 , 安静的	глупая, беспамятливая, спокойная.
мышь	грязная, жадная, назойливая.	老鼠	脏的 , 贪婪的 , 胆小的	грязная, жадная, назойливая.

При сопоставлении полученных реакций (таблица № 5) обнаружены также частичные расхождения ассоциаций у русских и китайцев. Таким образом, нами выявлены частичные ассоциативные лакуны, представленные в таблице № 7.

Таблица № 7

Частичные ассоциативные лакуны

Зооним на русском	Ассоциации носителей	Зооним на китайском	Ассоциациин осителей	Перевод на русский язык
-------------------	----------------------	---------------------	----------------------	-------------------------

языке	русского языка	языке	китайского языка	
свинья	грязная, много пьющая, хам.	猪	脏的 , 懒惰的 , 爱睡觉的	грязная, ленивая, много спит.
тигр	раздраженный, разъяренный, злой.	老虎	爱愤怒的 , 百兽之王	раздражённый, разъяренный, царь зверей.
черепаха	медлительная, ленивая, спокойная.	乌龟	缓慢的 , 懒惰的 , 戴绿帽子的人	медлительная, ленивая, рогоносец.
воробей	маленький, озябший, симпатичный.	麻雀	小 , 脏 , 吃粮食。	маленький, грязный, кушает зерно.
гусь	степенный, лицемерный, нахальный.	鹅	骄傲 , 稳重的, 白的。	горделивый, степенный, белый.
заяц	трусливый, чуткий, короткий.	兔子	胆小的 , 灵活的 , 可愛的	трусливый, резвый, симпатичный.
лиса	хитрая, лицемерная, обманщица.	狐狸	狡猾的 , 虚伪的 , 有特异功能的	хитрая, лицемерная, обладает интуитивными способностями.
корова	неуклюжая, толстая, скандальная.	奶牛	不灵活的 , 胖得 , 无私的。	неуклюжая, толстая, бескорыстная.
змея	неприятная, мудрая, с плохим характером.	蛇	令人厌恶 , 凶狠的 , 难看的 ,	неприятная, злая, некрасивая.

В зоонимах концентрируется и отражается своеобразие ассоциативного восприятия хорошо известных в обеих локальных культурах животных, птиц или насекомых. Национальная специфика напрямую связана с теми или иными культурными традициями разных стран, которые могут совпадать или не совпадать. Поэтому одни и те же явления вызывают разные либо одинаковые ассоциации у представителей культур. Например, пчёлы известны с древних времен и в Китае, и на Руси. Это трудолюбивое насекомое вызывает полностью совпадающие у китайцев и русских впечатления, поэтому при опросах не выявлены различия в ассоциациях. Следовательно, в таком случае ассоциативные лакуны отсутствуют. Это же наблюдается и в отношении целого ряда других зоонимических наименований.

Таблица № 8

Полные ассоциативные лакуны

Зооним на русском языке	Ассоциации носителей русского языка	Зооним на китайском языке	Ассоциации носителей китайского языка	Перевод на русский язык
волк	истощённый, работающий, голодный.	狼	凶狠的, 狡猾的, 欺骗的。	злой, хитрый, обманщик.
панда	добрая, неуклюжая, милая.	熊猫	珍贵的, 黑白的, 国宝。	драгоценная, чёрно-белая, сокровища.
дракон	сильный, жестокий, разрушитель.	龙	有权利的, 善良的, 会飞的。	имеющий власть, добрый, летучий.
сорока	любит все яркое, болтуня, бело-чёрная.	喜鹊	带来喜事, 幸福, 好的。	приносящая радость, счастье, хорошая.

сова	мудрая, умная, трудолюбивая.	猫头鹰	带来不幸 , 凶狠的 , 可怕的。	приносящая несчастье, злая, страшная.
------	------------------------------------	-----	-------------------------	--

Далее приведены примеры полных ассоциативных лакун. *Панда* – широко распространённое на территории КНР животное, существующее в бамбуковых зарослях. Это безобидное неуклюжее существо, вызывающее чувство умиления. Его черно-белый окрас символизирует в Китае простоту и чистоту. Но в России панды не водятся, поэтому у китайцев и русских панда вызывает разные ассоциации, порождая полные ассоциативные лакуны.

Для русских и китайцев дракон является мифическим существом небесной или морской сферы. Но исторически дракон в Китае ассоциируется с властью, богатством, является «императором моря». Для русских абсолютно не характерны такие ассоциации, что выражается полными ассоциативными лакунами в сознании жителей двух соседствующих стран.

Уникально национальное восприятие у русских и китайцев широко распространенной на обеих территориях птицы под названием *сорока* (喜鹊). Иероглиф Си, с которого начинается название сороки в китайском языке, обозначает *радость*. И китайцы искренне верят в то, что встреча с сорокой приносит счастье. Русские связывают с этой птицей совсем другие представления. Несовпадение ассоциаций в данном случае выражено полной ассоциативной лакуной, так же как и восприятие совы. У русских она символ мудрости, для китайцев ее появление вызывает негативные эмоции, отраженные в пословице (夜猫子进宅, 无事不来) – в дом, куда залетела сова, приходит несчастье.

Таким образом, можно считать, что эмотивные (ассоциативные) лакуны являются многочисленной группой лакун вследствие многообразия экспрессивных, эмоциональных и модально-оценочных ассоциаций, наслаивающихся на понятийное содержание того или иного слова.

Исследователи, занимающиеся выявлением и описанием лакун, рассматривают ассоциативные лакуны как национально-специфические элементы культуры, отразившиеся в языке её носителей, которые либо не замечаются, либо понимаются неполно представителями разных культур при контакте.

2.4. Анализ результатов метода семантического дифференциала

Метод семантического дифференциала проведён с целью сопоставления оценки предъявленных стимульных слов у разных групп респондентов и выявления коннотативного значения отобранных лексем. Метод СД проводился с группами испытуемых в форме письменного анкетирования. Информантам разъяснялась важность именно индивидуальных ответов и несущественность других факторов, например, орфографии. Задания к эксперименту и все объяснения проводились на родном языке их участников.

Текст задачи на родном языке: «Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного исследования в области ассоциативной лакунарности. Напишите вверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы зафиксируйте внизу анкеты дату и время заполнения».

Вашему вниманию представлено 50 слов и отмечено несколько полярных критериев фактора «Оценка», по которым вы должны определить, насколько слово тяготеет к тому или иному критерию (например, насколько слово вызывает впечатление «хорошее» или «плохое»). Выбрать можно только один из вариантов, отметив соответствующую клетку заданной шкалы (образец заполненной анкеты см. в приложении №3).

Образец первичной анкеты

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой
+3	Хороший								
+2	Скорее хороший, чем нейтральный								
+1	Скорее нейтральный, чем хороший								
0	Нейтральный								
-1	Скорее нейтральный, чем плохой								
-2	Скорее плохой, чем нейтральный								
-3	Плохой								

Результаты метода семантического дифференциала показаны в следующей сводной таблице № 10.

Таблица № 10

Результаты метода семантического дифференциала

Слово-стимул	Оценка русскими	Оценка китайцами	Слово-стимул	Оценка русскими	Оценка китайцами
волк	+0,65	-0,74	лягушка	-0,21	+1,04
свинья	+0,32	-0,28	черепаха	+1,20	-0,02
дракон	-0,84	+2,02	петух	+1,26	+1,63
слон	+1,45	+1,62	сорока	-0,42	+2,20
олень	+1,27	+2,34	ворон	+1,73	- 2,21
медведь	+1,89	+0,65	сова	+1,43	- 1,75
лиса	+1,31	-0,78	ласточка	+2,03	+0,89
панда	+0,21	+1,87	бабочка	+1,12	-0,43

собака	+1,78	+1,34	голубь	+1,64	+1,47
кошка	+1,47	+0,21	феникс	+0,37	+1,67
берёза	+2,21	+0,54	ромашка	+1,87	+0,67
роза	+1,84	+1,75	груша	+1,29	+0,76
хризантема	+1,76	+0,43	персик	+1,27	+2,12
дуб	+1,72	+1,61	яблоко	+1,45	+1,65
рябина	+2,25	+0,17	лотос	+0,64	+2,37
красный	+1,29	+2,31	розовый	+1,62	+0,82
жёлтый	+0,71	+2,01	белый	+1,39	-2,12
зелёный	+1,29	-0,87	чёрный	-2,12	- 0,41
синий	+1,25	+1,43	оранжевый	+0,19	+1,02
два	-1,25	-2,17	сто	+0,76	+1,54
четыре	+0,87	+1,42	двести пятьдесят	+0,43	-1,65
пять	+2,25	+0,21	семьдесят три	+0,76	- 0,57
шесть	+1,21	+2,14	шестьдесят шесть	+1,54	-0,86
восемь	+0,81	+2,31	восемьдесят четыре	+0,76	-0,42
тридцать восемь	+1,62	+0, 95	десять тысяч	+1,07	+1,54

Таким образом, метод СД позволил получить коллективную оценку коннотативному значению предъявленных стимулов, связанному с

личностными смыслами, социальными установками, стереотипами и другими эмоциональными реакциями участников эксперимента на основе критерия либо меньше - 2, либо больше + 2 и выявить следующие 17 стимульных 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), которые распределились по основным лексическим зонам (сферам) актуализации коннотативно обогащённых слов – *фауна, флора, цвет, цифры*.

Выявленные методом СД лексические зоны послужили основой проведения широкомасштабного свободного ассоциативного эксперимента для получения реакций русских и китайских реципиентов с целью обнаружения ассоциативных лакун.

2.5. Анализ результатов свободного ассоциативного эксперимента

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.

Текст задачи на родном языке: «Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного

исследования в области ассоциативной лакунарности. Напишите сверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы отметьте внизу анкеты дату и время её заполнения».

После каждого из 17 предложенных в анкете слов запишите первое пришедшее в голову слово любой части речи как вашу реакцию («ответ») на слово-стимул (образец заполненной анкеты см. в приложении №4). Далее экспериментатор отвечает на возникшие вопросы, приводит примеры того, как следует работать. Чтобы избежать формирования у респондентов установки на какой-либо один тип ответа, для тренировки реакций информантов слово-пример приводится не из списка анкеты. И только убедившись, что задание понято всеми правильно, экспериментатор раздаёт анкеты, фиксируя время работы с ней. Такие же требования предъявлялись и к проведению лингвистического интервьюирования.

2.5.1. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны *Фауна*

Свободный ассоциативный эксперимент, выполненный методом лингвистического интервьюирования и анкетирования, первоначально проведён на материале зоонимов – слов и словосочетаний, образованных от распространённых на территории России и Китая названий животных, птиц, насекомых, которые обычно входят в состав ядерной лексики народа и являются наиболее древними и частотными лексемами, что подтверждается использованием зоонимов в составе фразеологизмов, народных сказок, фольклорных текстов и т.д. Под фразеологической единицей понимается воспроизводимое, относительно устойчивое сочетание лексем, как правило, обладающее целостным значением и экспрессивностью.

В зоолексике ярче, чем в любой другой области языка, отражаются особенности осмысления и языкового освоения действительности человеком и воздействия его на окружающий мир. Зоолексика – «это группа слов,

включающих в себя слова, обозначающие животных, насекомых и птиц» [Козлова2001: 7-8]. Роль животных в жизни человека всегда была исключительно велика, особенно на ранней стадии развития человечества, когда люди и звери сосуществовали в естественном соседстве: животные включались в социальную иерархию, в человеческом обществе жили идеи о происхождении данного коллектива от животного, которое представлялось как особая ипостась человека.

Ассоциативные реакции на слово **ворон 乌鸦**

(количество полученных реакций)

Русские: чёрный(66), птица (45), фильм (30), крылья (15), гнездо (15), небо (15), клюв (15), песня (15), мудрый (11), цвет (10), голова (9), кар (9), лиса (8), сыр (8), сказка (6), сорока (6) шумно (5), грязный (5), чёрт (4), дерево (3).

Китайцы: 倒霉事 (105) , 不幸 (84) , 黑色 (30) , 鸟 (13) , 噩梦 (12) , 失败 (12) , 飞 (10) , 天空 (9) , 喜鹊 (8) , 乌鸦嘴 (6) , 猪 (4) , 死亡 (2) , 多 (2) , 树 (2) , 森林 (1) 。

Русский перевод: плохое дело (105), несчастье (84), чёрный (30), птица (13), кошмар (12), неудача (12), летать (10), небо (9), сорока (8), клюв ворона (6), свинья (4), смерть (2), много (2), дерево (2), лес (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 11).

Таблица № 11

Анализ ассоциатов на слово **ворон (乌鸦)**, %

Русские	Китайцы
---------	---------

чёрный	22	плохое дело	35
птица	15	несчастье	28
фильм	10	чёрный	10
крылья	5	птица, кошмар, неудача, летать,	
небо	5	небо, сорока, клюв ворона и др.	27
гнездо	5		
клюв	5		
песня	5		
мудрый, цвет, голова, кар и др.	28		

Данные реакции на слово *ворон* получены у жителей г. Благовещенска Амурской области в мае 2013 г. Во всех русских группах встречается ассоциативная реакция в виде слов *песня* и *чёрный*. Это связано, по-нашему мнению, с широким распространением русской народной песни «Чёрный ворон». Часто встречаются слова-реакции, которые описывают внешний вид ворона: *чёрный, голова, клюв, крылья, серый*. Опрошенные также реагировали на стимул *ворон* словом *фильм*. Вероятно, они смотрели фильм, в названии которого употребляется слово *чёрный*: «Чёрные волки», «Чёрный ястреб», «Женщина в чёрном», «Чёрный дрозд», «Чёрный ворон» и др. У некоторых реакцией было звукоподражание *кар-кар* – звук, издаваемый вороной и зафиксированный в русской лексической системе.

Таким образом, в сознании современных русских, проживающих в окраинном регионе России, где вороны достаточно редки, зафиксированы частотные реакции: *чёрный, птица, фильм, крылья, небо, гнездо*. Они отличаются от словесных реакций, полученных более десяти лет тому назад от жителей центральной России и отражённых «Русским ассоциативным словарём»: *чёрный 57; птица 6; летит 4; ворона, каркает, старый, считать 2; белый, богатырь, вороной москвич, галка, год, грязный, грязь, деревянный, долголетие, зло, злой, играет во трубу, кличка, клюв, конь, красив, лес, несчастье, пасмурная погода, птичка, синий, смерть, страх, чернота, чёрный*

ворон, чёрный цвет, Эдгар По [Русский ассоциативный словарь 2002: 118]. В представлении жителей центральной России (это место исконного обитания данных пернатых) ворон: черный, грязный, предвестник несчастья, смерти, зло, злой.

У китайцев *чёрный ворон (чёрная ворона)* означает зло, коварство, неудачу и провалы в делах, об этом гласит и китайская народная мудрость: *天下老鸱一般黑 (Вороны везде чёрные)*, т.е. все плохие люди одинаковы. *乌鸦当头过，不是灾就是祸。* (*Ворон над голово – быть беде*). *老鸱窝里出凤凰 (В вороньем гнезде рождаются фениксы)*, т.е. и в семье бедняков может появиться выдающийся человек. *乌鸦嘴 (Клюв вороны)* – так в Китае говорят о человеке, приносящем плохие новости.

Таким образом, ассоциативные реакции русских, проживающих в центральной части России и китайцев на стимул *ворон* частично совпадают (*зло, несчастье*). Однако у русских полностью отсутствуют ассоциации *коварство, провалы в делах*, что обнаруживает частичные ассоциативные лакуны относительно китайского языкового сознания.

Ассоциативные реакции на слово **сорока 喜鹊**

(количество полученных реакций)

Русские: белобока (103), птица (66), бело-чёрная (45), воровка (32), болтунья, болтушка (31), маленькая (6), дерево (4), опасность (2), трещит (2), ладонь (2), сказка (1), загадка (1), басня (1), вредитель (1), полёт (1), еда (1), морока (1).

Китайцы: 幸福和喜事 (166) , 鸟 (29) , 爱情 (30) , 童话 (13) , 约会 (13) , 传统 (8) , 风俗 (7) , 鸟巢 (7) , 树 (6) , 喳喳叫 (4) , 鹊桥 (4) , 走运 (4) , 牛郎, 织女 (4) , 飞 (3) , 好 (2) 。

Русский перевод: счастье и радость (166), птица (29), любовь (30), сказка (13), свидание (13), традиция (8), обычай (7), гнездо (7), дерево (6), поёт (4), мост-сорока (4), повезло (4), Ньюлан, Чжитюй (4), летит (3), хорошо (2).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 12).

Таблица №12

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,	
болтунья, болтушка	10	обычай, гнездо, дерево и другие	25
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. Стрёкот 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» [Форти 2005: 62].

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 на слово *сорока* русских (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.

Ассоциативные реакции на слово **ласточка** 燕子

(количество полученных реакций)

Русские: птица (71), небо (61), весна (43), гнездо (30), летит (29), дождь (23), внучка (7), жизнь (5), солнце (5), тепло (4), погода (4), крылья (4), воздух (4), озеро (3), стрела (2), дятел (1), блин (1), масленица (1), полёт (1), страус (1).

Китайцы: 春天 (78), 飞 (59), 窝 (55), 下雨 (46), 鸟 (24), 风筝 (14), 孩子 (6), 黑色的 (6), 可爱的 (5), 泥 (3), 勤劳的 (3), 农村 (1)。

Русский перевод: весна (78), летит (59), гнездо (55), дождь (46), птица (24), воздушная змея (14), ребёнок (6), чёрная (6), симпатичная (5), грязь (3), трудолюбивая (3), деревня (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 13).

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 словесного 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。(Ласточкилетаютнизкождождю). 燕高飞，天要好。(Ласточкилетаютвысоко – бытьхорошейпогоде). 燕来种田，雁来过年。(Ласточкиприлетели – порасеять, прилетелигуси – поравстречатьпраздниквесны).

Таким образом, *ласточка* вызывает совпадающие у китайцев и русских реакции, поэтому при опросах не выявлены различия в ассоциациях русских

и китайцев. Следовательно, в данном случае наблюдается отсутствие ассоциативной лакуны.

Ассоциативные реакции на слово дракон 龙

(количество полученных реакций)

Русские: животное (96), змей Горыныч (60), трёхглавый (42), злой (40), пламя (32), огонь (11), год (8), Китай (4), татуировка (3), охранять (2), зубная паста « Дракоша» (1), Законы (драконовские) (1).

Китайцы: 飞行 (60) , 下雨 (48) , 皇上 (45) , 神圣的 (36) , 财富 (33) , 中国 (27) , 黑龙江 (27) , 长城 (12) , 龙王 (8) , 红色的 (2) , 雾 (1) , 天上 (1) 。

Русский перевод:летит (60), дождь (48), император (45), святой (36), богатство (33), Китай (27), Хэйлунцзян (27), Великая китайская стена (12), Царь дракона (8), красный (2), туман (1), на небе (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 14).

Таблица № 14

Анализ ассоциатов на слово дракон(龙), %

Русские		Китайцы	
животные	32	летит	20
змей 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 змей 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 Хэйлуцзян, что в переводе обозначает *Река чёрного дракона*, в названии горячего источника Гинлун (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, змей Горыныч) и китайских реципиентов (святой, богатство, Китай, дождь) обусловлены символическим потенциалом стимула *дракон* (лингвокультурологическая универсалия). Реакция китайских респондентов (Хэйлуцзян) порождена коннотацией (языковая универсалия).

Таким образом, сопоставление выявленных реакций на стимул *дракон* обнаруживает полную мотивированную ассоциативную лакуну в каждом из сравниваемых языков.

Ассоциативные реакции на слово **олень 鹿**

(количество полученных реакций)

Русские: рога (98), животное (61), человек (37), благородство (25), охота (15), мясо (16), лес (13), копыта (11), грация (10), лось (5), деревня (3), тайга (3), шкура (2), собака (1).

Китайцы: 长寿 (141) , 鹿角 (39) , 南极仙翁 (30) , 梅花 (27) , 动物 (24) , 跑 (9) , 温柔的 (6) , 小孩儿 (6) , 神圣的 (6) , 动物园 (5) , 可爱的 (4) 年画儿 (3) 。

Русский перевод:долголетие (141), рога (39), Бог Нанзи (30), цветок зимней сливы (27), животное (24), бегать (9), нежный (6), ребёнок (6), святой (6), зоопарк (5), симпатичный (4), новогодние картинки (3).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 15).

Таблица № 15

Анализ ассоциатов на слово *олень(鹿)*, %

Русские		Китайцы	
рога	33	долголетие	47
животное	20	рога	13
человек	12	бог Нанзи	10
благородство	8	цветок зимней сливы	9
охота	5	животное	8
мясо	5	бегать, нежный, ребёнок, другие	13
лес, копыта, грация, лось и другие	17		

Итоги проведенного на данный стимул эксперимента показали, что основные реакции русских и китайцев частично совпадают во всех возрастных группах при наличии индивидуальных ассоциаций.

Преобладающими реакциями русских респондентов являются слова *рогаиживотное*, для группы «юность» – *человек*. Зафиксированы индивидуальные реакции: *задача по физике, лось, копыта, статья, грация, благородство, охота, мясо, лес*.

В Китае *олень* считается священным животным, символизирующим *долголетие* и *рога*, содержащие драгоценное лекарство, а также *бога долголетия Нанзи, зимнюю сливу*. Реакции на слово *олень* китайских реципиентов (*долголетие, благородство, бог Нанзи, цветок зимней сливы*) обусловлены символическим потенциалом стимула (лингвокультурологическая универсалия). Для русских *олень* не является символом и не содержит коннотаций. Однако совпадающие реакции русских и китайцев (*рога, животное*) позволяют выявленную лакуну квалифицировать как частичную ассоциативную лакуну в русской лингвокультуре сравнительно с китайской.

Анализ стимульных лексем зоны **Фауна** показал, что в преобладающем большинстве случаев ассоциативная лакунарность обусловлена символическим потенциалом слов данной зоны, первоначально сформированном, однако, на основе эмотивно-ценностных (коннотативных) характеристик.

2.5.2. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны *Флора*

Растительный мир России и Китая чрезвычайно богат и разнообразен. На обширных территориях пограничных государств произрастает много идентичных деревьев, трав и цветов, но есть растения, характерные только

для одной из стран, например, *бамбук* и *зимняя слива* в Китае, *берёза*, *рябина* – в России. При этом наименования объектов флоры являются наиболее древними и востребованными в любом социуме и окружены разнообразными, национально обусловленными коннотациями. Методом семантического дифференциала выявлены лексемы данной сферы с высоким потенциалом личностной оценки, эмоциональности, экспрессивности или символичности.

Ассоциативные реакции на слово **лотос** 荷花

(количество полученных реакций)

Русские: цветок (105), порошок (60), болото (30), вода (13), компания (10), Китай (9), Индия (8), озеро (8), красивый (7), розовый (7), природа (6), плавает (6), заповедник (6), индуизм (5), йога (5), магазин (5), водоём (4), вишня (2), редкость (2), экзотика (1), поднос (1).

Китайцы:纯洁 (113) , 佛 (104) , 君子 (23) , 圣洁的 (15) , 粉色 (13) , 仙女 (11) , 大叶子 (7) , 淤泥 (4) , 寺院 (3) , 水 (2) , 漂亮 (1) , 池塘 (1) , 藕 (1) , 莲子 (1) , 哪吒(1)。

Русский перевод:чистота (113), Будда (104), благородный человек (23), святой (15), розовый цвет (13), фея (11), большой лист (7), грязь (4), буддийский храм (3), вода (2), красота (1), пруд (1), клубень лотоса (1), семена лотоса (1), Нэчжа (1) (*происходящее из буддийской мифологии даосское божество защиты и бог-драконоборец, официально чтимый под титулами «Маршал Центрального алтаря» и «Третий принц лотоса»*).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 16).

Таблица № 16

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 и		святой	5
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. Основное и, видимо, исходное значение этого мифопоэтического символа – творящая сила, связанная с женским началом, отсюда –дополнительные символические значения *лотоса*: лоно как место зарождения жизни; плодородие, процветание, потомство, долголетие, здоровье, жизненная полнота, слава; земля как космическая, самопорождающая суть; спонтанное творение, вечное рождение (божественное, сверхчеловеческое); бессмертие и воскресение к вечной жизни; чистота, духовность, смиренномудрие.

В разных традициях с лотосом связываются также жизнь, чистота, андрогинность, согласие, мечтательность, забвение, мир, тишина, твердость, непрерывность, солнце. Структура цветка лотоса (периферийная, лепестковая часть и центр) символизирует взаимодействие женского и мужского начал. <http://www.symbolarium.ru/index>[дата обращения 09.12.13].

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 мотивированными ассоциативными лакунами.

Для русских лексема *лотос* не является символом и не содержит коннотаций. В китайской лингвокультуре данная стимульная лексема связана с чистотой, Буддой, благородным человеком, святостью, т.е. несовпадение ассоциатов на данное слово у русских и китайцев обусловлено символическим механизмом порождения ассоциативной лакунарности. Учитывая полное отсутствие коннотаций и символики у русских на стимульную лексему *лотос*, мы квалифицируем выявленную ассоциативную лакуну как полная и мотивированная.

Ассоциативные реакции на слово **персик** 桃

(количество полученных реакций)

Русские: фрукт (60), плод (24), сладкий (24), вкусный (22), мохнатый (21), девушка (21), осень (13), Персия (12), Африка (12), лето (10), дорогой (9), бархатный (8), дыньки (8), щечки (7), тропики (6), нежный (6), сочный (6), сок (5), груша (5), круглый (4), яблоко (4), мягкий (4), вкусный (3), жёлтый (2), щечки (1), нектарин (1), консервированные фрукты (1), блин (1).

Китайцы:水果 (81) , 长寿 (50) , 寿桃 (40) , 好吃的 (33) , 孙猴子 (33) , 桃罐头 (9) , 逃跑 (8) , 红色 (8) , 桃树 (7) , 蟠桃会

(6) , 王母娘娘 (5) , 桃花 (5) , 李子 (5) , 桃园三结义 (3) , 桃汁 (3) , 杏 (2) , 老师 (1) , 桃胡 (1) 。

Русский перевод: плод (81), долголетие (50), торт на день рождения в форме персика (40), вкусный (33), обезьяна (33), консервы из персика (9), убежать (8), красный (8), персиковое дерево (7), празднество бессмертия персиков (6), богиня Сиванму (*Царица-мать Западного рая, хранительница персиков бессмертия; одна из наиболее почитаемых богинь в даосском пантеоне.*)(5), цветы персика (5), слива (5), таюань санзеи (3), персиковый сок (3), абрикос (2), учитель (1), персиковые косточки (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 17).

Таблица № 17

Анализ ассоциатов на слово *персик*(桃), %

Русские		Китайцы	
фрукт	20	плод	27
плод	8	долголетие	17
сладкий	8	торт на день рождения в форме персика	13
вкусный	7	вкусный	11
мохнатый	7	обезьяна	11
девушка	7	компот из персика, убежать, красный и другие	21
осень, Персия, Африка, блин, лето, дорогой, бархатный, дыньки, щечки, тропики, нежный и другие	43		

Сопоставление реакций на слово *персик*(桃) показало, что у китайцев в сравнении с русскими *персик* (桃) – не просто сладкий плод с крупной косточкой, но и символ долголетия. В китайском языковом сознании

существует ассоциация *персик – обезьяна*. Это представление связано с популярным в Китае романом-сказкой УЧэнэнь «Путешествие на запад», в котором самый привлекательный персонаж – Сунь Укун (волшебная обезьяна) любит персики. Данные ассоциативные связи возникли под влиянием произведения культуры. При этом, например, ассоциация *персик – девушка* у русских не покажется неожиданной, так как в России широко известна картина В. Серова «Девочка с персиками».

Таким образом, для русских *персик* не является символом, но содержит коннотацию (*персик – девушка*). В китайской лингвокультуре данная лексема–символ долголетия, что обнаруживает частичную ассоциативную лакуну, порождённую механизмами коннотации и символики.

Ассоциативные реакции на слово **берёза** 白桦树

(количество полученных реакций)

Русские: белая (81), стройная (54), русская (39), родина (33), дуб (15), красиво (15), лес (7), высокая (7), зеленая (6), сок (6), женщина (6), невеста (5), тайга (5), нежная (4), детство (4), грибы (4), дрова (4), герой (3), елка (1), мебель (1).

Китайцы: 白色的 (96) , 树 (72) , 歌曲《白桦树》 (60) , 苏联 (24) , 不了解 (15) , 很漂亮 (9) , 白化病 (9) , 俄罗斯 (6) , 树皮画 (3) , 大自然 (2) , 美丽风景 (1) , 自由 (1) , 小鸟 (1) , 野花 (1) 。

Русский перевод: белая (96), дерево (72), песня «Берёза» (60), СССР (24), не знаю (15), красиво (9), альбинизм (9), Россия (6), картины на коре деревьев (3), природа (2), пейзаж (1), свобода (1), птица (1), дикие цветы (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 18).

Таблица № 18

Анализ ассоциатов на слово *берёза*(白桦树), %

Русские		Китайцы	
белая	27	белая	32
стройная	18	дерево	24
русская	13	песня	20
родина	11	СССР	8
дуб	5	не знаю	5
красиво	5	красиво	3
лес, высокая, зеленая, сок и		альбинизм	3
другие	21	Россия и другие	5

Слово *берёза* (白桦树) в русском языке ассоциируется с родиной, с девушкой, и потому в русском песенном жанре *берёза* олицетворяется с милой, прелестной девушкой или невестой. На территории Китая *берёза* распространена только в северной провинции Хэйлунцзян на границе с Россией. Остальное население имеет смутное представление об этом дереве, поэтому у китайцев слово *берёза* не наполнено экспрессией, эмоциональностью, не получило никакой оценки и не стало символом, как у русских.

Ассоциативные реакции на слово *рябина* 花楸果

(количество полученных реакций)

Русские: красная (99), кудрявая (51), куст (39), одинокий (39), печальный (24), горькая (15), смородина (11), колхоз (8), черёмуха (6), песня (2) природа (2), душа (1), радость (1), любовь (1), красота (1).

Китайцы: 不了解 (210) , 野果 (51) , 漂亮的 (8) , 红色的 (8) , 野生的 (7) , 酸的 (6) , 花 (2) , 自然 (2) , 茶 (2) , 喜庆 (1) , 丰收 (1) , 红灯笼 (1) , 摘 (1) 。

Русский перевод: не знаю (210), ягоды (51), красивая (8), красная (8), дикая (7), кислая (6), цветок (2), природа (2), чай (2), праздничное украшение (1), хороший урожай (1), красные фонари (1), собирать (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 19).

Таблица № 19

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

Русские		Китайцы	
красивая	33	не знаю	70
кудрявая	17	ягоды	17
куст	13	красиво, красная, дикий	
одинокий	13	и другие	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 стимульных лексем зоны *Флора* убеждает в том, что механизмом порождения ассоциативных лакун в данном случае является коннотативно-символический потенциал слов.

2.5.3. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны *Цвет*

У человека интерес к проблеме цветового зрения в различных её аспектах существует со времён Аристотеля, которому принадлежит высказывание «Быть видящим –бытькаким-то образом причастным к цветущему»[цит. по:Шевчук 2005: 84]. Обозначающая цвет лексика исследуется лингвистами на протяжении длительного времени на материале различных, в основном, европейских, языков. В русистике достаточно полно изучены национальные особенности концептуализации наименований цвета у разных народов, проведены сравнительно-сопоставительные анализы цветообозначений в нескольких языках, выявлены и описаны стилистические функции цветообозначений. На материале русского языка, например, описан состав лексико-семантического поля *Цвет*, выявлены его ядерные и периферийные зоны, составлены словари цветопрезентаций, оформилось целое направление, называемое лингвистикой цвета.

Однако проблема исследования цветовых констант с точки зрения вызываемых ими ассоциаций в русском и китайском языках остаётся недостаточно изученной. Как уже отмечалось, у русских традиционное употребление цветовых прилагательных осложняется их зрительной образностью, ассоциативными связями и легкостью переносных осмыслений – ситуативных, символических или исторических, социально-закреплённых.

Китайцы, следуя традиции сдержанного Лао-Цзы, избегают избыточной насыщенности цветом, звуком, вкусовыми ощущениями, идущими из глубокой древности (см. таблицу № 20).

Таблица № 20

Космологические цветообозначения в древнем Китае

пять цветов	элементы	стороны света	времена года	чувство	понятие
красный	огонь	юг	лето	радость	дела
жёлтый	земля	центр	конец лета	мысль	государь
синий (зелёный)	дерево	восток	весна	гнев	люди
белый	металл	запад	осень	скорбь	подданные
чёрный	вода	север	зима	страх	вещи

Проведение свободного ассоциативного эксперимента и его разновидностей открывает новые перспективы изучения ассоциаций на цветообозначения и выявления ассоциативных лакун.

Ассоциативные реакции на слово жёлтый 黄色

(количество полученных реакций)

Русские: цвет (66), лист (51), зелёный (42), лимон (39), песок (30), цветок (27), апельсин (9), одуванчик (9), светофор (8), краски (8), мандарин (7), моча (2), красный дыплёнок (1), футболка (1).

Китайцы:黄金 (98) , 财富 (81) , 皮肤 (40) , 淫秽 (36) , 龙袍 (17) , 中国人 (15) , 香蕉 (3) , 绿色 (2) , 桔子 (1) , 书刊 (1) , 电影 (1) , 报纸 (1) , 照片 (1) , 不好 (1) , 豆油 (1) , 黄灯 (1) 。

Русский перевод:золото (98), богатство (81), кожа (40), порно (36), императорский халат (17), китаец (15), банан (3), зелёный (2), апельсин (1), книга (1), фильм (1), газета (1), фотография (1), плохо (1), соевое масло (1), лампа (1)

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 21).

Таблица № 21

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 светофор, моча и другие	15	банан, зелёный, апельсин и другие	4

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.

Ассоциативные реакции на слово **белый 白色**

(количество полученных реакций)

Русские: снег (57), цвет (51), молоко (42), хлеб (30), чистота (30), сахар (24), платье (24), краска (4), облако (4), дым (3), голубь (3), петух (2), медведь (2), тигр (2), халат (2), больница (2), зуб (2), лист (2), заяц (2), парус (2), ткань (2), танец (1), совесть (1), коробка (1), стих (1), берёза (1), аист (1), лебедь (1), чёрный (1).

Китайцы: 雪 (60) , 纯洁 (59) , 丧事 (55) , 黑色 (45) , 颜色 (33) , 漂亮 (24) , 婚纱 (7) , 白云 (6) , 医院 (4) , 白天 (2) , 白酒 (1) , 白糖 (1) , 白宫 (1) , 医生 (1) , 护士 (1) 。

Русский перевод: снег (60), чистота (59), траур (55), чёрный (45), цвет (33), красота (24), свадебное платье (7), облако (6), больница (4), днём (2), водка (1), сахар (1), белый дом (1), врач (1), медсестра (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 22).

Таблица № 22

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	
краска, облако, дым, голубь и		и другие	8
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 аудитории 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.

Ассоциативные реакции на слово **чёрный** 黑色

(количество полученных реакций)

Русские: негр (63), квадрат (Малевича) (54), белый (45), кот (44), смерть (24), кофе (24), юмор (23), тёмный (2), машина (2), сапоги (2), хлеб (2), море (1), уголь (1), плащ (1), плохой (1), пистолет (1), мрак (1), дыра (1), пантера (1), мерседес (1), рыцарь (1), сложность (1), лексус (1), неизвестность (1), опустошение (1), всепоглощающий (1).

Китайцы: 白色 (102) , 乌鸦 (60) , 猪 (54) , 石油 (27) , 黑龙江 (24) , 心 (6) , 眼睛 (6) , 土地 (5) , 墨 (5) , 芝麻 (3) , 黑暗 (2) , 黑天 (1) 脏 (1) , 贪污 (1) , 受贿 (1) , 黑河 (1) , 可怕 (1) 。

Русский перевод: белый (102), ворон (60), свинья (54), нефть (27), Хэйлунцзян (24), сердце (6), глаза (6), земля (5), тушь (5), кунжутное семя (3), темнота (2), ночью (1), грязный (1), взяточничество 1(), коррупция (1), Хэйхе (1), страшно (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 23).

Таблица № 23

Анализ ассоциатов на слово *чёрный* (黑色), %

Русские		Китайцы	
негр	21	белый	34
квадрат (Малевича)	18	ворон	20
белый	15	свинья	18
кот (кошка)	15	нефть	9
смерть	8	Хэйлунцзян	8
кофе	8	сердце, глаза и другие	11
юмор	8		
тёмный, машина, сапоги и другие	7		

В результате эксперимента установлено, что у русских респондентов со словом *чёрный* ассоциируются: *негр, квадрат (Малевича), белый, кот (кошка), смерть, кофе, юмор*. Индивидуальные реакции: *тёмный, машина, сапоги* и др. Данный цвет в русской аудитории соотносится с представителями негроидной расы, со смертью, несчастьем, так как в любой культуре смерть – это всегда несчастье, траур. В России в случае траура на государственных флагах или на фото умерших повязывают черную ленточку, в похоронной процессии все скорбящие одевают чёрные одежды, женщины покрывают голову чёрным платком. Чёрный цвет здесь ассоциируется с печалью, горем, загробным, потусторонним миром.

Ассоциации китайских и русских респондентов на стимульную лексему *чёрный* совпадают с реакцией на *белый* (как антонимическая реакция *чёрный – белый*). Реакции китайцев: *ворон, свинья, нефть, Хэйлунцзян*. Индивидуальные ассоциации *сердце, глаза* и др. Хэйлунцзян в переводе на русский язык означает «Река чёрного дракона». В этом слове первый иероглиф переводится как *чёрный*. В Китае широко распространена поговорка: 乌鸦落到猪身上, 只看别人黑。 – «Чёрный ворон, сидя на спине свиньи, заметил чёрный цвет её щетины, но не заметил своё чёрное

оперение». Эквивалентом данной китайской поговорки в русском языке является выражение: «В чужом глазу соринку увидел, в своём бревно не заметил».

Кстати, коннотативное восприятие белого и черного цветов в разных странах неодинаково. Например, чёрный цвет в английском обществе во многих случаях ассоциируется со злом, например, black sheep (чёрная овца), black market (чёрный рынок), black soul (чёрная душа). У русского народа наблюдается такая же негативная ценностная ориентация к чёрному цвету, например: чёрная душа, чёрная весть, чёрный день, чёрный враг, чёрная зависть [Кульбаева 2010:15].

Ассоциативные реакции на слово **красный** 红色

(количество полученных реакций)

Русские: цвет (72), Красная площадь (60), кровь (42), краски (30), красивый (30), светофор (24), вино (10), чай (7), флаг (6), яркость (5), шапка (4), пламя (2), огонь (2), ткань (2), море (2), пожар (1), девушка (1).

Китайцы:喜庆 (54) , 幸福 (48) , 婚礼 (42) , 春节 (39) , 红包 (38) , 红灯笼 (28) , 红旗 (24) , 血液 (10) , 辣椒 (5) , 颜色 (4) , 花 (3) , 生意红火 (1) , 红军 (1) , 红双喜 (1) , 中国红 (1) , 红布 (1) 。

Русский перевод: радость (54), счастье (48), свадьба (42), китайский новый год (праздник весны) (39), красный свёрток (38), красный фонарь (28), флаг (24), кровь (10), перец (5), цвет (4), цветок (3), процветающий бизнес (1), Красная армия (1), красные две радости (1), китайский красный (1), ткань (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 24).

Анализ ассоциатов на слово *красный* (红色), %

Русские		Китайцы	
цвет	24	радость	18
Красная площадь	20	счастье	16
кровь	14	свадьба	14
краски	10	китайский Новый год (праздник	
красивый	10	весны)	13
светофор	8	красный свёрток	13
вино, чай и другие	14	красный фонарь	9
		флаг	8
		кровь, перец, цвет, цветок и	
		другие	9

В результате эксперимента установлено, что у русских респондентов со словом *красный* ассоциируются: *цвет, Красная площадь, кровь, краски, красивый, светофор*. Индивидуальные реакции: *вино, чай* и др. Данный цвет в русской аудитории в первую очередь соотносится со словом *цвет* и *Красная площадь*, т.к. для русского народа Красная площадь с древних времён является историческим местом. На ней проходили казни, отмечались важные государственные события, народные гуляния. После победы Советского Союза над фашистской Германией на Красной площади состоялся легендарный парад героев-победителей, которые несли пленённые немецкие штандарты и бросали их к подножию Кремлёвской стены.

Истари на Руси слово *красный* обозначало и *цвет (рудой, алый, чермный, червлёный, малиновый* и др.), и характеризующий признак (*красный молодец, девица, красавица, красный денёк, красное солнышко, красная пора, красное слово*) [Даль 1996: 187].

Ассоциации китайских респондентов на стимульную лексему *красный* не совпадают с впечатлениями русских реципиентов: *радость, счастье, свадьба, китайский новый год, красный свёрток (конверт), красный фонарь, флаг*. Индивидуальные ассоциации: *кровь, перец, цвет, цветки* др. В китайской традиции слово *красный* более всего ассоциируется с *радостью* и *счастьем*. Так как в Китае всегда на какие-либо государственные праздники основным цветом является красный, то и на свадьбе невеста одевает красное платье. В Китае на торжествах принято дарить деньги в красном свёртке (конверте). Распространённая лексема хунши (红事) дословно переводится как «красное дело», т.е. свадьба. Специфический ярко-красный цвет, принятый на всех государственных церемониях КНР, обозначен распространённой лексемой чунгуохун (中国红).

Таким образом, при сравнении преобладающих ассоциативных реакций на базовые цветообозначения *жёлтый, белый, чёрный, красный* зоны **Цвет** выявлены ассоциативные немотивированные лакуны, появление которых обусловлено в большей степени коннотативным механизмом порождения ассоциаций, на базе которого частично сформирован и символический потенциал лексем данной зоны, так же спровоцировавших появление ассоциативной лакунарности.

2.5.4. Результаты свободного ассоциативного эксперимента на материале лексической зоны *Цифры*

Числа, как известно, возникли в глубокой древности в процессе развития человечества для решения вопросов, связанных с необходимостью количественного описания различных ситуаций и видов деятельности. Тайна чисел заключается в том, что каждой цифре соответствует определённый набор характеристик, конкретных свойств и образов.

Числа – один из наиболее значимых классов знаков, с помощью которых описывались мир и человек. Культ чисел оказывает большое влияние на человеческую деятельность, отражённую в национальной культуре и языке. По русской традиции тринадцатого числа не следует затевать, например, сватовство, так как цифра 13 на Руси называется чертовой дюжиной и соотносится с Дьяволом. В силу высокой значимости чисел в жизни каждого этноса и формировались коннотативно и символически обусловленные ассоциации, специфичные для каждой лингвокультуры.

Ассоциативные реакции на слово **пять** 五

(количество полученных реакций)

Русские: отличник (108), оценка (81), копейка (36), цифры (30), лет (9), супер (7), рублей (6), бутылка (4), пальцев (4), пятый курс (3), килограммов (3), градусов (2), пятизвёздочная гостиница (2), май (2), пятница (2), номер машины (1).

Китайцы: 六 (135) , 元 (63) , 天 (39) , 五月 (33) , 数字 (7) , 五人 (5) , 五百 (4) , 五色 (3) , 五味 (3) , 五谷 (3) 五星 (2) , 五行 (2) , «四书五经» (1) 。

Русский перевод: шесть (135), юань (63), дни (39), май (33), цифры (7). пять человек (5), пятьсот (4), пять цветов (3), пять вкусов (3), пять основных продовольственных культур (*обычно: рис, просо, ячмень, пшеница, бобы*) (3), пять звёзд (2), пять стихий, (*в космогонии: земля, дерево, металл, огонь, вода*) (2), «четыре книги и пять канонов» (четыре книги: «Луньей», «Мэнцзы», «Дасюе», «Чжунъюн»; пять канонов: «Ицзин», «Шу-цзин», «Шицзин», «Лицзи», «Чуньцю») (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 25)

Анализ ассоциатов на слово *пять*(五), %

Русские		Китайцы	
отличник	36	шесть	45
оценка	27	юань	21
копейка	12	дни	13
цифры	10	май	11
лет, супер, рублей, бутылка и другие	15	цифры, пять человек, пятьсот и другие	10

В результате эксперимента установлено, что у русских респондентов со словом *пять* ассоциируются: *отличник, оценка, копейка, цифры*. Индивидуальные реакции: *лет, супер, рублей, бутылка*. Данная цифра в русской аудитории соотносится с *отличником, оценкой* в связи с пятибалльной системой оценивания, принятой в России, где ученик или студент, продемонстрировавший высокие знания, получает пять баллов (отлично), его называют *отличником*, получивший 4 балла (хорошо) – *хорошистом*.

Ассоциации китайских респондентов на стимульную лексему *пять* не совпадают с впечатлениями русских реципиентов: *шесть, юань, дни, май*. Индивидуальные ассоциации: *цифры, пять человек, пятьсот* др. В Китае слово *пять* ассоциируется только с *цифрой*, так как другие ассоциации практически отсутствуют. В целом на стимульную лексему *пять* обнаруживаются полные немотивированные ассоциативные лакуны.

Ассоциативные реакции на слово **шесть 六**

(количество полученных реакций)

Русские: цифры (103), суббота (60), шестое число (42), такси, лет (30), неудача (25), месяцев (10), шестой (7), шестёрки (7), шерсть (4), утро (4), дьявол (2), много (2), крюк (1), советская машина «шестёрка» (1), плохо (1), 2+2+2=6 (1).

Китайцы: 六六大顺 (96), 成功 (78), 平安 (57), 幸福 (42), 三十六 (5), 六月 (4), 六个菜 (3), 六天 (3), 星期六 (3), 好 (3), 六节课 (2), 六年级 (2), 生日 (1), 幸运数字 (1)。

Русский перевод: везёт (96), удача (78), благополучие (57), счастье (42), тридцать шесть (5), июнь (4), шесть блюд (3), шесть дней (3), суббота (3), хорошо (3), шесть уроков (2), шестой класс (2), день рождения (1), удачная цифра (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 26).

Таблица № 26

Анализ ассоциатов на слово *шесть* (六), %

Русские		Китайцы	
цифра	34	везёт	32
суббота	20	удача	26
шестое число	14	благополучие	19
такси	10	счастье	14
неудача	8	тридцать шесть, месяцев, шесть	
лет, месяцев и другие	14	блюд и другие	9

В результате эксперимента установлено, что у русских респондентов на стимул *шесть* возникают впечатления: *цифра, суббота, шестое число, такси, неудача*. Индивидуальные реакции: *лет, месяцев* и др. Номинация

шесть в русской аудитории выражается словом *цифра*, но также ассоциируется с субботой, т.к. в неделе семь дней, а шестым днём является суббота. Двойная цифра шесть (66) в православном религиозном сознании ассоциируется с анаграммой дьявола, нечистой силой, но в нашем эксперименте данная реакция ни разу не появилась.

Преобладающие ассоциации китайских респондентов на стимульную лексему *шесть* не совпадают с впечатлениями русских реципиентов и являются абсолютно позитивными: *везёт, удача, благополучие, счастье*. Индивидуальные ассоциации: *тридцать шесть, месяцев, шесть блюда* др.

Издавна существует китайская поговорка 六六大顺 – *Шесть да шесть во всём повезёт*, так как шесть считалось счастливым числом и в китайской культурной традиции стало символом благополучия и удачи. У китайских мудрецов *шесть* – численное выражение Вселенной (четыре стороны света, верх и низ образуют шесть направлений); шесть чувств (шестым является ум).

Полученные реакции на стимул *шесть* обнаруживают полное несовпадение реакций, т.е. полную ассоциативную немотивированную лакуну в обоих языках.

Реакции китайцев на слово *шесть* – *везёт, удача, благополучие* – обусловлены символическим механизмом порождения ассоциативной лакунарности. Реакции русских на лексему *шесть* (цифра, суббота, шестое число) вызваны коннотативным приращением стимула.

Ассоциативные реакции на слово **два** =

(количество полученных реакций)

Русские: двойка (84), оценка (63), слабый (39), неудачи (38), пара (31), дружба (9), цифры (8), два сапога пара (5), друзья (4), помощь (3), оба (3), курс (3), как две капли воды (2), курс (2), возраст (2), лебедь (1), гусь (1), мало (1), два пальца (1).

Китайцы: 迟钝 (156), 傻子 (63), 二百五 (27), 三 (16), 智商 (7), 没脑子 (6), 不好 (4), 数字 (4), 一对 (3), 1+1=2 (3), 二月 (3), 二姐 (3), 二哥 (2), 星期二 (2), 数学 (1)。

Русский перевод: глупый (156), дурак (63), двести пятьдесят (27), три (16), ум (7), без головы (6), плохой (4), цифры (4), пара (3), 1+1=2 (3), февраль (3), вторая сестра (3), второй брат (2), вторник (2), математика (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 27).

Таблица № 27

Анализ ассоциатов на слово *два* (二), %

Русские		Китайцы	
двойка	28	глупый	52
оценка	21	дурак	21
слабый	13	двести пятьдесят	9
неудачи	13	три	5
пара	10	ум, без головы, плохой и другие	13
дружба, два сапога пара, цифры и другие	15		

В результате эксперимента установлено, что у русских респондентов со словом *два* ассоциируются: *двойка, оценка, слабый, неудачи, пара*. Индивидуальные реакции: *дружба, два сапога пара, цифры* и др. Данная цифра в русской аудитории ассоциируется с плохой отметкой либо неудачей. В школе, получив двойку на уроке, ученик огорчается от такой неудачи: дома его могут наказать. Русские реципиенты на *два* реагировали известной поговоркой: «Два сапога пара».

Ассоциации китайских респондентов на стимульную лексему *два* не совпадают с впечатлениями русских: *глупый, дурак, двести пятьдесят, три*. Индивидуальные ассоциации: *ум, без головы, плохой* и др., потому что в Китае *два* чаще всего ассоциируется с дураком. Так как много слов с иероглифом 二 (*два*) в китайских диалектах обозначает дурака (дураков). Если в Китае сказать человеку: «Ты два», то можно сильно его обидеть.

Реакция *двести пятьдесят* на стимул *два* связывается с древней китайской легендой. «В эпоху княжества Ци жил умный, но бедный человек по имени Суцин, который стал знаменитым и справедливым чиновником. Из зависти другой чиновник подослал к нему своего слугу, который, убив Суцина, сбежал. Чтобы найти убийцу, Суцина намеренно объявили изменником, а его убийце назначили вознаграждение 1000 леан (китайская древняя единица веса) золота. За наградой явилось четыре человека. Каждому из них вручили по 250 леан золота и казнили – троих за обман, а четвёртого – за убийство». Вот почему китайские респонденты отреагировали на стимул *два* числом 250, которое в сознании многих поколений китайцев стало синонимом слову *глупец, дурак*.

При полном несовпадении реакций на стимул *два* выявлена полная ассоциативная немотивированная лакуна

Ассоциативные реакции на слово **восемь 八**

(количество полученных реакций)

Русские: цифры (111), девять (63), учёба (42), весна (30), 8 марта (30), будильник (5), часы (4), цветы (3), женщины (3), подарок (2), любимое число (2), этаж (1), класс (1), друзья (1), компания (1), "∞"бесконечность (1).

Китайцы: 富贵 (79) , 金钱 (60) , 八卦 (55) , 八仙 (45) , 八方 (24) , 八字 (16) , 孩子 (4) , 黑色 (3) , 可爱 (3), 女人 (2) , 喜庆 (2) , 八号 (2) , 团圆 (2) , 八月 (2) , 八月节 (1) 。

Русский перевод: богатство (79), деньги (60), Ба гуа (55), Басянь (45), восемь сторон (24), Бацзы (16), ребёнок (4), чёрный (3), симпатичная (3), женщина (2), радость (2), восьмое число (2), семейный круг (2), август (2), праздник Луны (1).

Данные реакции представлены в следующей таблице (см. Таблицу № 28).

Таблица № 28

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

Русские		Китайцы	
цифры	37	богатство	26
девять	21	деньги	20
учёба	14	Ба гуа	18
весна	10	Ба сян	15
8 Марта	10	Восемь сторон	8
будильник, часы, цветы, женщины, подарок и другие	8	Бацзы	5
		ребёнок, чёрная, 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 школах 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 сян, восемь*

сторон света, Бацзы. Индивидуальные ассоциации: ребёнок, чёрная, симпатичная 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.

Преобладающая реакция китайцев на слово *восемь* как символ богатства указывает на механизм лингвокультурологической универсалии, породившей ассоциативную лакуну сравнительно с русским языком, где слово *восемь* не является символом и больше связано с коннотацией, породившей реакции: цифры, девять, учёба, весна, 8 Марта. При этом в китайском языковом сознании лексема *восемь* простимулировала другие реакции: деньги, Ба гуа, Ба сянь, восемь сторон света, Бацзы. и др., так же объяснимые коннотативным механизмом.

Анализ полных несовпадений лексем зоны **Цифры** в русском и китайском языках показал, что в обеих лингвокультурах механизмом порождения полных мотивированных или немотивированных ассоциативных лакун в большей степени является наряду коннотация с символикой.

Таким образом, проведённые в Благовещенске (РФ) и Харбине (КНР), на территориях Хэйлунцзянской провинции и Амурской области выборочные

исследования ассоциативных реакций на стимулы лексических зон *Фауна*, *Флора*, *Цвет* и *Цифры* подтверждают, что национальная специфика ассоциативного восприятия максимально концентрируется и отражается в исследованных нами зонах. Выявленные особенности полученных реакций напрямую связаны с теми или иными культурными традициями, обычаями, ритуалами соседствующих стран и потому могут совпадать либо не совпадать: одни и те же явления вызывают разные или одинаковые ассоциации у представителей взаимодействующих культур. В случае полного или частичного несовпадения ассоциаций обнаруживаются полные или частичные (наиболее частотные) ассоциативные лакуны. Об универсальности ассоциативного сознания русских и китайцев свидетельствует тот факт, что большинство полученных реакций совпадают, т.е. не являются ассоциативными лакунами и в нашем исследовании не представлены.

2.6. Функции лакун на разных этапах межкультурного взаимодействия

Актуальная на сегодняшний день проблема межкультурной коммуникации выступает, прежде всего, как проблема взаимодействия представителей разных культур и разных языковых сознаний, опосредованных национальной спецификой. Познавательная деятельность формирует национально обусловленный способ мысли, который затем отражается в языке. В своё время Э.Сепир и Б. Ли Уорф вслед за Ф. Боасом, пытаясь раскрыть механизм взаимодействия языка, мышления и культуры, фактически исследовали лакунарность одного языка по отношению к языку другой культурной общности с несовпадающими культурными ценностями. «По нашему мнению, у представителей, например, различных европейских культур степень фрагментарной лакунарности образов сознания носителя одной культуры по отношению к носителю другой культуры, но всё же европейской будет ниже, чем скажем при сопоставлении сознаний европейца и индейца племени навахо» [Макарова 2008: 61].

Данное утверждение актуально и в отношении русского и китайского языков и культур, языковые картины мира которых буквально «пестрят» лакунами разных типов, выполняющих на каждом этапе межкультурного взаимодействия соответствующие функции: 1) на этапе «неприятия, конфликта культур» – функцию пустого (нулевого) знака, пропуска, молчания; 2) на этапе культурного самоопределения – элиминирование (заполнение) лакуны; 3) на этапе диалога культур – относительное или полное взаимопонимание, постепенное устранение конфликта. Таким образом, лакуна представляет собой сигналы не только специфических реалий, но и специфических процессов и состояний или ассоциативного опыта, противоречащих узуальному опыту носителя того или иного языка (культуры).

«В качестве основного критерия, определяющего характер межкультурного взаимодействия выступает результат влияния одной культуры на другую. В соответствии с этим показателем взаимодействие между двумя культурами осуществляется по одному из четырех сценариев: взаимное содействие развитию или диалог «плюс на плюс»; ассимиляция (поглощение) одной культуры другой «плюс на минус»; модель взаимодействия аналогична второму варианту, только контрагенты меняются местами «минус на плюс»; обе взаимодействующие культуры подавляют друг друга – конфронтация «минус на минус» [Колесин 1999: 132].

Б.В. Дашидоржиева придерживается «позиции, согласно которой процесс межкультурного взаимодействия протекает в три этапа: когнитивный диссонанс, культурное самоопределение и интеграция культур» [Дашидоржиева 2011: 111 – 112]. В качестве основного критерия межкультурного взаимодействия выступает результат влияния одной культуры на другую. Можно допустить, что на этапе когнитивного диссонанса лакуна реализует функции пустого (нулевого) знака, молчания. А.А. Шунейко считает, что нулевой знак обладает значительной прагматической компонентой в межкультурном взаимодействии [Шунейко

2005: 87]. Расхождения в структуре параллельных слов могут быть обусловлены не только собственно языковыми факторами, например, спецификой закономерностей развития семантики слов (лексическая лакунарность), но и факторами ментальными, в частности, полным или частичным несовпадением, либо отсутствием ассоциативной реакции на тот или иной вербальный стимул (ассоциативная лакунарность). Н.Н. Болдырев считает, что к когнитивному диссонансу приводит несоответствие когнитивных стилей общения собеседников, неадекватность владения когнитивным знанием и языковым опытом, несоответствие принципов понимания смысла знаков, различная степень концептуального взаимодействия между индивидуальными когнитивными системами тех, кто вовлечён в процесс общения [Болдырев 2013].

«Наблюдения над поведением партнёров межкультурной коммуникации позволяют говорить о возникновении когнитивного диссонанса в случаях: 1) неадекватности восприятий коммуникантов; 2) обнаружения противоречий в ценностных моделях «своей» и «чужой» культуры; 3) расхождения между системами языков; 4) конфликта интерпретаций и ассоциативных представлений» [Абишева 2014: 495]. Неадекватность восприятий коммуникантов, обусловленная конфликтом ассоциативных представлений, вызывающих частичное или полное непонимание, можно продемонстрировать на примере коммерческих наименований китайских торговых предприятий, функционирующих на территории г. Благовещенска (см. Таблицу № 29).

Таблица № 29

Результаты анализа китайских эргонимов компьютерной психолингвистической экспертной системы ВААЛ-мини

№/№	Китайские коммерческие наименования	У носителей русского языка вызывают впечатления:
-----	-------------------------------------	--

1.	Шанхай	чего-то плохого, страшного, шероховатого, тёмного, низменного, тихого, тусклого, печального.
2.	Хуасин	чего-то плохого, отталкивающего, шероховатого, угловатого, тёмного, низменного, тихого, медлительного, медленного, пассивного, тусклого, печального.
3.	Харбин	чего-то плохого, отталкивающего, страшного, шероховатого, угловатого, тёмного, низменного, тихого.
4.	Юаньдун	чего-то хорошего, красивого, безопасного, гладкого, округлого, доброго, светлого, лёгкого, нежного, женственного, слабого, медленного.
5.	Хайнань	чего-то плохого, отталкивающего, шероховатого, угловатого, тёмного, низменного, тихого, тусклого, печального.
6.	Санья	чего-то светлого, лёгкого.
7.	Шеньян	чего-то плохого, шероховатого, тёмного, тихого, тусклого.

Как показывает проведённый анализ, из семи эргонимов, которые предпочли китайские предприниматели для номинации своих фирм на территории Амурской области, подавляющее большинство вызывает негативные ассоциации (впечатления) у носителей русского языка, и только два (Юаньдун и Санья) формируют положительные реакции в российском социуме. Между тем, коммерческое наименование – это своего рода предреклама, которая призвана оказать положительное воздействие на посетителей, привлечь их, заинтересовать, а не оттолкнуть. И потому небезопасно не учитывать национальную специфику ассоциаций исконного населения на иноязычные слова, о чём часто бизнесмены даже не задумываются.

При этом большинство социально значимых русских онимов в национальном языковом сознании русскоязычных жителей РФ неизменно вызывает положительные реакции (ассоциации). Как показал компьютерный анализ психолингвистической экспертной системы ВААЛ-мини, слово *Россия*, например, производит впечатление чего-то величественного, мужественного, сильного, холодного, храброго, могучего, яркого (см. Приложение № 6).

В процессе межкультурной коммуникации, как видим, наблюдается эффект неосознаваемого воздействия языка на массовую аудиторию. И хорошо, если это воздействие прогнозируемо и учитывает национальные особенности восприятия. Объективное существование вербальных реакций (ассоциаций), которые национально обусловлены и часто не совпадают, может привести к непониманию или конфликтной (опасной) речевой ситуации. Таким образом, толерантная межкультурная коммуникация – важное условие успешного развития любого государства, в процессе которой возникает настоятельная необходимость выявления, описания и устранения (элиминирования) лакун разных типов.

2.7. Элиминирование ассоциативных лакун как условие толерантной коммуникации

Лакуны являются ощутимым препятствием взаимопонимания представителей разных культур. Практика межкультурного общения свидетельствует о существовании разнообразных способов преодоления трудностей создаваемых национально-специфическими и языковыми различиями контактирующих культур. Устранение этих трудностей называется элиминированием лакун.

Элиминирование лакун осуществляется двумя основными способами – заполнением и компенсацией. Заполнение лакуны – это процесс раскрытия некоторого понятия, принадлежащего чужой для реципиента культуре.

Заполнение может быть различной глубины, что зависит от характера лакуны, от типа текста, в котором лакуна существует, а также от особенностей реципиента, которому адресован текст.

Компенсация – это средство фиксации лакуны, начальный этап элиминирования, вслед за которым в некоторых случаях происходит, а в некоторых – не происходит заполнение обнаруженного отсутствия. В случаях, когда элиминирование лакуны заканчивается на стадии компенсации, мы получаем расчленённое описание инокультурного понятия. Например, для пояснения ассоциации китайцев на число *два*, использовано описание: «В Китае *два* чаще всего ассоциируется с дураком. Так как много слов с иероглифом 二 (*два*) в китайских диалектах обозначают дурака (дураков)».

Слово или выражение, при помощи которого лакуна фиксируется, обозначают термином *пенус* – т.е. языковая единица, словосочетание, описание и т.д., которые используются для компенсации отсутствующего в системе языка слова. В результате компенсации лакуна не устраняется, а остается, сопровождаемая особым пояснением-компенсатором. Например, «Слово *жёлтый* среди китайского населения ассоциируется с жёлтым цветом кожи, т.е. с *китайцем*, примерно также как русские идентифицируют себя как *белокожие*.

Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина уточняют суть процесса компенсации лакун, приводя указание на реалию, знакомую читателю и тем самым помогающую понять чужую реалию или ситуацию. Тем не менее, Т.Ю. Данильченко отдаёт приоритет способу компенсации: «Для понимания смысла элементов инородной культуры в неё привносится собственный смысл (элемент культуры реципиента). Учёный стремится доказать положение о компенсации лакун в русле культурной семантики, соотнося с операцией адаптации смысла чужой культуры к смыслу своей культуры. Компенсации могут быть временными выражениями, сочетаниями,

объяснениями тех или иных концептов» [Данильченко 2010: 42]. По Т.Ю. Данильченко, словами можно объяснить практически любой концепт и, таким образом, разорвать «коммуникативный круг», потому что, кроме вербального мышления, в понимании участвуют и невербальные средства мышления.

Нельзя не учитывать тот факт, что соглашаясь с Ю.А. Сорокиным и И.Ю. Марковиной в признании лингвистической природы лакуны, Т.Ю. Данильченко приписывает лакунам статус особого существования, отличного от материального. В этом смысле представление Т.Ю. Данильченко о лакуне чем-то сродни «виртуальной единице» Г.В. Быковой. Обе эти абстракции служат основанием для теоретической реконструкции программы элиминирования лакун.

По мнению Ю.А. Сорокина и И.Ю. Марковиной, суть компенсации лакуны состоит в следующем: для снятия национально-специфических барьеров в ситуации контакта двух культур, то есть для облегчения понимания того или иного фрагмента чужой культуры в тексте в той или иной форме вводится специфический элемент культуры реципиента. Таким образом, в тексте некоторой культуры появляются элементы другой культуры – сходные или близкие к элементам исходной культуры, но не совпадающие с ними. Компенсация лакун влечёт за собой утрату национальной специфики исходной культуры и обязательно вводит в текст новые элементы, принадлежащие культуре реципиента.

З.Д. Попова и И.А. Стернин так выражают свою точку зрения по поводу компенсации: «Лакуны, если оказывается необходимым выразить соответствующий концепт в речи, компенсируются, то есть заполняются «временными» средствами языка – свободными словосочетаниями, развёрнутыми объяснениями и т.д. Если компенсация осуществляется достаточно регулярно, соответствующее выражение может впоследствии стать устойчивой номинацией концепта» [Попова, Стернин 2003: 29].

По мнению Г.В. Быковой, компенсация – начальный этап элиминирования. В результате компенсации лакуна не устраняется, а

остаётся, сопровождаемая особым пояснением (словом или выражением, при помощи которого лакуна фиксируется). В нашем исследовании в вопросе толкования способов элиминирования ассоциативных лакун мы придерживаемся точки зрения Г.В. Быковой. Так, главным содержанием элиминирования лакун в межкультурном взаимодействии мы считаем как раз то, что заполнение и компенсация в основе своей содержат постулат саморазвития и межкультурной ориентации. В новой культурной реальности человек оказывается дезориентированным во множестве символов социального окружения. Он пытается получить новую для себя информацию и тем самым устраняет возникшие в процессе сближения лакуны. Процесс преодоления лакун в межкультурном взаимодействии осуществляется специфическим образом в силу сложной, комплексной природы феномена лакунарности.

Выводы по главе II

Результаты экспериментальной части нашего исследования, состоящего из четырёх этапов – рецептивного, направленного и цепочечного экспериментов, метода семантического дифференциала, свободного ассоциативного эксперимента – в полной мере подтвердили выдвинутую нами гипотезу о том, что ассоциативные лакуны являются непрозрачными (малопонятными) для носителей русского и китайского языков и культур. Проведённое исследование показало, что лакунарность порождает проблемы непонимания и приводит к дефектной коммуникации, создавая барьеры в процессе межкультурного взаимодействия.

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 абсолютные 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 ассоциативную лакунарность.

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 послужили стимулами для проведения свободного ассоциативного эксперимента.

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 реципиентов 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*) вызывают совпадающие у китайцев и русских реакции, т.е. наблюдается отсутствие ассоциативной лакунарности.

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.

Чтобы явления чужой культуры стали максимально понятными и принятыми реципиентами другой ментальности, необходимо выявление, описание и элиминирование ассоциативных лакун.

Заключение

В данном исследовании рассмотрена чрезвычайно актуальная для межкультурного взаимодействия проблема ассоциативной лакунарности, из-за которой 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. Именно поэтому одной из ключевых проблем лингвистики в настоящее время является проблема исследования национальной специфики культуры, отражённой в языке. 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. Свойственный каждой локальной культуре комплекс знаний в соединении с психическими особенностями и национальным характером мировидения формирует определенный тип языковых личностей, вступающих в межкультурное взаимодействие.

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

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.

Лакунарность приводит к диссонансу межкультурного взаимодействия в случаях: 1) расхождения между системами языков; 2) обнаружения противоречий в ценностных моделях «своей» и «чужой» культуры; 3) конфликта интерпретаций и ассоциативных представлений, т.е. причины возникновения лакун могут быть различными – сугубо языковыми, ментальными (ассоциативными), экстралингвистическими (культурологическими). Таким образом, универсальные механизмы порождения лакунарности скрыты как в языке, так и в культуре.

В современной российской лингвистике существует два подхода к толкованию термина лакуна в узком и широком смыслах. При узком толковании лакуна понимается как отсутствие в одном языке какой-либо семантической единицы, имеющейся в другом языке. Термин *лакуна* в его широком смысле указывает на комплекс различий между сопоставляемыми языками и культурами, существующими не только на эксплицитном (языковом), но и на имплицитном уровнях расхождения. В нашей работе мы придерживаемся понимания термина *лакуна* в широком смысле.

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 не только «белые пятна» в языковых системах, но и несовпадающие реакции (ассоциации) на один и тот же стимул, что порождает ассоциативные лакуны как разновидность неязыковых (культурологических) лакун имплицитного уровня.

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.

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 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 символический потенциал. Механизмами порождения ассоциативной лакунарности, как установлено нами, являются коннотативный потенциал лексем (языковая универсалия) и символическое значение слов и образов (лингвокультурологическая универсалия), обусловленные факторами менталитета и культуры того или иного народа. Кроме этого, вербальные ассоциации нередко возникают по смежности (во времени или пространстве) и по сходству, которые могут не иметь коннотативных или символических приращений, но при этом стать причиной ассоциативной лакунарности.

Основными зонами актуализации ассоциативных лакун являются лексические группы слов, отражающие эмоциосферу человека, а также коннотативно и символически маркированные лексемы цифровой, цветовой, зооморфной, флористической, антропоморфной, культурной символики. Данные зоны (сферы, лексико-семантические поля) неоднородны по протяженности и наполнению, имеют ядерные и периферийные слои, а также отличаются преобладанием механизмов порождения лакунарности: лексемы зон **Цвет** и **Цифры** в большей степени обладают коннотативно обусловленным потенциалом, а лексемы зон **Флора** и **Фауна** – символическим.

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 реципиентов 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.

Таким образом, результаты свободного ассоциативного эксперимента, выявивших 10200 реакций, приводят к выводам: полных ассоциативных лакун большинство (53%), частичных ассоциативных лакун менее половины (41%), совпадений реакций, т.е. отсутствующих лакун (6%).

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, фонетически совпадает с иероглифами (hui) и потому неизменно вызывает в русском социуме культурный шок, т.е. лакунарность неизбежно влияет на процессы и результаты межкультурного общения, поскольку неадекватное восприятие речевого и неречевого поведения одного народа другим народом создает зону непонимания, нарушает коммуникацию и даже может привести к возникновению межэтнического конфликта.

На каждом этапе межкультурного взаимодействия лакуны выполняют разные функции: 1) на этапе «неприятия, конфликта культур» – функцию пустого (нулевого) знака, пропуска, молчания; 2) на этапе культурного самоопределения – элиминирование (заполнение) лакуны; 3) на этапе диалога культур – относительное или полное взаимопонимание, постепенное устранение конфликта.

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, ассоциативного, коннотативного, эмоционального, экспрессивного, оценочного и др.) с целью их последующего элиминирования (устранения).

Рассматриваемая проблема выявления и описания ассоциативной лакунарности в межкультурном взаимодействии остаётся актуальной, требует привлечения ещё более углублённого языкового, психолингвистического, лингвокультурологического осмысления и ждёт более масштабных исследований на материале самых разных языков, чем предпринятая нами попытка.

Список используемой научной литературы

1. Абишева К.М. Когнитивный диссонанс в сфере межкультурной коммуникации // Когнитивные исследования языка – 2014. – № 18. – С.495-497.
2. Аванесова Г.А. Взаимодействие культур // Культурология. XX век /: Словарь. – СПб.: Университетская книга, 1997. – 640с.
3. Акопов Г.В., Савицкий В.М., Шейнин И.Р. Лингво-психологическое исследование ассоциативных полей концептов «созерцание», «деяние» и «общение» // Современные концепции научных исследований: Сборник научных работ V международной научно-практической конференции. 29-30 августа 2014 г. Москва. №5, 2014. Часть 4. – С. 136-139.
4. Апресян Ю.Д. Коннотация как часть прагматики слова // Апресян Ю.Д. Избранные труды. Том II. Интегральное описание и системная лексикография. – М., 1995. – С.156-178
5. Алымова Е.Н. Ассоциативная лингвоцветовая картина мира // Вестник СПбГУ. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2007. – №2-II. – С.74-77.
6. Бабина Л.В. Теория фреймов и термин «скетч-фрейм» // Принципы и методы когнитивных исследований языка: Сб. науч. тр. / Отв. ред. Н.Н. Болдырев; Федеральное агентство по образованию, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, общероссийская общественная организация «российская ассоциация лингвистов-когнитологов». Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. – С.156-167
7. Баркибаева, Р.Р. Ван Юн. Высечь «искру взаимоудивления» // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире: материалы Международной науч.-практ. конф. Омск, 18–19 ноября 2009 года / отв. ред. Л. Б. Никитина. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2009. – С.166-170.
8. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. –М.: Искусство, 1979. – 423 с.

9. Белянин В.П. Психоллингвистика: Учебник/ В.П. Белянин. – М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2003. – 232с.
10. Белянин В.П. Психоллингвистика: Учебник/ В.П. Белянин. – М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2008. – 226с.
11. Бердникова Е.В. Лексическая лакунарность в аспекте межкультурной коммуникации: дис...канд. филол. наук:10.02.19/Бердникова Екатерина Вадимовна; Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2006. – 288 с.
12. Белая Е.Н, Болотюк В.Г. Национально-культурная специфика коммуникативного поведения представителей разных народностей // Психопедагогика в правоохранительных органах . 2014. №2 (57). – С.80-82.
13. Болдырев Н.Н. О понятии культуры и культурологическом анализе языка// Филология и культура: Мат-лы VI Междунар.науч.конф.17-19 октября 2007 года / Отв.ред. Н.Н. Болдырев; Редколл. : В.А. Виноградов, Е.С. Кубрякова, Н.Л. Потанина и др.; Федеральное агентство по образованию, Ин-т языкознания Рос. Академии наук, Тамб. гос. ун-т им.Г.Р. Державина, общерос. обществ. организация «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов». Тамбов: Изд-во ТГУ им.Г.Р. Державина, 2007. – С. 27-32.
14. Болдырев Н.Н. Структурирование опыта и интегрирование смысла в высказывании // Когнитивные исследования языка – 2013.– № 13. – С.18–30.
15. Быкова Г.В. Лакунарность как категория лексической системологии. – Благовещенск: изд-во БГПУ, 2003. – 275с.
16. Быкова Г.В. Лакуны в языковой картине мира амурчан // Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2005. – С 25-31.
17. Быкова Г.В., Пылаева О.Б. Сфера природного в национально-языковой специфике русского и эвенкийского языков. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, – 2005. – 132с.
18. Быкова О.И. Коннотативность языкового знака в этнокультурном пространстве // Филология и культура: Мат-лы VI Междунар.науч.конф.17-19 октября 2007 года / Отв.ред. Н.Н. Болдырев; Редколл.: В.А. Виноградов,

Е.С. Кубрякова, Н.Л. Потанина и др.; Федеральное агентство по образованию, Ин-т языкознания Рос. Академии наук, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, общерос. обществ. организация «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов». Тамбов: Изд-во ТГУ им.Г.Р. Державина, 2007. – С. 273-276.

19. Бурукина О.А. Коннотация и коннотативное поле слова // Филология и культура: Мат-лы VI Междунар.науч.конф.17-19 октября 2007 года / Отв.ред. Н.Н. Болдырев; Редколл.: В.А. Виноградов, Е.С. Кубрякова, Н.Л. Потанина и др.; Федеральное агентство по образованию, Ин-т языкознания Рос. Академии наук, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, общерос. обществ. организация «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов». Тамбов: Изд-во ТГУ им.Г.Р. Державина, 2007. – С. 591-594

20. Ван Эрдон. Специфика языкового сознания русских и китайцев (гендерный анализ): диссертация.... канд. филол.наук: 10.02.19 / Ван Эрдон; [Ин-т языкознания РАН]. – М.: 2000. – 225с

21. Верещагин Е.М. Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. Методическое мастерство. 3-еизд, перераб. и доп. М.: Рус. язык,1983. – 269с.

22. Василевич А.П.Исследованиелексикивпсихолингвистическом эксперименте. –М.: Наука,1987. – 139с.

23. Гак В.Г. Сравнительная типология французского и русского языков. – Л.: Просвещение. Ленигр. отд-ние, 1977. – 300 с.

24. Глазачева Н.Л. Еще раз о типологии межъязыковых лакун (на материале китайского и русского языков)// Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2003. – С. 28-32.

25. Глущенко Т.С. Феноменология паралингвистической лакунарности в русской и англо-американской лингвокультурах.// Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2003, – С.33-39.

26. Горошко Е.И. Специфика ассоциативного сознания некоторых групп русскоязычного населения Украины / Е.И. Горошко // Языковое сознание: Формирование и функционирование. Сб. статей. – М., 2000, – С.186-199.
27. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. – Харьков; М.: Изд. Группа «РА-Каравелла», 2001. – 320с.
28. Говорухина Ю.А. Содержательный потенциал лакун в художественном тексте как коммуникативном пространстве // Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2003. – С.40-50.
29. Гудавичюс А. Сопоставительная лексикология литовского и русского языков / А. Гудавичюс. Вильнюс: Москлас, 1985. – 175 с.
30. Гудков Д.Б. Нос в телесном коде культуры// Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2003. – С.50-61.
31. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества /Избранные труды по языкознанию. – М.:Прогресс. 1984. – 450с.
32. Гумбольдт, В. фон. Язык и философия культуры. – М.:Прогресс.1985.– 451с.
33. Г. Эббингауз, А. Бэн. Основные направления психологии в классических трудах. Ассоциативная психология. Г. Эббингауз. Очерк психологии, А. Бэн. Психология. – М.:ООО “Издательство АСТ-ЛТД”, 1998. – 544 с. – (Классики зарубежной психологии).
34. Данильченко Т.Ю. Лакуны: философский и теоретико-культурный аспекты. Автореф. дисс. доктора филос. наук. Краснодар: КГУКИ, 2010. – 48с.
35. Данильченко Т.Ю. Понятие и сущность лакун // Наука. Искусство. Культура. – 2014. – № 3. – С.51-57.
36. Дашидоржиева Б.В. Лакуна как феномен межкультурной коммуникации (на примере бурятско-русского взаимодействия): диссертация...канд. культурологии: 24.00.01 /Дашидоржиева Баирма Владимировна;

Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им. Н. Г. Чернышевского. – Чита, 2011. – 145с.

37. Дарбанов Б.Е., Раманкулов Ш.М. Роль образа мира, культурологические лакуны при восприятии речи // Жалал – Абадмамлекеттик университет ининжарчысы №1, 2012. – С.3-9.

38. Должикова С.Н. Социокультурные лакуны в статьях корреспондентов «MoscowNews». [Электронный ресурс]. URL: / /http:// journal. kfrgteu. ru /files/1/2012_8_25.pd (Дата обращения: 19.04.2015).

39. Жельвис В.И. К вопросу о характере русских и английских лакун // Национально-культурная специфика речевого поведения. – М.: Наука, 1977. – С 136-146.

40. Залевская, А. А. Введение в психолингвистику: учеб. для вузов по филол. спец. / А. А. Залевская – М., 2000. –382 с.

41. Замалетдинов Р. Р., Замалетдинова Г. Ф Язык – культурный код нации и ключ к культуре всего // Вестник ТГГПУ . 2012. №2. – С.49-53.

42. Зиновьева Е. И, Юрков Е.Е Лингвокультурология. Учебник. СПб.: изд-во «Осипов», 2006. – 260с.

43. Зубкова Л.И. Безэквивалентная лексика с национально-культурной спецификой значения в произведениях В.М. Шукшина. Воронеж, 1995. – 308с.

44. Караулов Ю. Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети // Языковое сознание и образ мира. Сб. статей под редакцией Н. В. Уфимцевой. – М.,2000. – С. 191–207.

45. Катермина В.В. Роль человека в языке и культуре // Перевод и сопоставительная лингвистика . 2014. №10. – С.52-54.

46. Ковальчук А.М. Символы русской (этнокультурной) идентичности в печатной рекламе соотечественников в Китае // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2013. – № 1. – С. 140-146.

47. Козлова Т.В. Идеографический словарь русских фразеологизмов с названиями животных. М.: Изд-во «Дело и сервис» 2001.– 208с.

48. Комлев Н.Г. Слово в речи: денотативные аспекты. – М.: Изд-во МГУ, 1992. – 192с.
49. Копыленко М.М. Об «аспирине» и товарных знаках // М.М. Копыленко. Актуальные проблемы лингвистики. – Алматы: КазГУМО и МЯ, 1998. – 246с.
50. Крыкова И.В. Национально-культурные особенности семантики англоязычных эргонимов и словесных знаков Японии // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2007. – № 4. – С. 133-144.
51. Колесин И.Д. Подходы к изучению социокультурных процессов // Социологические исследования. – 1999. – № 1. – С. 130-136.
52. Клименко А.П. Проблема достоверности психолингвистического моделирования семантики / А.П. Клименко // Проблема модели в философии и естествознании: сб. ст. – Фрунзе, 1969. – С.12-54.
53. Кульбаева Б.Т. Лакуна как фрагмент национальной картины мира Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Республика Казахстан, Кокшетау, 2010. – 28с.
54. Кущева О.Ю. Антропоцентрическая парадигма в современной лингвистике // Вестник Адыгейского государственного университета. 2006. №4. – С.155-156.
55. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре: Быт и традиции русского дворянства (XVIII-начало XIX века). – СПб: Искусство – СПб, 1999. – 412с.
56. Лурия А.Р. Предисловие редактора русского издания / А.Р. Лурия // Бунер, Дж. Психология познания. – М.: Изд-во МГУ, 1977. – С.3-7.
57. Лю Хун, Лю Темэй. Выявление лакун при изучении русского языка в китайской аудитории // Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2003. – С.109-112.
58. Макаров Д.М. Эмотивная лакунарность художественной прозы (на материале романа М.А.Шолохова «Тихий Дон») // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2008. – №63-1. – С.177-185.

59. Макарова Д.Н. Лакунарность как психолингвистическая проблема и проблема перевода // Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2008. – С.59-68.
60. Мартинович Г.А. Типы вербальных связей и отношений в ассоциативном поле // Вопросы психологии, 1990. – №2 . – С. 143-146.
61. Мальчакитова Н.Ю. Базовые лингвокультурные концепты в языковой картине мира эвенков и русских. 10.02.19 – теория языка. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук, Улан-Удэ, 2014, – 197с.
62. Махортова О.В., Мордовина Л.В. «Особенность символики и знаковости Китая» // Аналитика культурологии . – 2011. №19. – С.137-139.
63. Ма Хуньюй. Этнографические лакуны как сигналы национальной специфики культуры народа // Лакуны в языке и речи: Сб. научных трудов / Под ред. Ю.А. Сорокина, Г.В. Быковой, – Благовещенск, 2003. – Вып. 1. – С.113-115.
64. Мещерякова Е А. Роль междометий в реализации категории персональности (на материале английских художественных произведений) // Вестник КемГУ . 2013. №2 (54). – С.113-116.
65. Муравьев В.Л. Лексические лакуны (на материале лексики французского и русского языков). – Владимир, 1975. – 96с.
66. Муравьев В.Л. Проблемы возникновения этнографических лакун Владимир: ВГПИ . 1980. – 106с.
67. Мурзин Л.Н. Язык, текст и культура // Человек. Текст. Культура: Коллективная монография / Под ред. Н. А. Купиной. Екатеринбург, 1994. – С. 160–169.
68. Осиянова О.М. Национально-культурная семантика слова и речевое общение // «Романо-германская филология» Вестника Оренбургского Государственного университета. №11.2005.– С.145-149.

69. Пак С.М. Личные имена как маркеры социально-психологических категорий // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2004. – № 3. – С. 124-129
70. Папикян А.В. Социокультурные лакуны: типология, причины появления и способы заполнения при изучении иностранных языков // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №80. – С.477-483.
71. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. - 2-е изд., доп. - СПб.: Питер, 2005. –480 с.: ил.
72. Покровский М. М. Избранные работы по языкознанию / Москва. – 1959. – 145с.
73. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И.А Стернин. – Издание второе, стереотипное. – Воронеж: Истоки, 2003. – 191с.
74. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальная картина мира / З.Д. Попова, И.А Стернин. – 3 –е изд., доп. и испр. – Воронеж: Истоки, 2003. – 60с.
75. Ревзина О.Г. О понятии коннотации // Языковая система и её развитие во времени и пространстве; Сборник научных статей к 80-летию профессора Клавдии Васильевны Горшковой. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С.436–446.
76. Сепир, Э. Язык, раса, культура // Избранные труды по языкознанию и культурологии. - М, 1993. – 656с.
77. Стернин И. А. Структурная семасиология и лингводидактика // Русское слово в лингвострановедческом аспекте. – Воронеж: Изд-во Ворон. ун-та, 1987. – С. 104-121.
78. Сорокин Ю.А, Марковина И.Ю. Текст и его национально-культурная специфика // Текст и перевод. – М.: Наука, 1988. – С.76-84.
79. Сорокин Ю.А. Лакуны: еще один ракурс рассмотрения // Лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2003 – С.3-11.
80. Тамерьян Т.Ю. Культурные различия как причина коммуникативных неудач // Вестник ННГУ. – 2010. – №4-2. – С.739-741.

81. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М.: Наука, 1986. – 143с.
82. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и её эксперссивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. – М., 1988. – С.26–51.
83. Тен Ю.П. Символы России и зарубежных государств / Ю.П. Тен. – Изд. 2-е, стереотипное. – Ростов н / Д: Феникс, 2009, – 332с.
84. Тарасов, Е. Ф. Языковое сознание – перспективы исследования [Текст] / Е. Ф. Тарасов // Языковое сознание: содержание и функционирование: XIII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. – М.: Институт языкознания РАН, 2000. – С. 2-3.
85. Томашева И.В. Понятие «лакуна» в современной лингвистике. Эмотивные лакуны / И.В. Томашева // Язык и эмоции. – Волгоград: Перемена, 1995. – С. 50-60.
86. У Гохуа. Контрастивный анализ национально-культурной семантики русских и китайских номинативных единиц. Издательство: Обучение и исследование иностранных языков, Пекин, 2003.– 323с.
87. Фирсова Н.М, Карасева Ю.А. Отражение национально-культурной специфики в художественном тексте (на материале испаноязычной литературы) // Современные научные исследования и инновации.–2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/02/7920>. время посещения 28.11.2013 22:34.
88. Форти, С. Символы. Энциклопедия / Пер. сангл. Н. Гончарук, М. Почкина. – М.: РОСМЭН-ПРЕСС, 2005. – 256с.
89. Чейф У.Л. Значение и структура языка. – М. – 1975. – 432с.
90. Шаповаленко И.В. Возрастная психология (Психология развития и возрастная психология). – М: Гардарики, 2004. – 349с.
91. Швецова В.М. Основные направления в изучении вербальных ассоциаций в лингвистике // Актуальні проблеми філології. Матеріали міжнародної науково – Практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 8-9

- листопада 2013 року). – Херсон: Видавничийдім «Гельветика», 2013. – С. 73-76.
92. Шевчук О.П. Цветообозначения китайского языка, их особенность и национально-культурная специфика: диссертация...канд. филол. наук: 10.02.22 М., 2005.– 159с.
93. Шунейко А.А. Лакуна и нулевой знак (семиотический аспект) // лакуны в языке и речи. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2005. – С.86-95.
94. Яковлева Е.С. К описанию русской языковой картины мира // Русский язык за рубежом. 1996. №1-2-3. – С.47-56.
95. Я люблю эту землю. Стихи и проза жителей Благовещенского района Амурской области. Вып. 2. Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2013. –232с.
96. 张鹏飞 《论“荷花情结”对中国佛教文化的审美观照》 中南民族大学学报 (人文社会科学版) 2009 年 9 月 29 卷第 5 期

Список используемых словарей.

1. Большой психологический словарь /Под ред.Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. – 3-е издание, дополненное и переработанное. – СПб: Прайм – Еврознак, 2006. – 672с.
2. Словарь психолога-практика. / Сост. С.Ю. Головин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Харвест. 2001 – 976с.
3. Большой Российский энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2003. – 1888 с.: ил.
4. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 тт. Т.2: И-О – Оформл «Диамант». – СПб.: ТОО «Диамант», 1996. – 784с.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка: ок. 60000 слова фразеологических выражений / С.И. Ожегов; Под общ.ред. про. Л.И. Скворцова. – 25-е изд., испр. и доп. – М.: ООО «Издательство Оникс»: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2007. – 976с.
6. Прохоров А.Н. Большой энциклопедический словарь СПб., М.: Советская энциклопедия, 1993. – 1632 с.
7. Тресиддер Дж. Т. 66. Словарь символов / Пер. с англ. С. Палько. – М.: ФНИР – ПРЕСС, 1999, – 448с.: ил.
8. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. – Т. 1. От стимула к реакции: Ок.7000 стимулов /Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. М.:Астрель: АСТ, 2002. – 784 с.
9. Фразеологический словарь. – Серия энциклопедия Ф82 русского языка, под редакцией канд. филологических наук Гурьевой Т.Н. – М.:ООО«Мир книги», 2003, – 384с.
10. Общее знание по культуре Китая. Издательство SINOLINGUA, Пекин, 2006.–241с.

11. Тематический словарь лакун русско-китайской и китайско-русской межъязыковой коммуникации / Г.В. Быкова, Н.Л. Глазачева; под науч. Ред. Ю.А. Сорокин. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2001. – 200с.
12. 俄汉谚语俗语词典/叶芳来编。–北京：商务印书馆,2005
13. 俄汉汉俄谚语手册/沈受君，韩晶石主编。哈尔滨：黑龙江大学出版社,2010
14. 现代汉语词典。第5版, 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编。商务印书馆，2010年北京。
15. 辞海/夏征农、陈至立主编。上海辞书出版社 2010.5。全5卷。SBN 编号：978-7-5326-2859-9

Образец анкеты для проведения рецептивного эксперимента

Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного исследования в области ассоциативной лакунарности. Напишите вверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы отметьте внизу анкеты дату и время заполнения.

В анкете представлено 20 названий животных. Вам необходимо выбрать один из вариантов употребления обозначенных слов. Если вы знаете значение данного слова, то выберите вариант «знаю и употребляю»; если вы знаете значение данного слова, но не употребляете его, то выберите вариант «знаю, но не употребляю»; если вы не знаете значение данного слова, то выберите вариант «не знаю».

волк

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

панда

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

дракон

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

сорока

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

сова

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

воробей

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

гусь

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

заяц

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

муравей

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

лиса

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

корова

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

змея

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

комар

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

курица

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

мышь

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

пчела

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

собака

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

свинья

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

тигр

①знаю и употребляю ②знаю, не употребляю ③не знаю

черепаха

①знают и употребляю ②знают, не употребляю ③не знаю

调查表

你们所参加的是心理语言学调查实验，不带有任何检查你们知识和能力的目的，调查结果是为了在联想缺词方面研究所应用。请在调查表的上方写上你的年龄，性别，学校，系，年级，专业，日期，在调查表的下方写上时间。在调查表上有 20 个词语，每个词后面有三个选项，选择您认为正确的一项做上标记。

狼

①知道并使用②知道但不使用③不知道

熊猫

①知道并使用②知道但不使用③不知道

龙

①知道并使用②知道但不使用③不知道

喜鹊

①知道并使用②知道但不使用③不知道

猫头鹰

①知道并使用②知道但不使用③不知道

麻雀

①知道并使用②知道但不使用③不知道

鹅

①知道并使用②知道但不使用③不知道

兔子

①知道并使用②知道但不使用③不知道

蚂蚁

①知道并使用②知道但不使用③不知道

狐狸

①知道并使用②知道但不使用③不知道

母牛

①知道并使用②知道但不使用③不知道

蛇

①知道并使用②知道但不使用③不知道

蚊子

①知道并使用②知道但不使用③不知道

鸡

①知道并使用②知道但不使用③不知道

老鼠

①知道并使用②知道但不使用③不知道

蜜蜂

①知道并使用②知道但不使用③不知道

狗

①知道并使用②知道但不使用③不知道

猪

①知道并使用②知道但不使用③不知道

老虎

①知道并使用②知道但不使用③不知道

乌龟

①知道并使用②知道但不使用③不知道

Образец анкеты для проведения направленного и цепочечного ассоциативных экспериментов

Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного исследования в области ассоциативной лакунарности. Напишите сверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы отметьте внизу анкеты дату и время заполнения. В анкете перечислено 20 названий животных (зоонимов).

После каждого зоонима запишите 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 следует заполнить в течение десяти минут:

волк: _____

панда: _____

дракон: _____

сорока: _____

сова: _____

воробей: _____

гусь: _____

заяц: _____

муравей: _____

лиса: _____

корова: _____

змея: _____

комар: _____

курица: _____

мышь: _____

пчела: _____

собака: _____

свинья: _____

тигр: _____

черепаха: _____

调查表

你们所参加的是心理语言学调查实验，不带有任何检查你们知识和能力的目的，调查结果是为了在联想缺词方面研究所应用。请在调查表的上方写上你的年龄，性别，学校，系，年级，专业，日期，在调查表的下方写上时间。在调查表上有 20 个词语，在看完每个词后写出第一在你头脑出现的三个词，最好是连个形容词，此调查表需要在 10 分钟之内完成。

狼: _____

熊猫: _____

龙: _____

喜鹊: _____

猫头鹰: _____

麻雀: _____

鹅: _____

兔子: _____

蚂蚁: _____

狐狸: _____

母牛: _____

蛇: _____

蚊子: _____

鸡: _____

老鼠: _____

蜜蜂: _____

狗: _____

猪: _____

老虎: _____

乌龟: _____

Результаты направленного и цепочечного ассоциативных экспериментов

Реакция на слово **волк** 狼

Русские респонденты: истощённый (168), работающий(156), голодный (141), серый (67), злой (62), охота (43), оскал (38), лес (38), стая (24), вожак (23), работа (19), зубы (13), хищник (13), зубастый (12), страшный (12), Чечня (11), злобный (10), опасный (10), клыки (10), колыбельная (9), луна (6), одиночка (6), агрессия (5), быстрота (4).

Китайские респонденты:凶狠的 (274) , 狡猾的 (137) , 欺骗的 (98) , 可怕 (77) , 团结 (73) , 知恩图报 (51) , 图腾 (47) , 群居 (30) , 灰色 (28) , 速度快 (23) , 羊 (16) , 危险的 (16) , 鸡 (9) , 外婆 (8) , 狗 (5) 灰太狼 (3) , 红太狼 (2) , 喜洋洋 (2) , 小孩儿 (1)

Русский перевод:злой (274), хитрый(137), обманщик(98), страшный(77), дружный(73), бессовестный(51), тотем(47), стая(30), серый(28), быстрый(23), козёл(16), опасный(16), курица(9), бабушка(8), собака (5) Хуйтэлан (3), Хонтэлан(2), Сиянян(2), ребёнок(1).

Реакция на слово **панда** 熊猫

Русские респонденты:добрая (176), неуклюжая (170), милая (132), доброта (88), красивая (64), медведь (47), редкий (33), бамбук (29), лень (29), Китай (24), енот (20), пятна (18), пушистая (15), игрушка (13), белый и чёрный (13), спокойствие (12), сон (7), большой (4), засоня (3), чихает (2), чёрные глаза (1).

Китайские респонденты:珍贵的(243) , 国宝(194) , 黑白的(87) , 竹子 (75)无价的(61) , 稀有国宝(43) , 可爱(34) , 吃竹子(31) , 四川(25) , 憨厚温顺

(23), 慢动作(23), 胖胖的 (17) , 猫 (11) , 中国 (11) , 功夫熊猫(9) , 熊 (9) , 团团圆圆 (3) , 照片 (1)

Русский перевод: драгоценная(243), сокровище(194), чёрно-белая(87), бамбук (75), бесценный(61), редкость(43), симпатичная(34), любит кушать бамбук(31), Сычжуань (25), спокойная (23), медлительная (23), толстая(17), кошка(11), Китай (11), «Гунфу панда» (9), медведь(9), Туантуан Юаньюань(3), фотография(1).

Реакция на слово дракон 龙

Русские респонденты:сильный (224), жестокий (177), разрушитель (96), зло (80), опасность (72), сказочный (51), огонь (33), крылья (33), летает (31), сила (22), власть(14), император (14), стойкость (11), страх (7), красный (5), большой (5), могущество (5), балет (4), золото (4), лидерство (4), Китай (3), чешуя (2), быстрый (2), длинный (1).

Китайские респонденты:有权利的 (195) , 善良的 (177) , 飞腾 (139) , 象征中国 (82) , 龙的传人 (57) , 神圣 (42) , 古老 (37) , 吉祥 (31) , 有利的 (27) , 高贵 (21) , 黑色 (17) , 威猛 (14) , 会飞的 (12) , 图腾 (12) , 龙王 (7) , 珠 (6) , 海 (6) , 游泳 (4) , 长 (3) , 龙年 (3) , 白色 (2) , 皇上 (2) , 长城 (2) , 爪子 (1) , 马 (1)

Русский перевод:имеющий власть (195), добрый(177), летучий(139), признак Китая (82), наследник дракона (57), святой (42), старый (37), счастливый(31),благоприятный(27),высокопоставленный (21) , чёрный (17), мощный(14), умеет летать (12), тотем (12), Царь-дракон (7), жемчуг(6), море(6), плавать(4), длинный(3), год Дракона (3), белый(2), император (2), Великая китайская стена(2), лапа(1), конь(1).

Реакция на слово **сорока** 喜鹊

Русские респонденты:болтуня (249), бело-чёрная (198), любит всё яркое (83) вор (51), воровка (37), белобока (32), сказки (28), сплетни (25), блестящие вещи (23), воровство (22), чёрный (19), птица (19), каркает (15), мишень (11), синяя (10), белая (10), маленькая (9), стрекошет (8), прыгает (7), опасность (7), кража (6), длинный хвост (5), каша (5), детский стих (4), быстрый (4), серая (3), шустрая (3), воздух (3), хитрая (2), вести (2).

Китайские респонденты:报喜 (262) , 幸福 (134) , 好的 (74) , 吉祥 (60) , 美丽 (57) , 爱情 (52) , 鹊桥 (47) , 树(35) , 可爱的 (31) , 森林 (24) , 乌鸦 (23) , 优雅的 (19) , 白色 (17) , 鸟 (17) , 小的 (13) , 声音悦耳 (9) , 结婚 (6) , 好心情 (6) , 纯洁 (5) , 吵闹 (5) , 鸽子 (2) , 节日 (1) , 童话 (1) 。

Русский перевод: приносящая радость (262), счастье (134), хорошая (74), благоприятная (60), красивая (57), любовь (52), мост-сорока (47), дерево (35), симпатичная (31), лес (24), ворон (23), изящная (19), белая (17), птица (17), маленькая (13), приятное пение (9), свадьба (6), хорошее настроение (6), чистая (5), шумная (5), голубь (2), праздник (1), сказка (1).

Реакция на слово **сова** 猫头鹰

Русские респонденты:мудрая (мудрость) (184), умная (181) , трудолюбивая (169), ест мышей (69), летает ночью (58), в лесу (50), сон (35), ночь (35), охота (24), человек, поздно просыпающийся (19), птица (19) , ночью никогда не спит (11), охотник (11), большеглазая (8), глаза (8), зоопарк (5), большая голова (3), дурно (3), хищник (2), смотреть (1), страх (1), перья (1), ловкая (1), воздух (1), спит (1).

Китайские респонденты:不幸 (183) , 凶狠的 (172) , 可怕的 (163) , 夜里生活的 (61) , 恐怖 (48) , 黑色的 (42) , 讨厌的 (41) , 大眼睛的 (27) , 丑的 (26) , 不舒服的 (20) , 神秘的 (19) , 懒惰的 (19) , 捉鼠吃的 (17) , 长得像猫的 (13) , 睿智 (12) , 脏的 (12) , 可爱 (9) , 猎人 (5) , 倒挂的 (4) , 小鸡 (4) , 黑暗 (1) , 灾难 (1) 游戏 (1) 。

Русский перевод: несчастливая (183), злая(172), страшная (163), работающая ночью (61), чёрная(42), надоедливая(41),большеглазая(27),отвратительная(26), неприятная(20), загадочная(19), ленивая (19), ест мышей (17), похожая на кошку(13), мудрая(12),грязная(12), симпатичная (9), охотник (5), перевёртывать с ног на голову (4), курица(4), темнота(1), беда(1), игра(1).

Реакция на слово **воробей** 麻雀

Русские респонденты:маленький (322), озябший (134), симпатичный (93), птица (65), летает (54), стая (41), драка (40), голод (30), легкость (26), шустрый (19), кормушка (13), беззащитный (11), хочетесь (8), крылья (7), куст (6), пшено (6), зима (5), кормить (5), много (4), резвый (3), стайка (3), шустрый (2), быстрый (2), юркий (1).

Китайские респонденты:小的 (228) , 脏的 (177) , 吃粮食 (172) , 蹦蹦跳跳 (67) , 贼 (67) , 灵活 (53) , 可爱的 (31) , 一群 (24) , 飞 (21) , 粮食 (21) , 鸟 (17) , 棕色的 (16) , 童年 (2) , 秋天 (2) , 雪 (2) 。

Русский перевод: маленький (228), грязный (177), ест зерно(172), прыгающий(67), вор(67), юркий(53), симпатичная(31), стая(24), летает(21), зерно(21), птица(17), коричневый(16), детство(2), осень(2) снег(2).

Реакция на слово гусь 鹅

Русские респонденты: степенный (211), лицемерный (182), нахальный (125), длинная шея (76), деревня (53), белый (33), важность (32), горделивость (27), неторопливость (22), добыча (20), охота (16), еда (16), вода (16), птица (13), клюв (10), кусается (8), бегают (8), надоедает (5), шипит (5), плавают (3), домашняя птица (3), стая (3), серый и белый (3), бабушка (2), шум (2), пруд (2), гордый (2), большой (1), громкий (1).

Китайские респонденты:骄傲 (218) , 稳重的 (163) , 白的 (162) , 可爱(81),漂亮的 (42) , 好吃的 (37) , 脖子长 (30) , 笨笨的 (25) , 优雅的 (25) , 慢悠悠的 (21) , 水 (21) , 池塘 (14) 嘎嘎叫 (12) , 护家忠诚 (12) , 家畜 (8) , 雪 (8) , 天鹅 (7) , 鹅毛 (6) , 鸭子 (5) , 水库 (2) , 鸡 (1) 。

Русский перевод: горделивый (218), степенный (163), белый (162), симпатичный (81), красивый (42), вкусный (37), длинная шея (30), неловкий (25), изящный (25), медленный (21), вода (21), пруд (14), крик (12), верный защитник дома (12), домашняя птица (8), снег (8), лебедь (7), пух (6) утка (5), водохранилище (2), курица (1).

Реакция на слово заяц 兔

Русские респонденты: трусливый (197), чуткий (143), короткий (112), в лесу (61), трусость (53), меняет окрас (39), белый (38), настороженность (29), муравейник (23), добрый (23), охота (22), еда (17), лиса (16), размножение

(13), трус (12), уши (12), быстрый (12), бегают (12), маленький (11), беззащитный (11), серый (8), не волк (8), суп (6), зима (5), пушок (5), пушистый (4), робкий (3), топчет (3), осторожный (2).

Китайские респонденты:胆小的 (263) , 灵活的 (167) , 可爱的 (140) , 白色 (86) , 纯洁的 (41) , 机灵 (35) , 灵敏 (28) , 白菜 (25) , 萝卜 (23) , 胡萝卜 (17) , 蹦跳 (17) , 温顺 (14) , 耳朵长 (9) , 草地 (6) , 毛茸茸的 (6) , 善良的 (6) , 打猎 (5) , 玩具 (5) , 鹿 (2) , 乌龟 (2) , 菜园 (2) , 牙 (1) 。

Русский перевод:трусливый (263), резвый (167), симпатичный (140), белый (86), чистый (41), чуткий (35), умный (28), капуста (25), редиска (23), морковка (17), прыгает (17), послушный (14), длинные уши (9), луг (6), пушистый (6), добрый (6), охота (5), игрушка (5), олень (2), черепаха (2), огород (2), зубы (1).

Реакция на слово **муравей** 蚂蚁

Русские респонденты:трудолюбивый (308), маленький (119), чёрный (114), рабочий (83), трудяга (41), труд (36), муравейник (27), насекомое (19), сотрудничество (19), стрекоза (17), красный (16), сильный (16), много (16), строитель (15), земля (15), норка (13), лето (8), рыжий (7), дом (4), листья (4), жир (2), май (1).

Китайские респонденты:勤劳的 (268) , 小的 (203) , 黑的 (179) , 团结的 (68) , 有力量的 (65) , 坚强的 (52) , 很多 (34) , 下雨 (17) , 树 (8) , 夏天 (4) , 咬人 (1) , 吓人的 (1) 。

Русский перевод:трудолюбивый (268), маленький(203), чёрный(179), дружный (68), сильный (65), выносливый (52), много (34), дождь (17), дерево (8), лето (4), кусает человека (1), страшный (1).

Реакция на слово **лиса** 狐狸

Русские респонденты: хитрая (хитрость) (215), лицемерная (168), обманщица (121), ворона (62), грязная (53), быстрая (40), опасность (32), хищник (29), в лесу (27), коварство (26), пушистый (26), хвост (21), оранжевая (19), рыжая (16), рыжая морда (11), рыжий хвост (9), лисичка-сестричка (8), ум (8), мех (5), самодовольная (1), сметана (1), рыжая (1), кособокий (1).

Китайские респонденты: 狡猾的(312), 虚伪的(175), 有特异功能的(172), 美丽的(83), 可爱的(67), 乌鸦(59), 白色的(24), 尖嘴巴(3), 狗(3), 火(1), 尾巴(1)。

Русский перевод: хитрая (312), лицемерная (175), обладает интуицией (172), красивая (83), симпатичная (67), ворона (59), белая (24), острая мордочка (3), собака (3), огонь (1), хвост (1).

Реакция на слово **корова** 奶牛

Русские респонденты: неуклюжая (171), толстая (165), скандальная (93), молоко (75), мясо (49), деревня (42), материнство (39), нежность (38), бело-чёрный (36), ферма (30), большая (30), белая (24), с рогами (24), луг (17), говядина (16), масло (9), трава (8), телёнок (8), шум (7), муууууу... (7), жизнь (5), с пятнами (5), живая бочка (1), сенокос (1).

Китайские респонденты: 不灵活的 (169) , 胖得 (143) , 无私的 (142) , 奉献 (137) , 能产奶的 (87) , 任劳任怨 (72) , 勤劳 (55) , 高大的 (37) , 强壮的 (21) , 黑白的 (13) , 憨厚的 (8) , 笨的 (7) , 母爱 (2) , 花的 (2) , 可爱 (2) , 酸奶 (1) , 牛肉 (1) , 牛角 (1) 。

Русский перевод: неуклюжая (169), толстая (143), бескорыстная (142), только даёт (137), молоко (87), усердная (72), трудолюбивая (55), высокая (37), сильная (21), чёрно-белая (13), простодушная (8), глупая (7), материнство (2), с пятнами (2), симпатичная (2), кефир (1), говядина (1), с рогами (1).

Реакция на слово змея 蛇

Русские респонденты: неприятная (159), мудрая (122), с плохим характером (117), ядовитая(яд) (63), холодная (61), скользкая (54), мудрость (51), смерть (42), длинная (37), чешуя (31), опасная (23), злая (21), ползает (16), кусается (15), шкура (15), агрессия (14), быстрая (14), осторожный (11), ремень (11), ползти (7), я (мой год рождения) (4), шипит (2), человек (2), медицина (2), плохая добыча (1), грудь (1), тропики (1), клыки (1), укус (1), душит (1).

Китайские респонденты:令人厌恶的 (271) , 凶狠的 (229) , 难看的 (128) , 狠毒的 (76) , 危险的 (43) , 有毒的 (32) , 恶心的 (21) , 讨厌的 (20) , 长的 (13) , 咬人 (13) , 冷血的 (9) , 速度快的 (9) , 软软的 (8) , 光滑的 (8) , 灵巧的 (6) , 可爱的 (2) , 蛇皮 (2) , 猫 (2) , 冷的 (2) , 爬 (2) , 农夫 (1) , 青蛙 (1) , 绳子 (1) , 鼠 (1) 。

Русский перевод: неприятная (271), злая (229), некрасивая (128), жестокая (76), опасная (43), ядовитая (32), тошнота (21), надоедливая (20), длинная (13), кусается (13), холодная кровь (9), быстрая (9), мягкая (8), скользкая (8), ловкая (6), симпатичная (2), шкура (2), кошка (2), холодная (2), ползает (2), крестьянин (1), лягушка (1), верёвка (1), мышь (1).

Реакция на слово **комар** 蚊子

Русские респонденты: маленький (237), слабый (142), плодовитый (106), кусает (79), зуд (74), чесаться (68), насекомое (62), пьёт кровь (39), писклявая (33), писк (10), рыбалка (7), противный (7), мошка (5), летает (5), лето (5), тихий (4), жужжание (4), лес (4), деревня (3), пятно на стене (2), жало (1), рецедив (1), пищит (1), самки (1).

Китайские респонденты: 小的(199), 繁殖力强的(186), 弱的(167), 恶心(67), 令人讨厌的(59), 吸血(54), 嗡嗡叫(35), 逍遥自在(35), 生存力强(29), 机灵的(17), 脏的(17), 夏天(9), 脏水(9), 飞(7), 痒(6), 郊区(2), 农村(2)。

Русский перевод: маленький (199), плодовитый (186), слабый (167), тошнота (67), неприятный (59), пьёт кровь (54), жужжание (35), свободный (35), сильный (29), ловкий (17), грязный (17), лето (9), грязная вода (9), летит (7), зуд (6), за городом (2), деревня (2).

Реакция на слово **курица** 母鸡

Русские респонденты: глупая (149), беспамятливая (142), спокойная (127), яйцо (76), мясо (70), петух (61), курятник (55), деревня (52), цыплята (34), белая (31), бегают (27), перья (18), шум (16), еда (9), суп (9), домашняя (7), кудахчет (6), забота (3), наседка (3), ест камешки (3) не птица (1), шашлыки (1).

Китайские респонденты: 记忆力差的(167), 笨拙的(154), 安静的(148), 鸡蛋(127), 母爱(75), 勤劳的(67), 鸡(56), 善良(39), 大的(23), 农村(21), 公鸡(16), 虫子(7)。

Русский перевод:беспамятливая (167), глупая (154), спокойная (148), яйцо (127), материнство (75), трудолюбивая (67), курятина (56), добрая (39), большая (23), деревня (21), петух (16), насекомое (7).

Реакция на слово **мышь** 老鼠

Русские респонденты:грязная (170), жадная (147), назойливая (126), кот (63), серый (51), маленькая (46), вредитель (37), ловкая (35), быстрая (30), прячется (29), сыр (27),грызун (27), мышеловка (18), нора (18), хвост (14),писклявая (12), боится (10), зерно (10), писк (7), ночь (7), хлеб (6), квартира (3), питание (3), уши (1), противная (1), ругательство (1), милая (1).

Китайские респонденты:胆小的 (277) , 贪婪的 (165) , 脏的 (158) , 恶心 (61) , 灵活 (60) , 偷窃 (59) , 有害的 (43) , 小的 (24) , 鼠洞 (21) , 跑得快 (17) , 黑夜 (4) , 灰色的 (4) , 猫 (3) , 吱吱叫 (1) , 可爱的(1) , 香油(1) , 粮食(1)。

Русский перевод:назойливая (277), жадная (165), грязная (158), тошнота (61), ловкая (60), вор (59), вредная (43), маленькая (24), нора (21), быстро бегают (17), ночь (4), серая (4), кот (3), писк (1), симпатичная (1), масло (1), зерно (1).

Реакция на слово **пчела** 蜜蜂

Русские респонденты:трудолюбивая (216), работающая (165), скупая (126),мёд (83), насекомое (61), цветы (46), сладость (38),маленькая (36), милая (32), безопасная (24),полезно (19), жало (11), улей (7), деревня (7),матка (6), укус (5), опасность (4), соты (4), полосатая (4),полоска (3), полосатая муха (1),организованная (1), Билайн (1).

Китайские респонденты:勤劳的 (207) , 热爱工作的 (195) , 小气的 (113) , 蜂蜜 (85) , 花朵 (65) , 夏天 (43) , 小的 (38) , 可爱的 (38) , 大自然 (27) , 会飞(16) , 甜甜的(16) , 蜂窝(15) , 蜂王浆(15) , 翅膀(13) , 蜇人(7) , 童年(3) , 奶奶(2) , 蝴蝶(1) , 童话(1)。

Русский перевод:трудолюбивая (207), работающая (195), скупая (113) , мёд (85), цветы (65), лето (43), маленькая (39), милая (38), природа (27), летает (16), сладость (16), соты (15), Фэнванцзян (15), крылья (13), кусает (7), детство (3), бабушка (2), бабочка (1), детская сказка (1).

Реакция на слово **собака** 狗

Русские респонденты:верная (185), чуткая (166), друг людей (87), друг (61), лает (63), злая (55), сторожит (51), преданность (45), защита (42) , охранник (37), скорость (30), дом (19), улица (14),замок (12),добро (7),упряжка (5),уют (5), дружба (4),любовь (3), осторожно (3), будка (3), кость (2), обед (1).

Китайские респонденты:忠诚的(226) , 人类的朋友(189) , 敏感的(148),可爱(82) , 看家护院(51) , 家(40) , 咬人(40) , 骨头(21) , 听话的(17) , 小的(17) , 凶恶的(15) , 猫(13) , 打猎(13) , 农村(12) , 狗叫(11) , 屎(3) , 耗子(2)。

Русский перевод:верная (226), друг людей (189), чуткая (148), симпатичная (82), охранник (51), дом (40), кусается (40), кость (21), послушная (17), маленькая (17), злая (15), кот (13), охотник (13), деревня (12), лает (11), говно (3), мышь (2).

Реакция на слово **свинья** 猪

Русские респонденты:грязная (272), много пьющая (132), хам (94), мясо (74), деревня (67), поросята (60), хрюканье (37), помои (34), лужа (31),еда (22), сало (20), вкусное (20), сон (14), всё ест (9), смешная (5), обед (4), плохая добыча (1),пятак (1),розовый (1),хвост (1), «3 поросёнка» (1) .

Китайские респонденты:脏兮兮的(201) , 懒惰的(189) , 爱睡觉的(144) , 笨笨的(94) , 能吃(69) , 肥胖的(48) , 财富 (36) , 憨厚老实的(32) , 猪肉 (31) , 慢悠悠的(26) , 可爱(11) , 回族(7) , 清真(4) , 农村 (4) , 脏水(2) , 猪八戒(2)。

Русский перевод:грязная (201), ленивая (189), много спит (144), неуклюжая (94), много ест (69), толстая (48), богатство (36), спокойная (32), мясо (31), медленная (26), симпатичная (11), нация (7), мусульманский (4), деревня (4), грязная вода (2), Чжубазе (2).

Реакция на слово **тигр** 虎

Русские респонденты:раздражённый (163), разъярённый (152), злой (139), красивый (71), большой (54), страшный (44), ест мясо (43), сила (36), мужество (31), полосатый (25), полосы (18), оранжевый (18), скорость (14), ловкость (12), агрессия (12), хищник (12),тайга (9), царь (7), верховенство (5), пятнистый (5), зоопарк (4), кошка (4), кости (4), охота (4), опасность (3), рычание (3), чёрно-рыжий (3), вымирает (2), зубы (2), хищник (1).

Китайские респонденты:百兽之王(177) , 爱愤怒的(152) , 激怒的(130) , 威猛的(101) , 凶恶的(94) , 珍贵的(70) , 高大的(31) , 速度快的(29) , 残忍的(27) , 漂亮的(27),黄色的(17) , 猫(12) , 动物园(9) , 虎皮(7) , 虎骨(6) , 猴子 (2) , 狮子(2) , 原始森林(2) , 东北的(2) , 白色的(1) , 王(1) , 爪子(1)。

Русский перевод:царь зверей (177), раздражённый (152), разъярённый (130), мощный (101), злой (94), драгоценный (70), высокий (31), быстрый (29), жестокий (27), красивый (27), оранжевый (17), кот (12), зоопарк (9), шкура (7), кость (6), обезьяна (2), лев (2), тайга (2) северо-восточный (2), белый (1), иероглиф «Ван» (1), лапа (1).

Реакция на слово черепаха 乌龟

Русские респонденты:медлительная (213), ленивая (211), спокойная (145), медленная (57), плавает (54), прячет голову (46), мудрость (33), панцирь (33), долголетие (21), маленькая (17), крепкая (17), вода (15) , зелёная (11), старость (8), равнина (6), суп (6),суша (4), очки (1),мысль (1), защита (1).

Китайские респонденты:缓慢的(175) , 戴绿帽子的人(166) , 懒惰的(125) , 长寿的(93) , 吉祥的(75) , 胆小的(57) , 老实的(36) , 安静的(34) , 绿色的(31) , 坚硬壳(27) , 伸缩头(18) , 爬行(16) , 汤(15) , 海(12) , 水 (12) , 兔子(7) , 爷爷(1)。

Русский перевод:медлительная (175), роконосец (166), ленивая (125), долголетие (93), счастливая (75), трусливая (57), верная (36), спокойная (34), зелёная (31), твердый панцирь (27), свободная голова (18), ползает (16), суп (15), море (12), вода (12), заяц (7), дедушка (1).

Приложение 3

Образец анкеты для проведения метода СД

Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного исследования в области ассоциативной лакунарности. Напишите сверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы зафиксируйте внизу анкеты дату и время заполнения.

Вашему вниманию представлено 50 слов и отмечено несколько полярных критериев фактора «Оценка», по которым вы должны определить, насколько слово тяготеет к тому или иному критерию (например, насколько слово вызывает впечатление «хорошее» или «плохое»). Выбрать можно только один из вариантов, отметив соответствующую клетку заданной шкалы.

ВОЛК

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

лягушка

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

СВИНЬЯ

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

черепаха

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

дракон

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

петух

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

слон

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

сорока

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

олень

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

ворон

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

медведь

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

сова

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

лиса

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

ласточка

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

панда

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

собака

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

собака

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

голубь

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

кошка

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

феникс

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

берёза

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

ромашка

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

роза

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

груша

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

хризантема

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

персик

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

дуб

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

яблоко

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

рябина

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

лотос

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

красный

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

розовый

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

жёлтый

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

белый

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

зелёный

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

чёрный

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

синий

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

оранжевый

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

два

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

шестьдесят шесть

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

четыре

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

семьдесят три

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

пять

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

восемьдесят четыре

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

шесть

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

сто

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

восемь

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

двести пятьдесят

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

тридцать восемь

десять тысяч

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

Название факторов		3	2	1	0	-1	-2	-3	
Оценка	Хороший								Плохой

调查表

你们所参加的是心理语言学调查实验，不带有任何检查你们知识和能力的目的，调查结果是为了在联想缺词方面研究所应用。请在调查表的上方写上你的年龄，性别，学校，系，年级，专业，日期，在调查表的下方写上时间。

下面有 50 个词，请选出您对这个词的评价，在相应的数字下面做上标记，(比如好坏程度)。

狼

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

猪

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

龙

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

大象

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

鹿

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

青蛙

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

乌龟

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

公鸡

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

喜鹊

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

乌鸦

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

熊

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

狐狸

猫头鹰

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

燕子

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

熊猫

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

蝴蝶

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

狗

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

鸽子

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

猫

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

凤凰

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

白桦树

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

洋甘菊

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

玫瑰

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

梨

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

菊花

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

桃子

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

橡树

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

苹果

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

花秋果

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

荷花

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

红色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

粉色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

黄色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

白色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

绿色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

蓝色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

黑色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

橘黄色

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

二

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

四

六十六

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

七十三

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

五

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

八十四

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

六

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

一百

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

八

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

三十八

二百五

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

一万

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

要素名称		3	2	1	0	-1	-2	-3	
评价	好								坏

Образец анкеты для проведения свободного ассоциативного эксперимента

Вы принимаете участие в психолингвистическом эксперименте. Он не ставит задачу проверить ваши знания и способности. Материалы анкеты нужны для проведения научного исследования в области ассоциативной лакунарности. Напишите сверху анкеты возраст, пол, учебное заведение, факультет, курс и специальность. После окончания работы отметьте внизу анкеты дату и время её заполнения.

После каждого из 17 предложенных в анкете слов запишите первое пришедшее в голову слово любой части речи как вашу реакцию (ответ) на слово-стимул:

ворон: _____

сорока: _____

ласточка: _____

дракон: _____

олень: _____

лотос: _____

персик: _____

берёза: _____

рябина: _____

чёрный: _____

белый: _____

красный: _____

жёлтый: _____

два: _____

пять: _____

шесть: _____

восемь: _____

调查表

你们所参加的是心理语言学调查实验，不带有检查你们知识和能力的目的，调查结果是为了在联想缺词方面研究所应用。请在调查表的上方写上你的年龄，性别，学校，系，年级，专业，日期，在调查表的下方写上时间。在调查表上有 17 个词语，在看完每个词后写出第一在你头脑出现的词。

乌鸦: _____

喜鹊: _____

燕子: _____

龙: _____

鹿: _____

荷花: _____

桃: _____

白桦树: _____

花秋果: _____

黑色: _____

白色: _____

红色: _____

黄色: _____

二: _____

五: _____

六: _____

八: _____

ФОНОСЕМАНТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СЛОВА

Язык : Русский
 Слово : Хуафу
 Алгоритм А.П.Журавлева



Слово ХУАФУ производит впечатление чего-то ПЛОХОГО, ОТТАЛКИВАЮЩЕГО, СТРАШНОГО, ШЕРОХОВАТОГО, УГЛОВАТОГО, ЗЛОГО, ТЕМНОГО, НИЗМЕННОГО, ТИХОГО, ГРУСТНОГО, МЕДЛИТЕЛЬНОГО, МЕДЛЕННОГО, ПАССИВНОГО, ТУСКЛОГО, ПЕЧАЛЬНОГО

ФОНОСЕМАНТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СЛОВА

Язык : Русский
 Слово : Россия
 Алгоритм А.П.Журавлева

Хороший	13			Плохой
красивый	11			отталкивающий
Безопасный	-22			Страшный
простой	11			сложный
гладкий	-14			шероховатый
округлый	-7			угловатый
добрый	-18			злой
светлый	5			темный
величественный	29			низменный
тяжелый	1			легкий
Грубый	22			Нежный
мужественный	35			женственный
Сильный	43			Слабый
холодный	26			горячий
громкий	24			тихий
храбрый	37			трусливый
могучий	31			хилый
Большой	20			Маленький
веселый	16			грустный
Подвижный	20			Медлительный
быстрый	1			медленный
активный	24			пассивный
Яркий	29			Тусклый
радостный	15			печальный

Слово РОССИЯ производит впечатление чего-то ВЕЛИЧЕСТВЕННОГО, МУЖЕСТВЕННОГО, СИЛЬНОГО, ХОЛОДНОГО, ХРАБРОГО, МОГУЧЕГО, ЯРКОГО