

Ли Сяюй, студент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: lisiyu_1992@126.com

Фрик Т. Б., канд. филол. наук, доцент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: tfrik@tpu.ru

Li Siyu, Frik T. B.

LEXICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT THE NATURE IN REVIEWS OF THE RUSSIAN AND CHINESE TOURISTS OF CHINA

Results of the analysis of means of lexical representation of a concept "nature" in reviews of the Russian and Chinese tourists of China placed on the Internet sites are presented in article. Work is performed within the actual direction of linguistic researches of natural concepts, Internet communication and a tourist discourse. In work lexical units with semantics "nature" are systematized, conceptual ideas of the Russian and Chinese tourists of the nature of China are compared, conclusions are drawn on their specifics.

Keywords: *tourist discourse, tourist's Internet response, concept «nature».*

Li Siyu, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: lisiyu_1992@126.com

Frik T. B., PhD in Philology, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: tfrik@tpu.ru

Дун Чжэньвэй, Ли Сяян, Чжан Синьянь, Фрик Т. Б., Чжан Юнчан

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ВОДИТЕЛЬ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (ПО ДАННЫМ АНКЕТИРОВАНИЯ)

Исследование лингвокультурных типажей как фрагмента национальной картины мира является одним из актуальных направлений современной лингвистики. В статье представлены результаты сопоставительного изучения лингвокультурного типажа «водитель» в русской и китайской языковой картине мира. Материалом исследования послужили данные анкетирования, участниками которого стали российские и китайские респонденты. В работе систематизированы и описаны образные и оценочные характеристики рассматриваемого типажа, определены его специфические черты для русской и китайской лингвокультуры.

Ключевые слова: *картина мира, лингвокультурный типаж, водитель, межкультурная коммуникация.*

В настоящее время в лингвистике достаточно активно изучаются лингвокультурные типажы ([1–3] и др.). С точки зрения ученых, лингвокультурный типаж – это узнаваемый образ представителя определенной культуры, он «представляет собой определенную модельную личность с набором уникальных характеристик, свойственных данной культуре, т. е. это символ культуры внутри культуры <...> для представителей других национально-культурных сообществ» [4, с. 82]. Изучение лингвокультурных типажей очень актуально, т. к. помогает объяснить культурно-значимые смыслы, которые являются частью национально-культурного мировидения, а также помогают лучше узнать особенности чужого этноса.

С точки зрения ученых, лингвокультурный типаж одновременно является концептом и языковой личностью. Материалом для моделирования типажа могут стать публицистические и художественные тексты, пословицы, поговорки, анекдоты, материалы анкетирования и опросов, а также тексты, авторами которых являются сами лингвокультурные типажы. О. А. Дмитриевой была разработана методика моделирования лингвокультурного типажа, которая включает в себя составление паспорта типажа, описание понятийного содержания концепта, ценностную характеристику лингвокультурного типажа [4].

Объектом анализа в данном исследовании стал лингвокультурный типаж «водитель», который пока комплексно не исследован. Актуальность изучения данного типажа связана с тем, что в настоящее время водитель – значимая фигура в жизни общества, он обладает особыми поведенческими, речевыми характеристиками, с ним связаны различные стереотипы восприятия. Данный типаж широко представлен в текстах: в анекдотах, в публицистике. В социальных сетях существуют группы «типичный водитель», открыто большое количество форумов автомобилистов.

Новизна и актуальность данной работы связана еще и с тем, что лингвокультурный типаж «водитель» рассматривается в сопоставительном аспекте, с точки зрения проблем межкультурной коммуникации. Целью

исследования является определение различий представлений о водителе в русской и китайской лингвокультурах, а также выявление специфики восприятия типажа «русский водитель» с позиции представителей другой культуры.

Исследование проводилось на материале анкетирования китайских и российских респондентов. В анкету вошли следующие вопросы: 1. Типичный российский (китайский) водитель *какой*? 2. Российский (китайский) водитель внешне *какой*? 3. Российский (китайский) водитель по характеру *какой*? 4. Российскому (китайскому) водителю нравится *что*? 5. Российский (китайский) водитель любит *что*? 6. Российскому (китайскому) водителю не нравится *что*? 7. Идеальный российский (китайский) водитель *какой*? *что делает*? 8. Речь российского (китайского) водителя *какая*? Анкетирование проводилось по принципу направленного ассоциативного эксперимента. Данный материал был выбран потому, что он позволяет выявить особенности осмысления рассматриваемого типажа современными людьми.

Так как лингвокультурный типаж является разновидностью концепта, он имеет понятийную, образную и ценностную составляющие. Для выявления образных и ценностных характеристик лингвокультурного типажа «водитель» была разработана анкета и проведен эксперимент, в котором приняли участие 30 китайских и 30 российских респондентов в возрасте от 18 лет до 41 года, обоего пола, примерно половина респондентов водят автомобиль.

По данным русского ассоциативного словаря, из 102 реакций на стимул «водитель» 13 реакций – это слово «автобуса»; 12 – «шофер»; 10 – «машины»; 9 – «такси»; 8 – «машина». С точки зрения отвечающих, водитель – это профессия, в то же время они так называют человека, который умеет управлять автомобилем (таксистом в России, например, может быть и непрофессиональный водитель). В исследовании не было целью разграничивать представления о водителе-профессионале и обычном автомобилисте, поскольку было важно определить базовые характеристики водителя – человека, управляющего транспортным средством, с точки зрения носителей рассматриваемых лингвокультур. В результате анкетирования были получены ответы российских участников опроса о российском водителе и китайских участников о российском и китайском водителе. Ответы были классифицированы по следующим основаниям: внешность, типичное поведение, речевые особенности водителя, оценочные характеристики, представления об идеальном водителе.

С точки зрения российских участников опроса, внешне типичный российский водитель – это мужчина, как молодой, так и пожилой, коротко стриженный, небрежно одетый, в верхней одежде, в кепке, выглядит уставшим. В целом мало по внешним признакам отличающийся от пешехода; отличие, например, в том, что он легче одет.

Китайские респонденты выделили следующие типичные черты внешности российского водителя: худой, бородатый, пожилой, носит кожаную куртку. Если сравнить эти представления с представлениями участников эксперимента о внешности китайского водителя, то видно, что по некоторым признакам они отличаются: типичный китайский водитель полный, чистоплотный, молодой, имеет собственную униформу, носит солнцезащитные очки, иногда шлепанцы, у него болит спина.

Наиболее яркой особенностью поведения российского водителя является любовь к быстрой езде (80 % ответов в анкетах как российских, так и китайских респондентов), также типичной чертой поведения российского водителя является частое несоблюдение правил дорожного движения, нелюбовь к дорожной полиции. Кроме того, российский водитель курит и слушает музыку в машине (часто шансон), не очень любит пешеходов, не пропускает их на дороге, ругается во время езды, щелкает семечки, много разговаривает. Больше половины китайских участников опроса отметили, что российский водитель любит выпить. Интересно, что в анкетах россиян такой ответ не встретился ни разу, наоборот, в ответах на вопрос о типичном российском водителе часто встречается вариант «трезвый».

Характеристики поведения китайского водителя близки к характеристикам российского водителя: он любит обгонять во время езды, слушает музыку, курит, не пропускает пешеходов, ругается во время езды, также любит поговорить. Кроме того, китайский водитель мало отдыхает и постоянно общается в чатах.

Анализ ответов также позволяет говорить о приписываемой водителю определенной системе ценностей: так, с точки зрения россиян, самое главное для российского водителя – это хорошая, часто дорогая машина, отличные дороги, сам процесс езды, российский водитель не любит пешеходов, неопытных водителей, когда его обгоняют, когда хлопают дверью автомобиля. В ответах китайских участников опроса отмечается также нелюбовь российского водителя к пробкам; есть единичные ответы о нелюбви к иностранцам, которые, скорее всего, основаны на личном опыте. Основной ценностью китайского водителя, судя по ответам, являются деньги. Китайский водитель очень не любит, когда его обгоняют, при этом любит обгонять сам.

В представлении о типичном водителе у россиян входит образ его особого речевого поведения, главными характеристиками речи водителя, с точки зрения россиян, являются употребление нецензурной лексики, образность и простота.

Китайские респонденты прежде всего выделяют паравербальные характеристики речи как российского, так и китайского водителя, с их точки зрения, они говорят громко и быстро, кроме того, российский водитель может разговаривать на различные темы, а китайский – шутить.

В массовом коммуникативном сознании типаж может иметь как положительную, так и отрицательную оценку. В анализируемых ответах респондентов также отразилась противоречивая оценка

лингвокультурного типажа «водитель». Часто положительная или отрицательная оценка связана с тем, является сам отвечающий водителем или нет. Среди положительных характеристик российского водителя, выделенных российскими участниками опроса, можно отметить следующие: лихой, уверенный, помогает другим. Нейтральные характеристики: разный, как все, бесстрастный. Отрицательных характеристик больше: нервный, наглый, несдержанный, агрессивный, дикий, грубый, взрывной, вспыльчивый.

В восприятии китайцев образ российского водителя более положительный: частотный ответ – вежливый, дружелюбный, кроме того, даются такие характеристики, как счастливый, радостный, щедрый, терпеливый, спокойный, сконцентрированный. Одновременно с этим встречаются такие оценки, как дикий, равнодушный, упрямый.

Среди положительных характеристик китайского водителя отмечены такие, как вежливость, доброжелательность, серьезность, властность, в то же время он нетерпеливый, жесткий.

Как в русской, так и в китайской культуре сформировано представление об идеальном водителе. Очевидно, что образ идеального водителя для россиян противоположен типичному, они хотели бы видеть водителя другим. Основными его характеристиками являются соблюдение правил дорожного движения, аккуратная езда и такое качество, как молчаливость.

Китайские респонденты хотели бы, чтобы российский водитель стал похожим на китайского, был более внимательным и дружелюбным и терпеливым, умел говорить по-китайски. В водителе китайцы больше всего ценят вежливость, спокойную езду, соблюдение правил дорожного движения, терпеливость и способность мало говорить.

Таким образом, анализ результатов анкетирования позволяет выделить и сопоставить особенности поведения, характерные черты лингвокультурного типажа «водитель», сложившиеся в русской и китайской лингвокультуре. Ученые рассматривают лингвокультурный типаж как символ культуры, изучение которого помогает раскрыть культурно значимые смыслы.

Результаты данного исследования могут применяться в практике преподавания русского языка как иностранного, в курсах по межкультурной коммуникации. Перспективами данного исследования является моделирование данного типажа на материале анекдотов, публицистики, художественной литературы.

Список использованных источников

1. Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи: Сб. науч. тр. / Под ред. В. И. Карасика. – Волгоград: Парадигма, 2005. – 310 с.
2. Базикова А. А., Ворошилова М. Б. Лингвокультурный типаж блондинки: ассоциативные признаки // Лингвокультурология. – 2012. – № 6. – С. 19–23.
3. Касюк Н. С. Паспорт лингвокультурного типажа «учитель» (на материале анекдотов) // IV чтения, посвященные 70-летию со дня рождения профессора В. А. Карпова, Минск, 19–20 марта 2010 г.: сб. науч. ст.: в 2 ч. – Ч. 2. – Минск: РИВШ, 2010. – С. 103–107.
4. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX в.: монография. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2007. – 307 с.

Дун Чжэньвэй, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: 877215382@qq.com

Ли Сыян, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: 185764952@qq.com

Чжан Синьянь, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: 576894523@qq.com

Фрик Т. Б., к.филол.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

E-mail: tfrik@tpu.ru

Чжан Юнчан, студент

National Research Tomsk Polytechnic University

E-mail: zhang0618yong@yandex.ru

Dong Zhenwei, Liu Siyang, Zhang Xinyan, Frik T. B., Zhang Yongchang

LINGUOCULTURAL TYPE «ВОДИТЕЛЬ» («VODITEL») IN THE RUSSIAN AND CHINESE LINGUISTIC WORLD-IMAGES (ACCORDING TO THE QUESTIONNAIRE DATA)

The analysis of linguocultural types as a fragment of the linguistic world-image is one of the most relevant lines of research in modern linguistics. The results of comparative studying of a linguocultural type «водитель» («voditel») in the Russian and Chinese linguistic world-images are represented in the article. The data for study are the results of questionnaire data of the Russian and Chinese respondents. The paper systematizes and describes figurative and axiological characteristics of the examined type, determines specific particularities for the Russian and Chinese linguistic world-images for the Russian and English cultures.

Keywords: *world picture, linguocultural type, driver, cross-cultural communication.*

Dong Zhenwei, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 877215382@qq.com

Liu Siyang, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 185764952@qq.com

Zhang Xinyan, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 576894523@qq.com

Frik T. B. PhD in Philology, Associate Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: tfrik@tpu.ru

Zhang Yongchang, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: zhang0618yong@yandex.ru

Здоровец А. И.

ВОСПРИЯТИЕ ПОЛИМОДАЛЬНОГО ТЕКСТА: СООТНОШЕНИЕ КОДОВ И ТИПОВ ИНФОРМАЦИИ

Поликодовые тексты получают всё большее распространение в повседневной жизни, но само явление полимодальности (поликодовости) изучено в меньшей степени, чем многие другие объекты когнитивной лингвистики, что определяет актуальность исследования. Целью данной работы является сравнение восприятия адресатом монокодового и поликодовых текстов с различным соотношением информации, закодированной в разных семиотических системах и с разной фокусировкой внимания. Для достижения этой цели были разработаны 4 экспериментальных текста, из которых каждый последующий отличается от предыдущего одной переменной. Результаты показали, что наличие полимодальности влияет на восприятие текста адресатом, причем в зависимости от типов соотношения информации и фокусировки внимания оно может меняться.

Ключевые слова: *полимодальность, поликодовость, когнитивная лингвистика, лингвистика, экспериментальные исследования.*

Связь языка и мышления является центральным вопросом когнитивной лингвистики. Эта наука, возникшая в середине XX в., является междисциплинарной, т. к. использует методологический аппарат ряда наук, таких как биология, психология, математика, лингвистика и др. Неудивительно, что многие термины и понятия когнитивной лингвистики являются также междисциплинарными. К числу таких понятий относим и понятие мультимодальности. «Модальность ощущений – термин, означающий принадлежность к определенной сенсорной системе и использующийся для характеристики либо ощущения, либо сигнала» [1, с. 527]. Соответственно, мультимодальность (полимодальность) означает принадлежность к нескольким сенсорным системам.

В лингвистике термин «полимодальность» используется в двух значениях: с одной стороны, мультимодальным называется текст, актуализирующий несколько каналов восприятия [2, с. 45–48], с другой – текст, совмещающий в себе знаки разных систем [3, с. 23–35]. Такие тексты определяются также терминами «поликодовый» [4, с. 15] и «мультисемиотичный», в дальнейшем мы используем данные термины как дублетные.

Поликодовые (мультимодальные, мультисемиотичные) тексты получают всё большее распространение в повседневной жизни (например, журнальные статьи, в которых вербальные знаки