

научный электронный журнал

Studia Humanitatis Borealis / Северные гуманитарные

исследования
<https://stnb.petrso.ru>

ПЕТРОЗАВОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ 

<http://petrsu.ru>

УДК 316.7 (075.8)

ОБРАЗ КИТАЯ В НАИВНОЙ КАРТИНЕ МИРА РОССИЯНИНА

**БЕРЕСНЕВА
НАТАЛЬЯ
ИРИКОВНА**

*доктор философских наук,
профессор кафедры культурологии и
социально-гуманитарных технологий,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет,
философско-социологический факультет,
Пермь, Российская Федерация,
nataliaberesneva@gmail.com*

**БЕРЕСНЕВ
ЮРИЙ
ВЛАДИМИРОВИЧ**

*студент кафедры общей и клинической психологии,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет,
философско-социологический факультет,
Пермь, Российская Федерация, vensereb@gmail.com*

Ключевые слова:

когнитивная культурология
картина мира
Китай
рисуночный тест
ассоциативный эксперимент

Аннотация:

В статье речь идет о специфике представления знаний, в частности, касающихся фрагмента «Китай», в наивной картине мира. Исследование проведено с помощью рисуночного теста и ассоциативного эксперимента. Анализ полученных результатов позволил дать общий набор компонентов, из которых складывается образ Китая в картине мира российского обывателя, жителя крупного российского мегаполиса, расположенного в центре России, далеко от русско-китайской границы. Особенности культуры Китая трактуются через призму объектов российской культуры, а также под мощным влиянием процессов глобализации и массовой культуры. Россияне не дифференцируют различия культур представителей восточноазиатского региона (куда кроме Китая входят и Япония, и Корея, и Вьетнам и пр.). В целом в сознании россиян Китай представляется в положительном ключе – как страна с богатой историей, разнообразной природой, активно развивающаяся в сфере технологий, экономики, торговли.

© 2023 Петрозаводский государственный университет

Получена: 28 августа 2023 года

Опубликована: 29 сентября 2023 года

1. Введение. Представление знаний в наивной картине мира

В последние годы в когнитивных науках, лингвистике, психологии наблюдается повышенный интерес к проблеме представления знаний в сознании человека и в языке и к тому, как влияют особенности картины мира на процесс овладения знанием. Изучение этой проблемы актуально и в контексте преподавания курсов культурологического характера, а также преподавания курсов иностранных языков.

Исходным при исследовании феномена картины мира является положение о том, что разные

знаковые системы моделируют мир по-разному. Так, мысль о существовании особого языкового мировидения была сформулирована еще В. фон Гумбольдтом в начале XIX века. В XX века исследования языковой картины мира ведут неогумбольдтианцы (Л. Вайсгербер, Э. Сепир, Б. Уорф и др.). Понятие «картина мира» вводит и Л. Витгенштейн, заменяя традиционную философскую проблему соотношения бытия и сознания проблемой языка и реальности.

В рамках лингвистики модель мира описывается через набор основных семантических противопоставлений, имеющих универсальный характер для всех народов мира (К. Леви-Строс, Вяч. Вс. Иванов, В. Н. Топоров). Понятие языковой картины мира позволяет глубже решать вопрос о соотношении языка и действительности как сложного процесса интериоризации человеком мира.

Картина мира понимается уже как система скорее интуитивных представлений о реальности. А. Я. Гуревич определяет модель мира как «сетку координат», при посредстве которой люди воспринимают действительность и строят образ мира, существующий в их сознании» [3: 26]. Картину мира можно выделить, описать или реконструировать у любой социопсихологической единицы – от нации или этноса до какой-либо социальной или профессиональной группы или отдельной личности. «Каждому отрезку исторического времени соответствует своя картина мира. У отдельной личности картина мира будет детерминирована прежде всего его характером. Своя картина мира будет у параноика и у больного шизофренией. Картина мира будет меняться при измененных состояниях сознания. Человек, погруженный в виртуальную реальность, также будет видеть мир совершенно по-своему» [12: 172-173].

В современных исследованиях принята дифференциация картины мира на «научную» и «наивную». Предметом нашего рассмотрения стал фрагмент «наивной» картины мира – т. е. представления, которые свойственны членам данного сообщества, не занимающимся специальными исследованиями в данной области. Если научная картина мира является результатом внутренней логики развития научного знания и стремится к полноте и точности, то наивная картина мира складывается как ответ на, главным образом, практические потребности человека – «как необходимая когнитивная основа его адаптации к миру» [5: 259]. Если научная картина мира не удовлетворяется только получением ответа, достаточного для практических целей, в ней представлены более глубокие связи, то наивная картина мира является своеобразной базой данных, на основе которых принимаются решения в повседневных ситуациях. В обыденной картине мира представлены знания, возникающие и существующие на основе чувственного отражения повседневной практической жизни людей, их непосредственных ближайших интересов. Эти знания отличаются незначительной глубиной отражения, отсутствием научной системности. Наивная картина мира прагматична: «в идеале дает ответы на все вопросы, которые может задать член соответствующего общества. Отсутствие ответов нормально говорит об отсутствии вопросов» [5: 259]. Наивная картина мира имеет меньше типических черт, чем научная, она больше индивидуализирована, своя для каждого человека или социальной группы.

В современных теориях познания для объяснения того, как человек обрабатывает информацию, широко используются явно или неявно возводимые к И. Канту понятия «схемы», «фреймы», «сценарии» и др. [9; 10; 18]. Имеется в виду, что человек располагает некоторыми идеальными образами-структурами (схемами и т. п.), которые он применяет к данным сознания. Эти схемы частично являются врожденными, но в основном формируются в процессе накопления когнитивного опыта. Они позволяют не применять алгоритмы логики при встрече с ситуацией, которая позволяет использовать соответствующий фрейм (сценарий).

На основе указанных теорий представители нового культурологического направления – когнитивной культурологии – строят теорию культуры как смысловую концепцию [11: 11], то есть как систему, которая вырабатывает, транслирует, подвергает переоценке, заимствует смыслы, которые предписывают особенности поведения в своем социуме. Эти смыслы транслируются и в иные культуры. Когнитивная культурология делает попытку понять процесс человеческого познания, «в фокусе ее внимания находятся многочисленные проблемы, связанные с получением, обработкой, хранением, извлечением и оперированием знаниями, относящиеся к его накоплению и систематизации, его росту, ко всем процедурам, характеризующим использование знания в поведении человека и, главное, его мышлении и процессах коммуникации» [6: 41].

2. Эмпирическое изучение представлений русских о Китае

Как междисциплинарная область исследования когнитивная культурология настаивает на том, что культура – это система когнитивного опознания мира, которая вплетена во все виды человеческой деятельности. Когнитивные паттерны, сформировавшиеся в сознании человека, отличают людей одной исторической эпохи от людей другой эпохи, одной культуры от другой.

Активизация межкультурного взаимодействия и общения в современном информационном

обществе требует тщательного исследования различных картин мира, культурных моделей, сценариев, которые далеко не всегда совпадают друг с другом. Такие исследования позволят наладить более эффективные коммуникации между культурами разного типа.

С целью исследования представления знаний о Китае в наивной картине мира нами был проведен пилотажный эксперимент, участниками которого стали 50 носителей русского языка от 18 до 15 лет (выборка случайная). Нами использовалась проективный метод (рисуночный тест) и метод свободных ассоциаций. И свободный ассоциативный эксперимент, и рисуночный тест помогают проникнуть в бессознательные слои психики, раскрыть, пусть не совсем истинное, но наиболее приближенное отношение к изучаемому объекту или явлению. Это, на наш взгляд, имеет особую ценность. Кроме того, эти техники достаточно простые и быстрые в применении, неустойчивые для респондентов, что позволяет за короткие сроки опросить большое количество респондентов.

Стимулом в ассоциативном эксперименте и темой для рисунка было слово «Китай». Таким образом, мы производим попытку анализа ключевых концептов, связанных в сознании русских обывателей с названием восточной страны.

2.1. Изучение представлений русских о Китае через рисуночный тест

Проективные методики являются чуть ли не самым распространенным способом исследования образной памяти, в основе которых лежит восприятие объектов, имевших место в прошлом. Содержание образной памяти – это наглядные, фрагментарные, обобщенные, а также неустойчивые и непостоянные образы [8].

Исследователи, обращающиеся к проективным методикам, чаще всего делают это для того, чтобы изучать внутренний мир личности, ее восприятие, чувства, переживания во взаимосвязи с происходящими вокруг нее процессами или явлениями. Общими признаками всех проективных методик являются:

- 1) неопределенность, неоднозначность используемых стимулов;
- 2) отсутствие ограничений в выборе ответа;
- 3) отсутствие оценки ответов испытуемых как «правильных» и «ошибочных» [2: 352].

Недостатки проективного метода [1] в недостаточной стандартизованности проведения и подсчета показателей и сомнительной ретестовой надежности при больших временных интервалах между тестированиями. Несмотря на недостатки, проективные методики пользуются огромной популярностью, ведь с их помощью можно собрать богатый материал, они позволяют тестируемому давать не те ответы, которые произведут правильное впечатление, а те, которые ему действительно близки и наиболее верно отражают его картину мира.

Для нашего исследования была выбрана экспрессивная проективная методика: осуществление испытуемым изобразительной деятельности, рисунок на свободную или заданную тему. В качестве инструкции к рисуночному эксперименту выступало предложение «нарисовать Китай». После проведения рисуночного теста (индивидуально с каждым испытуемым) проводилась беседа, в ходе которой уточнялись детали изображенного (если было непонятно).

В результате эксперимента получено 50 рисунков. Мы провели компонентный анализ изображений, полученных в ходе исследования, выявив наиболее важные фрагменты участка картины мира.

В рисуночном тесте испытуемые изобразили 393 объекта, которые мы классифицировали следующим образом.

В большинстве случаев испытуемые рисовали «**Природные объекты**» (100 единиц): солнце – 12, бамбук – 9, рисовые поля – 8, горы – 7, дым – 7, дорога – 7, огонь – 7, трава – 7, Хуанхэ – 4, облака – 4, дерево – 4, озеро – 3, чайные поля – 3, сосна – 2, Янцзы – 2, лотос – 2, сакура – 2, вода – 2, персик – 1, Южно-Китайское море – 1, бонсай – 1, пруд – 1, река – 1, жара – 1, денежное дерево – 1, цветок – 1.

Самый частый объект – солнце. Вероятно, этот объект не является маркером именно китайской картины мира, поскольку солнце обычно изображают при попытке передать пейзаж в более глубокой перспективе. Но в сочетании с «жарой» можно предположить, что в сознании россиян Китай – это теплая южная страна. Растение, которое упоминается наиболее часто – бамбук. Также встретились сосна, сакура, бонсай, денежное дерево и персик. Наличие в этом ряду сакуры наводит на мысль о том, что в сознании россиян слабо разграничены китайский и японский ареалы. Отчасти это может быть подкреплено и изображением бонсаи, который в российскую культуру проникает из японской (хотя в японскую – из китайской). Пейзаж Китая предполагает наличие рисовых и чайных полей, гор и водоемов. Причем в перечне фигурируют географические названия водных объектов – Хуанхэ, Янцзы, Южно-Китайское море.

Мы сочли возможным отдельно вычленить внутри группы «Природные объекты» подгруппу «**Животные**» (30 единиц): дракон – 13, панда – 7, медведь – 2, утка – 1, осьминог – 1, шарпей – 1, карп – 1, муравей – 1, тигр – 1, лиса – 1, шелкопряд – 1.

Самым известным животным, ассоциирующимся у русских с Китаем, стало мифическое животное дракон. Смущает только то, что на рисунках изображен в большинстве случаев не китайский дракон, а европейский или персонаж русских сказок Змей Горыныч. Это еще раз подтверждает размытость представлений русских о культуре Китая. Помимо мифического дракона ожидаемо самый известный представитель китайской фауны – медведь, панда. Шарпей – популярная у россиян порода собак, выведенная в Китае. Шелкопряд – отсылка к знаменитому китайскому шелку, а также, вероятно, к знаниям о крупнейшем торговом маршруте древности, начинающемся в Китае, – Великом шелковом пути.

Следующая большая группа образов – **образы городской среды**. Внутри нее самый объемный блок – «**Архитектура**» (80 единиц): пагода – 19, Великая Китайская стена – 19, небоскрёб – 11, завод – 8, красные фонари – 8, арка – 5, дом – 4, храм – 2, подземная парковка – 1, лестница – 2, мост – 1.

Самые частые образы – Великая Китайская стена и пагода. Действительно, эти объекты являются «визитной карточкой» Китая. К такого же рода стереотипным образам, связанным с Китаем, можно отнести красные китайские фонари, украшающие улицы китайских городов и помещения в праздники. Значительное количество образов, связанных с архитектурой – это образы индустриального мегаполиса – небоскребы, заводы, что можно объяснить сложившимся в сознании русских образом Китая как передовой активно развивающейся державы.

С городскими образами связаны изображения различных видов транспорта – «**Транспорт**» (11 единиц): поезд – 2, самолёт – 2, лодка – 2, авианосец – 1, поезд «Пекин – Москва» – 1, электрокар – 1, машина – 1, вертолёт – 1.

Современные виды транспорта (исключая лодку) подкрепляют образ высокотехнологичного сильного государства.

Этот же образ поддерживает и изображения электроники: «**Электроника**» (5 единиц): видеокамера – 1, фотоаппарат – 1, кондиционер – 1, солнечные батареи – 1, производство телефонов – 1.

Следующая группа была названа «**Люди**» (32 единицы): китаец – 8, много людей – 8, крестьянин – 4, гейша – 2, глаза – 2, монах – 1, Мао Цзэдун – 1, мудрец – 1, Си Цзинпин – 1, ниндзя – 1, воин – 1, труп – 1, рыбак – 1, многонациональность – 1.

На многих картинках испытуемые рисовали человека с выраженным этническим типом, либо группу людей, поясняя, что китайцев много. Встретились также изображения глаз характерного разреза. Два имени собственных – основатель КНР и ее первый руководитель Мао Цзэдун и действующий генеральный секретарь ЦК Коммунистической партии Китая и председатель Китайской Народной Республики Си Цзиньпин. Среди «профессий» персонажей – крестьянин, монах, воин, рыбак. В этом же списке два персонажа из японской культуры – гейша и ниндзя, что еще раз подтверждает размытость образа Китая и интегрированность в него образов соседних регионов.

С человеческими персонажами связаны изображения элементов костюма – «**Одежда**» (22 единицы): конусообразная соломенная шляпа – 7, традиционная одежда – 7, традиционный головной убор – 3, головной убор – 2, заколка – 1, веер – 2.

Самый известный элемент костюма – коническая шляпа. Заколка-булавка и веер, вероятно, известны с китайских (может быть, японских?) гравюр, из исторических книг и фильмов.

Довольно много зафиксировано образов, связанных с едой – «**Еда**» (19 единица): рис – 5, лапша – 3, чайная церемония – 2, зелёный чай – 2, пельмени – 1, суши – 1, ананас – 1, печенье с предсказанием – 1, рисовое вино – 1, свиной желудок – 1.

Самые известные китайские продукты – рис, лапша и чай. И снова мы видим в перечне китайских блюд японское – суши.

Иногда изображения блюд соседствуют с изображением посуды – «**Посуда**» (13 единиц): китайские палочки – 6, стакан – 5, чайник – 2.

Стакан и чайник вместе – элементы чаепития, а китайские палочки – сильный маркер китайского способа приема пищи.

Рисовали испытуемые в ходе эксперимента некоторые «**Национальные символы**» (11 единиц): китайский флаг – 5, серп и молот – 2, флаг – 2, русский флаг – 1, Инь и Ян – 1. Чаще всего – это изображение китайского флага, иногда рядом с русским флагом или с советским символом. Один раз встретилось изображение символа Инь и Ян из даосской философии, символизирующее неразрывно связанные и дополняющие одна другую противоположности.

Следующий блок – **«Оружие»** (15 единиц): пушка – 4, порох – 3, катана – 3, ядро – 2, танк – 2, латы – 1.

Образы пушки, ядра и пороха могут отсылать к знаниям о Китае как стране, где изобрели порох. А вот катана и латы – снова из японского «арсенала».

В блоке **«Боевые искусства»** (4 единицы) мы отметили кунг фу – 2, тай дзы – 1, ушу – 1.

Кроме того характерно выделение образов, связанных со сферой торговли – **«Торговля»** (13 единиц): лавка (магазин) – 1, рынок – 3, деньги – 2, подделка – 2, монета – 2, производство товаров – 1, сумка в клетку – 1, много рекламы – 1.

Сразу после перестройки Китай стал для русских важным источником недорогих (не всегда качественных) товаров, которые перевозились «челноками» в больших клетчатых сумках. Рынки были заполнены китайскими товарами. Сегодня ситуация несколько иная, но тем не менее товарообмен между нашими странами носит весьма активный характер.

Ряд из образов отражают знания русских китайской истории, традиций – **«Китайская история и традиции»** (21 единица): фейерверк – 6, иероглиф – 6, бумага – 3, узел – 2, терракотовая армия – 1, фестиваль собачьего мяса – 1, кисть – 1, сидеть на полу – 1, зонт – 1, книга – 1.

В этом списке ожидаемо на первом месте оказываются иероглифы, которые записываются специальной кистью, и фейерверки. Русские помнят, что в Китае изобрели бумагу и зонт. Известна также археологическая находка – терракотовая армия императора Цинь Шихуанди. Неожиданно встретить в этом списке фестиваль собачьего мяса, который проходит ежегодно в городе Юйлинь, но, думается, для русских, с трепетом относящихся к собакам как любимым домашним питомцам, подобные практики могли показаться яркими и запоминающимися.

Был ряд образов, которые мы затруднились выделить в отдельную группу. Это попытки изобразить русско-китайские связи, мудрость, космическую программу, высокие технологии и развитый спорт.

Выделенные группы не являются жестко заданными, их границы «размыты», некоторые образы, отнесенные нами в одну группу, могут быть отнесены и в другую, что отражает реальную многомерность семантических пространств. Целостный образ мира формируется у человека в ходе активного психического отражения объективной реальности, когда каждый объект «поворачивается» то одной, то другой своей стороной, включаясь тем самым в разнообразные связи и отношения.

2.2. Исследование представлений русских о Китае через ассоциативный эксперимент

В качестве дополнительного исследования образа Китая нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент. Авторами методики ассоциативного эксперимента в практической психологии принято считать американских психологов Х. Кента и А. Розанофф. Психолингвистические варианты ассоциативного эксперимента были разработаны Дж. Дизом и Ч. Осгудом. В отечественной психологии и психолингвистике методика ассоциативного эксперимента была усовершенствована и апробирована в экспериментальных исследованиях А. Лурии и О. Виноградовой. В настоящее время ассоциативный эксперимент является наиболее разработанной техникой психолингвистического анализа семантики речи [4: 11].

Процедура ассоциативного эксперимента состоит в следующем. Испытуемым предъявляется слово или целый набор слов и говорится, что им необходимо ответить первыми приходящими в голову словами. Упорядоченный по частотности набор реакций на слово-стимул принято называть ассоциативным полем. Количественная характеристика ассоциации отражает предсказуемость возникновения данной реакции на заданный стимул (силу связи со стимулом) в заданных экспериментальных коммуникативных условиях. Ассоциативные нормы определяют некий стандарт, в котором отражены актуальные для сознания носителей языка особенности исходного слова-стимула. Наиболее часто повторяющиеся реакции находятся в центре ассоциативного поля, называются ассоциативным ядром, а менее частотные – периферией.

Ассоциативные нормы фиксируются в соответствующих словарях, для русского языка это, прежде всего, «Русский ассоциативный словарь» [13], «Словарь ассоциативных норм русского языка» [15], а также пока еще ограниченные по объему словари детских ассоциаций.

Преимуществом свободного ассоциативного эксперимента является относительная легкость получения массового экспериментального материала, который позже подлежит многоаспектной обработке по многим параметрам. Чаще всего он используется в психологии, психолингвистике, этнолингвистике, семиотике и социопсихолингвистике.

В качестве исходных стимулов для свободного ассоциативного эксперимента были взяты 6 слов: Австралия, Антарктида, Великобритания, Египет, Китай, США. Данные слова – названия стран, каждое

из которых представляет одну из частей света. В данном списке стран представлены более известные страны каждой части света (плюс Антарктида). Для нашего исследования понадобятся ассоциации только к одному слову-стимулу «Китай», мы добавили другие слова, чтобы результаты опроса были достоверными и испытуемые не заостряли внимание только на одной стране. Свободный ассоциативный эксперимент проводился в письменной форме в группе учащихся 11 класса гимназии № 33 Перми. Респондентам был продиктован список из 6 слов с заданием: «Напишите к каждому слову свою первую ассоциацию – слово, первым пришедшее голову». Нами было получено 75 слов-реакций на слово-стимул «Китай». Реакции были упорядочены по частотности.

Анализ показал, что стратегии ассоциирования и стратегии рисования во многом похожи. Разница связана со спецификой представления информации: что-то проще и выгоднее выразить в образном формате (пейзажный сюжет, например), что-то – в вербальной форме (свойства, абстрактные понятия).

Наибольшей ценностью в контексте нашего исследования обладают ассоциации, вошедшие в ядро ассоциативного поля. Там мы увидели слова, совпадающие с образами на рисунках: узкие глаза – 6 (самая частотная ассоциация), дракон – 5, рис – 4, красный цвет – 4, стена – 3, лапша – 3, бамбук – 2, китайцы – 2, люди – 2, суши – 2, чай – 2.

Однако встретились четыре новые реакции: «Алиэкспресс» – 5, Ким Чен Ын – 2, коронавирус – 2, красивые мужчины – 2.

Новые слова позволяют дополнить образ Китая новыми компонентами. Группа образов, связанных с торговлей поддержана в ассоциативном эксперименте названием глобальной виртуальной торговой площадки, предоставляющей возможность покупать товары производителей из КНР – «Алиэкспресс». Для двух россиян важно, что население Китая представляют красивые мужчины (о красивых женщинах почему-то не вспомнили). В рисуночном тесте не было сюжетов, связанных с коронавирусом, а в ассоциативном эксперименте он появился, что предсказуемо, поскольку СМИ довольно бурно обсуждали гипотезы о происхождении этой инфекции, относя ее источник к провинции Ухань в Китае. А то, что испытуемые вспомнили генерального секретаря ЦК Трудовой партии Кореи и руководителя КНДР Ким Чен Ына, может говорить о том, что азиатский регион для рядового русского обывателя представляет не только связку Китай – Япония, но еще и Китай – Северная Корея.

Среди единичных реакций также есть те, которые совпадают с данными рисуночного теста: храм, панда, соломенная шляпа, узкий, техника, палочки, технологии, много людей. Но больше ассоциаций, специфических именно для данного исследования: вок, медицина, «сделано в Китае», пустыня, Мулан, многодетные семьи, большое население, коммунизм, товар, традиционный, Япония, погода, социализм, конфуцианство, много, скейт-парк, китаезы, крыши домов, экономика, друзья.

И хотя эти ассоциации единичны, а некоторые непонятны (многодетные семьи – скорее оппозиция реальным семьям Китая, скейт-парк – может быть случайным вбросом), однако вкратце попытаемся прокомментировать и их.

Предполагаем, что под словом «вок» испытуемый имел в виду скорее не глубокую китайскую сковороду, а лапшу-вок, вкусное и питательное блюдо, завоевавшее сердца любителей фастфуда во всем мире.

Русским известна традиционная китайская медицина – древняя система исцеления.

Словосочетание «сделано в Китае» – это маркировка китайских товаров. Одно время самые ходовые товары поступали в Россию из Китая и это словосочетание было синонимом не очень качественного товара, товара кустарного производства, хотя в последние годы все изменилось.

Непонятно, какую пустыню имел в виду респондент, но это слегка дополняет китайский пейзаж, который в рисуночном тесте был представлен горами и водоемами.

Мулан – персонаж полнометражного мультфильма студии Уолта Диснея с сюжетом по мотивам китайской истории.

Три учения – коммунизм, социализм, конфуцианство – связаны с Китаем в сознании россиян. В рисуночном тесте такого рода абстракции передать сложно.

Китаезы – сленговое название представителей китайской нации.

Крыши домов – полагаем, имеются в виду необычные многоярусные крыши с резными украшениями и загнутыми вверх краями.

Экономик – это важная часть знаний о Китае, экономика которого является второй экономикой мира по номинальному ВВП и первой – по ВВП по паритету покупательной способности.

Друзья – российско-китайские отношения в настоящий момент характеризуются высокой динамикой развития, дружеские связи между государствами в последние годы значительно укрепляются. Большинство россиян с симпатией относится к этой стране.

Заключение.

Наш анализ эмпирического материала позволяет дать общий набор компонентов, из которых складывается образ Китая в картине мира российского обывателя, жителя крупного российского мегаполиса, расположенного в центре России, далеко от русско-китайской границы.

Жители крупного российского мегаполиса трактуют особенности культуры Китая, через призму объектов российской культуры. Иногда они домысливают, достраивают образы далекой страны, фантазируя на тему китайской культуры.

Также мы вынуждены признать, что образ Китая складывается под мощным влиянием процессов глобализации и массовой культуры.

Россияне не дифференцируют различия культур представителей восточно-азиатского региона (куда кроме Китая входят Япония, Корея, Вьетнам и пр.).

Некоторые сферы остались без внимания или на периферии картины мира современного русского обывателя. В наших данных практически не представлены фреймы, касающиеся образования, здравоохранения, экологии, законодательства, политики Китая. Также нет сценариев из области китайского искусства, философии, спорта, военной сферы, бизнеса и ряда других.

В целом в сознании россиян Китай представляется в положительном ключе – как страна с богатой историей, разнообразной природой, активно развивающаяся в сфере технологий, экономики, торговли. Позитивный образ Китая в глазах россиян может быть предпосылкой для плодотворного сотрудничества двух стран в различных областях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анастаси А., Урбина С.. Психологическое тестирование. СПб.: Питер, 2002. 688 с.
2. Бурлачук Л. Ф., Морозов С. М.. Словарь-справочник по психодиагностике. СПб.: Питер, 2000. 688 с.
3. Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры. М.: Искусство. 1972. 350 с.
4. Глухов В. П. Основы психолингвистики. М.: АСТ: Астрель, 2005. 351 с.
5. Касевич В. Б. Буддизм. Картина мира. Язык. СПб.: Центр «Петербургское Востоковедение», 1996. Ч. 2. Теоретические аспекты понятия картины мира. 279 с.
6. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / М., 2004. 560 с.
7. Макаров М. Л. Основы дискурса. М., 2003. 280 с.
8. Маклаков А. Г. Общая психология. СПб.: Питер, 2001. 592 с.
9. Минский М. Фреймы для представления знаний. М., 1979. 152 с.
10. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1988. Вып. XXII. Когнитивные аспекты языка. С.281–310.
11. Режабек Е. Я., Филатова А. А. Когнитивная культурология. СПб.: Алетейя, 2010. 316 с.
12. Руднев В. П. Словарь культуры XX века. М.: Аграф, 1997. 381 с.
13. Русский ассоциативный словарь (РАС). М.: РАН, Ин-т русского языка, 1994. 356 с.
14. Садыкова М. А. Сопоставление понятий «картина мира» и «модель мира»: архетип – миф – религия – наука // Современные проблемы науки и образования. 2007. № 3. С.118–121.
15. Словарь ассоциативных норм русского языка (САНРЯ). М.: Изд-во МГУ, 1977. 192 с.
16. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. 840 с.
17. Фрумкина Р. М., Михеев А. В., Мостовая А. Д., Рюмина Н. А. Семантика и категоризация. М.: Ин-т языкознания, 1991. 168 с.
18. Шенк, Р. Обработка концептуальной информации. М.: Энергия, 1980. 360 с.
19. Rosch E. Principles of categorization / E. Rosch // Cognition and categorization. N.Y., 1978. P. 27–48.

REFERENCES

1. Anastasi A., Urbina S.. Psychological testing. SPb.: Piter, 2002. - 688 p. (In Russ.)
2. Burlachuk L. F., Morozov S. M.. Dictionary-Reference book on psychodiagnostics. SPb.: Piter, 2000 - 688 p. (In Russ.)
3. Gurevich A.Ya. Categories of Medieval Culture. Moscow: Art. 1972 - 350 p. (In Russ.)

4. Glukhov V.P. Fundamentals of psycholinguistics. MOSCOW: ACT: Astrel, 2005. 351 p. (In Russ.)
5. Kasevich B. B. Buddhism. World picture. Language. Spb: Centre "Petersburg Oriental Studies", 1996. Part 2: Theoretical aspects of the concept of the world picture. 279 p. (In Russ.)
6. Kubryakova E.S. Language and Knowledge: On the Way of Obtaining Knowledge about Language: Parts of Speech from the Cognitive Point of View. The role of language in cognition of the world / M., 2004. 560 p. (In Russ.)
7. Makarov M.L. Fundamentals of discourse. M., 2003. 280 p. (In Russ.)
8. Maklakov A. G. General Psychology. SPb.: Peter, 2001. 592 c. (In Russ.)
9. Minsky, Marvin A. framework for representing knowledge / Marvin Minsky Cambridge, 1974.
10. Minsky M. Wit and the logic of the cognitive unconscious //New in foreign linguistics. M., 1988. Vol. XXII. Cognitive Aspects of Language. p. 281-310. (In Russ.)
11. Rezhabek E.Y., Filatova AA. Cognitive culturology. Spb.: Aleteia, 2010. - 316 p. (In Russ.)
12. Rudnev V. P. Dictionary of the Culture of the 20th Century. - M.: Agraf, 1997.- 381 p. (In Russ.)
13. Russian associative dictionary (RAS). Moscow: Russian Academy of Sciences, Institute of Russian Language, 1994. 356 p. (In Russ.)
14. Sadykova M.A. Comparison of the concepts "world picture" and "world model": archetype - myth - religion - science // Modern Problems of Science and Education. 2007. №3. P. 118-121. (In Russ.)
15. Dictionary of Associative Norms of the Russian Language (SUNRYA). Moscow: Izd-vo MSU, 1977. 192 p.(In Russ.)
16. Philosophical Encyclopaedic Dictionary. Moscow: Soviet Encyclopaedia, 1983. 840 p.(In Russ.)
17. Frumkina P.M., Mikheev A. V., Mostovaya A.D., Ryumina N.A. Semantics and categorisation. Moscow: Institute of Linguistics, 1991. - 168 p.(In Russ.).
18. Schenk, R. Processing of conceptual information. M.: Energia, 1980. 360 p.(In Russ.)
19. Рош Э. Принципы категоризации /Э. Rosch //Cognition and categorization. - N.Y., 1978. P. 27- 48.

IMAGE OF CHINA IN THE NAIVE PICTURE OF THE WORLD OF THE RUSSIANS

BERESNEVA
Natalia

*PhD in Philosophy,
Professor of the Department of Cultural Studies and
Social and Humanitarian Technologies,
Perm State National Research University, Faculty of
Philosophy and Sociology,
Perm, Russian Federation, nataliaberseveva@gmail.com*

BERESNEV
Yurii

*student of the department of general and clinical
psychology,
Perm State National Research University, Faculty of
Philosophy and Sociology,
Perm, Russian Federation, vensereb@gmail.com*

Keywords:

cognitive culturology
world picture
China
drawing test
associative experiment

Summary:

The article deals with the specificity of knowledge representation, in particular regarding the fragment “China”, in the naive picture of the world. The study was carried out with the help of a drawing test and an associative experiment. The analysis of the obtained results gave a general set of components that make up the image of China in the world picture of an ordinary Russian person living in a metropolis located in the center of Russia, far from the Russian-Chinese border. The features of Chinese culture are interpreted through the prism of Russian cultural objects and under the strong influence of globalization processes and mass culture. The Russians do not differentiate between the cultures of the East Asian region (which includes, besides China, Japan, Korea, Vietnam, etc.). In general, the Russians view China positively – as a country with rich history, diverse nature, actively developing technology, economy, and trade.