

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт филологии, культурологии и межкультурной коммуникации
Кафедра межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как ино-
стрannого

Коммуникативное поведение китайцев в восприятии россиян

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Чжан Ифань,
обучающийся РЛ-42 группы

подпись

Руководитель ОПОП:

подпись

Научный руководитель:
Руженцева Наталья Борисовна,
д-р филол. наук, профессор

подпись

Екатеринбург 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ	6
1.1. Глоссарий	6
1.2. Методика исследования коммуникативного поведения.....	11
ГЛАВА 2. ВОСПРИЯТИЕ КИТАЙСКОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РОССИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ	16
2.1. Свободный ассоциативный эксперимент	16
2.2. Направленный ассоциативный эксперимент.....	18
2.3. Коммуникативное поведение китайцев в русских поговорках	20
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	22
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	24

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность работы связана с постоянно увеличивающимся числом контактов между людьми разных национальностей, в том числе – между населением России и Китая (Гришаева, Цурикова 2003, Ефименко 2009, Кравец 2009, Миронова 2009, Сапига 2009, Селезнева 2002, Прохоров, Стернин 2007, Стернин 2002, Тер-Минасова 2004, Шилкина 2009 и др.), а также развитием диалога русской и китайской культур. Коммуникативные процессы, связанные с чужой культурой, необходимо изучать не только с позиций их бытования, но и с позиций их восприятия, так как лишь комплексное двустороннее исследование способствует выполнению социального заказа на толерантную личность, свободную от проявлений ксенофобии и этнофобии в межнациональном общении.

Предметом ВКР является восприятие россиянами китайского коммуникативного поведения.

Объектом ВКР является вербальная и невербальная специфика китайского коммуникативного поведения, воспринятая и интерпретированная россиянами.

Цель ВКР – выявление и интерпретация особенностей коммуникативного поведения китайцев представителями российской лингвокультуры.

Цель работы определяет постановку и реализацию следующих **задач**:

- 1) обобщить данные научной и научно-методической литературы, выявив зафиксированные исследователями особенности коммуникативного поведения китайцев;
- 2) обобщить данные научной и научно-методической литературы, выявив зафиксированные исследователями различия между российским и китайским коммуникативным поведением;
- 3) наметить ход экспериментальной работы с целью выявления специфики восприятия россиянами китайского коммуникативного поведения;
- 4) выбрать методы исследования, релевантные для целей эксперимента;

5) провести исследование восприятия россиянами китайского коммуникативного поведения;

6) провести анализ лексикографических источников с целью выявления основных паремий, репрезентирующих особенности восприятия россиянами китайского коммуникативного поведения и китайского общества в целом;

7) обобщить результаты исследования.

Теоретико-методологической базой ВКР послужили:

труды по теории и практике коммуникации (Гойхман, Надеина 2003, Жданова 2010); работы по русскому речевому этикету и категории вежливости (Акишина 2009, Алешина 1990, Венедиктова 1996, Гольдин 1978, 1983, Ларина 2003, Серебрякова 2003, Стернин 1996, 2003, Формановская 1982, 2001, 2002, 2007, 2010); работы по китайскому коммуникативному поведению и речевому этикету (Барас 2006, Белая 2007, Буров 2000, Глазачева 2009, Глушкова 2001, Козельская, Ван Чжицзинь 2002, Лю Вэй Цзинь 2003, Рудакова 2003, Соляян 2009, Чэнь Лэй 2010, Шабанова, Лан Сяонин 2002); труды по межкультурной коммуникации и сопоставительные исследования коммуникативного поведения (Амбарова 2007, Анисимова 2003, Гришаева 2009, Гришаева, Цурикова 2003, Ефименко 2009, Прохоров, Стернин 2007, Руженцева, Антонова 2013, Садохин 2005, Сапига 2009, Стадников 2007, Стернин 2002, 2004, Тер-Минасова 2004); труды по культуре и лингвокультуре Китая (Васильев 1998, 2001, Миронова 2009, Никитина 2009, Попов 2010); работы по психолингвистике (Стернин 2006) и ряд других исследований.

Материал работы определяется ее целью и задачами. Материалом для работы послужили: 1) научная и научно-методическая литература, посвященная исследованию коммуникативного поведения китайцев, в том числе – в аспекте сопоставительного описания двух лингвокультур – китайской и российской (около 90 источников); 2) лексикографические источники, в которых зафиксированы паремии, включающие лексему «китайский» (5 словарей); 3) данные анкетирования российских студентов, обучающихся в УрГПУ (около 100 анкет).

Методы работы: анализ и обобщение данных научной и научно-методической литературы; анализ и интерпретация лексикографических сведений; группа экспериментальных методов сбора информации; описательный метод; интерпретативный метод, метод наблюдения. Экспериментальное исследование проводилось на базе УрГПУ. Респондентами послужили студенты очного и заочного отделения Института психологии УрГПУ (всего – около 50 человек).

Практическая значимость работы состоит в возможности использования ее результатов при обучении русскому языку как иностранному; методике преподавания русского языка как иностранного; межкультурной коммуникации; лингвострановедению.

Структура работы: ВКР состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. В первой главе дается глоссарий (список речеведческих терминов из области коммуникации), обобщаются данные анализа научной и научно-методической литературы по теме исследования, представлена методика проведения экспериментальной работы. Во второй главе представлены результаты проведенной экспериментальной работы – свободного ассоциативного эксперимента и направленного ассоциативного эксперимента, а также анализ паремий, включающих лексику «китайский». В заключении делается обобщение аналитической и экспериментальной работы и намечаются перспективы исследования.

ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

1.1. Глоссарий

1. Амбиция – самолюбие, тщеславие, спесь, чванство.
2. Ангажировать – приглашать.
3. Антураж – окружение; окружающие; внешняя обстановка.
4. Апломб – излишняя самоуверенность (в обращении, в разговоре).
5. Бонтон – светская учтивость, изысканность в обращении, хороший тон.
6. Вежливость – соблюдение социальных норм поведения, которые существуют в каждом обществе и содержатся в книгах по этикету [Ларина 2003].
7. Вежливость сближения – вежливость контакта [Ларина 2003].
8. Вежливость отдаления – вежливость дистанции.
9. Вежливость – это выражение готовности признать достоинства собеседника или другого лица [Федорченко 2001].
10. Вежливость – национально-специфическая коммуникативная категория, содержанием которой является система ритуализованных стратегий коммуникативного поведения (языкового и неязыкового), направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соблюдение общественно-принятых норм при интеракциональной коммуникации (установлении, поддержании и завершении межличностного контакта) [Ларина 2003].
11. Визави – напротив, друг против друга; тот, кто находится напротив.
12. Галантный – изысканно вежливый, чрезвычайно обходительный.
13. Деликатный – чуткий, вежливый, мягкий в обращении.
14. Изысканность – утонченность, изящество, аристократизм манер.
15. Имидж – образ, специально наработанные черты человека, связанные с его внешним обликом и внутренним миром, его психологическим содержанием.
16. Импозантный – внушительный, производящий впечатление своим видом, представительный.
17. Импонировать – внушать уважение, расположение, производить впечатление, нравиться.

18. Кокетка – женщина, которая своим поведением, манерами, туалетами стремится привлечь внимание мужчин.

19. Комильфо – прилично, в соответствии с правилами светского приличия.

20. Коммуникативная вежливость – отведение человеку в общении места не ниже того, которое он занимает в социальной иерархии и собственном представлении о своем месте в иерархии [Стернин 2003].

21. Коммуникативное поведение – интегральный компонент национальной, групповой и личностной культур [Прохоров, Стернин 2007].

22. Коммуникативное поведение – это компонент национальной культуры, обусловленный национальным менталитетом, зафиксированный в национальных коммуникативных нормах и правилах и материально проявляющийся в национально-культурных коммуникативных ритуалах [Прохоров, Стернин 2007].

23. Коммуникативный императив – фраза, выражение, оборот речи, которые должны быть обязательно употреблены в определенной коммуникативной ситуации [Стернин 2003].

24. Коммуникативный шок – резкое осознаваемое расхождение в нормах и традициях общения народов, проявляющееся в условиях непосредственной межкультурной коммуникации и выражающееся в непонимании, неадекватной интерпретации или прямом неприятии с позиций собственной коммуникативной культуры той или иной коммуникативной нормы или традиции народа представителем гостевой лингвокультурной общности [Прохоров, Стернин 2007].

25. Коммуникация – это процесс взаимного обмена информацией между партнерами по общению [Изюмская 2010].

26. Compliment – лестное замечание в адрес кого-либо, похвала.

27. Compliment – одна из форм объективации категории коммуникативной вежливости, направленная на реализации стратегии поддержания коммуникативного контакта [Серебрякова 2003].

28. Культура – комплексный феномен, предполагающий наличие материальной, духовной и интеракциональной составляющих. Знания о культуре кодируются различными способами, которые условно можно разделить на две разновеликие и разнозначимые группы: вербальные и невербальные средства [Гришаева, Цурикова 2003].

29. Культура – это совокупность значений, ценностей и норм, которыми владеют взаимодействующие лица, и совокупность носителей, которые объективируют, социализируют и раскрывают эти значения [Сорокин 1992].

30. Культурный шок – осознание резкого расхождения материальных или духовных культур двух народов. Проявляющееся в условиях личностного непосредственного контакта с представителями другой культуры и сопровождающееся непониманием, неадекватной интерпретацией или прямым неприятием чужой культуры с позиций собственной культуры [(Прохоров, Стернин 2007)].

31. Манеры – способ держать себя, внешние формы поведения.

32. Манерничать – неестественно держать себя, жеманничать.

33. Манерный – неестественный, лишенный простоты, вычурный.

34. Нормы речевого этикета – это обязательные для выполнения правила, невыполнение которых привлекает внимание окружающих и вызывает их осуждение [Стернин 2003].

35. Общение – это любая форма контактов между людьми.

36. Общение – это сложный и многогранный процесс, который может выступить в одно и то же время и как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как процесс их взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания [Словарь «Педагогическое речеведение»].

37. Педант – человек, отличающийся чрезмерной аккуратностью, соблюдающий формально внешний порядок вещей.

38. Политес – вежливость.

39. Предупредительный – готовый помочь, оказать услугу.

40. Реверанс – глубокий женский поклон с приседанием, проявление почтительность, подобострастия.

41. Речевой этикет – система устойчивых форм общения, принятых в соответствии с социальными ролями общающихся [Львов 2000].

42. Речевой этикет – система выработанных в данном языке формул, которые служат для установления контакта собеседников и поддержания общения в нужной тональности [Михайлова, Голомидова 2000].

43. Ритуал – исторически сложившаяся норма поведения в рамках определенных религиозных систем.

44. Ритуальное общение – выработанный обычаем или установленный порядок совершения общения [Гойхман 1997].

45. Такт – чувство меры, подсказывающее наиболее деликатную линию поведения.

46. Учтивый – проявляющий внимание, предупредительное отношение к кому-либо.

47. Формулы речевого этикета – типичные готовые конструкции, которые регулярно употребляются при корректном общении [Михайлова, Голомидова 2000].

48. Фразер – человек, любящий употреблять красивые, но не подкрепленные делами фразы; пустослов.

49. Франт – человек, любящий наряжаться, щеголь.

50. Эмпатия – понимание любого чувства – гнева, печали, радости, переживаемого другим человеком, и ответное выражение своего понимания этих чувств [Словарь «Педагогическое речеведение»].

51.Этика:

а) философская наука, объектом которой является мораль (проблемы смысла жизни, назначения человека и пр.);

б) нормы, правила, поддерживаемые общественным мнением и определяющие, как должен поступать человек в условиях выбора между добром и

злом, эгоизмом и альтруизмом, в ситуациях самовыражения личности. В мотивации поступков, в понимании принципов и норм поведения [Львов 2000].

52. Этикет – установленный, принятый порядок поведения, форм обхождения (СО).

53. Этикет – правила поведения в обществе.

54. Этикет – совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления, отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствия, поведения в общественных местах, манеры и одежда) [Словарь по этике].

55. Этикет – сложная система материальных знаков, которые указывают на отношение говорящего к собеседнику, оценку собеседника и в то же время на оценку человеком себя, своего положения, относительно собеседника [Формановская 1982]

56. Этикет поведения – совокупность действий людей, признаваемых образцовыми для тех или иных ситуаций [Стернин 2003].

57. Этикетное слушание – активное слушание.

58. Этикетные традиции – это правила, которые не являются обязательными для соблюдения, но в силу тех или иных причин их надо придерживаться [Стернин 2003].

59. Этикетные формы общения – речевые формулы извинения, просьбы, благодарности, согласия/несогласия, приветствия, прощания и др.

60. Этикетный диалог – диалогическое единство, которое обычно состоит из реплики-стимула («пароля») и реплики-реакции («отзыва») [Словарь «Педагогическое речеведение»].

61. Эмос – обычай; нрав; характер.

1.2. Методика исследования коммуникативного поведения

С точки зрения И.А. Стернина, коммуникативное поведение, с одной стороны, - «это описание коммуникативных действий, фактов реального общения». С другой стороны – « коммуникативное поведение это активное страноведение, знания в этой области нужны для активной коммуникации, в отличие от остальной, пассивной части страноведения – сведений о культуре, географии, истории, не находящих отражения в повседневной межкультурной коммуникации, а востребуемых лишь по мере возникновения соответствующей проблематики в акте коммуникации» [Стернин, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Коммуникативное поведение имеет вербальную и невербальную составляющие. О различиях коммуникативного поведения в рамках этих составляющих сказано во многих сопоставительных исследованиях русской и китайской культур и лингвокультур.

И вербальное, и невербальное коммуникативное поведение китайцев опирается на многовековые культурные традиции, ср.: «Коммуникативная культура Китая опирается на конфуцианские и даосистские этические принципы, согласно которым мудрый человек должен жить по ритуалам и правилам, жить достойно. Он должен идти путем золотой середины, быть уравновешенным, сдерживать проявление эмоций, знать свое место, не нарушать установленный порядок, не выставлять свои достоинства напоказ. Эти этические принципы и по сей день играют значительную роль в жизни китайцев» [Селезнева 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Приведем некоторые общие особенности китайского коммуникативного поведения.

«Характерные черты речевого поведения китайцев – высокая степень вежливости, внимание к собеседнику, отсутствие категоричности и сдержанность в проявлении эмоций... Опасение обидеть, оскорбить, обременить другого человека – характерная черта речевого поведения китайцев... Китайцы ста-

раются сдерживать проявление своих эмоций. Даже когда им неприятно, плохо, они не показывают это... Часто используется китайцами фигура одобрения, помогающая установить эмоциональный контакт со слушателями» [Селезнева 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Особенности китайского этикетного поведения:

«Китайцы за мелкие нарушения не извиняются... Китайцы не благодарят за незначительные услуги... При приветствии у китайцев обязательна улыбка... Приветствие знакомого, родственника, коллеги в русском общении обязательно, в китайском – нет... Китайцы могут приходить в гости к друзьям и знакомым без приглашения... У китайцев есть традиция приходить в гости, особенно по праздникам, очень рано... У китайцев фактически общение мужчины с женщиной не отличается от общения мужчины с мужчиной... Для китайцев юмор и шутки не играют той роли в общении, которую они играют у русских. Китайское общение по содержанию и по форме более серьезное, чем русское... В китайской коммуникативной культуре комплименты не являются важным компонентом общения... Планируя визит, китайцы могут очень неопределенно планировать время визита... Китайцы более либерально, чем русские, относятся к возможности опоздания на запланированную встречу... Темы общения в гостях у русских гораздо шире, чем у китайцев, и включают морально-этические и философские проблемы... У китайцев споры в гостях исключены, а если они возникают, то это рассматривается как ссора... В Китае к преподавателю обращаются по должности, в России – только по имени и отчеству» [Стернин 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Особенности китайских обращений, разветвленность терминов родства:

«Современная китайская письменная терминология родства весьма замечательна во многих отношениях: первое, что не может не поразить в ней, - это обилие терминов. Вряд ли у какого-либо народа существует терминология родства, включающая такое огромное число терминов. М.В. Крюков в своей работе указывает 274 термина китайского родства» [Шабанова, Лан Сяонин 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Особенности китайского гостеприимства:

«Китайцы очень радушные и гостеприимные хозяева. Приглашение в гости ими делается всегда заранее, приблизительно за неделю до намеченного срока; никогда не приглашают накануне... (Китайцы) только при гостях начинают готовить. Этим китайцы хотят показать гостю свое уважение: для него готовится все самое свежее и вкусное» [Лунина 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Особенности деловой коммуникации:

«Принятие решения в китайской компании – это всегда прерогатива хозяина, и только хозяина. Делегирование полномочий у китайцев не в чести. Так что всегда стоит делать поправку на время, которое потребуется китайской стороне на то, чтобы заручиться одобрением начальства по всем вопросам, обсуждаемым в ходе переговоров. Медлительность в решении вопросов не может не раздражать, но никуда от этого не деться» [А. Шляхов «Китай и китайцы: Привычки. Загадки. Нюансы»].

«В России документы (паспорт, деньги) , как правило, подают одной рукой, а в Китае – двумя – в знак уважения.левой рукой нежелательно подавать документы, брать визитные карточки или подарки, указывать на кого-либо...

Не рекомендуется использовать красные чернила при подписании документов: красными чернилами подписывали смертный приговор. Также красным цветом пишут таблички а надгробиях.

Владельцу магазинов не рекомендуется класть мухобойку около кассы – это может привести к отпугиванию клиентов. То же касается и метлы» [Антонова, 2013:96].

Особенности китайского невербального поведения:

- «У китайцев вежливым считается избегать взгляда собеседника, не смотреть в лицо собеседнику, вежливым считается в разговоре все время посматривать вниз.
- Если китаец показывает другу мизинец – это означает – дело плохо.

- Китаец может довольно грубо толкать гостя за стол – это является настоящим вежливым приглашением; у китайцев этикет позволяет спорить в дверях, кому пройти вперед, и довольно бесцеремонно с русской точки зрения подтаскивать вперед уважаемого человека – это тоже демонстрация уважения» [Стернин 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>]

*«Изображая высокомерного, заносчивого человека, русские вздергивают пальцем нос или задирают нос, а китайцы говорят о гордеце, что он слишком высоко поднимает ноги, вскинув голову» [Козельская, Ван Чжицзинь 2002: <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Особенности китайской символики:

«Цвет траура в Китае белый, в России – черный. В Китае нельзя дарить живому человеку белые цветы. Это цвет траура...

Нельзя в Китае дарить пожилым людям часы, так как слово «дарить» совпадает со словом «проводить», а слово «часы» - со словом «последний» [Стернин 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>].

Указанные особенности коммуникативного поведения китайцев, несомненно, имеют национальную специфику их интерпретации представителями других национальностей. Поэтому используемая нами методика исследования коммуникативного поведения китайцев в восприятии россиян имеет в своей основе мысль, разделяемую многими исследователями: «Речевое поведение китайцев легче понять, если знать, что в чужом коммуникативном поведении вызывает их недоумение» [Селезнева 2002, <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>]. То же самое относится и к коммуникативному поведению россиян в отношении людей иной национальности: надо ЗНАТЬ, как русские воспринимают иностранцев, что в их поведении кажется россиянам непривычным, странным и т.д. Именно на этой основе строится эффективное межкультурное и межнациональное взаимодействие. Поэтому предлагаемая нами методика исследования включает следующие этапы.

1. Выбор вида экспериментальной работы и методов ее проведения.

2. Выбор и характеристика референтной группы.
3. Проведение свободного ассоциативного эксперимента.
4. Проведение направленного ассоциативного эксперимента.
5. Выявление в лексикографических источниках паремий (фразеологических оборотов), включающих лексему «китайский»), а также сведений по их этимологии.
6. Обобщение результатов исследования.

ГЛАВА 2. ВОСПРИЯТИЕ КИТАЙСКОГО КОММУНИКАТИВНО-ГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РОССИЙСКОЙ ЛИНГВО-КУЛЬТУРЫ

2.1. Свободный ассоциативный эксперимент

Вслед за Л.Б. Никитиной мы считаем, что «человек смотрит на мир глазами той культуры, к которой принадлежит, и в то же время в культуре и языке каждого народа наряду с национально-специфическим присутствует универсальное (общечеловеческое) начало» [Никитина 2009:265]. Точно так же смотрят на китайцев и россияне. Однако прежде чем перейти к собственно результатам эксперимента, приведем исследовательские данные, свидетельствующие о фоновых знаниях и представлениях россиян о Китае и том, из каких источников русские студенты получают информацию о Китае и китайцах.

Вопрос 1. Что вы знаете об истории, культуре, науке, общественной жизни Китая?

«Наиболее типичными ответами были: Мао Цзедун, Джеки Чан, единоборства, Олимпиада, чаепитие, однако лишь 3 респондента назвали имя Конфуция. В ответах на этот вопрос почти нет негативных оценок, но есть однотипность фоновых знаний» [Руженцева 2009:108].

Вопрос 2. Каковы источники ваших знаний и представлений о Китае и Китайцах?

«Учебники, газеты, журналы, книги, фильмы, телевидение, радио, Интернет, слухи, школа, университет, от друзей, таганский ряд, улица, жизнь в Екатеринбурге, почти никаких.

В данном случае интересна двойственность источников информации: изложенное выше мнение о Китае и китайцах складывается, с одной стороны, под влиянием СМИ, формируется в учебных заведениях, а с другой – является результатом непосредственных наблюдений окружающей жизни» [Там же].

Вопрос 3. Что для вас является символом Китая?

«Зеленый чай, рис, дракон, иероглифы, китайский календарь, река Хуанхэ, панда, китайская кухня, фарфор, китайская стена, боевые искусства. В большинстве случаев символами Китая для студентов являются реалии из предметных областей: «пища», «письменность», «животный мир» и т.д.» [Там же: 107].

Именно этот фонд знаний российской студенческой молодежи о Китае и китайцах и лежит в основе системы ее представлений о коммуникативном поведении китайцев.

СВОБОДНЫЙ (ПРЯМОЙ) АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ предполагал фиксацию первой пришедшей на ум ассоциации на слова «китаец», «китайский». Респондентами послужили около 50 российских студентов в возрасте 18-20 лет. Целью эксперимента являлось установление типа связи между словом-стимулом и словом-реакцией, что, в свою очередь, дало возможность выявления системы стереотипных представлений российских студентов о Китае и населяющих его людях.

Результаты анкетирования свидетельствуют о том, что свободный ассоциативный эксперимент выявил следующие основные типы реакций на заданные слова (возможны повторяющиеся реакции, например – реакция «язык»):

НОМИНАТИВНАЯ:

Китаец: человек, дракон, Лухан (китайский певец и актер), многочисленная нация.

Китайский: нет.

АТРИБУТИВНАЯ (признаки лица китайской национальности или атрибуции предмета/товара):

Китаец: низкорослый, узкоглазый, глаза, маленький, желтый.

Китайский: техника, иероглиф, рынок, телефон, шелк, лапша, нанотехнологии, рис, Алиэкспресс (оптовый Интернет-гипермаркет), стена.

ОЦЕНОЧНАЯ:

Китаец: нет.

Китайский: некачественная одежда, некачественный, ширпотреб.

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ:

Китаец: торговля

Китайский: нет

ФУНКЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНАЯ:

Китаец: улыбчивый.

Китайский: язык

Таким образом, свободный ассоциативный эксперимент выявил лишь одну реакцию, характеризующую коммуникативное поведение китайцев – УЛЫБЧИВЫЙ. К функционально-коммуникативным характеристикам близка, с нашей точки зрения, и реакция КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК. Остальные реакции носят номинативный, но преимущественно атрибутивный характер (безоценочные характеристики внешности: маленький, узкоглазый, желтый и др. или атрибуции предметов китайского производства: китайский рынок/техника/шелк/лапша и др.).

2.2. Направленный ассоциативный эксперимент

В ходе направленного ассоциативного эксперимента респондентам было предложено подобрать определения к словам «китаец» (Китаец – какой?) и «китайский» (Китайский – это какой?). Вслед за И.А. Стерниным мы считаем, что именно «направленный ассоциативный эксперимент дает максимальное количество реакций, позволяющих сформировать ассоциативное поле стимула» [Стернин 2020б:103].

Китаец: смешной, узкие глаза, численность, многочисленный, маленький, красный (цвет одежды), добрый, темноволосый, продающий, умный, образованный, приверженец старых обычаев, китайский певец, шустрый, трудолюбивый, много работающий.

Китайский: современный, некачественный (товар), трудный/сложный (язык), дешевый (товар), мягкий (шелк), белый, полезный, много (товаров), мокрый (???)

Из вышеперечисленного к функционально-коммуникативным характеристикам можно, как мы считаем, отнести характеристику китайского языка (трудный, сложный), а также реакцию – ПРИВЕРЖЕННОСТЬ СТАРЫМ ОБЫЧАЯМ.

В целом китайцы воспринимаются россиянами не через функционально-коммуникативную, а через товарно-бытовую сферу (в анкетах многочисленны упоминания о некачественных, дешевых китайских товарах); через внешние характеристики (узкоглазый, темноволосый); через деловые характеристики (трудолюбивый, много работающий, шустрый); через призму численности китайского населения (многочисленный); через призму личностных характеристик (добрый, умный, образованный). Интересно отметить, что негативных оценок китайцев в реакциях респондентов, по сути, не зафиксировано, что свидетельствует об отсутствии (или об ограниченности) бытовой ксенофобии российской молодежи по отношению к китайцам.

В других экспериментальных исследованиях авторы отмечают большее число функционально-коммуникативных характеристик китайцев, ср., например, ответы на вопрос анкеты по результатам предварительного наблюдения русских студентов за китайцами и их поведением:

Вопрос: Как вы представляете себе типичного китайца?

«Выражение лица: доброе, улыбчивое, спокойное, покорное, жизнерадостное, обычное, не выражающее эмоций, типичное для всех китайцев, сосредоточенное.

Как говорит: быстро, эмоционально, непонятно, пискляво, по-китайски, с акцентом, по-русски, но плохо, медленно, рассудительно, беседует спокойно, не машет руками» [Руженцева 2009:107].

Из сказанного следует, что изучение восприятия коммуникативного поведения людей иной национальности следует вести целой группой экспериментальных методов, в том числе – и методом непосредственного наблюдения и фиксации результатов эксперимента.

2.3. Коммуникативное поведение китайцев в русских поговорах

С целью выявления лексикографических фиксаций поговорок, включающих слово «китайский», нами были проанализированы 1) 2 толковых словаря русского языка под ред. С.И. Ожегова (1990 и 2007); Фразеологический словарь русского языка (2005), составитель М.И. Степанова; Школьный фразеологический словарь русского языка В.П. Жукова (1980); Словарь русского языка в 4-х томах (МАС), 2-й том под ред. А.П. Евгеньевой (1982). Наибольшее количество поговорок, включающих лексику «китайский», представлено в Словаре русского языка в 4-х томах:

КИТАЙСКАЯ ГРАМОТА – о чем-л. недоступном пониманию.

КИТАЙСКАЯ СТЕНА – о полной изолированности от внешних влияний.

КИТАЙСКИЕ ЦЕРЕМОНИИ (шутл., ирон.) – излишняя, преувеличенная вежливость (МАС).

В Школьном фразеологическом словаре В.П. Жукова представлены лишь 2 поговорки:

КИТАЙСКАЯ ГРАМОТА – что-либо совершенно непонятное, непостижимое, недоступное пониманию.

КИТАЙСКАЯ СТЕНА – 1) Непреодолимая преграда; полная изолированность от внешних влияний; 2) Серьезное препятствие, помеха в чем-либо.

Приведенные в словарях контексты употребления этих поговорок свидетельствуют о том, что они достаточно широко распространены в русской речи/тексте и употребляются именно в приведенных выше значениях, ср.:

*Но все попытки его в этом отношении, встречая китайскую стену цензурных запрещений и стеснений... кончались ничем (И. Янжул. Воспоминания).

*За книгой с детства, кроме скуки,/Он ничего не ощущал,/Китайской грамотой – науки,/ Искусство – бреднями считал (Н. Некрасов. Притча о Киселе).

В целом лексикографические интерпретации этих поговорок отражают восприятие китайской письменности (и в целом- грамоты) как очень трудной, сложной, непонятной, а китайского общества в целом – как закрытого, изоли-

рованного и подчиненного множеству этикетных правил. Приведем в заключение исторические справки о происхождении двух паремий.

КИТАЙСКАЯ СТЕНА

На границах старо Китайской империи высится сохранившаяся кое-где и по сей день колоссальная каменная стена. Было время, когда она достигала десятиметровой высоты и семи метров толщины. Стена тянулась, защищая Китай от набегов кочевников, на шесть тысяч километров. Китайские историки утверждали, что строили Китайскую стену два миллиона рабочих под присмотром трехсот тысяч надзирателей. Стена была и остается удивительным памятником зодчества, хотя давно уже утратила военное значение.

Не имеющее себе равных сооружение издавна поражало умы соседних народов. Всюду стали употреблять выражения: «китайская стена», «китайской стеной отгородиться» - для обозначения непреодолимой преграды. Стремления жить обособленно, избегая общения с остальным миром [Вартаньян 1974].

КИТАЙСКИЕ ЦЕРЕМОНИИ

Старый Китай был государством с огромным чиновническим аппаратом, со множеством чванливых вельмож – мандаринов – и с пышным и церемонным двором императора – богдыхана. Двор богдыхана был знаменит на весь мир неопределимо сложными правилами поведения – этикетом. Их было такое множество, что появилась целая наука о придворных церемониях: каждый новый богдыхан заводил дополнительные предписания, поклоны и прочие обычаи.

Постепенно слова «китайские церемонии» стали обозначением вообще утомительных и ненужных условностей, выражения вежливости, доведенного до бессмыслицы [Там же].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Анализ литературы о коммуникативном поведении китайцев в сопоставлении с российским коммуникативным поведением свидетельствует об активном интересе исследователей к сопоставительному аспекту межкультурной коммуникации. Данные в большинстве научных источников получены, как правило, методом непосредственного наблюдения и описания, что говорит о продуктивности этих методов для сопоставительного исследования коммуникативных процессов.

2. Для изучения коммуникативного поведения людей разных национальностей релевантными является и группа психолингвистических методов, в том числе – использованные нами методы свободного и направленного эксперимента.

3. Изучение специфики восприятия людей одной национальности людьми другой национальности является важнейшим аспектом коммуникативных исследований. Знание этой специфики помогает строить эффективное межкультурное общение и продуктивный диалог культур.

4. Данные экспериментальной работы свидетельствуют о том, что Китай и его жители воспринимаются российской студенческой молодежью не столько через специфику китайской национальной коммуникации, сколько через: а) товарно бытовую сферу; б) через внешние характеристики; в) через деловые характеристики; г) через призму численности китайского населения; д) через личностные характеристики.

5. По данным эксперимента, в ответах респондентов преобладает атрибутивный тип реакции на слова-стимулы «китаец», «китайский». Реже встречается номинативный тип реакции и еще реже – функционально-коммуникативный.

6. Данные эксперимента свидетельствуют лишь о двух основных характеристиках китайского коммуникативного поведения, воспринятых и утвердившихся в сознании россиян - это сложность китайского языка и бытовая улыбочность китайцев. В ответах респондентов, по сути, отсутствуют негативные оценки китайского коммуникативного поведения. Негативные оценки массово

отражены в восприятии Китая или китайцев через товарно-бытовую сферу (некачественный/дешевый китайский товар). Оценка россиянами личных и деловых качеств китайцев является, скорее, позитивной, а оценка их внешнего вида - нейтральной.

7. Анализ лексикографических и специальных источников показал, что лексема «китайский» входит в состав трех известных паремий: КИТАЙСКАЯ СТЕНА, КИТАЙСКИЕ ЦЕРЕМОНИИ, КИТАЙСКАЯ ГРАМОТА. Все паремии имеют функционально-коммуникативную направленность и свидетельствуют об исторически сложившемся в России восприятии китайского общества как замкнутого, отгороженного от внешнего мира, имеющего сложный язык, особенно его письменную форму, и сложную, ненужную систему этикетных правил.

8. В целом исследование китайского коммуникативного поведения в сравнении с коммуникативным поведением людей иных национальностей представляет собой перспективное направление научных исследований в области межкультурной коммуникации. Комплексная характеристика коммуникативного поведения людей разных национальностей будет убедительной и достоверной, если она сделана не только с позиций описания национального менталитета, национальных норм и правил, национальных символов и ритуалов, но и с позиций восприятия чужой лингвокультуры. Лишь такое двустороннее описание может дать полную научную картину, которая лежит в основе эффективного диалога культур Востока и Запада.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акишина А.А. Русский языковой этикет. Практикум вежливого речевого общения. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 184с.
2. Алешина Л.Г. О вежливости, о такте, о деликатности. – 4-е изд. – Л.: Лениздат, 1990. – 145с.
3. Амбарова П.А. Межкультурная коммуникация: История. Теория. Методология. – Ек-г: УГТУ-УПИ, 2007. – 91с.
4. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Академия, 2003.- 128с.
5. Байбурин А.К., Топорков А.Л. У истоков этикета. – Л., Наука, 1990. – 167с.
6. Барас В.П. О функциональных особенностях речевого этикета в китайском языке // Пути Поднебесной. Вып. 1. Ч. 1. – Минск: БГУ, 2006. – С. 51-52.
7. Белая Е.Г. Нормы повседневного гостевого этикета в китайской семье // Россия и АТР. – 2007. - № 3. – С. 167-172.
8. Буров В.Г. Китай и китайцы глазами российского ученого. – М.: Астрель, 2000. – 276с.
9. Бушелева Б.В. Поговорим о воспитании. 2-е изд. – М.: Просвещение, 1989. – 202с.
10. Бушелева Е.В. Этикет от «А» до «Я»: Очерки о культуре общения. - Хабаровск: Кн. Изд-во, 1987. – 199с.
11. Вартаньян Э.Д. Из жизни слов. – М.: Детская литература, 1973. – 288с.
12. Васильев Л.С. Культы, религии, традиции в Китае. – М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 2001. – 448с.
13. Васильев Л.С. Этика и ритуал в трактате «Ли Цзи» // Этика и ритуал в традиционном Китае. – М.: Наука, 1988. – С. 173-201.
14. Васильева-Гангнус Л.П. Азбука вежливости. – 2-е изд. – М.: Педагогика, 1984. – 198с.

15. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994. – 113с.
16. Вовк Ю.Г. Культура приветствия // Воспитание школьников. – 2003. - № 10. – С. 41-44.
17. Воронкова Л.П. Этикет в русской культуре. – М.: Издание Моск. пед. общества, 1996. – 94с.
18. Все об этикете. – М.: Уником, 1995. – 214с.
19. Газизов Р.А. О современном коммуникативном этикете // Русская речь. – 2009. - № 3. – С. 36-41.
20. Глазачева Н.Л. Категория вежливости в китайском языке и ее языковая реализация в свете специфики китайского ассоциативного мышления // Россия и Китай: аспекты взаимодействия и взаимовлияния. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2009. – С. 37-40.
21. Глушкова С.Ю. Особенности лексических средств выражения категории вежливости в английском и китайском языках // Вестник университета Российской академии образования. – 2001. №1. – С. 72-74.
22. Гришаева Л.И. Специфика деятельности коммуникантов в межкультурной среде. – Воронеж: Научная книга, 2009. – 262с.
23. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – Воронеж: Воронежск. Гос. ун-т, 2003. – 369с.
24. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 272с.
25. Гольдин В.Е. Речь и этикет. – М.: Просвещение, 1983. – 109с.
26. Гольдин В.Е. Этикет и речь. – Саратов: 1978. – 265с.
27. Дорохов А.А. Это стоит запомнить: Книга о том, как себя вести, чтобы тебе и другим было лучше и приятнее жить. – М.: Дет. лит-ра. 1969. – 187с.
28. Ефименко Н.Н. Диалог культур в современном мире (социокультурная адаптация иностранцев, языковая интерференция, языковедческий аспект) // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: УМГПУ, 2009. – С. 38-41.

29. Жданова Е.В. Личность в коммуникации: практикум по речевому взаимодействию. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 176с.
30. Изюмская С.С. Русский язык и культура речи. – М.: Академцентр, 2010. – 384с.
31. Козельская Н.А., Ван Чжицзинь. Контрастивное описание русских и китайских соматических речений, обозначающих мимику и движение головой // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>.
32. Кравец Ю.Л. К вопросу о методах социальной адаптации иностранных студентов в условиях интеграции образовательных систем// Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. - С. 45-49.
33. Ларина Т.В. Вежливость как предмет научного исследования // Коммуникативное поведение. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. - Воронеж: Изд-во Истоки, 2003. – С. 22-47.
34. Ларина Т.В. Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория // Коммуникативные исследования. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки, 2003. – С.48-56.
35. Ларина Т.В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах. – М.: РУДН, 2003. – 345с.
36. Лунина О.А. Из наблюдений над некоторыми особенностями китайского гостеприимства // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>.
37. Львов М.Р. Основы теории речи. – М.: АКАДЕМИЯ, 2000. – 248с.
38. Лю Вэй Цзинь. Категория вежливости в русском и китайском общении (выражение благодарности) // Коммуникативные исследования. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки, 2003. – С. 149-158.
39. Миронова О.А. Этническая специфика коммуникации в условиях взаимодействия культур// Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009.- С. 59-61.

40. Михайлова О.А., Голомидова М.В. Шаги к искусной речи. – Пермь: ЗУУНЦ, 1995. – 120с.
41. Мы живем среди людей: Кодекс поведения. – М.: Политиздат, 1989. – 156с.
42. Малышев М.И. Из истории русского этикета // Советский этикет. – Л.:, 1974. – 71с.
43. Назарова И.В. Обращение по имени в китайском коммуникативном поведении // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>.
44. Никитина Л.Б. Что русскому душа, то китайцу тело? (Человек глазами представителей разных лингвокультур) // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. - С. 265-270.
45. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. – М.: Флинта. Наука, 1998.- 312с.
46. Попов А.С. Феномен вежливости в условиях восточной культуры (на примере Японии и Китая) // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2010. - № 8. – С. 267-276.
47. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 328с.
48. Рудакова А.В. В чем специфика «азиатской» вежливости?// Коммуникативные исследования. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки, 2003. – С.160-170.
49. Руженцева Н.Б. Бытовая ксенофобия или ксенофобия СМИ? // Опыт и методика преподавания национальных языков государств – членов Шанхайской организации сотрудничества. – Ек-г – М.: 2009. – С.106-109
50. Руженцева Н.Б., Антонова Ю.А. Межнациональный дискурс: модель в контексте эпохи. – Ек-г: УрГПУ, 2013. – 292с.
51. Русское и китайское коммуникативное поведение / Под ред. И.А. Стернина. Вып.1. – Воронеж, 2002. – 76с.

52. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высш. Школа, 2005. – 310с.
53. Сапига Е.В. Эмпатия в межкультурной коммуникации//Русско-китайские языковые связи и проблемы междивизиационной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. - С. 68-72.
54. Селезнева Г.Я. Контрастивное описание китайского и русского вербального коммуникативного поведения САЙТ!!!
55. Серебрякова Р. В. Комплимент как формы выражения вежливости в русском и английском коммуникативном поведении// Коммуникативное поведение. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки, 2003. – С. 133-149.
56. Словарь по этике. Изд. 4-е. – М., 1983. – 480с.
57. Смолка К. Правила хорошего тона. Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1980. – 267с.
58. Советский этикет. – Изд. 2-е. Л.: Наука, 1974. – 287с.
59. Солоян К.А. Культурная и структурно-семантическая специфика китайского поздравления //ИГЛУ. – 2009. - № 4. – С. 105-112.
60. Сорокин П. Человек, цивилизация, общество. – М.: Изд-во политической литературы, 1992. – 456с.
62. Стадников М.Г. Межкультурная коммуникация. – СПб: СПбГУ, 2007. – 93с.
63. Стернин И.А. Коммуникативное поведение и межкультурная коммуникация // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>.
64. Стернин И.А. Контрастивная лингвистика. – Воронеж: Истоки, 2004. – 189с.
65. Стернин И.А. Модели описания коммуникативного поведения. – Воронеж: Истоки, 2002. – 174с.
66. Стернин И.А. Некоторые отличия китайского невербального поведения от русского. Различия русских и китайских невербальных сигналов. // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>

67. Стернин И.А. О некоторых особенностях китайского вербального коммуникативного поведения на фоне русского // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>.

68. Стернин И.А. Проблемы описания вежливости как коммуникативной категории// Коммуникативное поведение. Вып. 17. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки, 2003. – С. 22-47.

69. Стернин И.А. Русский речевой этикет. – Воронеж: Истоки, 1996. – 134с.

70. Стернин И.А. Экспериментальные методы в лингвистической концептологии// Психолингвистические аспекты речевой деятельности. – Ек-г: Ур-ГПУ, 2006. – С. 102-113.

71. Сюй Сяо Бо, И.П. Лысакова. Национальная специфика языковой объективации категории «вежливость» в русской и китайской коммуникативной культурах// Коммуникативные исследования. Вып. 17. – Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки. 2003. – С. 158-160.

72. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.:МГУ, 2004. – 352с.

73. Толерантность. – М.: Республика, 2004. – 416с.

74. Федорченко П.Ю. Гонорифический потенциал речи как основа идеального речевого поведения (на материале романа Ф.М. Достоевского «Идиот»). Автореф. дис... канд. филол. наук. Белгород: 2001. – 24с.

75. Формановская Н.И. Вы сказали «Здравствуйте!» Речевой этикет в нашем общении. – М.:1982. – 178с.

76. Формановская Н.И. Культура общения и речевой этикет. – М.: ИКАР, 2002. – 265с.

77. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: нормативный и социокультурный контекст. – М.: Русский язык, 2002. – 287с.

78. Формановская Н.И. Речевой этикет. Русско-китайские соответствия: справочник. – М.: Высшая школа, 2007. – 27с.

79. Формановская Н.И. Речевой этикет и вежливость // Русская словесность. – 2001, № 3. – С. 65-72.
80. Формановская Н.И. Теория общения и речевой этикет // Русский язык за рубежом – 2010. - № 1. – С. 49-55.
81. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. – М.: Изд-во «Инфра-М», 1995. – 78с.
82. Чжу Юйфу. О различиях в русском и китайском коммуникативном поведении // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>
83. Чэнь Лэй. Национально-культурная специфика новогоднего поздравления (в русском и китайском языках) // Интерпретация текстов: лингвистический. Литературоведческий и методический аспекты. – 2010.- № 1. – С. 407-409.
84. Шабанова А.Б., Лан Сяонин. Термины родства в китайском языке // <http://zavantag.com/docs/427/index-2017082.html>.
85. Шилкина Ю.В. Опыт международного сотрудничества между Россией и Китаем на примере ГОУ ВПО «Красноярский государственный торгово-экономический институт» //Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире. – Омск: ОмГПУ, 2009. - С. 84-87.
86. Шляхов А.А. Китай и китайцы. Привычки. Загадки. Нюансы. – М.: Астрель, Владимир: ВКТ, 2012. – 350с.
87. Язык и национальное сознание: Вопросы теории и методики. – Воронеж: Воронежск. Гос. ун-т, 2002. – 314с.