

ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА ГОРОДА В СОЗНАНИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР

Одной из актуальных мировых проблем является миграция молодежи из сельской местности в большие города. Данная статья посвящена проблеме выявления сходных и различных представлений о городе молодых людей в возрасте от 18 до 26 лет, принадлежащих разным культурам (русской и китайской). В работе устанавливается социокультурная специфика и трансформации образа города в сознании современной молодежи, выявляются направления ценностного осмысления города представителями двух культур и обнаруживаются причины наблюдаемых территориальных и социальных изменений, позволяющие прогнозировать перспективность развития города в целом.

Ключевые слова: образ города, свободный ассоциативный эксперимент, концепт, ценности, русская и китайская лингвокультуры.

Одним из основных результатов прошедшего столетия стала быстрая урбанизация. В 2008 году, впервые в истории человечества, численность городского населения превзошла численность сельского. По данным ООН на июль 2014 г., 54 % населения Земли проживает в городах, и, как ожидается, этот показатель увеличится до 66 % к 2050 г. [1, с. 1].

Рост городского населения в большой степени связан с экономическими преимуществами, которые дает проживание в городе. Негативные стороны городской жизни зачастую не являются препятствием при выборе места жительства. Повышение роли городов, миграция сельского населения, процессы глобализации в целом и являющееся их следствием изменение социального сознания в последнее время изучаются специалистами разных направлений – экономики, географии, психологии и т. п. Лингвистические исследования также могут привести немало интересного в изучение причин территориальных и социальных трансформаций. Обращение к лингвистическим методам позволяет «проникнуть» в сознание человека, выявить его представления о том или ином фрагменте действительности, сделать вывод об универсальных и национально-специфичных особенностях восприятия и концептуализации действительности.

С точки зрения когнитивистики и лингвокультурологии, *город* – это относительно устойчивая, существующая в массовом и индивидуальном сознании совокупность эмоционально-оценочных и рациональных представлений о данном пространстве, складывающаяся на основе информации, полученной из различных источников и собственного чувственного и практического опыта [2, 3]. Отсюда, установление способов концептуализации *города* представителями той или иной культуры позволит глубже понять причины миграционного движения в мире.

Концептуализация действительности как процесс преломления в сознании человека окружающего мира [4] тесно связана с языком, протекает при помощи языка и имеет своим результатом образование концептуальных структур или концептов. Каждый язык осуществляет концептуализацию мира по-своему и формирует свою концептосферу как сложную совокупность концептов, имеющих как национально-специфичный, так и универсальный характер. Концепты при этом представляют собой некие ментальные единицы, структурированные представлениями, культурными установками, стереотипами и т. п. [5]. Концепт *город* является частью концептосферы человека и относится к разряду универсальных социальных концептов [6], составляющих основу картины мира. Однако универсальность концепта, связанная с его представленностью в различных картинах мира, вовсе не означает, что содержание данного концепта будет единообразным в различных лингвокультурах. Так, например, сопоставление вариантов репрезентации данного концепта в русском и английском языках выявило существенные различия в ценностной и образной составляющей структуры концепта [7]. В связи с этим представляется, что обращение к таким разным лингвокультурам, как русская и китайская, окажется чрезвычайно интересным в плане обнаружения сходств и различий в структуре концепта *город*, а также позволит сделать вывод о значимости данного фрагмента действительности для представителей двух культур.

Концепт является сложным образованием, включающим в себя понятийный, образный и ценностный компоненты [8]. Некоторые исследователи также говорят об этимологическом [9], значимостном [10] и ассоциативном [11] компонентах. Очевидно, что всестороннее изучение концепта *город* сложно вместить в рамки одной статьи. В связи с этим целью данной работы является установление сходств и различий в ценностной составляющей структуры

концепта *город* в русской и китайской лингвокультурах. При этом под ценностной составляющей концепта мы будем понимать, вслед за В. И Карасиком, признаки, связанные с оценочной характеристикой концепта [8]. Таким образом, задачей становится выявление отношения представителей двух лингвокультур к *городу*, отражающего в итоге их восприятие последнего по аксиологической шкале «хорошо» – «плохо».

Основным методом исследования выступает свободный ассоциативный эксперимент. Выбор данного метода обусловлен тем, что установление особенностей ценностного восприятия фрагмента действительности предполагает обращение к актуальным, сиюминутным реакциям реципиентов. Ассоциативный эксперимент обеспечивает доступ к сознанию человека, позволяет выявить представления «среднего» носителя культуры, его мотивы и оценки [12, с. 140]. Данные ассоциативного эксперимента дают возможность сделать вывод о формах ценностного освоения мира, факторах, определяющих поведение испытуемых, их духовную/материальную культуру.

Участниками свободного ассоциативного эксперимента стали представители двух лингвокультур – русской и китайской, а именно: 20 китайских студентов Национального исследовательского Томского политехнического университета, обучающихся по международным программам академических обменов, и 30 русских студентов Томского архитектурно-строительного университета в возрасте от 18 до 26 лет.

Гипотезой исследования послужило представление о том, что восприятие *города* должно демонстрировать сходные черты в рамках двух культур. Об этом может свидетельствовать тот факт, что в русском и китайском языках словарные определения лексемы *город* практически совпадают. Так, согласно «Современному толковому словарю русского языка» С. И. Ожегова, *город* – крупный населенный пункт, административный, промышленный, торговый и культурный центр [13]. В китайском языке *город* (城市 (chéng shì)) определяется как густонаселенный пункт с развитой промышленностью и торговлей, обычно являющийся политическим, экономическим и культурным центром региона [14]. Различия в данных определениях касаются лишь того факта, что в китайском языке подчеркивается плотность населения города, что объясняется объективными причинами, связанными с численностью населения Китая вообще.

С другой стороны, в ходе исследования могут обнаружиться определенные социокультурно обусловленные различия. Восприятие города также может носить ярко выраженный субъективный характер.

В ходе свободного ассоциативного эксперимента респондентам предлагалось слово-стимул *город*, на который участники должны были привести ассоциации, возникающие в их сознании. Респонденты были свободны от каких-либо ограничений и могли включать слова-реакции, принадлежащие любой части речи, реакции-фразы, предложения и т. п. Все полученные множественные свободные ассоциации впоследствии подсчитывались, ранжировались по степени частотности и анализировались с точки зрения смыслового содержания, отражающего эмоциональное, прагматическое, позитивное и негативное аксиологическое восприятие *города* усредненным респондентом китайской и российской культуры.

Итак, смоделируем образ *города*, репрезентированный в языковом сознании русских и китайских участников эксперимента.

От русскоязычных респондентов на слово-стимул *город* было получено всего 278 реакций, 40 из которых единичные. Китайские респонденты привели всего 282 ассоциативные реакции, из которых 15 представляют собой единичные реакции.

При этом реакции русских студентов оказались более разнообразными и в большей степени связанными с индивидуальным опытом респондентов. Это, в частности, проявилось в увеличении количества единичных реакций по сравнению с китайскими студентами (40 к 15).

Самые частотные реакции русских и китайских респондентов весьма схожи. Так, на первом месте у русских студентов находится реакция *пробки*, которая была упомянута 21 респондентом, и *загрязненность* (17 респондентов). Практически все китайские студенты поставили на первое место *загрязнение окружающей среды* (18 из 20 возможных реакций). Таким образом, молодые люди обеих культур вполне осознают основные проблемы современного *города* и в первую очередь ассоциируют *город* именно с ними.

Несмотря на это, с позиций эмоционального восприятия, большинство реакций русских и китайских студентов на слово-стимул *город* являются положительными: 171 позитивная реакция против 107 негативных у русских студентов и 211 против 71 у китайских студентов соответственно. *Город* рассматривается представителями обеих культур с точки зрения как возможностей для самореализации, общения, так и удобства организации и комфортности среды.

В целом все полученные ассоциаты можно разделить на несколько групп, отражающих направления оценки тех или иных элементов *города* и раскрывающих отдельные смыслы слова-стимула *город*:

1. **Город – это возможности для самореализации.**

От русских студентов было получено 62 реакции, или 22 % от общего количества реакций, так или иначе характеризующих шансы человека на достижение успеха в получении образования, поиске работы и выстраивании карьеры: *работа и карьера (16), образование (15), возможности (13), общение с новыми людьми (5)* (здесь и далее в скобках приведено количество полученных реакций). При этом, наряду с позитивной оценкой возможностей самореализации, русские респонденты отмечают и последствия чрезмерной занятости: *суэта (5), нехватка времени (4), рутина (3), быстрый темп жизни (1)*. Китайские респонденты показали 40 ассоциатов (14 % от общего количества реакций), относящихся к данному смысловому полю: *работа (14), университет (12), образование (8), школа (6)*. Несмотря на то, что наблюдаются количественные различия между реакциями русских и китайских участников эксперимента (22 % и 14 % реакций соответственно), показатели самых частотных реакций и их содержание позволяют говорить о равнозначном восприятии *города* с точки зрения предоставляемых им возможностей представителями обеих культур.

2. *Город – это комфортная среда.*

В рамках проведенного эксперимента было обнаружено, что и русские и китайские студенты высоко ценят бытовые преимущества *города*, рассматривая его как удобно организованное пространство, предоставляющее возможность комфортного проживания. Среди русских респондентов было получено 58 реакций (21 %), характеризующих данную сферу: *большие магазины (13), развитая инфраструктура (9), цивилизация (5), своевременная медицинская помощь (4), удобно (3), все рядом (3), парки (2), транспорт (2), чисто (2), все условия (2), музеи (2), театры (2), доступность (2), проблема с жильем (2), хорошие дороги (1), горячая вода (1), комфортно (1), библиотеки (1), больницы (1)*. Среди реакций китайских респондентов ассоциации, посвященные оценке бытовой сферы, занимают первое место по частотности и в совокупности составляют 42 % от общего количества полученных реакций: *удобный транспорт (14), университет (12), магазины (10), здания (10), машины (8), стадион (8), вкусная еда (8), парк (8), модный (6), супермаркет (6), хорошая одежда (6), проблема жилья (6), современный (4), удобный (4), администрация (3)*.

3. *Город – это престиж и статус.*

С точки зрения престижности и статусности, реакции русских и китайских студентов соотносимы по содержанию и количеству: 29 реакций (10 %) от общего количества было получено от русских студентов и 30 ассоциатов (также 10 %) – от китайских респондентов. Русские моло-

дые люди отмечают *высокие здания (13), величественные сооружения (1), крутые машины (1), современную архитектуру (1), деньги (4), зависимость от денег (4), красоту (3), компетентность специалистов (1), инновации (1)*. Китайские молодые люди приводят следующие характеристики *города* в рамках данного параметра: *модный (6), хорошая одежда (6), современный (4), хорошая жизнь (4), удобный (4), администрация (3), большие шансов (1), большие зарплата (1), информация (1)*. При этом, как показывают числовые данные, этот параметр не является существенным для представителей обеих культур.

4. *Город – это развлечения.*

Каждый второй русский респондент отметил рекреационные возможности *города*: *отдых и развлечения (14)*. Для китайских студентов *город* прежде всего связан с *работой (14)*, а развлечениям китайские респонденты не придают большого значения: только четыре респондента включили реакцию *больше мест для развлечения* в список своих ассоциаций.

5. *Город – это экологические проблемы.*

Практически все негативные реакции респондентов группируются вокруг данного смыслового поля, которое оказывается наиболее значимым при оценке *города* и русскими, и китайскими студентами. Так, 64 реакции русских молодых людей, или 23 % от общего числа, касаются проблем окружающей среды и их последствий: *пробки (21), загрязненность (17), шум (12), депрессия (3), болезни (3), стрессы (2), опасности (пожар, электричество и т. п.) (1), нет единения с природой (1), мало зелени (1), пыль (1)*. 53 реакции китайских студентов, что составляет 19 % от общего количества, также связаны с экологическими проблемами: *загрязнение окружающей среды (18), пробки на дорогах (12), много мусора (10), шум (8), нездоровый образ жизни (3), беспокойный (2)*. Это означает, что и русские, и китайские респонденты полностью осознают негативные стороны городской жизни, являющиеся следствием процесса урбанизации.

6. *Город – это нездоровый образ жизни.*

Эмоциональное восприятие *города* как пространства, оказывающего психологическое давление на человека и отрицательно влияющего на его здоровье, характерно для представителей обеих культур. Так, китайские респонденты отмечают *психологическое давление (8)* и *нездоровый образ жизни (3)*, что соотносимо с такими ассоциациями русских студентов, как *депрессия (3), болезни (3), стрессы (2)*. При этом русские респонденты приводят дополнительные негативные реакции, отмечая *суету, рутинность существования городского жителя, болезни и стрессы, являющиеся результатом плохой экологии, нехватки времени и быстрого*

темпа жизни в городе: *суета (5), нехватка времени (4), зависимость от денег (4), рутина (3), депрессия (3), болезни (3), стрессы (2), злые люди (2), нервы (1), опасности (1), цены (1), конфликты с людьми (1), хмурые люди (1), люди-эгоисты (1)*.

Таким образом, результаты проведенного эксперимента позволили выявить то содержание понятия *город*, которое вкладывают в него русские и китайские молодые люди. Оценка *города* нашими респондентами – представителями двух разных культур в первую очередь связана с прагматическим восприятием городского пространства как обеспечивающего определенный потенциал для развития человека и удовлетворения его потребностей. В этом смысле в сознании современных молодых людей создается позитивная модель *города*, в котором есть возможность получить хорошее образование, трудоустроиться, реализовать себя, насладиться бытовым комфортом и развлечениями. С другой стороны, *город* ассоциируется и с негативными моментами, связанными с экологическими проблемами и нездоровым образом жизни. Интересно, что именно в оценке отрицательных аспектов проживания в городе представители русской и китайской лингвокультур абсолютно единодушны и показывают аналогичные по содержанию и частотности реакции.

В позитивной оценке *города* наблюдаются отличия, касающиеся степени значимости отдельных аспектов для русских и китайских респондентов. Все реакции русских молодых людей, за исключением тех, которые относятся к характеристике престижности проживания в городе, распределяются

достаточно равномерно, что говорит о равнозначности выделенных аспектов (*самореализация, комфорт, развлечения*) для представителей русской лингвокультуры. Китайские респонденты существенно выделили аспект, связанный с комфортностью проживания в городе, показав 42 % или абсолютное большинство реакций, посвященных данному моменту. С другой стороны, китайские студенты практически не придают значения развлечениям, в большей степени оценивая преимущества города в плане трудоустройства, в то время как русские молодые люди указали развлечения в числе наиболее значимых аспектов.

Итак, исходя из полученных ассоциативно-вербальных реакций, можно сделать вывод, что представления о *городе* русских и китайских молодых людей обнаруживают как сходные, так и различные черты. Представители обеих культур достаточно прагматичны в своем восприятии *города*. И те и другие в полной мере осознают как блага, которые может дать им проживание в городе, так и проблемы, с которыми придется столкнуться. Тем не менее большинство респондентов (90 % русских студентов и 95 % китайских студентов) в рамках проведенного после эксперимента опроса высказались в пользу проживания в городе, руководствуясь прежде всего положительными сторонами, связанными с возможностями поиска работы по профессии, зарабатыванием денег, комфортностью проживания и разнообразием развлечений. Это означает, что процесс роста городского населения также вряд ли прекратится в ближайшие десятилетия.

Список литературы

1. United Nations. Department of Economic and social Affairs. Population Division. World Urbanization Prospects: The 2007 Revision. Highlights. New York, 2008. URL: <http://esa.un.org/Unpd/Wup/Highlights/WUP2014-Highlights.pdf> (дата обращения: 13.08.2015).
2. Mymrina D. F., Abdrashitova M. O. The Concept of Hometown in German, Russian and Vietnamese Cultures (Experimental Studies) // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Vol. 6. № 3. S 1. P. 499–506.
3. Бабенко И. И. Специфика эстетической актуализации концепта *город Томск* в региональном поэтическом дискурсе // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2011. Выпуск 3 (105). С. 54–59.
4. Залевская А. А. Психолингвистические проблемы семантики слова. Калинин: Изд-во КГУ, 1982. 80 с.
5. Токарев Г. В. Концепт как объект лингвокультурологии (на материале репрезентаций концепта «труд» в русском языке). Волгоград: Перемена, 2003. 213 с.
6. Пименова М. А. Типы концептов и этапы концептуального исследования // Вестник КемГУ. 2013. Т. 2 Выпуск 2 (54). С. 127–131.
7. Голева С. А. Лингвокультурологический и ономастический компоненты концепта «город» в русском и английском языках: дис. ... канд. филол. наук, Омск, 2001. 198 с.
8. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
9. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. М.: Академ. проект, 2004. 991 с.
10. Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: Гнозис, 2004. 192 с.
11. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград: Перемена, 2004. 340 с.
12. Уфимцева Н. В. Русские: опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. ст. / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М., 1996. С.139–162.

13. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2010 г. URL: <http://ozhegov.textologia.ru/> (дата обращения: 13.08.2015).
14. Электронный словарь 汉语词典在线查询 cidian.xpcha.com URL: <http://cidian.xpcha.com/03dgcbnhqjx.html> (дата обращения: 13.08.2015).

Васильева С. Л., кандидат филологических наук.

Томский государственный архитектурно-строительный университет.

Пл. Соляная 2, Томск, Россия, 634003.

E-mail: vasilyeva_sl@mail.ru

Мымрина Д. Ф., кандидат филологических наук, доцент.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет.

Пр. Ленина, 30, Томск, Россия, 634050.

E-mail: dina_mymrina@yahoo.com

Материал поступил в редакцию 05.02.2016.

S. L. Vasilyeva, D. F. Mymrina

THE PERCEPTION OF TOWN BY RUSSIAN AND CHINESE SPEAKERS

The migration of the youth from rural areas to big cities is one of the biggest global problems nowadays. The article deals with similarities and differences in town perception by young people aged 18 to 26, who belong to different cultures (Russian and Chinese). As a result, specific socio-cultural factors and differences in town perception among the youth are revealed, the ways of axiological conceptualization of the city by the representatives of the two cultures are distinguished and, as a result, the causes of the undergoing territorial and social transformations are identified, which allows predicting the prospects of town development in future.

Key words: *the image of town, free associative experiment, concept, values, Russian and Chinese lingvocultures.*

References

1. *United Nations. Department of Economic and social Affairs. Population Division. World Urbanization Prospects: The 2007 Revision. Highlights. New York, 2008.* URL: <http://esa.un.org/Unpd/Wup/Highlights/WUP2014-Highlights.pdf> (accessed 13 August 2015).
2. Mymrina D. F., Abdrashitova M. O. The Concept of Hometown in German, Russian and Vietnamese Cultures (Experimental Studies). *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2015, vol. 6, no. 3, s. 1, pp. 499–506.
3. Babenko I. I. Spetsifika estesticheskoj aktualizatsii kontsepta *gorod Tomsk* v regional'nom poeticheskom diskurse [Specific features of aesthetic actualization of the concept *the city of Tomsk* in the regional poetic discourse]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2011, no. 3 (105), pp. 54–59 (in Russian).
4. Zalevskaya A. A. *Psikholingvisticheskiye problemy semantiki slova* [Psycholinguistic problems of word semantics]. Kalinin, 1982. 80 p. (in Russian).
5. Tokarev G. V. *Kontsept kak obyekt lingvokul'turologii (na materiale reprezentatsiy kontsepta "trud" v russkom yazyke)* [Concept as an object of lingvoculturological studies (on the basis of representations of the concept "labour" in the Russian language)]. Volgograd, Peremena Publ., 2003. 213 p. (in Russian).
6. Pimenova M. V. Tipy kontseptov i etapy kontseptual'nogo issledovaniya [Types of concepts and the stages of conceptual study]. *Vestnik KemGu – KemSU Bulletin*, 2013, vol. 2, issue 2 (54), pp. 127–131 (in Russian).
7. Goleva S. A. *Lingvokul'turologicheskiy i onomasticheskiy komponenty kontsepta "gorod" v russkom i angliyskom yazykakh. Dis. kand. filol. nauk* [Lingvocultural and onomastic components of the concept "city" in the Russian and English languages. Thesis of cand. philol. sci.]. Omsk. 2001. 198 p. (in Russian).
8. Karasik V. I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Moscow, Gnozis Publ., 2004. 390 p. (in Russian).
9. Stepanov Y. S. *Konstanty. Slovar' russkoy kul'tury* [Constants. The dictionary of Russian culture]. Moscow, Akadem. proekt Publ., 2004. 991 p. (in Russian).
10. Vorkachev S. G. *Schast'ye kak lingvokul'turny kontsept* [Happiness as a lingvocultural concept]. Moscow, Gnozis Publ., 2004. 192 p. (in Russian).
11. Slyshkin G. G. *Lingvokul'turnye kontsepty i megakontsepty* [Lingvocultural concepts and megaconcepts]. Volgograd, Peremena Publ., 2004. 340 p. (in Russian).
12. Ufimtseva N. V. Russkiye: opyt eshche odnogo samopoznaniya [The Russian: the experience of yet another self]. *Etnokul'turnaya spetsifika yazykovogo soznaniya* [Ethno-cultural specificity of language consciousness]. Moscow, Institut yazykoznavaniya RAN Publ., 1996. pp. 139–162 (in Russian).
13. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. *Sovremennyy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Modern Dictionary of the Russian language]. Moscow, 2010. URL: <http://ozhegov.textologia.ru/> (accessed 13 August 2015) (in Russian).
14. *Electronic dictionary 汉语词典在线查询 cidian.xpcha.com* URL: <http://cidian.xpcha.com/03dgcbnhqjx.html> (accessed 13 August 2015).

Vasilyeva S. L.

Tomsk State University of Architecture and Building.

Pl. Solyanaya 2, Tomsk, Russia, 634003.

E-mail: vasilyeva_sl@mail.ru

Mymrina D. F.

Tomsk Polytechnic University.

Pr. Lenina, 30, Tomsk, Russia 634050.

E-mail: dina_mymrina@yahoo.com