Научная статья
УДК 81'22:81'282.2:81'25
DOI: 10.5281/zenodo.22910633

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ТОПОНИМА КИТАЙ В СОЗНАНИИ РОССИЙСКОЙ И КИТАЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ[2]

© 2026 *М.Ю. Криницкая*
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет»
ORCID 0000-0002-7265-1932

Эта статья доступна по лицензии Attribution 4.0 International https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ru

В статье представлена реконструкция концепта КИТАЙ в сознании российской и китайской молодежи. Цель работы — выявить специфику концептуализации топонима в параллельных выборках. Применены лексикографический анализ, ассоциативный эксперимент и метод семантического дифференциала. Обнаружена устойчивая асимметрия восприятия: в русской лексикографии КИТАЙ — государство с четкими административными границами, а в китайской — «цивилизационная вселенная». Ассоциации русских связаны с символами и товарами, китайцев — с национальными ценностями и идентичностью. Выявлен разрыв в оценках по шкале «Традиционный — Современный». Результаты исследования имеют практическую значимость в лингводидактике и межкультурной коммуникации: они позволяют корректировать учебные материалы, образовательные подходы и коммуникативные стратегии взаимодействия с учетом культурно-онтологических расхождений в восприятии концепта носителями русской и китайской культур.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, когнитивная лингвистика, концепт КИТАЙ, семантический дифференциал, сопоставительный анализ, топонимический концепт.

Для цитирования: Криницкая М.Ю. Концептуализация топонима КИТАЙ в сознании российской и китайской молодежи / М.Ю. Криницкая // Вестник Донецкого национального университета. Серия Д. Филология и психология. — 2026. — № 5. — С. 112–122. — https://doi.org/10.5281/zenodo.22910633.

Введение. В современных стремительно изменяющихся условиях геополитики, характеризующихся наращиванием стратегического партнерства между Россией и Китаем, аспект взаимного восприятия носителей русской и китайской культуры становится весьма важным. Представление о соседствующем партнере, которое уже ранее закрепилось в ментальных структурах нашего подсознания, не является статичным: оно в состоянии изменяться, а порой и трансформироваться вовсе. Ввиду этого исследование репрезентации концепта КИТАЙ становится не только предметом изучения в академическом пространстве, но и явлением межкультурной коммуникации, способствующим ведению эффективного диалога. В работе фокус наблюдения смещается с экстралингвистических факторов к лингвокогнитивным механизмам. Как именно в условиях, с одной стороны, глобализации и цифровизации, а с другой стороны, многополярности формируется концепт? Какие слои нашего сознания активируются при номинации китайской («чужой») культуры?

[2] Автор выражает искреннюю благодарность магистру лингвистики У Цзинюй за оказанную помощь в сборе эмпирических данных в китайской аудитории и в уточнении ряда значений слов-реакций.

Л.П. Иванова относит КИТАЙ к универсально-прецедентным топонимам [5, с. 11]. Данный мощный культурный объект судя по всему понятен всем. Тем не менее чрезвычайно важно сопоставить и понять, что думают и говорят о Китае в России и что думают и говорят китайцы сами о себе, чтобы в процессе реализации межкультурного диалога не допустить погрешностей, которые впоследствии смогут привести к конфликтам.

Исследования последних лет демонстрируют постоянный интерес к данной теме, однако его структура является неоднородной. К примеру, часть работ концентрируется на вербализации концепта через медиадискурс, другая часть — изучает корпусные данные. При анализе этимологии и фразеологии было обнаружено, что в русской языковой картине мира (РЯКМ) КИТАЙ воспринимается как более близкий и материальный объект, чем в английской лингвокультуре [3, с. 107]. При исследовании данных Национального корпуса русского языка были выделены когнитивные признаки *«обширная территория»* и *«быстрый экономический рост»* [14, с. 189]; в работах подчеркивается связь с идеологическим контекстом при анализе метафорических моделей (*«экономический тигр»*, *«Дракон Востока»*) и образе Китая в российских СМИ [7; 8].

В тоже время привлекают внимание психолингвистические исследования, которые применяют экспериментальные методы. Так, к примеру, авторы формируют структуру ассоциативного поля, отмечая при этом доминирование лексико-семантических групп *«народ»* и *«культура»* [13, с. 79]. Применение методики ассоциативного эксперимента (АЭ) помогло установить синкретизм в восприятии восточноазиатских культур, поверхность знаний о философии [1, с. 30], стереотипные представления о китайцах, выявление таких качеств как *«трудолюбие»*, *«приверженность традициям»* [4, с. 6].

Однако при изучении исследований по данной теме прослеживается некая асимметрия: авторы ограничиваются анализом лишь русской лингвокультуры. Но насколько данные о русском восприятии соотносятся с концептуализацией китайцами собственной страны на современном этапе?

При понимании логики китайской языковой картины мира (КЯКМ) приходится учитывать ключевые особенности китайской коммуникации — вежливость, «сохранение лица», ритуальность, которые в свою очередь определены конфуцианскими ценностями [6, с. 77]. Вместе с тем авторы обращают внимание на центральную роль гармонии, коллективизма и диалектического сочетания традиций и модернизации [9]. Китайцы, как полагает исследователь М.А. Васильева, чаще используют визуальное, круговое, субъективное, комплексное («снаружи внутрь»), всестороннее и «коллективистское» мышление. В тоже время русским характерно логическое, линейное, объективное, аналитическое («изнутри наружу») и «индивидуалистическое» мышление [15, с. 41].

Анализируя образ КИТАЯ через фразеологизмы и ассоциативные словари, авторы-исследователи некоторых работ заявляют, что созрела необходимость сопоставительно анализа. Они констатирует ограниченность анализа исключительно русскоязычным материалом и намечают необходимость сравнения с китайским в перспективе [2; 11; 12].

Таким образом, данное исследование представляется актуальным и обладает научной новизной, так как направлено на восполнение выявленного пробела. Цель работы — провести комплексное сопоставление на уровне глубинных когнитивных структур, выявленные через психолингвистические методы в параллельных русской и

китайской аудиториях, что в свою очередь позволит установить не только универсальные, но и культурно-специфические черты в восприятии концепта КИТАЙ.

Материалы и методы исследования. Эмпирическая база исследования сформирована посредством комплекса методов: лексикографического метода, свободного АЭ и метода семантического дифференциала (СД). Использование психолингвистических методов позволяет сочетать качественный анализ семантических полей с количественной оценкой эмоционального восприятия. В эксперименте принял участие 221 человек (113 русских студентов и 108 студентов из Китая в возрасте 16–25 лет). Восприимчивость молодежи к медиадискурсу и цифровым трендам делает ее восприятие релевантным для изучения современных тенденций. Все китайские участники на момент сбора данных (июнь 2025 г.) обучались в российском вузе, во Владивостокском государственном университете. Фактор нахождения респондентов в инокультурной среде учитывался как методологическое ограничение.

Основная часть. Под концептом в российской когнитивной лингвистике, вслед за Е.С. Кубряковой, Ю.С. Степановым, В.В. Воробьевым и др., понимается оперативная единица человеческой памяти, ментального лексикона и концептуальной системы языка, которая способна обладать сложной понятийной, ценностной структурой, включающей образность. Причем последняя воспринимается как чувственно-воспринимаемый компонент концепта, некая визуализированная или чувственная его проекция.

В работе образ рассматривается в качестве необходимого доступа («пропуска») к ценностному ядру концепта. К тому же, как отмечает И.Г. Насталовская, ассоциативное поле дает возможность выявить не только денотативные признаки, но и неявные аксиологические доминанты, которые характерны той или иной лингвокультуре [10, с. 29]. В связи с тем, что в статье анализируется не просто набор «картинок» в сознании респондентов, а весьма устойчивые ментальные образования типа «мощь», «гармония» и др., то выбор термина «концепт» является оправданным.

Нами концепт КИТАЙ понимается как многомерное ментальное пространство, где его образная составляющая (объекты, символы, цвета и т.п.) выполняет роль вербального индикатора глубоких культурных установок. Исследовательский интерес сосредоточен на фрагменте ЯКМ, презентующем восприятие топонима в сознании определенной социально-возрастной группы. Концепт, как известно, явление динамическое, он напрямую зависит от влияния различных экстралингвистических факторов (геополитическая ситуация, особенности проявления межкультурных контактов и др.), именно поэтому его фиксация на синхроническом срезе ценна и представляет так называемую точку отсчета для будущий исследований диахронического характера.

В процессе работы над лексикографическим материалом было выявлено существенное различие в подходах описания лексемы КИТАЙ. В русских словарях она приобретает преимущественно фактологическую интерпретацию. В зону внимания включаются объективные параметры: географическое положение, административное устройство, политическая система, численность населения и т.п. При этом дефиниции лишены выраженной аксиологии, они носят лишь справочный, нейтральный характер. К примеру, в Большом энциклопедическом словаре КИТАЙ, а точнее Китайская Народная Республика, определяется через призму государственности с указанием столицы, политического строя и т.п. [18, с. 634]. Этимологический словарь предлагает справку, которая отсылает к этнониму «кидани», что в свою очередь, свидетельствует, что название дано не изнутри системы, а присвоено извне [19, с. 238]. Таким образом,

русская лексикография формирует рационально-энциклопедический образ, где ключевой становится логика факта, а не смысла.

Картина меняется кардинальным образом при обращении к китайским лексикографическим источникам. Описание лексемы КИТАЙ не ограничивается политико-географической характеристикой. В словарях понятие 中国 Чжунго (Zhōngguó) определяется как цивилизационный феномен, в ядерную зону значения которого входит упоминание не только о современных государственных границах, но и историческая непрерывность (5 000 лет), культурное единство многонационального сообщества (56 национальностей) и идея «Срединного государства» (中 (zhōn) — середина, центр; 国 (guó) — государство, страна) как центра мира [17, с. 423]. Китайские лексикографические источники эксплицитно фиксируют связь с конфуцианскими ценностями, идеей гармонии и глобальной миссией нации. К примеру, в Большой китайской энциклопедии в соответствующей статье имеется цитата бывшего председателя КНР Мао Цзэдуна о вкладе Китая в развитие всего человечества [16, с. 112], так что политический дискурс оказывается интегрированным в культурный код.

Таким образом, семантический анализ выявляет, что русская дефиниция отвечает на вопрос «Что это за страна?» (объект), то китайская — «Кто мы?» (субъект). Вдобавок к этому стоит сказать, что лексикографический «портрет» устанавливает глубинную асимметрию: с точки зрения русской культуры Китай — это внешний, важный, политический партнер с богатой историей, а для китайской — это онтологическая основа существования («культурная вселенная»).

Общеизвестно, что словари отражают нормативный аспект, некий идеал, который не всегда совпадает с повседневным употреблением, вследствие чего данные лексикографического анализа служат фоном, который способствует более четкому представлению неких отклонений и специфики, выявленных в ходе эксперимента. Для эмпирической проверки теоретических положений был применен свободный АЭ, использование которого позволяет фиксировать реакции, способствующие осуществить реконструкцию ядерных зон концепта без вовлечения логического контроля респондентов. Полученные в ходе АЭ словесные реакции были распределены по лексико-семантическим группам. В первую очередь заметна существенная асимметрия в распределении тематических доминант.

Прежде всего выделяется группа «Символы Китая», здесь имеется явное расхождение: русские респонденты (91 реакция) тяготеют к культурно-историческим маркерам: *«дракон»*, *«панда»*, *«красные фонарики»*, *«палочки для еды»*, *«шелк»*, *«бамбук»* и др. Эти узнаваемые образы-символы функционируют в сознании русских, скорее всего, как привлекающие внимание туристов знаки, чем как признаки культурного кода. В данном случае русские респонденты воспроизводят глобальный стереотип, представляя Китай как набор визуальных аттракций. Интересно, что частотный у русских символ *«дракон»* (31 реакция) встречается и у китайских респондентов (6), но не так часто. В группе символов у китайцев (62 реакции) доминируют другие: *«пятизвездный красный флаг»*, *«Ворота Тяньаньмэнь»*, *«фарфор»*, *«фейерверки»*, *«китайский узел»*, *«государственный гимн»* и др. Полагаем, что подобная разница в восприятии подтверждает иной его статус: для китайской молодежи это национальные символы, являющиеся обязательной частью повседневной действительности и включенные в ритуалы социализации китайского общества; для русских — Китай остается внешним объектом наблюдения.

Примечательным, на наш взгляд, является экономический блок реакций (группа «Экономика, производство и торговля»). Русские четко фиксируют Китай в контексте потребления (49 реакций): *«одежда»*, *«дешево»*, *«Aliexpress»*, *«Taobao»*, *«товары»*, *«машины»*, *«фрукты»* и др. Заметна редукция концепта до функции «мировой фабрики», поставляющей доступные товары. Китайские же респонденты не игнорируют бытовое потребление, оно представлено (*«покупки в интернете»*, *«курьерская доставка»*, *«удобно и быстро»*), хотя и в меньшем объеме и в другом качестве, а именно через осуществление покупок на маркетплейсах, платформах электронной торговли, однако китайские респонденты смещают акцент на разного рода инфраструктурные и технологические достижения (23 реакции): *«наука и технологии»*, *«экономическое чудо»*, *«высокоскоростная железная дорога»*, *«5 G»*, 一带一路 (Идай Илу) *«Один пояс — один путь»*. В этой группе интересна реакция 中国制造 (Чжунго Чжицзао) *«сделано в Китае»*, которая в группе китайских студентов носит не утилитарный характер, ярко демонстрирует их гордость, прогресс, маркируя высокое качество товара. Русские же респонденты напротив связывают данную реакцию с ожиданиями низкого качества. Данное расхождение доказывает, что экономическая составляющая концепта в КЯКМ уже «встроена» в нарратив национального возрождения, тогда как в РЯКМ она остается на уровне практического потребления. Таким образом, культурная дистанция формируется за счет подобной дихотомии *«наука и технологии»*, с одной стороны, и *«товары повседневного потребления»*, с другой стороны, и становится одним из ключевых индикаторов.

Примечательно, что среди реакций китайской молодежи практически отсутствуют негативные ассоциации, а такие реакции как *«мощь»*, *«процветание»*, *«гармония»*, *«величие»*, *«богатство»*, *«безопасность»* доминируют в анкетах. Здесь, во-первых, стоит учитывать так называемый эффект «социальной желательности», так как критика своей страны может восприниматься как нарушение коллективной лояльности в инокультурной среде. А, во-вторых, как известно, в китайском обществе, характеризующемся высокой дистанцией власти и коллективистской ориентацией, не допускается публичное выражение негатива в адрес правительства и государства, особенно в официальном контексте (существенно то, что эксперимент проводился в государственном университете). Следовательно, отсутствие негативных реакций китайским респондентами рассматривается как результат некой фильтрации сознания в соответствии с традиционными социальными нормами поведения.

Неравномерность представлена и в распределении нейтральных реакций. Китайские ответы чаще являются объективными, описательными: *«многовековой»*, *«известный»*, *«традиционный».* Нейтральные реакции русских связаны с потенциалом, масштабом: *«большой»*, *«важный»* и др. Это позволяет говорить о том, что в РЯКМ концепт представляется более прагматичным, тогда как в КЯКМ концепт является экзистенциальным, ориентированным на самоощущения его носителей.

Здесь важно внести ремарку: подобное расхождение требуется учитывать при построении межкультурного диалога и коммуникативных стратегий взаимодействия партнеров. В связи с различным онтологическим статусом концепта в сознании сторон попытки апеллировать к так называемым «общим ценностям» могут давать отличный от ожидаемого результат.

Итак, анализ ассоциативного поля способен выделить механизмы категоризации действительности, а также содержательные отличия. Однако вопрос о динамике представлений в сознании носителей языка остается открытым. Безусловно, исследовательский интерес вызывает устойчивость выявленных компонентов концепта

в РЯКМ и КЯКМ, их реагирование на изменения геополитического, культурного и иного ландшафтов. Данный аспект потребует исследования в перспективе.

Дальнейшим шагом в исследовании послужило обращение к методу СД, фиксирующему отношение субъекта к изучаемому объекту и предоставляющему возможность измерить эмоционально-оценочный «заряд» понятия. Переход от качественных реакций к количественным необходим для проверки представленных ранее доводов. Сопоставление данных СД с результатами АЭ позволяет выявить некие закономерности, которые не были нами замечены при поверхностном изучении списков слов-реакций на стимул КИТАЙ. В качестве основного инструмента была разработана и предложена анкета, включающая 5 биполярных шкал, где крайние значения (1 и 5) отражали максимальную выраженность противоположных полюсов. Затем данные были обработаны путем подсчета процентного распределения по каждой позиции шкалы (см. Табл. 1).

Таблица 1. Сравнительный анализ восприятия концепта КИТАЙ (по результатам СД)

№	Название оценочной шкалы	Группа респондентов	Оценка, %		
			Позитивная (1–2 балла)	Нейтральная (3 балла)	Негативная (4–5 баллов)
1	Позитивный — Негативный	Русские	65.5	29.2	5.3
		Китайцы	88.9	6.5	4.7
2	Сильный — Слабый	Русские	68.2	27.4	4.4
		Китайцы	92.6	2.8	4.7
3	Близкий — Далекий	Русские	77.0	18.6	4.5
		Китайцы	90.7	4.6	4.6
4	Традиционный — Современный	Русские	31.0	47.8	21.2
		Китайцы	10.2	40.7	49.1
5	Привлекательный — Отталкивающий	Русские	68.2	24.8	7.1
		Китайцы	92.6	2.8	4.7

Источник: результаты эксперимента

В рамках анализа были вычислены средние арифметические значения (M) по каждой биполярной шкале, где 1 — это позитивная оценка, а 5 — негативная, и стандартные отклонения (SD), показывающие степень согласованности ответов респондентов (см. Табл. 2).

Таблица 2. Средние значения оценок и стандартные отклонения по шкалам СД

№	Название оценочной шкалы	Русские респонденты, балл		Китайские респонденты, балл	
		M	SD	M	SD
1	Позитивный — Негативный	2.13	0.90	1.41	1.02
2	Сильный — Слабый	2.04	0.87	1.41	0.97
3	Близкий — Далекий	1.75	0.95	1.34	0.95
4	Традиционный — Современный	2.80	1.03	3.59	1.12
5	Привлекательный — Отталкивающий	2.10	0.98	1.31	0.87

Источник: результаты эксперимента

Данные, полученные методом СД, говорят о том, что и русские, и китайские респонденты оценивают КИТАЙ преимущественно позитивно: средние значения по шкале «Позитивный — Негативный» стремятся к полюсу позитива как у русских (2.13), так и у китайцев (1.41). Но данное внешнее сходство скрывает разницу в степени

эмоционального отклика респондентов. Китайская молодежь демонстрирует почти максимальную близость к идеалу, что в свою очередь коррелирует с данными АЭ, где преобладали реакции «величие», «процветание». У русских студентов позитивность присутствует тоже, но она более сдержана. Разброс мнений выше, чем в китайской группе, что позволяет говорить о существовании внутренних дискуссий относительного образа Китая в российском обществе.

Шкала «Традиционный — Современный» фиксирует расхождение восприятий. У русских наблюдается баланс данных признаков (2.80) с небольшим отклонением в сторону традиционности, что явно усматривается с ассоциативным полем, где была представлена частотность реакций *«дракон»*, *«Великая китайская стена»*, *«чай»*. Русская молодежь видит КИТАЙ как государство, где традиционность древних эпох не отменяет современность, она остается визиткой карточкой страны. А вот китайская молодежь уверенно определяет свою страну как современную (3.59). Полагаем, что для них традиционность не является основой их самоощущения в контексте развития целого государства, так как реакции *«5G»*, *«экономическое чудо»*, 基建狂魔 («Цзицзянь Куан Мо») *«одержимый строительством»*, выявленные во время проведения АЭ, находят прямое подтверждение.

Такая явная асимметрия в восприятии временных характеристик концепта должна быть учтена при коммуникации. При обсуждении КИТАЯ русский партнер может апеллировать к культурному наследию, традиционности, ожидая взаимопонимания со стороны молодого китайского партнера, который, в свою очередь, уже будет ориентирован на обсуждение технологий, будущих проектов и мероприятий. Таким образом, считывается рассинхронизация и смещение акцента: сторонний наблюдатель представляет КИТАЙ древней цивилизацией, ставшей современной, а носитель китайской культуры — современной силой, имеющей древние корни.

По шкалам «Сильный — Слабый» и «Привлекательный — Отталкивающий» наблюдается сближение мнений. Обе группы респондентов признают мощь Китая, однако привлекательность у русских все же ниже, чем самоидентификация китайцев. Здесь наблюдается проявление эффекта «другого», внешнего объекта, пусть и дружественного, уважаемого, но дистанцированного.

Получает высокую оценку обеими группами респондентов показатель «Близость» (шкала «Близкий — Далекий), который отражает геополитическую ситуацию и частотность контактов между Россией и Китаем.

Для китайской молодежи концепт КИТАЙ (Чжунго) мыслится как часть расширенного «Я». И здесь это не столько физико-географическое пространство, а сколько аксиологический центр, вокруг которого строится идентичность, поэтому любые оценки, такие как сила, современность, привлекательность и др., будут носить глубокий экзистенциальный характер. И тогда становится понятно, что критика концепта и навешивание негативных ассоциаций становится невозможным, так как в данном случае это будет равносильно критике собственного «Я». Данный факт напрямую объясняет практически полное отсутствие негативных эмоций в шкалах СД и отрицательных ассоциаций при проведении АЭ.

Опять обратимся к потенциальным рискам при проведении российско-китайского диалога: в то время как китайская сторона использует риторику, базирующуюся на всеобъемлющей эмоциональной связи и великой исторической миссии («великое возрождение нации»), российская сторона может просто воспринимать это в контексте некого политического прагматизма; наряду с этим русский партнер окажется сконцентрированным на китайских визуальных символах культуры (*«панда»*, *«фонарики»*

и т.п.), представляющих для него экзотику, которая, в свою очередь, может восприниматься китайцами поверхностно, более того, восточный партнер может предположить некое игнорирование современной китайской технологической реальности.

Таким образом, метод СД позволил зафиксировать, что КИТАЙ являет дружественный, сильный образ для русской молодежи, он представляется внешним партнером с богатым культурным и историческим прошлым. Китайская же молодежь закрепляет в своем сознании образ динамично развивающейся страны-цивилизации, которая является основой и личной, и коллективной идентичности. Сближение этих позиций находим через синхронизацию смысловых наполнений, к примеру, в шкале «Традиционный — Современный». В дальнейшем стоит наши данные сравнить с данными 2030 г., чтобы пронаблюдать изменение восприятия.

Заключение. В данном сопоставительном исследовании фиксируется весьма устойчивая асимметрия в репрезентации концепта КИТАЙ в восприятии российской и китайской молодежи. Использование комплексного подхода, сочетающего в себе лексикографический анализ лексемы КИТАЙ, свободный АЭ и метод СД, предоставило возможность рассмотреть объект изучения через призму как нормативных дефиниций, представленных в словарях и энциклопедиях, так и живых механизмов категоризации окружающей реальности.

Первый, лексикографический, этап выявил асимметрию в способах номинаций: русская словарная традиция фиксирует лишь статус политико-географического объекта с четкими административными границами, китайские словарные источники изображают образ «культурной вселенной», воспринимающийся не просто как определенная территория, а как единая пятитысячелетняя цивилизационная целостность (комплексный континуум). Выявленное на лексикографическом этапе онтологическое расхождение задает вектор дальнейшего исследования и предопределяет последующее появление отличительных составляющих в ассоциативных полях концепта.

Данные свободного АЭ подтверждают гипотезу о различии: русские респонденты очерчивают внешнюю проекцию концепта, выделяя эксплицитные обращающие на себя внимание маркеры (символы Китая, китайская кухня, товары массового потребления, факты культуры, к примеру, *«Китайский новый год»*, *«буддийские храмы»*, *«Великая китайская стена»*), китайская же группа, напротив, демонстрирует внутренние представления, оперируя ценностными категориями (*«мощь»*, *«процветание»*, *«величество»*, *«могущество»* и т.п.)

Количественно верифицировать качественные наблюдения после проведения АЭ позволил метод СД. Из всех бинарных сочетаний наибольший разрыв нами был зафиксирован по шкале «Традиционный — Современный». Для русской молодежи КИТАЙ находится между прошлым и настоящим, оставаясь все же древней культурой, а для китайской — приоритет смещается в сторону технологической современности. Для русского сознания КИТАЙ остается внешним весьма значимым объектом, тогда как для китайского — это часть расширенного «Я».

В перспективе потребуется расширить эмпирическую базу, а именно привлечь к анкетированию респондентов старших возрастных групп, думается, что значимы также будут результаты симметричного эксперимента внутри КНР с целью нейтрализации эффекта присутствия инокультурной среды.

Практическая значимость данной работы определяется обнаружением коммуникативных зон потенциального непонимания, которое, в свою очередь, может привести к межкультурным конфликтам. Осмысление того, что концепт КИТАЙ для

китайского партнера носит экзистенциальный характер, а для российского — прагматический, позволяет вырабатывать и корректировать стратегии межкультурной коммуникации. Кроме этого в лингводидактике данный факт требует изменения подходов: обучение русских студентов китайскому языку должно сопровождаться не только предъявлением языковых фактов, но и сопровождением акцентов на цивилизационный контекст, в свою очередь при обучении китайских студентов русскому языку преподавателю стоит дать объяснение некой российской прагматичности как иной формы дистанции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Береснев Ю.В. Образ Китая в наивной картине мира россиянина / Ю.В. Береснев, Н.И. Береснева // Studia Humanitatis Borealis. — 2023. — № 3(28). — С. 28–36.
2. Григорьева Т.В. Образ Китая в русском языковом сознании (по данным «Русского регионального ассоциативного словаря») / Т.В. Григорьева, Ц. Ли // Вестник Марийского государственного университета. — 2024. — Т. 18. № 3. — С. 382–387. — http://doi.org/10.30914/2072-6783-2024-18-3-382-387.
3. Дань Н. Концепт Китая в русской и английской языковых картинах мира (этимология, словообразование и фразеологизмы) / Н. Дань // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — 2016. — № 2(36). — С. 103–108. — http://doi.org/10.18323/2073-5073-2016-2-103-108.
4. Ду Л. Лингвокультурема «Китай» в восприятии носителей русского языка / Л. Ду, Я.Л. Березовская // Язык. Культура. Коммуникации. — 2016. — № 2(6). — С. 6.
5. Иванова Л.П. Лингвокультурологический и психолингвистический потенциал топонима / Л.П. Иванова // Проблемы когнитивного и функционального описания русского и болгарского языков. — 2022. — Т. 1. — № 16. — С. 6–23.
6. Кравцова В.Н. Особенности китайской лингвокультуры / В.Н. Кравцова, Л.А. Ласица // Reports Scientific Society. — 2025. — № 5(61). — С. 75–79.
7. Ли Ц. Метафорические модели при формировании образа Китая в русском языковом сознании / Ц. Ли // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. — 2024. — № 6–2. — С. 178–181. — http://doi.org/10.37882/2223-2982.2024.6-2.17.
8. Ли Ц. Образ Китая в современных российских СМИ (по материалам Национального корпуса русского языка) / Ц. Ли // Litera. — 2024. — № 5. — С. 51–60. — http://doi.org/10.25136/2409-8698.2024.5.70692.
9. Митриев И.М. Отражение современного Китая в аспекте гармоничной культуры / И.М. Митриев // Тенденции развития науки и образования. — 2023. — № 95–4. — С. 134–136. — http://doi.org/10.18411/trnio-03-2023-200.
10. Насталовская И.Г. Ассоциативное поле «национальный характер» в языковой картине мира носителей русской и китайской культур / И.Г. Насталовская // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». — 2025. — Т. 22. — № 1. — С. 27–34. — http://doi.org/10.14529/ling250104.
11. Орлова О.В. Китай, китайцы и китайское в современной русскоязычной диаспоральной лингвокультуре / О.В. Орлова, Ч. Ли // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2023. — № 86. — С. 66–83. — http://doi.org/10.17223/19986645/86/5.
12. Попова Е.А. Образ Китая в сознании носителей русского языка / Е.А. Попова, Н.А. Богославская // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. — 2022. — Вып. 1 (9). — С. 97–111. — http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-1-97-111.
13. Чжан Я. Концепт КИТАЙ в сознании носителей русского языка (на материале ассоциативного эксперимента) / Я. Чжань // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2022. — Т. 20. — № 1. — С. 73–82. — http://doi.org/10.25205/1818-7935-2022-20-1-73-82.
14. Чжан Я. Языковая объективация концепта «Китай» (на материале Национального корпуса русского языка) / Я. Чжан // Успехи гуманитарных наук. — 2020. — № 12. — С. 186–190.
15. Vasilyeva M.A. Differences in Thinking Patterns between Chinese and Russians /M.A. Vasilyeva // Asia and Africa Today. — 2025. — № 1. — P. 41–48. — http://doi.org/10.31857/S0321507525010057.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

16. Большая китайская энциклопедия (Чжунго да байкэ цюаньшу). — Пекин: Чжунго да байкэ цюаньшу чубаньшэ, 2022. — С. 112.
17. Большой словарь китайского языка (Ханью да цыдянь): в 13 т. / Гл. ред. Ло Чжуфэн. — Шанхай: Ханью да цыдянь чубаньшэ, 1994. — Т. 1. — С. 423.

18. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. — М.: Большая Российская энциклопедия; СПб.: Норинт, 2000. — С. 634.
19. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / М. Фасмер. — М.: Прогресс, 1986–1987. — Т. 2. — С. 238.

REFERENCES

1. Beresnev, Yu.V., & Beresneva, N.I. (2023). Obraz Kitaya v naivnoy kartine mira rossiyanina [The Image of China in the Naive Worldview of a Russian]. Studia Humanitatis Borealis, 3(28), 28–36 (In Russian).
2. Grigor'eva, T.V., & Li, Ts. (2024). Obraz Kitaya v russkom yazykovom soznanii (po dannym «Russkogo regional'nogo assotsiativnogo slovarya») [The Image of China in Russian Linguistic Consciousness (Based on the "Russian Regional Associative Dictionary")]. Vestnik Mariyskogo gosudarstvennogo universiteta, 18(3), 382–387. http://doi.org/10.30914/2072-6783-2024-18-3-382-387 (In Russian).
3. Dan', N. (2016). Kontsept Kitaya v russkoy i angliyskoy yazykovykh kartinakh mira (etimologiya, slovoobrazovanie i frazeologizmy) [The Concept of China in Russian and English Linguistic Worldviews (Etymology, Word Formation and Phraseology)]. Vektor nauki Tol'yattinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2(36), 103–108. http://doi.org/10.18323/2073-5073-2016-2-103-108 (In Russian).
4. Du, L., & Berezovskaya, Ya.L. (2016). Lingvokul'turema «Kitay» v vospriyatii nositeley russkogo yazyka [Linguocultureme "China" in the Perception of Russian Speakers]. Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsii, 2(6), 6 (In Russian).
5. Ivanova, L.P. (2022). Lingvokul'turologicheskiy i psikholingvisticheskiy potentsial toponima [Linguoculturological and Psycholinguistic Potential of the Toponym]. Problemy kognitivnogo i funktsional'nogo opisaniya russkogo i bolgarskogo yazykov, 1(16), 6–23 (In Russian).
6. Kravtsova, V. N., & Lasitsa, L.A. (2025). Osobennosti kitayskoy lingvokul'tury [Features of Chinese Linguoculture]. Reports Scientific Society, 5(61), 75–79 (In Russian).
7. Li, Ts. (2024). Metaforicheskie modeli pri formirovanii obraza Kitaya v russkom yazykovom soznanii [Metaphorical Models in Forming the Image of China in Russian Linguistic Consciousness]. Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki, 6-2, 178–181. http://doi.org/10.37882/2223-2982.2024.6-2.17 (In Russian).
8. Li, Ts. (2024). Obraz Kitaya v sovremennykh rossiyskikh SMI (po materialam Natsional'nogo korpusa russkogo yazyka) [The Image of China in Modern Russian Media (Based on the Russian National Corpus)]. Litera, 5, 51–60. http://doi.org/10.25136/2409-8698.2024.5.70692 (In Russian).
9. Mitriev, I.M. (2023). Otrazhenie sovremennogo Kitaya v aspekte garmonichnoy kul'tury [Reflection of Modern China in the Aspect of Harmonious Culture]. Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya, 95-4, 134–136. http://doi.org/10.18411/trnio-03-2023-200 (In Russian).
10. Nastalovskaya, I.G. (2025). Assotsiativnoe pole «natsional'nyy kharakter» v yazykovoy kartine mira nositeley russkoy i kitayskoy kul'tur [Associative Field "National Character" in the Linguistic Worldview of Russian and Chinese Culture Bearers]. Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Lingvistika», 22(1), 27–34. http://doi.org/10.14529/ling250104 (In Russian).
11. Orlova, O.V., & Li, Ch. (2023). Kitay, kitaytsy i kitayskoe v sovremennoy russkoyazychnoy diasporal'noy lingvokul'ture [China, Chinese People and Chinese Things in Modern Russian-Speaking Diasporal Linguoculture]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya, 86, 66–83. http://doi.org/10.17223/19986645/86/5 (In Russian).
12. Popova, E.A., & Bogoslavskaya, N.A. (2022). Obraz Kitaya v soznanii nositeley russkogo yazyka [The Image of China in the Consciousness of Russian Speakers]. Tul'skiy nauchnyy vestnik. Seriya Istoriya. Yazykoznanie, 1(9), 97–111. http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-1-97-111 (In Russian).
13. Chzhan, Ya. (2022). Kontsept KITAY v soznanii nositeley russkogo yazyka (na materiale assotsiativnogo eksperimenta) [The Concept CHINA in the Consciousness of Russian Speakers (Based on Associative Experiment)]. Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya, 20(1), 73–82. http://doi.org/10.25205/1818-7935-2022-20-1-73-82 (In Russian).
14. Chzhan, Ya. (2020). Yazykovaya ob"ektivatsiya kontsepta «Kitay» (na materiale Natsional'nogo korpusa russkogo yazyka) [Linguistic Objectification of the Concept "China" (Based on the Russian National Corpus)]. Uspekhi gumanitarnykh nauk, 12, 186–190 (In Russian).
15. Vasilyeva, M.A. (2025). Differences in Thinking Patterns between Chinese and Russians. Asia and Africa Today, 1, 41–48. http://doi.org/10.31857/S0321507525010057 (In English).

Поступила в редакцию 17.04.2026 г.

CONCEPTUALIZATION OF TOPONYM CHINA IN CONSCIOUSNESS OF RUSSIAN AND CHINESE YOUTH

M.Yu. Krinitskaia

The article presents a reconstruction of the concept CHINA in the consciousness of Russian and Chinese youth. The study aims at identifying the specifics of toponym conceptualization in parallel sample groups. A number of methods have been applied among which are as follows: lexicographic analysis, an associative experiment, and the semantic differential method. A persistent asymmetry of perception is revealed, i.e. in Russian lexicography, CHINA is construed as a state with clearly defined administrative borders, whereas in Chinese lexicography, it is understood as a "civilizational universe". The associations of Russian respondents are predominantly linked to symbols and consumer goods, while those of Chinese respondents are related to national values and identity. A significant divergence in assessments was identified along the "Traditional — Modern" scale. The findings of this study have practical relevance for linguo-didactic and intercultural communication, as they facilitate the adjustment of educational materials, teaching approaches, and communicative strategies by taking into account the cultural and ontological discrepancies in the perception of this concept by speakers of Russian and Chinese.

Key words: associative experiment, cognitive linguistics, concept CHINA, semantic differential, comparative analysis, toponymical concept.

Криницкая Марина Юрьевна.
Кандидат филологических наук, доцент.
Владивостокский государственный университет,
г. Владивосток, Российская Федерация.
Доцент кафедры русского языка.

ORCID 0000-0002-7265-1932.
E-mail: evs1955@mail.ru.

Krinitskaia Marina Yurevna.
Candidate of Philology, Associate Professor.
Vladivostok State University,
Vladivostok, Russian Federation.
Associate Professor at Department of Russian Language.
ORCID 0000-0002-7265-1932.
E-mail: evs1955@mail.ru.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.