

УДК 81.161.11

DOI 10.30914/2072-6783-2024-18-3-382-387

## ОБРАЗ КИТАЯ В РУССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ (ПО ДАННЫМ «РУССКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО АССОЦИАТИВНОГО СЛОВАРЯ»)

Т. В. Григорьева, Ли Цичжэн

Уфимский университет науки и технологий, г. Уфа, Российская Федерация

**Аннотация. Введение.** Центральное место в образе страны занимает ассоциативный образ, который включает реакции, возникающие на стимул – название страны и наименование его жителя (или стимулы, вызывающие ассоциации – название страны и наименование его жителя) и позволяющие выявить скрытые в сознании носителей языка представления о чужой стране. **Цель статьи** – на базе данных «Русского регионального ассоциативного словаря», включающего результаты двух этапов эксперимента – 2015 и 2022 гг., определить и описать структуру образа Китая в русском языковом сознании и проследить динамику изменения представлений о Китае и китайцах в разные периоды. **Материалы и методы.** Когнитивный, количественный и сопоставительный анализ стимулов, которые вызвали ассоциации *Китай, китаец, китайский* у реципиентов на первом и втором этапе эксперимента, позволил выявить структуру образа Китая и описать основные изменения, произошедшие в восприятии россиянами дружественной нам страны и ее жителей. **Результаты исследования, обсуждения.** В образе Китая можно выделить семь базовых концептуальных линий, отражающих знания о географических особенностях, экономическом развитии, технологических достижениях, специфике исторического развития, традициях, образовании, искусстве и характеристику его жителей. Увеличение и конкретизация ассоциаций по каждой из этих линий свидетельствует о направлениях развития интереса россиян к разным сферам жизни восточного соседа. **Заключение.** Исследование показало, что за восемь лет, прошедших между двумя этапами эксперимента, изменилось отношение россиян к Китаю: от восприятия его как страны, славящейся своей кухней и известной таким историческим объектом, как Китайская стена, до представления об этой стране как экономически развитом государстве, со своей историко-географической спецификой.

**Ключевые слова:** русское языковое сознание, образ страны, ассоциативный анализ, ассоциативный словарь, стереотипы, Китай

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**Для цитирования:** Григорьева Т. В., Ли Цичжэн. Образ Китая в русском языковом сознании (по данным «Русского регионального ассоциативного словаря») // Вестник Марийского государственного университета. 2024. Т. 18. № 3. С. 382–387. DOI: <https://doi.org/10.30914/2072-6783-2024-18-3-382-387>

## THE IMAGE OF CHINA IN THE RUSSIAN LANGUAGE CONSCIOUSNESS (ACCORDING TO THE RUSSIAN REGIONAL ASSOCIATIVE DICTIONARY)

T. V. Grigoreva, Li Qizheng

Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russian Federation

**Abstract. Introduction.** The central place in the image of a country is occupied by an associative image, which includes reactions arising from a stimulus – the name of the country and the name of its resident (or stimuli that cause associations – the name of the country and the name of its resident). These associations allow us to reveal the ideas about a foreign country hidden in the consciousness of native speakers. **The purpose** of the article is to determine and describe the structure of the image of China in the Russian linguistic consciousness and to trace the dynamics of changes in ideas about China and the Chinese in different periods based on the data of the “Russian Regional Associative Dictionary”, which includes the results of two stages of the experiment – 2015 and 2022. **Materials and methods.** Cognitive, quantitative and comparative analysis of stimuli that caused associations China, Chinese, Chinese in recipients at the first and second stages of the experiment allowed us to identify the structure of the image of China and describe the main changes that occurred in the perception of the friendly country and its residents by Russians. Results, discussion. Seven basic conceptual lines can be distinguished in the image of China, reflecting knowledge about geographical features, economic development, technological achievements, specifics of historical

development, traditions, education, art and characteristics of its inhabitants. The increase and specification of associations for each of these lines indicates the directions of development of interest of Russians to different spheres of life of the eastern neighbor. **Conclusion.** The study showed that over the eight years that passed between the two stages of the experiment, the attitude of Russians to China changed: from perceiving it as a country famous for its cuisine and known for such a historical site as the Great Wall of China, to the idea of this country as an economically developed state, with its own historical and geographical specifics.

**Keywords:** Russian linguistic consciousness, image of the country, associative analysis, associative dictionary, stereotypes, China

The authors declare no conflict of interest.

**For citation:** Grigoreva T. V., Li Qizheng. The image of China in the Russian language consciousness (according to the Russian Regional Associative Dictionary). *Vestnik of the Mari State University*, 2024, vol. 18, no. 3, pp. 382–387. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.30914/2072-6783-2024-18-3-382-387>

## Введение

Изучение национального образа страны и особенностей его формирования является важной задачей не только для политолога, социолога, но и для филолога. Анализ существующего образа страны с опорой на языковые факты и знание речевых стратегий и тактик усиления его позитивных составляющих и трансформации негативных позволит выработать нужный имидж страны на международной арене для успешного взаимодействия в разных ситуациях. Не менее важно понимать, как образ страны вписывается в культурное и языковое пространство другого народа. Изучение стереотипов национального сознания, отраженных в языковой картине мира, – устойчивых, эмоционально насыщенных, обобщенно-образных представлений о «чужом», сформировавшихся в конкретной социально-исторической среде [1, с. 31] – способствует взаимопониманию между народами и укреплению отношений между странами, поэтому развитие имагологии – науки, изучающей образы другого в семантическом поле «домашней» культуры [2, с. 88], – сегодня как никогда актуально и востребованно. Исследователи обращаются к анализу образов как России [3], так и других стран, например Китая [4].

Понятие образа многогранно. В науке существуют разные понимания этого термина. В лингвистике в понятии образа «обозначилась идея формы, мыслимой отвлеченно от субстанции и поэтому воспроизводимой» [5, с. 314]. Человек в сознании создает «единый образ индивидуального объекта, синтезируя в нем

противоречивые впечатления и разрозненные наблюдения» [5, с. 321].

Под образом страны понимают фрагменты языкового сознания, существующие как социальные автостереотипы (у представителей страны) и как национальные предрассудки (у иностранцев). Подобные ментальные образования трактуются в современной философии и социальной психологии как социальные мифы, формируемые в так называемом рефлексивном слое сознания и конструируемые в относительном отрыве от реальной действительности, с которой они связаны через другие – чувственные – образы, прямо, непосредственно отражающие реальное бытие людей [3, с. 69–70].

Важной составляющей образа страны является ассоциативный образ, который складывается из ассоциаций на стимул – название страны или наименование его жителя – и позволяет выявить скрытые в сознании носителей языка представления о чужой стране и отразить динамику изменений этих представлений.

Одним из способов описания ассоциативного образа является анализ данных ассоциативных словарей, которые содержат результаты ассоциативных опросов, проводившихся в виде свободного массового ассоциативного эксперимента в разные годы. Сопоставление информации ассоциативных словарей разных лет поможет определить, как менялись представления об определенной стране, нации.

В качестве объекта анализа был выбран ассоциативный образ Китая – страны-соседа, с которой у России отмечается тесное сотрудничество в самых

разных областях: политике, экономике, образовании, искусстве и т. д. Не случайно образ Китая так активно изучается лингвистами [4; 6].

**Цель** исследования – на базе данных «Русского регионального ассоциативного словаря» определить и описать структуру образа Китая в русском языковом сознании и проследить динамику изменения представлений о Китае и китайцах в разные периоды.

### Материалы и методы

Для воссоздания глубинной структуры ассоциативного образа, раскрывающей, как фрагмент действительности (страна и ее представители) отражается в сознании жителя России, какие признаки референта выделяются испытуемыми, полученные стимулы были подвергнуты когнитивному анализу и представлены в виде модели. Эта модель имеет устойчивый характер, несмотря на то что состав и количество испытуемых, участвующих в ассоциативном эксперименте, могут меняться и само ассоциативное поле, выявляемое в результате эксперимента, по своей природе является открытым, постоянно пополняемым. При выявлении когнитивной модели мы опирались как на ядерные ассоциации, так и на периферийные, поскольку «не только высокочастотные, популярные ассоциации оказываются значимыми и продуктивными в прояснении смыслового облика слова-стимула» [7, с. 36].

Нами были проанализированы прямой и обратный словари ассоциативных норм русского языка<sup>1,2</sup>, «Русский ассоциативный словарь»<sup>3</sup>. В прямых словарях<sup>4,5</sup> слова *Китай*, *китаец* не были отобраны в число стимульных слов как наиболее частотные, что позволяет говорить о невысокой значимости этой страны и ее представителей для русской лингвокультуры того периода. Анализ ре-

акций на стимул *китайский* в «Русском ассоциативном словаре»<sup>6</sup>, а также описание и интерпретация стимулов, которые вызвали реакции *Китай*, *китаец*, *китайский*, во втором томе «Русского ассоциативного словаря», являющегося обратным словарем<sup>7</sup>, были представлены в научной литературе [8, с. 105]. Авторы обратили внимание на самые распространенные ассоциации – *язык*, *чай*, *фарфор*, напрямую связанные с восприятием китайской культуры и образа Китая носителями русского языка, на высокочастотные стимулы *пуховик* и *ресторан*, вызванные появлением в России в конце 90-х гг. XX в. ресторанов с блюдами китайской кухни и большого количества товаров из Китая, а также на менее частотные ассоциации, такие как *император*, *китайская стена*, *змея*, *порох*, *рис*, *сервис*, отражающие историческую и культурную жизнь данной страны [8, с. 105].

Наиболее репрезентативными для сопоставительного исследования образа Китая в русском языковом сознании являются данные «Русского регионального ассоциативного словаря»<sup>8</sup>, представляющего результаты двух этапов общероссийского ассоциативного эксперимента в азиатских регионах РФ. Первый эксперимент проводился с 2008 по 2013 год в наиболее крупных городах азиатской части России – Новосибирске, Омске, Красноярске, Томске и Северске, Новокузнецке, Барнауле, Кемерове, Владивостоке, Хабаровске, Чите и Иркутске – среди студентов преимущественно от 17 до 25 лет (единичные случаи – в возрасте 16 лет или старше 25, но не старше 30 лет), второй – с 2014 по 2021 гг. За 8 лет, прошедших между двумя этапами эксперимента, серьезно изменилась геополитическая ситуация в мире, что не могло не отразиться на отношении к Китаю и его жителям, особенно в близкой к восточному соседу Сибири.

<sup>6</sup> Русский ассоциативный словарь: в 2-х т. / Ю. Н. Караулов и др. М., 2002. Т. 1: От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов. 784 с.

<sup>7</sup> Там же. Т. 2: От реакции к стимулу: более 100 000 реакций. 992 с.

<sup>8</sup> Русский региональный ассоциативный словарь: Сибирь и Дальний Восток (СИБАС-1) : в 2-х т. / И. В. Шапошникова, А. А. Романенко; Российская акад. наук, Сибирское отд-ние, Ин-т филологии, Новосибирский гос. ун-т, Московский ин-т лингвистики. М. : Московский ин-т лингвистики. Т. 2: От реакции к стимулу. 2015. 762 с. ; Русский региональный ассоциативный словарь: Сибирь и Дальний Восток (СИБАС-2) : в 2-х т. / И. В. Шапошникова, А. А. Романенко. Новосибирск : НГУ, 2022. Далее указываем СИБАС-1 и СИБАС-2.

<sup>1</sup> Словарь ассоциативных норм русского языка / под ред. А. А. Леонтьева. М., 1977. 192 с.

<sup>2</sup> Обратный словарь ассоциативных норм русского языка / Г. А. Черкасова, 2006. URL: [http://it-claim.ru/Projects/ASIS/Leont/Ob\\_leon.htm](http://it-claim.ru/Projects/ASIS/Leont/Ob_leon.htm) (дата обращения: 08.04.2024).

<sup>3</sup> Русский ассоциативный словарь: в 2-х т. / Ю. Н. Караулов и др. М., 2002. Т. 1: От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов. 784 с. ; Т. 2: От реакции к стимулу: более 100 000 реакций. 992 с.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Словарь ассоциативных норм русского языка / под ред. А. А. Леонтьева. М., 1977. 192 с.

### Результаты исследования, обсуждения

Ассоциации *Китай*, *китаец* и *китайский* появляются только в обратном словаре СИБАС-1, содержащем результаты первого этапа эксперимента и построенном по принципу от реакции к стимулу. Когнитивный анализ данных названного словаря позволил выявить семь концептуальных линий, лежащих в основе ассоциативного образа Китая и его жителей:

1) географическое положение Китая и историко-географические объекты: *стена*;

2) экономические отношения: *товары*, *импорт*, *экспорт*, *производство*, *мех*, *чай*;

3) различные достижения нации и технологический прогресс: *качество*, *процветание*, *медицина*, *бумага*, *кухня*;

4) особенности исторического развития страны и традиции: *коммунизм*, *империя*, *союзник*, *шпион*, *нация*, *государство*, *желтый*, *красный*;

5) образование: *учить*, *экзамен*, *урок*;

6) искусство: *культура*;

7) описание китайцев: качества – *мудрый*, *национальный*, *мастер*, *гостеприимство*, *хитрый*, *высокомерный*, *кричать*; внешний вид – *маленький*, *хрупкий*; статус – *чиновники*.

Анализ статистических данных (стимулов, встречающихся более 5 раз) показывает, что в сознании испытуемых преобладает отношение к Китаю как к стране, славящейся своей кухней (самый частотный стимул *китайская* ← *кухня* встретился 13 раз) и известной таким историческим объектом, как Китайская стена (*Китай* ← *стена* 6 ответов; *китайская* ← *стена* 6 ответов).

Анализ результатов второго этапа массового ассоциативного эксперимента, проведенного в вузах Сибири и Дальнего Востока с 2014 по 2021 гг. (СИБАС-2) и включающего 4000 стимулов, список которых формировался из полученных в ходе первого эксперимента по созданию СИБАС-1 реакций, показывает, как изменилось отношение россиян к Китаю, насколько более глубоким стало социально-культурное взаимодействие между нашими странами за 8 лет, разделяющих два этапа эксперимента.

Опираясь на выявленную нами модель ассоциативного образа Китая, включающую семь концептуальных линий, сопоставим данные двух обратных словарей – СИБАС-1 и СИБАС-2 и опишем основные изменения, произошедшие в восприятии россиянами дружественной нам страны и ее жителей.

1. Более четко представлено **географическое положение** Китая и обозначены его историко-географические объекты: *восток*, *выход*, *граница*, *заграница*, *иностранец*, *Япония*, *соседи*, *Корея*, *Азия*, *Транссибирский*, *карта*, *Шанхай*, *Пекин*, *пекинец*, *дворец*, *квартал*, *стена*, *великая стена*, *запад*. Кроме того, Китай все чаще рассматривается как страна, интересная для поездок (*путешествие*, *ехать*, *уехать*, *уезжать*, *вернуться*).

2. В **экономических отношениях** наблюдается переход от общего к частному – от обобщенных стимулов (*товар*, *производство*, *импорт*, *экспорт* – в СИБАС-1) до конкретных вещей, которых стало много с ростом китайского рынка в России (*рис*, *шелк*, *арбуз*, *ваза*, *кроссовки*, *кукла*, *лапша*, *люстра*, *магнитофон*, *утюг*, *фрукт*, *хлопок*, *шуба*, *рыба*), или мест, где эти вещи можно купить (*рынок*, *базар*) и через которые провезти (*таможня*). Встречаются оценочные стимулы *дешево*, *дешевый*, *некачественно*, которые характеризуют китайский товар.

3. Более конкретными стали результаты **технологического прогресса**: *небоскреб*, *стройка*, *фабрика*, *магистраль*, *легкая промышленность*, *робот*. Эти стимулы свидетельствуют об изменении отношения к производственным способностям Китая: это страна, которая сейчас ассоциируется с передовыми технологиями.

4. Китай всегда был известен как страна с устоявшимися **традициями** и особой **историей**, в определенной степени знакомой россиянам. В ассоциациях, отражающих эту концептуальную линию, нельзя не отметить изменения, связанные с лучшим познанием и пониманием исторического развития и традиций Китая: *император*, *монах*, *мудрец*, *население*, *правитель*, *раса*, *социализм*, *флаг*, *красный*, *коммунизм*, *капитализм*, *перенаселение*.

5. Богаче представлена и сфера **образования**. Китай с древних времен был центром образования. Оно является «врожденной» необходимостью для китайца. И с развитием системы включенного обучения, сетевого сотрудничества между вузами Китая и России, позволяющим китайским студентам приезжать учиться к нам, а нашим молодым людям – к ним, мы больше узнаем об особенностях образования в этой стране: *изучение*, *общага*, *перевод*, *по-русски*, *предметы*, *преподавать*, *текст*, *учебник*, *язык*, *иероглифы*, *Конфуций*, *акцент*, *диалекты*, *бумага*, *прописать*.

6. Влияние китайских произведений **искусства** на россиян также постепенно расширяется. В словарях<sup>1, 2, 3</sup> трудно найти ассоциации, связанные с искусством Китая. Ситуация изменилась с открытием Китая внешнему миру: сейчас (СИБАС-2) эта страна в том числе вызывает и такие ассоциации, как *цирк, Брюс Ли, каратист, культура, панда, китайская опера, фильм, кинозвезда*.

7. Изменилось и восприятие россиянами самих китайцев. Оценка **характера** китайцев стала более объективной и конкретной. Она включает как положительные качества (*мудрец, вежливая, великая, взаимопонимание, трудолюбивый, радушный, веселый, улыбка, солнце, завораживающий, этнический, занятой, умельцы, труженики, друг*), так и отрицательные (*лиса, надоедливый, жадность, наглые, нелегальный, наглость, шум*), в том числе усилилось понимание, что это *чужак, иностранец, нерусский, непонятный*. Более детальным выглядит описание **внешности** китайцев: не только *маленький*, но и *узкоглазый, брюнеты, желтокожий*. И появились новые статусные характеристики: *грузчик, директор, чин, посол*.

Анализ количественных данных в словаре 2022 г. показывает доминирование экономической линии в формировании образа Китая (*Китай ← рис* 16 стимулов; *производитель* 14 стимулов;

<sup>1</sup> Обратный словарь ассоциативных норм русского языка / Г. А. Черкасова, 2006. URL: [http://it-claim.ru/Projects/ASIS/Leont/Ob\\_leon.htm](http://it-claim.ru/Projects/ASIS/Leont/Ob_leon.htm) (дата обращения: 08.04.2024).

<sup>2</sup> Русский ассоциативный словарь: в 2-х т. / Ю. Н. Караулов и др. М., 2002. Т. 1: От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов. 784 с.; Т. 2: От реакции к стимулу: более 100 000 реакций. 992 с.

<sup>3</sup> Русский региональный ассоциативный словарь: Сибирь и Дальний Восток (СИБАС-1) : в 2-х т. / И. В. Шапошникова, А. А. Романенко; Российская акад. наук, Сибирское отд-ние, Ин-т филологии, Новосибирский гос. ун-т, Московский ин-т лингвистики. М. : Московский ин-т лингвистики. Т. 2: От реакции к стимулу. 2015. 762 с.

*шелк* 12 стимулов) и ассоциаций, отвечающих за его историко-географическую специфику (*Китай ← восток; император* 8 стимулов).

Нельзя не отметить определенную противоречивость в оценивании Китая респондентами – носителями русского языка: *драгоценный – дешевый, иностранец – гражданин, восток – запад, взаимопонимание – непонятный, по-русски – нерусский, коммунизм – капитализм, угроза – друг, крепкий – хрупкий, экспорт – импорт*. Наличие таких противоположных ассоциаций свидетельствует не только о разном восприятии этой страны как объекта оценки, что естественно для ассоциативного эксперимента, но и об изменениях, которые происходят в самом Китае и вызывают разную реакцию со стороны внешних наблюдателей.

### Заключение

Таким образом, анализ ассоциативных словарей разных лет, их сопоставление, а также опора на статистическую информацию, учитывающую частотность реакций, помогает построить устойчивую модель, лежащую в основе образа страны, и выявить трансформацию этого образа, усиление его составляющих. В образе Китая можно выделить семь базовых концептуальных линий, отражающих знания о географических особенностях, экономическом развитии, технологических достижениях, специфике исторического развития, традициях, образовании, искусстве и характеристике его жителей. Увеличение и конкретизация ассоциаций по каждой из этих линий свидетельствует о направлениях развития интереса россиян к разным сферам жизни восточного соседа. Кроме того, такой анализ позволяет выявить те области жизни Китая, которые пока недостаточно раскрыты для жителей нашей страны, таких, например, как литература, киноиндустрия.

1. Папилова Е. В. Имагология как гуманитарная дисциплина // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М. А. Шолохова. Филологические науки. 2011. № 4. С. 31–40. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17304687> (дата обращения: 08.04.2024).

2. Бахарева М. Д. Современная имагология: значение и перспективы развития // Концепт: философия, религия, культура. 2022. Т. 6. № 2. С. 86–101. DOI: <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2022-2-22-86-101>

3. Тарасов Е. Ф. Образ России: методология исследования // Вопросы психолингвистики. 2006. № 4. С. 69–73. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-rossii-metodologiya-issledovaniya> (дата обращения: 10.04.2024).

4. Чжан Я. Концепт КИТАЙ в сознании носителей русского языка (на материале ассоциативного эксперимента) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. Т. 20. № 1. С. 73–82. DOI: <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2022-20-1-73-82>

5. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.

6. Карабулатова И. С., Лагуткина М. Д. Образ Китая в лингвоинформационной модели современного медиадискурса (на материале русских и китайских СМИ) // Вестник Северного (Арктического) Федерального университета им. М. В. Ломоносова. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2021. Т. 21. № 4. С. 40–53. DOI: <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V124>

7. Чернейко Л. О., Долинский В. А. Имя СУДЬБА как объект концептуального и ассоциативного анализа // Вестник Московского государственного университета. Серия 9: Филология. 1996. № 6. С. 20–41.

8. Попова Е. А., Богословская Н. А. Образ Китая в сознании носителей русского языка // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. № 1 (9). С. 97–111. DOI: <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-1-97-111>

*Статья поступила в редакцию 03.07.2024 г.; одобрена после рецензирования 08.08.2024 г.; принята к публикации 10.09.2024 г.*

### Об авторах

#### Григорьева Татьяна Владимировна

доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры современного русского языкознания, Уфимский университет науки и технологий (450076, Российская Федерация, г. Уфа, ул. З. Валиди, д. 32), [tagrig8@mail.ru](mailto:tagrig8@mail.ru)

#### Ли Цичжэн

аспирант кафедры современного русского языкознания, Уфимский университет науки и технологий (450076, Российская Федерация, г. Уфа, ул. З. Валиди, д. 32), [1301854207@qq.com](mailto:1301854207@qq.com)

*Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.*

1. Papilova E. V. Imagologiya kak gumanitarnaya distsiplina [Imagology as a humanitarian discipline]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta im. M. A. Sholokhova. Filologicheskie nauki* = Bulletin of the Moscow State Humanitarian University named after M. A. Sholokhov. Philological sciences, 2011, no. 4, pp. 31–40. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17304687> (accessed 08.04.2024). (In Russ.).

2. Bakhareva M. D. Sovremennaya imagologiya: znachenie i perspektivy razvitiya [Modern Imagology: Significance and Development Prospects]. *Kontsept: filosofiya, religiya, kul'tura* = Concept: philosophy, religion, culture, 2022, vol. 6, no. 2, pp. 86–101. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2022-2-22-86-101>

3. Tarasov E. F. Obraz Rossii: metodologiya issledovaniya [Image of Russia: research methodology]. *Voprosy psikholingvistiki* = Journal of Psycholinguistics, 2006, no. 4, pp. 69–73. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-rossii-metodologiya-issledovaniya> (accessed 10.04.2024). (In Russ.).

4. Zhang Ya. Kontsept KITAI v soznanii nositelei russkogo yazyka (na materiale assotsiativnogo eksperimenta) [The Concept CHINA in the Minds of Native Russian Speakers (Based on the Material of an Associative Experiment)]. *Vestnik NGU. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* = NSU Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2022, vol. 20, no. 1, pp. 73–82. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2022-20-1-73-82>

5. Arutyunova N. D. Yazyk i mir cheloveka [Language and the World of Man]. M., Languages of Russian Culture Publishing House, 1999, 896 p. (In Russ.).

6. Karabulatova I. S., Lagutkina M. D. Obraz Kitaya v lingvoinformatsionnoi modeli sovremennogo mediadiskursa (na materiale russkikh i kitaiskikh SMI) [The Image of China in the Linguistic-Informational Model of Modern Media Discourse (Based on Russian and Chinese Mass Media)]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) Federal'nogo universiteta imeni M. V. Lomonosova. Seriya "Gumanitarnye i sotsial'nye nauki"* = Vestnik of Northern (Arctic) Federal University. Series "Humanitarian and Social Sciences", 2021, vol. 21, no. 4, pp. 40–53. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V124>

7. Cherniko L. O., Dolinskii V. A. Imya SUD"BA kak ob"ekt kontseptual'nogo i assotsiativnogo analiza [The name FATE as an object of conceptual and associative analysis]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 9: Filologiya* = Moscow University Philology Bulletin, 1996, no. 6, pp. 20–41. (In Russ.).

8. Popova E. A., Bogoslovskaya N. A. Obraz Kitaya v soznanii nositelei russkogo yazyka [The image of China in the perception of Russian speakers]. *Tul'skii nauchnyi vestnik. Seriya Istoriya. Yazykoznanie* = Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics, 2022, no. 1 (9), pp. 97–111. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-1-97-111>

*The article was submitted 03.07.2024; approved after reviewing 08.08.2024; accepted for publication 10.09.2024.*

### About the authors

#### Tatyana V. Grigorieva

Dr. Sci. (Philology), Associate Professor, Professor of the Department of Modern Russian Linguistics, Ufa University of Science and Technology (32 Z. Validi St., Ufa 450076, Russian Federation), [tagrig8@mail.ru](mailto:tagrig8@mail.ru)

#### Li Qizheng

Graduate student of the Department of Modern Russian Linguistics, Ufa University of Science and Technology (32 Z. Validi St., Ufa 450076, Russian Federation), [1301854207@qq.com](mailto:1301854207@qq.com)

*All authors have read and approved the final manuscript.*