



DOI: 10.22363/2313-2299-2025-16-3-977-993

EDN: DHIRDB

УДК 81:007:316.77(=161.1)(510)


Научная статья / Research article

Этнокультурные стереотипные представления русских о Китае на материале данных ассоциативного эксперимента

Пэй Хайтун¹  , О.Н. Колышева² 

¹Хэйлунцзянский университет, Харбин, Китайская Народная Республика

²Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

 peihaitong@mail.ru

Аннотация. Актуальность настоящего исследования обусловлена активным развитием российско-китайского сотрудничества в культурно-гуманитарной сфере в связи с 75-летием установления дипломатических отношений двух стран, а также объявлением 2024–2025 годов «перекрёстными годами культуры». В условиях быстрого сближения двух различных по культуре, истории и менталитету лингвокультур актуальным становится выявление и анализ этнокультурных стереотипов, влияющих на успешное межкультурное взаимодействие китайцев и россиян. Целью статьи является описание этнокультурных стереотипных представлений о Китае, функционирующих среди молодых россиян, на основе результатов ассоциативного эксперимента, проведенного среди 263 респондентов. Методология исследования включает психолингвистический и лексико-семантический анализ данных ассоциативного эксперимента (859 реакций), что позволяет выявить и описать устойчивые и повторяющиеся этнокультурные стереотипы о Китае в языковом сознании русских. Результаты исследования демонстрируют, что Китай в сознании русских ассоциируется прежде всего с богатым культурно-историческим наследием, инновационной и масштабной экономикой, своеобразной национальной кухней и социалистическим политическим строем. Интерес представляет сочетание традиционных и современных культурных образов, включая популярные компьютерные игры и литературу, которые легли в основу стереотипных представлений о Китае. В заключении делается вывод, что применение методики ассоциативного эксперимента для выявления и описания этнокультурных стереотипов позволяет получить обширный материал «из первых рук», что не только вносит вклад в теоретическую базу современных гуманитарных исследований, но и имеет высокую практическую значимость для повышения эффективности межкультурной коммуникации и развития двусторонних отношений России и Китая.

Ключевые слова: психолингвистика, межкультурная коммуникация, языковое сознание

Вклад авторов: вклад авторов равнозначен на всех этапах исследования и подготовки текста статьи.

Благодарности: Благодарности Работа выполнена в рамках проекта № 050738-0-000 системы грантовой поддержки научных проектов РУДН.

© Пэй Хайтун, Колышева О.Н., 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Заявление о конфликте интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: дата поступления: 10.03.2025; дата приема в печать: 15.04.2025


Для цитирования: Хайтун П., Колышева О.Н. Этнокультурные стереотипные представления русских о Китае (на материале данных ассоциативного эксперимента) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2025. Т. 16. № 3. С. 977–993. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2025-16-3-977-993>

Ethnocultural Stereotypical Representations of Russians about China: Based on Data from an Associative Experiment

Haitong Pei¹  , Olga N. Kolysheva²

¹Heilongjiang University, Harbin, People's Republic of China

²RUDN University, Moscow, Russian Federation

 peihaitong@mail.ru

Abstract. The relevance of the present study is driven by the dynamic development of Russian–Chinese cooperation in the cultural and humanitarian spheres, coinciding with the 75th anniversary of diplomatic relations between the two countries and the declaration of 2024–2025 as the “Cross-Cultural Years.” Considering the growing rapprochement between two linguocultures distinct in culture, history, and mentality, the identification and analysis of ethnocultural stereotypes influencing effective intercultural interaction between Chinese and Russians become especially pertinent. This article aims to describe the ethnocultural stereotypical representations of China as held by young Russians, based on data obtained from an associative experiment conducted with 263 respondents. The research methodology employs psycholinguistic and lexico-semantic analysis of 859 associative reactions, which facilitated the identification and description of stable and recurrent ethnocultural stereotypes of China within the Russian linguistic consciousness. The findings reveal that China, in the perception of Russians, is primarily associated with a rich cultural-historical heritage, an innovative and large-scale economy, a distinctive national cuisine, and a socialist political system. Notably, the interplay between traditional and contemporary cultural images—including popular computer games and literature—forms a significant basis for these stereotypes. In conclusion, the application of the associative experiment methodology provides extensive firsthand data that substantially contribute not only to the theoretical framework of modern humanitarian studies but also hold considerable practical value for enhancing the effectiveness of intercultural communication and fostering the development of bilateral relations between Russia and China.

Keywords: psycholinguistics, intercultural communication, language consciousness

Authors' contribution: the authors contributed equally to this research and preparation of the article text.

Funding: the publication has been supported by the RUDN University Scientific Projects Grant System, project № 050738-0-000.

Conflicts of interest: the authors declare no conflict of interest.

Article history: received: 10.03.2025; accepted: 15.04.2025

For citation: Haitong, Pei, & Kolysheva, O.N. (2025). Ethnocultural Stereotypical Representations of Russians about China: Based on Data from an Associative Experiment. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 16(3), 977–993. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2025-16-3-977-993>

Введение

В 2024 г. произошло знаковое историческое событие в рамках международного сотрудничества Китая и России: 75-летие установления дипломатических отношений между двумя странами. Президент России Владимир Путин и Председатель КНР Си Цзиньпин объявили 2024–2025 гг. «перекрёстными» годами культуры Китая и России, что предполагает обширную программу совместных культурно-гуманитарных проектов обеих стран: культурные мероприятия, фестивали, выставки, форумы, спортивные мероприятия и иные виды двустороннего сотрудничества.

Несмотря на активное сотрудничество в разных сферах, между Китаем и Россией существуют большие различия как в синхроническом разрезе, так и в диахроническом: в культуре, истории, традициях, укладе жизни и менталитете жителей двух стран. В случае быстрого сближения таких непохожих друг на друга стран острее могут проявляться различия в дихотомии «свой—чужой», традиционно находящейся в фокусе гуманитарных исследований [1–3] и др. Как пишет В.В. Красных, «окультуривание человеком окружающего мира происходит параллельно с осознанием категорий «свой—чужой», с членением пространства на «свой» мир и мир «чужой» [4. С. 236–237]. Такие различия возможно зафиксировать посредством фиксации стереотипных представлений, существующих в данный момент в конкретном языковом коллективе. Выявление, анализ и последующая структуризация стереотипов может способствовать взаимопониманию и ведению успешного диалога между представителями разных стран и культур, и именно этим обусловлена актуальность проводимого интегрального исследования.

Таким образом, целью исследования является анализ этнокультурных стереотипов о Китае, функционирующих среди молодых россиян в данный период. Для достижения поставленной цели был применен инструмент психолингвистического анализа — ассоциативный эксперимент, позволяющий получить материал от рядовых носителей лингвокультуры.

Материал и методология исследования

Изучению стереотипов посвящено множество современных лингвистических работ в области фразеологии и паремиологии (см. подробнее [5–8]), аксиологической лингвистики [9–10], лингвокультурологии [11–13], психолингвистики и этнопсихолингвистики [14–17], теории межкультурной коммуникации [18–21], медиадискурса [22] и др. На основе анализа современных подходов к изучению стереотипов можно смело утверждать, что стереотип формируется не произвольно и хаотично в языковом сознании носителя лингвокультуры, а является прямым «результатом отражения в сознании личности некоего фрагмента реального мира» [4. С. 231]. Общими чертами стереотипов становятся повторяемость (многократное воспроизведение стереотипа в разных контекстах и с использованием разных лексических

единиц), устойчивость и оценочность [23. С. 68]. Интегральный характер современных исследований стереотипов является иллюстрацией того, что стереотипы могут функционировать в любой сфере человеческих отношений. В данной статье в фокусе нашего исследовательского внимания находятся этнокультурные стереотипы — представления носителей одного лингвокультуры о другой лингвокультуре [23].

Несмотря на множество российских работ, посвященных рассмотрению этнокультурных стереотипов, функционирующих в бытовом дискурсе, большинство таких исследований не имеют четкой методологии выявления стереотипов. Так, например, в работе Н.В. Евдокимовой и О.П. Юриной рассматриваются стереотипы «Китайцы едят всё, что видят», «Китайцы низкие», «Русские — боевая нация» на материале данных лишь пяти респондентов, а первоначальное выявление самих предлагаемых авторами респондентам стереотипов носит субъективный характер (см. подробнее [24]). Не говоря уже о том, что сам вопрос рассмотрения этнокультурных стереотипов настолько тонкий, что необходима строго выверенная методология выявления и описания стереотипных представлений.

В китайской лингвистике методологическая база исследований стереотипов, особенно национально-культурных, нуждается в дальнейшем обогащении и углублении, что обусловлено анализом преимущественно литературных источников, тогда как комбинированные методы с полевыми исследованиями применяются редко [25].

Обнаруженные нами исследования стереотипов на китайском языке посвящены, в основном, гендерным и медийным стереотипам, тогда как исследования национальных или этнических стереотипов остаются крайне малочисленными [26–28]. При этом тема этнокультурных стереотипов о России и русских не получила широкого освещения в научной литературе на китайском языке.

Применение методики ассоциативного эксперимента к выявлению этнокультурных стереотипов было успешно апробировано ранее при описании стереотипов о Кыргызстане и киргизах в языковом сознании молодых россиян [23]. Однако за рамками проведенного исследования остались нерешенные вопросы: из каких «кластеров» (фреймов, групп) состоит этнокультурный стереотип; влияет ли рассматривается страна или этнос на структуру и содержание стереотипа; способы представления структуры стереотипа; фиксация изменений стереотипных представлений и мн. др.

В основу данного пролонгированного исследования, начавшегося в 2024 г. и продолжающегося по сей день, положена идея о «перекрестном» годе культуры Китая и России. Однако вместо совместных культурных мероприятий авторы данной статьи приняли решение о проведении совместных научных исследований: «перекрёстных» ассоциативных экспериментов среди жителей Китая и России. Респондентами первой части ассоциативного

эксперимента стали 263 студента филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы нескольких гуманитарных направлений: филологи, лингвисты, журналисты, психологи, педагоги и др. Второй ассоциативный эксперимент проводился среди 171 студента Хэйлунцзянского университета в г. Харбин, КНР, также разных гуманитарных специальностей: русистика 俄语, педагогика 教育学, лингвистика 汉语语言学, 英语, 日语, журналистика 新闻专业, литературоведение 文学, история 历史学, туризм 旅游管理 и др.

Респондентам было предложено поучаствовать в ассоциативном эксперименте под названием «Страны и люди». В качестве стимулов были выбраны 20 слов-стимулов, называющие страны и народы, их представляющих, например, *Франция* и *французы*. Авторами статьи были отобраны страны, объединение которых в различные группы (условно христианские страны; азиатские страны и т.п.) невозможно. Следовательно, респонденты понимают, что от них хотят получить реакции, связанные с разными странами и народами, однако выбор стран кажется респонденту произвольным, что позволяет рассчитывать на чистоту эксперимента и делает эксперимент относительно свободным.

Таким образом, перекрестный ассоциативный эксперимент позволил получить уникальный исследовательский материал от 434 студентов, обучающихся в университетах России и Китая, представленный более чем 3500 реакциями на следующие слова-стимулы: *Китай, китайцы, Россия, русские*.

В данной статье материалом исследования стали данные, полученные от российских респондентов. Так, материал исследования — 263 анкеты, содержащие 859 реакций на слово-стимул «Китай». Такое решение вызвано масштабом проведенных ассоциативных экспериментов и, как следствие, большим количеством полученных реакций, для описания которых потребуется несколько научных работ, поэтому в этой статье авторы приняли решение рассмотреть только одно слово-стимул и только «одну сторону» — ответы российских респондентов. Таким образом, данная статья является первой в цикле работ, посвященных пролонгированному исследованию этнокультурных стереотипов китайцев о России и русских, и русских — о Китае и китайцах.

Результаты исследования

Представим полученные реакции на слово-стимул «Китай» в виде ассоциативного поля, составленного из повторяющихся реакций. Все единичные реакции, не включенные в это ассоциативное поле, будут отражены далее в тематических полях, сформированных на основании общности семантического признака. При этом при количественном анализе лексически близкие реакции решено было объединить (например, *фонари* и *красные фонари*; *Новый год* и *Китайский Новый год* *Чуныцзе* и др.).

Китай: Великая Китайская стена 22 / Китайская стена 13 / стена 4 / Великая стена 3; дракон 24 / драконы 5 / китайский дракон 2 / красный дракон 1 / огненный дракон 1; панда 28; красный цвет 15 / красный 12; чай 23 / китайский чай 1; иероглифы 19; рис 17; коммунизм 16; много людей 16; технологии 13; китайский Новый год 3 / Новый год 3 / Китайский Новый год Чуньцзе 1 / Лунный новый год 1 / китайский новый год 1 / праздник весны 1 / праздник фонарей 1; острая еда 9; традиции 8 / культурные традиции 1; Алиэкспресс 8; инновации 8; лапша 8; культура 7; сложный язык 7; экономика 7; фонари 2 / фонарики 3 / красные фонари 1 / красные фонарики 1; бамбук 6; древняя история 6; древняя культура 6; богатая культура 6; пельмени 6; шёлк 6; древняя цивилизация 5; кунг-фу 5; ципао 5; духовность 4; еда 4; китайская кухня 4; новые технологии 4; юань 4; богатая история 3; горы 3; долгая история 3; изобретения 3; история 3; машины 3; пагода 3; природа 3; лидер страны 3; фабрики 3; автомобили 2; Александр Зубарев 2; архитектура 2; баодзы 2; бизнес 2; «Благословение небожителей» 2; боевые искусства 2; большое население 2; большой 2; буддизм 2; быстрое развитие 2; вкусная еда 2; великая держава 2; возможности 2; густонаселенный 2; деньги 2; династия 2; дружественная страна 2; кунг-фу панда 2; древность 2; друзья 2; каллиграфия 2; кимоно 2; Конфуций 2; необычная кухня 2; нефрит 2; огромное население 2; очень много людей 2; палочки 2; популяция 2; прогресс 2; производство 2; работа 2; развитие 2; развитые технологии 2; роллы 2; техника 2; товары 2; толпа 2; традиционная одежда 2; утка по-пекински 2; чайная церемония 2; шум 2; экономический рост 2; Пекинская опера 1 / традиционная опера 1.

Далее на основании общего семантического признака были сформированы следующие тематические группы.

Тематическая группа «Культура и история Китая»

Культура и история: Великая Китайская стена 22 / Китайская стена 13 / стена 4 / Великая стена 3; дракон 24 / драконы 5 / китайский дракон 2 / красный дракон 1 / огненный дракон 1; панда 28; красный цвет 15 / красный 12; чай 23 / китайский чай 1; китайский Новый год 3 / Новый год 3 / Китайский Новый год Чуньцзе 1 / Лунный новый год 1 / китайский новый год 1 / праздник весны 1 / праздник фонарей 1; традиции 8 / культурные традиции 1; культура 7; фонари 2 / фонарики 3 / красные фонари 1 / красные фонарики 1; шёлк 6; древняя история 6; древняя культура 6; богатая культура 6; древняя цивилизация 5; кунг-фу 5; ципао 5; духовность 4; богатая история 3; долгая история 3; история 3; пагода 3; Александр Зубарев 2; архитектура 2; «Благословение небожителей» 2; боевые искусства 2; буддизм 2; кунг-фу панда 2; древность 2; кимоно 2; Конфуций 2; Лао цзы; нефрит 2; традиционная одежда 2; чайная церемония 2; Пекинская опера 1 / традиционная опера 1; аниме; богатейшая история; Будда; видеоигры от китайской студии MiHoYo; видеоигры; гейши; Геншин Импакт; даосизм; Джеки Чан; династия Тан; достопримечательности;

древние воины; древние города; дунхуа; желтый цвет; журавли; завораживающая культура и одеяния; Запретный город; единственная страна, в которой проводились летные и зимние Олимпийские игры; ее история и культура насчитывают более 5 000 лет; интересная история; интересная культура; интересная история; исторические ценности; красивые храмы; красный конверт; китайская культура; маньхуа; мифология; многовековая история; многовековая культура; монументы, национальная архитектура; народная музыка; обширная культура, уходящая в глубокую древность; объекты нематериального культурного наследия; одна из древнейших и богатейших историй и культур мира; Поднебесье; «Путешествие на Запад»; страна с древней историей; страна панд; страна с очень богатой историей; самобытная культура; Сунь Укун; сянься; терракотовая армия; трилогия «Задача трёх тел»; университеты; узел счастья; чайная культура; фарфор; фейерверк; флаг; Харбинский университет; храмы; Царь Обезьян. 327 реакций, из них повторяющихся — 269, единичных — 58.

Тематическая группа «Экономика и производство»

Экономика и производство: технологии 13; Алиэкспресс 8; инновации 8; экономика 7; мегаполисы 4; небоскребы 4; новые технологии 4; юань 4; изобретения 3; машины 3; фабрики 3; автомобили 2; производство 2; работа 2; развитие 2; развитые технологии 2; экономический рост 2; техника 2; бизнес 2; товары 2; быстрое развитие 2; возможности 2; деньги 2; прогресс 2; развитие 2; автомобильный завод; автопром; авторынок; актуальность; большая экономическая мощь; большой прогресс; будущее; быстро развивающаяся экономика; быстроразвивающийся город; быстрое развитие технологий; быстрое экономическое развитие; быстрорастущая экономика; быстрый экономический рост; всё производство мира; высокие зарплаты; глобальная экономика; дешевая одежда; дешевые товары для всего мира; дешевые товары и подделки; единое ценообразование на всей территории; инициатива «Один пояс, один путь»; инновационные технологии; информационно развит; китайские машины; массовые технологии; мастерская мира; масштабное производство; масштабность производства; мировая фабрика; мировой завод; мощная промышленность; модернизация; не всегда хорошее качество; низкое качество; новейшие разработки; одна из лидирующих стран; передовые технологии; подделки из Китая; поддельные вещи; прогрессивная страна; развитая экономика и технологии; продвинутая страна; сильная экономика; слишком много технологий; современность; современный; современные технологии; Сяоми; стремительное экономическое развитие; рыночная экономика; лидерство в производстве; экономическая развитость; экономическое чудо; развивающийся; производство всего, что только можно, в большом объеме; производство одежды, промышленность; рост; развитая страна; Хавал, электроника. 149 реакций, из них повторяющихся — 89, единичных — 60.

Тематическая группа «Национальная кухня»

Национальная кухня: рис 17; острая еда 9; лапша 8; бамбук 6; пельмени 6; еда 4; китайская кухня 4; утка по-пекински 2; необычная кухня 2; палочки 2; вкусная еда 2; баодзы 2; роллы 2; булочки бао; еда быстрого приготовления; гурман; здесь много вкусной еды; кулинарное разнообразие; мандарин; многообразная кухня; моти; на улицах запах острых специй; удивительная кухня с многообразием блюд; уникальная кухня; харбинский салат, хуогуо, цзяозцы, экзотичная еда; странная еда; сладости; пугающая еда; кухня. **85** реакций, из них повторяющихся — **66**, единичных — **19**.

Тематическая группа «Политический и государственный строй»

Политический и государственный строй: коммунизм 16; лидер страны 3; династия 2; дружественная страна 2; друзья 2; вождь; друг России; друг; друзья России; дружат с нашей страной; закрытая страна; законы; император; империалист; коммунистическая партия; коммунистическая партия Китая; кружок коммунистов; лидер; Мао Цзэдун; президент; обладает своим собственным суверенитетом; революция Мао; сотрудничество с Россией; социализм; Цинь Шихуанди. **45** реакций, из них повторяющихся — **25**, единичных — **20**.

Тематическая группа «Многолюдность»

Многолюдность: много людей 16; большое население 2; толпа 2; огромное население 2; очень много людей 2; густонаселенный 2; популяция 2; шум 2; многолюдность; многочисленная по численности людей; многочисленное население; многочисленность; небольшая территория для большого количества людей; многонаселенность; плотное население; повсюду шум; тесно; теснота; шумный; большая населенность. **41** реакция, из них повторяющихся — **30**, единичных — **12**.

Тематическая группа «Китайский язык»

Язык: иероглифы 19; сложный язык 7; каллиграфия 2; китайский язык; красивый язык; путунхуа; разнообразие языков-диалектов; самый сложный язык; слишком много диалектов; язык; слишком трудный; выучить невозможно. **37** реакций, из них повторяющихся — **28**, единичных — **9**.

Тематическая группа «Величие страны»

Величие страны: большой 2; великая держава 3; великий; величие; величие нации; мировая держава; мощь; обширная история; обширная территория; огромное количество людей; страна, имеющая своё влияние во всём; богатая страна; богатые ресурсы. **16** реакций, из них повторяющихся — **5**, единичных — **12**.

Тематическая группа «Природа и климат Китая»

Природа и климат Китая: горы 3; природа 3; великолепные горы; красивые ландшафты; красивые природные достопримечательности; местный климат; разнообразие ландшафтов; разнообразие природы; реки; смог; солнце; сухость. 16 реакций, из них повторяющихся — 6, единичных — 10.

Обсуждение результатов

Тематическая группа «Культура и история Китая» является наиболее представленной как по общему количеству реакций (327 реакций), так и по количеству повторяющихся (269 реакций), описывающих культурно-историческую вариативность и разнообразие Китая.

Самой частотной реакцией (42 фиксации) стала реакция *Великая Китайская стена* и ее производные (*стена 4; Великая стена 3* и др.). Респонденты также отмечают особую архитектуру Китая и её архитектурные доминанты: *пагода 3; архитектура 2; национальная архитектура; красивые храмы; монументы; Запретный город* и др.

Второй по частотности реакцией является *дракон*, представленная с уточняющими лексемами: *китайский, красный, огненный дракон*. Дракон (龙 *lóng*) в китайской лингвокультуре имеет особое значение, являясь одним из четырех священных животных [29]. Традиционно китайский дракон изображается в оттенках красного цвета, семиотическая природа которого тесно связана в сознании русских респондентов с китайской культурой, что подтверждается частотностью соответствующих реакций: *красный цвет 15 / красный 12, красные фонари, красный конверт* и др.

Ожидаемо, одной из самых частотных реакций стала *панда* (27 реакций) — современный символ китайской культуры. Единичной реакцией стал перифраз *страна панд* как метафоричной номинации Китая.

Неоднократно подчеркивается древнее и богатое культурно-историческое наследие Китая: *древняя история 6; древняя культура 6; богатая культура 5; древняя цивилизация 5; богатая история 3; древность 2* и др. Респонденты выражают это мнение развернутыми суждениями: *обширная культура, уходящая в глубокую древность; одна из древнейших и богатейших историй и культур мира; страна с древней историей; страна с очень богатой историей; ее история и культура насчитывают более 5 000 лет*. Особо отмечается самобытность китайской культуры: *духовность 4; самобытная культура; интересная культура; китайская культура; интересная история*.

Несмотря на частотность реакций, связанных с историческим прошлым и богатством древней культуры, респонденты также отмечают и современные культурные явления. Так, например, в сознании респондентов Китай ассоциируется с компьютерными играми: *Поднебесье* (компьютерная игра, основанная на древней мифологии); *видеоигры от китайской студии MiHoYo; видеоигры; Гениин Импакт* (также китайская студия MiHoYo). Наличие

таких реакций говорит о том, что современная китайская культура достаточно популярна среди молодых россиян.

Среди разновидностей культуры особое место занимает литературное наследие Китая. Респонденты называют отдельные жанры (*китайские новеллы*; *сянься*; *маньхуа*), писателей (*Лю Цысинь*), литературных героев (*Сунь Укун*; *Царь Обезьян*, *Мулан*) и сами произведения («*Благословение небожителей*», трилогия «*Задача трёх тел*», «*Путешествие на Запад*»). Также дважды называют *гохуа* — традиционную китайскую живопись с элементами каллиграфии.

Такое знание китайской литературы может быть объяснено несколькими причинами. Во-первых, респонденты — российские студенты филологического факультета. Изучение мировой литературы входит в их образовательные программы. Например, роман «Путешествие на Запад» — один из главных классических романов на китайском языке, где главным героем является *Сунь Укун* — царь обезьян. Во-вторых, популярность китайской литературы может быть связана с тем, что упоминаемые респондентами произведения были положены в основу *дунхуа* (动画 *dòng huà*) (также упоминаются респондентами) — китайской анимации, посвящённой китайской мифологии, конфуцианству, фольклорным историям, а также *маньхуа* — китайским комиксам. Данный жанр особенно популярен у молодых россиян наряду с комиксами и *анимэ*, ошибочно приписываемыми респондентами к китайской культуре. Так, роман Мосян Тунсю «Благословение небожителей» приобрел популярность в России в 2023–2024 в связи с выходом одноименного китайского анимационного сериала *дунхуа*, а сама книга Мосян Тунсю стала одной из самых продаваемых книг, относящихся к жанру *китайской новеллы*, также упоминаемой респондентами. Трилогия «Задача трёх тел» авторства китайского писателя Лю Цысиня также получила широкую популярность в России в 2023 году после выхода экранизации — одноименного китайского научно-фантастического телесериала. Как и в ситуации с компьютерными играми, современное переосмысление китайской классической литературы в формате визуальной истории вызывает интерес у молодых россиян и ассоциируется с Китаем.

Реакции в тематическом поле «Культура и история», связанные с упоминанием исторических деятелей или представителей мира культуры многочисленны (*Конфуций 2*; *Лао цзы*; *Будда*; *династия Тан*). Из современных представителей китайской культуры один раз был назван *Джеки Чан*, а дважды — *Александр Зубарев*, известный российской аудитории видеоблогер и стример, проживающий в Китае.

Одним из атрибутов культуры традиционно является национальная одежда, что объясняет частотность (5 реакций) лексемы *ципао* (旗袍 *qí páo*), обозначающей наиболее узнаваемое женское шёлковое платье. Среди других объектов материального культурного наследия респонденты отмечают *нефрит 2*; *узел счастья*; *фарфор*; *терракотовую армию*. Нематериальным

культурным наследием выступают *чайная церемония 2; Пекинская опера / традиционная опера; мифология; народная музыка; чайная культура*.

Если группа реакций, описывающих культуру Китая, достаточно вариативна и по лексическому облику, и по семантическим признакам, то тематическая группа «Экономика и производство», в которую входят реакции, содержащие экономическую характеристику Китая, несмотря на широкую лексическую представленность, может быть иносказательно развернута в несколько основных характеристик.

В первую очередь, респонденты отмечают инновационный характер экономики Китая, что подтверждается количеством соответствующих реакций: *инновации 8; новые технологии 4; актуальность; будущее; инновационные технологии; передовые технологии; прогрессивная страна; современность; современный; современные технологии; лидерство в производстве; модернизация; новейшие разработки* и др.

Следующим стереотипным представлением становится представление о скорости развития технологий, подчеркивается их динамика: *быстрое развитие 2; быстро развивающаяся экономика; быстроразвивающийся город; быстрое развитие технологий; быстрое экономическое развитие; быстрорастущая экономика; быстрый экономический рост; стремительное экономическое развитие* и др.

Помимо инновационности и скорости развития российские респонденты отмечают масштаб экономики Китая: *большая экономическая мощь; глобальная экономика; мастерская мира; масштабное производство; масштабность производства; мировая фабрика; мировой завод; мощная промышленность; массовые технологии; производство всего, что только можно, в большом объеме* и др.

Среди отдельных отраслей экономики, которые у российских студентов ассоциируются с Китаем, однозначно лидирует автомобильное производство: *машины 3; автомобили 2; автомобильный завод; автопром; авторынок; китайские машины; Хавал*. Единичные реакции акцентируют внимание на технологиях (*технологии 13; изобретения 3; слишком много технологий* и др.), интернет-сфере (*Алиэкспресс 8*) и электронике (*электроника; техника, Сяоми*). При этом немногочисленные единичные реакции описывают доступность товаров и не всегда хорошее качество (*дешевая одежда; дешевые товары для всего мира; дешевые товары; низкое качество* и др.)

В тематической группе «Национальная кухня» самой частотной реакцией стала лексема *рис* — неотъемлемое блюдо китайской кухни. Примечательно, что респонденты наряду с русскими эквивалентами китайских блюд (*утка по-пекински; пельмени* и др.) используют лингвокультураны — единицы, диалектически синтезирующие в себе элементы языка и культуры, в которых закодирован определенный лингвокультурный стереотип [13. С. 16]: *баодзы 2; бао; цзяоцзы; хуогуо*.

Еще одним заметным стереотипным представлением о национальной кухне Китая, усиливающим дихотомию «свое-чужое», становится представление о китайской еде как своеобразной. Китайская еда в сознании российских респондентов представляется чем-то уникальным, не похожим на привычную еду: *необычная кухня 2; удивительная кухня с многообразием блюд; уникальная кухня; экзотичная еда; странная еда* и др.

Тематическая группа «Политический и государственный строй» немногочисленна, но частотность отдельных реакций показательна. Так, реакция *коммунизм 16* входит в ядро ассоциативного поля «Китай», а реакции, выраженные другими лексемами, также подтверждают ассоциативный ряд (*лидер страны 3; Мао Цзэдун; революция Мао; социализм; лидер* и др.). Также среди главных политических деятелей упоминается *Цинь Шихуанди* — первый император Китая, что позволяет говорить о том, что российские студенты хорошо знакомы с историей Китая.

Отдельную группу составляют реакции, акцентирующие внимание на взаимодействии Китая и России на политической арене сегодня. Так, в сознании респондентов Китай предстает *дружественной страной, другом России*. Китай — *друзья, дружат с нашей страной* и др.

Тематическая группа «Многолюдность» представлена большим количеством повторяющихся реакций. В языковом сознании российских респондентов Китай предстает густонаселенной страной (*много людей; огромное население; тесно* и др.), что находит выражение и в количестве реакций вообще, и в количестве повторяющихся и лексически близких реакций (*многочисленное население; многочисленность, многолюдность* и др.).

Стереотипное представление о китайском языке как языке трудном подтверждается наличием нескольких соответствующих реакций (*сложный язык; самый сложный, выучить невозможно* и др.), а иероглифическая письменность китайского языка широко известна российским респондентам, что иллюстрируется частотностью лексемы *иероглифы 19*.

Тематическая группа «Величие страны» немногочисленна, однако может быть рассмотрена как комплиментарная по отношению к статусу Китая на мировой арене. Российские респонденты подчеркивают величие Китая как с исторической перспективы (*обширная история*), так и в данный момент (*страна, имеющая своё влияние во всём*). Реакции в основном представлены именами существительными (*держава; мощь*) с оценочными прилагательными (*великая; мировая; богатая*).

Самой малочисленной стала тематическая группа, содержащая реакции о природе и климате Китая. Главным стереотипным представлением о природе Китая является ее разнообразие (*разнообразие ландшафтов; разнообразие природы*) и ее красота, выраженные разными реакциями (*великолепные горы; красивые ландшафты; красивые природные достопримечательности*).

Как показывает проведенный анализ реакций, составляющих тематические группы внутри ассоциативного поля «Китай», данные, полученные в ходе проведения ассоциативного эксперимента, могут служить достоверным материалом для выявления и описания этнокультурных стереотипов современных молодых россиян о Китае.

Заключение

Применение методики ассоциативного эксперимента в качестве метода для реконструкции этнокультурных стереотипов позволило выявить и описать основные стереотипные представления о Китае, функционирующие сегодня среди молодых россиян. Результатами эксперимента стали данные, представленные в виде тематических полей и позволившие выявить следующие этнокультурные стереотипы.

Так, Китай в языковом сознании русских связан, в первую очередь, с культурным многообразием и древней историей, что подтверждается качественно-количественным анализом реакций. Вторым по частотности стереотипным представлением стало представление о Китае как о масштабной экономически развитой стране с инновационным подходом к производству и динамичному развитию технологий. Китайская еда стала третьим по частотности реакций стереотипом, а ее главной характеристикой — разнообразие и необычность. Респонденты также характеризуют политический строй страны, описывая Китай как социалистическую державу, находящуюся в дружественных отношениях с Россией. Отдельную тематическую группу составили реакции, описывающие масштаб Китая и его ведущую роль в мировой политике. Важно отметить, что в языковом сознании рядовых носителей русской лингвокультуры в основном содержатся положительные стереотипы о Китае.

Данное исследование открывает цикл работ, посвященных пролонгированному исследованию этнокультурных стереотипов китайцев о России и русских, и русских — о Китае и китайцах. Подобные исследования, посвященные рассмотрению этнокультурных стереотипов, вносят как теоретический вклад в современные лингвистические исследования, так и содержат практическую информацию о том, как взаимодействовать с представителями той или иной культуры в ситуациях межкультурного взаимодействия.

Список литературы

1. Красных В.В. Психологическая структура значения и проблемы понимания текста // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2023. Т. 14. № 4. С. 1306–1320. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-4-1306-1320> EDN: ZJFPQE
2. Bennett M.J. Development model of intercultural sensitivity // Kim, Y. (Ed.), International Encyclopedia of Intercultural Communication. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons., 2017.

3. 高慧, 赵岚. 跨文化交际视野下对刻板印象的再认识 // 对外传播. 2016. № (07). С. 52–54. (Гао Хуэй, Чжао Лан. Переосмысление стереотипов в контексте межкультурной коммуникации // Внешние коммуникации. 2016. № 7. С. 52–54).
4. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М. : Гнозис, 2002.
5. Игиссинова А.С., Раева Г.М., Куламанова З.А. Гендерные стереотипы в казахских пословицах и поговорках // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2024. Т. 15. № 2. С. 376–393. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-2-376-393> EDN: PLHQIG
6. Чжан Л., Кормазина О.П. Образы доброго и злого человека в русской и китайской паремииологических картинах мира // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2023. Т. 14. № 3. С. 841–855. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-3-841-855> EDN: DYFGCO
7. Wang L. Стереотипные представления о ленивом человеке: лингвокогнитивный анализ культурных моделей русского и китайского языков // *Studia Rossica Posnaniensia*. 2023. Vol. 48. Iss. 1. P. 157–166. <https://doi.org/10.14746/strp.2023.48.1.11> EDN: QFTTGV
8. Ма Цзехуэй, Николаева Н.В. Китайские стереотипы о русских в зеркале китайских анекдотов // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7. № 2А. С. 460–466.
9. Свердлова Н.А., Сюэ Б. Аксиологические основы этнических стереотипов (на примере китайского и русского языков) // Международный научно-исследовательский журнал. 2025. № 4(154). <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.154.7> EDN: BXGNOP
10. Карасик В.И., Китанина Э.А. Аксиология власти в русской лингвокультуре // Русистика. 2023. № 1. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2023-21-1-97-110> EDN: ZVIVCL
11. Ковишова М.Л. Роль лингвокультурологии на современном этапе: основные принципы и метод исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2023. Т. 14. № 3. С. 745–756. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-3-745-756> EDN: FWLYUP
12. Фаткуллина Ф.Г. Стереотипы как маркеры лингвокультур // Вестник БашГУ. 2021. № 3. С. 750–754. <https://doi.org/10.33184/bulletin-bsu-2021.3.38> EDN: HSVOIQ
13. Воробьев В.В., Скнарев Д.С., Тагаев М.Д. Коммуникативная лингвокультурология: истоки, проблемы, перспективы // Русистика. 2025. Т. 23. № 1. С. 7–21. <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2024-23-1-7-21> EDN: UXYJVI
14. Красных В.В. Словарь и грамматика лингвокультуры. М. : Гнозис, 2016.
15. Чжан Жуньмэй. Языковая репрезентация этнокультурных стереотипов носителей русского языка о китайцах // Вопросы психолингвистики. 2017. № 3(33). С. 218–229.
16. Насталовская И.Г. Авто- и гетеростереотипы о представителях русской и китайской культур // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2022. № 4. С. 58–64. <http://doi.org/10.14529/ling220408> EDN: XMUVUR
17. Чжан Жуньмэй. Культурный опыт китайцев как опора для заполнения деятельностно-коммуникативных лакун при восприятии поведения русских // Вопросы психолингвистики. 2023. № 4(58). С. 171–181. <http://doi.org/10.30982/2077-5911-2023-58-4-171-181> EDN: EQHIPG
18. Новиков А.Л., Новикова И.А. Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 4. С. 977–989. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-4-977-989> EDN: NCKIYS
19. Цанкова Н.А. Межэтнические стереотипы как средство формирования социокультурной компетенции у иностранных студентов // Русский тест: теория и практика. 2024. Т. 10. № 2. С. 138–148. <https://doi.org/10.22363/3034-2090-2024-10-2-138-148>
20. Максимова С.Ю., Мацюпа К.В., Илюхин Н.И. The Role of Stereotypes in Cross-Cultural Communication // Язык науки и профессиональная коммуникация. 2021. № 2(5). С. 25–38. <https://doi.org/10.24412/2658-5138-2021-5-25-38> EDN: MHBQYW

21. Тарасов Е.Ф. Введение в психолингвистическую теорию межкультурного общения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 861–875. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-861-875> EDN: WKEQEW
22. Солопова О.А., Кошкарлова Н.Н. Образ России в медиадискурсе ЮАР: фреймы и метафоры // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2025. Т. 16. № 1. С. 9–28. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2025-16-1-9-28> EDN: KSGDET
23. Кольшиева О.Н. Кыргызстан глазами студентов-россиян: ассоциативный эксперимент как способ выявления этнокультурных стереотипов // Русское слово в Кыргызстане. 2024. № S3(49). С. 67–74. EDN: LMMWIE
24. Евдокимова Н.В., Юрина О.П. Стереотипизация как проблема межкультурной коммуникации Китая и России // Молодой ученый. 2020. № 15(305). С. 375–377. EDN: JRZREX
25. 王安, 麻晓森. 90后大学生对法国人刻板印象实证研究 [J]. 杭州电子科技大学学报(社会科学版), 2016, 12(02): 47–53. (Ван Иань, Ма Сюэмяо. Эмпирическое исследование стереотипов о французах среди студентов поколения 90-х // Вестник Ханчжоуского университета электроники и технологий (Социальные науки). 2016. Т. 12(02). С. 47–53).
26. 班胜星. 心理学视野下的民族偏见研究 [J]. 才智, 2012, (31): 183–184. (Бань Шэнсин. Исследование этнических предрешений с психологической точки зрения // Интеллект. 2012. № 31. С. 183–184).
27. 黄钰杰. 英语专业和非英语专业研究生对美国人的刻板印象对比 [J]. 科教导刊, 2014, (16): 167–168. (Хуан Юйцзе. Сравнительное исследование стереотипов об американцах среди магистров, специализирующихся и не специализирующихся на английском языке // Научный журнал по науке и образованию. 2014. № 16. С. 167–168).
28. 彭世勇. 英语学习者对中、日、美三国人的刻板印象 // 解放军外国语学院学报. 2008. № 03. С. 52–55+68. (Пэн Шиюн. Стереотипы изучающих английский язык о китайцах, японцах и американцах // Вестник института иностранных языков НОАК. 2008. № 3. С. 52–55+68).
29. Пляскина Е.А. Значение и смысл языкового знака «дракон» китайской лингвокультуры // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2020. № 4. С. 165–181. EDN: MGIUNF

References

1. Krasnykh, V.V. (2023). Psychological Structure of Meaning and Problems of Text Perception. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 14(4), 1306–1320. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-4-1306-1320> EDN: ZJFPQE
2. Bennett, M.J. (2017). Development model of intercultural sensitivity. In: Kim, Y. (Ed.), *International Encyclopedia of Intercultural Communication*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
3. 高慧, 赵岚 (2016). 跨文化交际视野下对刻板印象的再认识. 对外传, 7, 52–54 (Gao, H., & Zhao, L. (2016). Rethinking Stereotypes from the Perspective of Intercultural Communication. *International Communications*, 7, 52–54). (In Chinese).
4. Krasnykh, V.V. (2002). *Etnopsikholingvistika i lingvokulturologiya*. Moscow: Gnozis. (In Russ.).
5. Igissinova, A.S., Raeva, G.M., & Kulamanova, Z.A. (2024). Gender Stereotypes in Kazakh Proverbs and Sayings. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 15(2), 376–393. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-2-376-393> EDN: PLHQIG
6. Zhang, L., & Kormazina, O.P. (2023). Images of a Good and Evil Person in Russian and Chinese Paremiological Pictures of the World. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 14(3), 841–855. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-3-841-855> EDN: DYFGCO

7. Wang, Lili. (2023). Stereotypical representations of a lazy person: Linguo-Cognitive Analysis of Cultural models in the Russian and Chinese languages. *Studia Rossica Posnaniensia*, 48(1), 157–66. (In Russ.). <https://doi.org/10.14746/strp.2023.48.1.11> EDN: QFTTGV
8. Jiehui, Ma, & Nikolaeva, N.V. (2017). Chinese Stereotypes about Russians in the Reflection of Chinese Jokes. *Culture and Civilization*, 7(2A), 460–466. (In Russ.).
9. Sverdlova, N.A., & Xue, B. (2025). Axiological Bases of Ethnic Stereotypes (on the Example of Chinese and Russian). *International Research Journal*, 4(154). (In Russ.). <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.154.7> EDN: BXGNOP
10. Karasik, V.I., & Kitanina, E.A. (2023). Axiology of power in the Russian language and culture. *Russian Language Studies*, 21(1), 97–110. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2023-21-1-97-110> EDN: ZVIVCL
11. Kovshova, M.L. (2023). The Role of Linguocultural Studies in Modern Times: Basic Principles and Method of Research. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 14(3), 745–756. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-3-745-756> EDN: FWLYUP
12. Fatkullina, F.G. (2021). Stereotipy kak markery lingvokul'tur. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 3, 750–754. (In Russ.). <https://doi.org/10.33184/bulletin-bsu-2021.3.38> EDN: HSVOIQ.
13. Vorobyev, V.V., Sknarev, D.S., & Tagaev, M.D. (2025). The Origins, Current Issues, and Prospects of Communicative Cultural Linguistics. *Russian Language Studies*, 23(1), 7–21. <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2024-23-1-7-21> (In Russ.).
14. Krasnykh, V.V. (2016). *Slovar' i grammatika lingvokul'tury*. Moscow: Gnozis. (In Russ.).
15. Zhang, Runmei. (2017). Linguistic Representation of the Russian Ethnic-Cultural Stereotypes about the Chinese. *Journal of Psycholinguistics*, 3(33), 218–229. (In Russ.).
16. Nastalovskaia, I.G. (2022). Auto- and Heterostereotypes of Russians and Chinese. *Bulletin of the South Ural State University. Seria Linguistics*, 19(4), 58–64. (In Russ.). <http://doi.org/10.14529/ling220408> EDN: XMUVUR
17. Zhang, Runmei. (2023). The cultural experience of the Chinese as a support for filling the activity-communication gap in the perception of Russian behavior. *Journal of Psycholinguistics*, 4(58), 171–181. (In Russ.). <http://doi.org/10.30982/2077-5911-2023-58-4-171-181> EDN: EQHIPG
18. Novikov, A.L., & Novikova, I.A. (2021). Semantic Differential as a Method for Studying Attitudes to the Native and Russian Languages in Context of Psychological Acculturation. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1175–1188. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-4-977-989> EDN: NCKIYS
19. Tsapkova, N.A. (2024). Interethnic stereotypes as a means of forming socio-cultural competence among foreign students. *Russian Language: Research, Testing and Practice*, 10(2), 138–148. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/3034-2090-2024-10-2-138-148>
20. Maksimova, S.Yu., Matsyupa, K.V., & Ilyukhin, N.I. (2021). The role of stereotypes in cross-cultural communication. *Language of Science and Professional Communication*, 2(5), 25–38. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/2658-5138-2021-5-25-38> EDN: MHBQYW
21. Tarasov, E.F. (2022). Introduction to Psycholinguistic Theory of Intercultural Communication. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(4), 861–875. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-861-875> EDN: WKEQEW
22. Solopova, O.A., & Koshkarova, N.N. (2025). The Image of Russia in South Africa Media Discourse: Frames and Metaphors. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 16(1), 9–28. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2025-16-1-9-28> EDN: KSGDET
23. Kolysheva, O.N. (2024). Kyrgyzstan through the eyes of Russian students: an associative experiment as a way to identify ethnocultural stereotypes. *Russkoe slovo v Kyrgyzstane*, 3(49), 67–74. (In Russ.). EDN: LMMWIE
24. Evdokimova, N.V., & Jurina, O.P. (2020). Stereotipizacija kak problema mezskul'turnoj komunikacii Kitaja i Rossii. *Molodoj uchenyj*, 15(305), 375–377. (In Russ.). EDN: JRZREX

25. 王-安,麻晓淼(2016).90后大学生对法国人刻板印象实证研究 [J].杭州电子科技大学学报(社会科学版), 12(2), 47–53 (Wang Yi'an, Ma Xiaomiao (2016). An Empirical Study on the Stereotypes of French People Among Post-90s College Students. *Journal of Hangzhou Dianzi University (Social Science Edition)*, 12(2), 47–53). (In Chinese).
26. 班胜星 (2012). 心理学视野下的民族偏见研究. 才智, 31, 83–184 (Ban Shengxing (2012). Research on Ethnic Prejudice from the Perspective of Psychology. *Caizhi*, 31, 183–184). (In Chinese).
27. 黄钰杰 (2014). 英语专业和非英语专业研究生对美国人的刻板印象对比. 科教导刊, 16, 167–168 (Huang Yujie (2014). A Comparative Study of Stereotypes of Americans Between English Majors and Non-English Majors Graduate Students. *Science and Education Guide*, 16, 167–168). (In Chinese).
28. 彭世勇 (2008). 英语学习者对中、日、美三国人的刻板印象. 解放军外国语学院学报, 3, 52–55+68 (Peng Shiyong (2008). Stereotypes of Chinese, Japanese, and American People Among English Learners. *Journal of PLA Foreign Languages Institute*, 3, 52–55+68). (In Chinese).
29. Plyaskina E.A. (2020). The Meaning and the Sense of Lingual Sign «Dragon» of Chinese Linguistic Culture. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki*, 4, 165–181. (In Russ.). EDN: MGIUNF

Сведения об авторах:

Пэй Хайтун, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой старших курсов, старший преподаватель, Хэйлунцзянский университет, Институт русского языка (150080, Китайская Народная Республика, г. Харбин, район Наньган, улица Сюэфу, д. 74); *научные интересы*: психолингвистика, лингвокультурология, когнитивная лингвистика; *e-mail*: peihaitong@mail.ru
ORCID: 0000-0002-5031-6586.

Колышева Ольга Николаевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры общего и русского языкознания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6); *научные интересы*: психолингвистика, семиотика, межкультурная коммуникация; *e-mail*: kolysheva-on@rudn.ru
ORCID: 0000-0003-0118-8546; Scopus ID: 57218909950; eLIBRARY SPIN-код: 2567-2573.

Information about the authors:

Haitong Pei, Ph.D. of Philological Sciences, Head of the Department of Senior Courses, Senior Lecturer, Institute of Russian Language, Heilongjiang University (74, Xuefu str., Nangan District, Harbin, Heilongjiang Province, People's Republic of China, 150080); *Research interests*: psycholinguistics, linguoculturology, cognitive linguistics; *e-mail*: peihaitong@mail.ru
ORCID: 0000-0002-5031-6586

Olga N. Kolysheva, Ph.D. in Philology, Senior Lecturer of the Department of General and Russia Linguistics, RUDN University (6, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation, 117198); *Research interests*: psycholinguistics, semiotics, intercultural communication; *e-mail*: kolysheva-on@rudn.ru
ORCID: 0000-0003-0118-8546; Scopus ID: 57218909950; SPIN-code: 2567-2573.