

На правах рукописи

Ян Цзинь

Ян Цзинь

**ОБРАЗ ГЕРОЯ В РУССКОЙ
И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

Специальность 5.9.8. Теоретическая, прикладная
и сравнительно-сопоставительная лингвистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Челябинск – 2025

Диссертация выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)» на кафедре русского языка как иностранного.

Научный руководитель: **Харченко Елена Владимировна,**
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Калинин Олег Игоревич,**
доктор филологических наук, доцент,
федеральное государственное казенное
военное образовательное учреждение
высшего образования «Военный
университет» Министерства обороны
Российской Федерации, доцент кафедры
германских языков;

Сергиенко Наталья Анатольевна,
доктор филологических наук, доцент,
бюджетное учреждение высшего
образования Ханты-Мансийского
автономного округа – Югры «Сургутский
государственный университет», заведующий
кафедрой иностранных языков

Ведущая организация: федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Воронежский
государственный университет»

Защита состоится 9 июня 2025 г. в _____ часов на заседании объединенного диссертационного совета 99.2.089.02 на базе ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)» по адресу: Челябинск, 454001, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», https://www.csu.ru/Shared%20Documents/YangJ_dissertasia.pdf.

Автореферат разослан «___» _____ 2025 г.

Ученый секретарь диссертационного совета

кандидат филологических наук, доцент



Н.В. Мамонова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация посвящена сопоставительному изучению образа героя в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур.

Тема героя и героизма в целом стала чрезвычайно актуальной в последнее десятилетие. Это связано как с событиями в мире (пандемия, военные действия, природные и техногенные катастрофы), которые проявили героические качества людей, так и усилением запроса на формирование образа героя как носителя определенных качеств, значимых для носителей национальной культуры.

Актуальность исследования обусловлена повышением потребности в эффективной межкультурной коммуникации между Китаем и Россией в различных областях, что возможно только при осознании того, что за словами могут стоять несовпадающие образы сознания носителей разных культур. Именно изучение образов сознания является базовой составляющей, которая может повлиять на результативность взаимодействия носителей китайской и русской лингвокультур. С одной стороны, полное сходство в образах мира невозможно из-за разницы культур, истории, климата и других критериев, влияющих на формирование образа мира представителей конкретной нации, с другой стороны, в образах мира носителей разных культур наряду со спецификой можно выделить универсальные, общечеловеческие качества исследуемого образа, которые являются опорой для понимания. Разница в образах мира часто становится причиной непонимания и конфликтов, именно поэтому необходимо проводить сопоставительный анализ социально значимых понятий, к которым, по нашему мнению, несомненно, относится герой как носитель значимых для культуры качеств, которые должны передаваться следующим поколениям как пример для подражания. Язык – это не только инструмент общения, но и ключ к пониманию национального менталитета, именно поэтому объектом исследования в нашей работе выступает языковое сознание носителей двух лингвокультур.

Степень разработанности проблемы. В последние десятилетия многие ученые – представители разных научных направлений – уделяли большое внимание исследованию таких понятий, как герой, героический образ и героическая культура народа. Понятие «герой» с философской точки зрения рассматривали такие авторы, как С.Н. Булгаков, Г.В.Ф. Гегель, О.А. Дорохова, Г.А. Кривошекова, Т. Карлейль, Р.А. Лукьянова, Н.К. Михайловский, И.М. Суравнева; с точки зрения культурологии – такие авторы, как И.С. Кокарев, Ю.М. Коротченко, Н.Б. Мынды, П.А. Сапронов, Б.Ю. Соколова, Г.В. Рыльский; с позиций лингвистики и психолингвистики – такие авторы, как М.Г. Газилова, Д.А. Голубева, Е.О. Омеличкина, С.А. Питина, А.В. Таскаева, Ю.А. Щеголева, О.Ю. Юшко. Часть исследователей связали героическую культуру со временем и изучали образы героев в конкретные исторические периоды: в древние времена (О.А. Бабенко, О.А. Дорохова, Е.В. Иванова, О.Ю. Юшко, Сюэ Цзэси (薛泽希), Су Юаньцзюань (苏圆娟)), в средние века (Е.С. Дружинина, Ф. Кардини, М.А. Лошманова, Ю.А. Сайкова, Чжу Ицзе (朱一杰)), в новое время (с конца

XIX века до начала XX века) (О.А. Бабенко, Е.Н. Евтушенко, Ю.А. Сайкова, Лай Цзинпин (赖静萍)).

Работы названных ученых сыграли важную роль в изучении образа героя; однако, несмотря на большое количество трудов, выполненных на материале разных национальных культур, не было проведено сопоставительного исследования образа героя в русской и китайской лингвокультурах.

Объектом исследования является языковое сознание носителей русской и китайской лингвокультуры.

Предметом изучения выступает этнокультурная специфика образа героя в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур.

Цель исследования – выявление универсальных и уникальных составляющих образа героя в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть понятие героя в различных гуманитарных исследованиях, выявить основные характеристики героических образов в разные эпохи.

2. Провести комплексный психолингвистический эксперимент с носителями русской и китайской лингвокультур, проанализировать результаты, выявив общее и отличное в образе героя у носителей китайской и русской лингвокультур.

3. Сопоставить значения лексемы герой в китайско- и русскоязычных толковых словарях.

4. Выявить характеристики героических образов, зафиксированных в пословицах в китайской и русской традиционной культуре.

5. Проанализировать новостные сообщения о героях в китайско- и русскоязычных интернет-источниках для выявления общего и специфического в их образах.

Материал исследования составили:

1) результаты исследования с помощью метода словарных дефиниций (проанализированы 10 толковых словарей, 5 на русском языке и 5 на китайском);

2) результаты опроса с использованием метода свободных дефиниций (получено 90 ответов на русском и 90 на китайском языке, в ответах китайских респондентов выделено 139 сем, русских – 112 сем);

3) ассоциативные поля на стимул герой (500 реакций на русском языке и 500 реакций на китайском языке);

4) данные опроса (в разных возрастных группах было получено 253 имени героев от русских респондентов и 264 от китайских с объяснением причин отнесения их к героям);

5) пословицы и поговорки (83 на русском языке и 50 на китайском языке);

6) 20 новостных сообщений о героях в интернет-источниках (10 на китайском языке, 10 – на русском).

Методологической и теоретической базой исследования послужили работы по *теории языкового сознания* (образу мира) и *межкультурной коммуникации* (Н.Ф. Алефиренко, М.Б. Бергельсон, Е.М. Верещагин, А.А. Залевская, А.А. Леонтьев, А.Н. Леонтьев, А.Л. Садохин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Т.Н. Ушакова, Е.В. Харченко, Пэн Шиюна (彭世勇), Сунь Ючжун (孙有中), Сяо Ли

(肖丽), Чэнь Лу (陈璐), Чжа Минджян (查明建), Чжан Хунлин (张红玲), Чжан Хуэйхуэй (张会会)); по *исследованию лингвокультуры* (В.В. Кабакчи, В.В. Красных, В.А. Маслова, В.Н. Телия, Т.Н. Снитко).

В работе использованы следующие **методы исследования**: на этапе сбора материала – метод сплошной выборки, метод словарных дефиниций, метод свободных дефиниций, свободный ассоциативный эксперимент, опрос; на этапе анализа полученных данных – сопоставление, статистический метод, семный анализ, анализ результатов ассоциативного эксперимента с использованием семантического гештальта Ю.Н. Караулова.

Гипотезой исследования является предположение о том, что образ героя, сложившийся в языковом сознании носителей китайской и русской лингвокультур, имеет сходства, обусловленные ролью героя в социуме, его действиями и функциями, и отличия, связанные с историей страны, культурными традициями и обычаями.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1. Впервые проведено комплексное сопоставительное исследование образа героя, зафиксированного в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур, выявлены универсальные и уникальные характеристики героя в указанных культурах.

2. Введен в научный оборот новый материал, полученный в ходе опросов и экспериментов.

3. Выявлена и описана этнокультурная специфика образа мира носителей русской и китайской лингвокультур.

Положения, выносимые на защиту:

1. В двух исследуемых лингвокультурах есть сходство и отличия в образе героя. Общим является то, что в обеих лингвокультурах герой – это особенный человек, отличающийся необычайной храбростью, самоотверженностью и личной доблестью, он не боится трудностей, опасностей и насилия, готов к самопожертвованию, думает о других больше, чем о себе. К отличиям можно отнести то, что в понимании русских людей значение героя обычно связано с эпохой, средой, а для китайцев героизм обусловлен в первую очередь способностями и качествами человека.

2. Восприятие образа героя зависит не только от принадлежности к национальной культуре, но и от возраста респондентов. Если для носителей китайской лингвокультуры любого возраста значимым является образ героя, связанный со служением родине и народу, то у носителей русской лингвокультуры образ героя в большей степени зависит от их возраста. Так, для молодых респондентов на первом месте стоит помощь и спасение других, респонденты среднего возраста отмечают служение родине и народу, для респондентов старшего возраста образ героя связан с совершением подвигов.

3. Особенностью китайской лингвокультуры, выявленной в ходе ассоциативного эксперимента, является большое количество персоналий в реакциях китайских респондентов в группе «КТО», что может быть объяснено образовательной парадигмой в Китае, которая предполагает активное знакомство

не просто со страницами героической истории страны, а с конкретными людьми. Носители русской лингвокультуры в этой группе чаще давали реакции, которые содержат общие качества или описание героя.

4. Сопоставительный анализ ассоциативных полей позволил выделить универсальное и специфическое в образе героя, закреплённом в языковом сознании респондентов. Общим является то, что герой – это прежде всего человек / военный, защищающий свою родину от врага на войне, причём для носителей русской культуры совершение подвига именно на войне более значимо, чем для носителей китайской культуры. Отличия в том, что для китайских респондентов подвиг связан не только с защитой родины и народа, но и с прославлением идеалов коммунистической партии. Носители обеих лингвокультур ценят в герое такое качество, как бескорыстие, но для носителей русской лингвокультуры ещё важнее бесстрашие.

5. Героями в обеих культурах признаются защитники родины, солдаты и офицеры. Для русской лингвокультуры это герои Великой Отечественной войны и современные военные, в том числе их родственники. В обеих лингвокультурах героями считаются первопроходцы.

6. Исследование китайских и русских пословиц позволило выделить универсальную характеристику героя: он является образцом для подражания. К уникальным характеристикам можно отнести то, что в русской лингвокультуре герой рискует своей жизнью (поступаясь личным ради общественного), храбро сражается в битвах, часто героями становятся те, кто связан с защитой родины. Хотя в китайских пословицах есть такие же смыслы (герой рискует жизнью, герой защищает родину), но они менее частотны, совсем отсутствует образ героя, который храбро сражается на войне. В русских пословицах часто героическим образам противостоят антигерои (например, трусы), в китайских пословицах этого нет.

7. Анализ новостных сообщений о героях Китая и России показал, что, в отличие от русской лингвокультуры, где мотивация героизма основывается в первую очередь на личных моральных убеждениях и этических принципах, в китайской лингвокультуре она дополнительно связывается с партийной идеологией, присягой и строгими внутренними требованиями. Это различие подчеркивает влияние политического контекста на формирование образа героя и его ценности.

Теоретическая значимость работы определяется следующим:

1. Выявлена национально-культурная специфика образа героя и связанных с ним образов сознания носителей китайской и русской лингвокультур. Наличие универсальных компонентов определяется общностью мировосприятия и исторических событий (герой защищает родину, жертвует собой ради других и под.), уникальная составляющая образа героя обусловлена социальными установками, особенностями культуры (например, в понимании русских людей значение героя обычно связано с эпохой, средой, а для китайцев героизм обусловлен в первую очередь способностями и качествами человека).

2. На основе сопоставительного анализа описаны образы героя, сформированные в языковом сознании носителей российской и китайской лингвокультур: если для носителей китайской лингвокультуры любого возраста значимым является образ героя, связанный со служением родине и народу, то у носителей русской лингвокультуры образ героя в большей степени зависит от их возраста.

3. Внесен определенный вклад в теорию языка, дискуртологию, психолингвистику, социолингвистику, теорию межкультурной коммуникации и теорию прецедентности.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут использоваться при подготовке курсов и спецкурсов по психолингвистике, лингвокультурологии, межкультурной коммуникации, в преподавании русского и китайского языков как иностранных и в разработке лекций по патриотическому воспитанию. Результаты исследования могут быть также востребованы в лексикографии.

Достоверность полученных результатов определяется опорой на авторитетные теоретические источники, достаточным объемом проанализированного материала, а также использованием адекватных поставленным целям и задачам методов сбора и анализа материала, позволяющих выявить общее и отличное в образе мира, закрепленного в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур.

Апробация работы. Основные положения и результаты исследования были представлены в докладах и сообщениях на научных конференциях разного уровня: на X Международном конгрессе по когнитивной лингвистике (Екатеринбург, 2020 г.), III Международной конференции по психолингвистике и теории коммуникации «Жизнь языка в культуре и социуме–8» (Москва, 2021 г.), VI Международной научно-практической конференции «Языковая политика и вопросы гуманитарного образования» (Пенза, 2022 г.), XVII Международной научно-практической конференции «Язык и культура» (Челябинск, 2022 г.), Международной конференции «Язык, сознание, коммуникация: методология и гуманитарные практики (вызовы современности)» (Москва, 2024 г.), XI Международной научной конференции студентов и молодых ученых «Новые горизонты русистики», посвященной памяти Г.И. Рихтера (Донецк, 2024 г.), XVII Международных Карских чтениях «Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации» (Гродно, 2024 г.), Международной научной конференции «Шкатовские чтения» (Челябинск, 2024 г.), III Международной научной конференции «Воронежская филологическая школа: история и современное состояние» (Воронеж, 2024 г.), X Всероссийской научной конференции с международным участием «Стернинские чтения: Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка» (Воронеж, 2024 г.), Международной научной конференции «Инновационные методики преподавания русского языка как иностранного» (Пекин, 2024 г.), а также обсуждались на научно-методических семинарах и заседаниях кафедры русского языка как иностранного Южно-Уральского государственного университета.

По теме исследования опубликовано 10 научных работ, в том числе 5 статей в ведущих рецензируемых научных изданиях перечня ВАК Минобрнауки России.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и девяти приложений (результаты свободного ассоциативного эксперимента, китайские и русские пословицы о героях, тексты новостных сообщений и др.).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, его научная новизна, теоретическая и практическая значимость, определяется цель работы и круг основных задач, формулируется объект и предмет изучения, характеризуется материал, излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Подходы к изучению образа героя и героизма в гуманитарной науке» излагаются теоретические основы исследования, рассматривается понятие «герой» в различных гуманитарных дисциплинах, анализируются подходы и методы изучения образа героя в русской и китайской лингвокультурах, исследуются особенности героических образов в Китае и России в разные исторические эпохи.

В разделе **1.1. Основные направления исследования «образа героя» в гуманитарных работах** понятие герой раскрывается с позиций философии, культурологии, лингвистики и психолингвистики. Разные научные подходы приводят к разному пониманию героя, однако в любом случае герои несут ценности, связанные с национальной идентичностью.

В исследовании понятия герой лингвисты используют широкий спектр методов и подходов, чтобы глубже понять, как это понятие формируется и отражается в различных языках и культурах. Их работы позволяют выявить не только языковые особенности, но и проанализировать культурные, социальные и психологические аспекты, связанные с образом героя.

Понятия героя и героизма привлекают внимание философов, культурологов, лингвистов по причине их значительной культурной ценности. Эти концепции не только отражают мировоззрение и ценности народа, но и служат основой для формирования коллективной идентичности и национального самосознания.

Исследование понятия герой имеет огромное значение для понимания культурной идентичности, социальных норм и нравственных ориентиров в различных обществах. Эти исследования способствуют более глубокому пониманию не только прошлого, но и потенциальных направлений развития цивилизации.

В разделе **1.2. Подходы и методы в ходе изучения образа героя** разработан комплексный метод исследования, основанный на психолингвистических подходах и предназначенный для глубокого изучения образа героя в контексте русской и китайской культур. Конкретная цель исследования заключается в выявлении и сравнении образов героя в двух различных лингвокультурах – русской и китайской.

Методология включает в себя несколько этапов:

1. Метод словарных дефиниций.
2. Метод свободных дефиниций.
3. Свободный ассоциативный эксперимент.
4. Опрос.
5. Анализ пословиц.
6. Анализ новостных репортажей.

Такая система методов исследования позволила представить универсальность и специфику образа героя в языковом сознании носителей китайской и русской лингвокультур.

В разделе **1.3. Трансформация образа героя в разные эпохи** рассматриваются репрезентативные героические образы в китайской и русской культуре разных периодов.

Наиболее примитивные героические образы практически во всех культурах появляются в древней мифологии. В русской культуре героями этого периода являются в основном дети богов и смертные женщины, обычно обладающие магическими силами, их главная задача – сражаться с богами против их воли. Самыми ранними героическими образами в древнекитайской мифологии были женские героические образы. Обычно они были богами или национальными лидерами, но обладали и магической силой. Их главное достижение – повести людей на борьбу с природой или улучшить уровень жизни людей, и поэтому они пользуются уважением и восхищением народа.

Важнейшие героические образы Средневековья строились в религиозных рамках, поэтому многие средневековые герои являются представителями церкви или просто верующими людьми, их действия и решения мотивируются религиозными убеждениями. Доблесть и храбрость, борьба за свои идеалы, защита слабых или защита чести народа были самыми важными для средневековых героев.

Китайские ученые изучают героические образы китайской культуры этого периода. В этот период общество превратилось в феодальное, повысился уровень общественного производства. Феодальное общество в Древнем Китае начало формироваться, и люди стали концентрироваться на производстве. При этом героический образ терял свой божественный покров, одновременно возникло множество новых героических образов.

Стоит отметить, что китайский образ героя в этот период в целом довольно сложен. Основные характеристики включают в себя почитание силы, смелость, сопротивление и защиту от вторжения иноземных народов. Как и в средневековой мифологии, здесь также присутствуют женские образы героев.

Мы считаем, что образы героев в китайском обществе периода конца XIX – начала XX века приблизительно делятся на две категории: первая категория – это образы героев социальной элиты, представляющие собой традиционные китайские представления о геройстве. Вторая категория – образ простых народных героев.

Таким образом, образ героев в разных культурах связан с культурным наследием нации, но он не статичен, а постоянно меняется в соответствии с потребностями времени.

Во второй главе «Межкультурная коммуникация: определение и подходы к изучению» подробно анализируются такие понятия, как сознание и языковое сознание, приводятся работы, в которых исследуется национальная культурная специфика языкового сознания, психолингвистический эксперимент характеризуется в качестве основного метода исследования языкового сознания.

Межкультурная коммуникация тесно связана с языковым осознанием. Процесс коммуникации – это фактически процесс извлечения образов сознания, ассоциированных со словом (телом знака), поэтому общность образов мира у коммуникантов является необходимым условием эффективности любой коммуникации. Однако в межкультурном общении, поскольку коммуникаторы принадлежат к разным культурам, часто можно наблюдать несовпадение образов мира, что приводит к непониманию или псевдопониманию.

Как указывал Е.Ф. Тарасов, «суть межкультурной коммуникации – это процесс оперирования сознательными образами (т.е. процесс генерации и извлечения коммуникаторами собственных уникальных образов мира)». У отдельных коммуникаторов (принадлежащих к разным национальным культурам) формируемые и извлекаемые образы мира обычно неполны в языковом сознании друг друга, что также является основной причиной недопонимания и конфликтов между коммуникаторами. Общность образа мира есть основа эффективной межкультурной коммуникации.

Лингвокультура – это не просто язык плюс культура, а целая культурная система, в рамках которой языковые знаки организуются и упорядочиваются в соответствии с культурой, в конечном итоге формируя полное объективное выражение.

В главе утверждается, что образ мира является сознательным образом, порожденным психологической деятельностью человека. Он тесно связан с пониманием и обратной связью человека с объективным миром. Этот образ основан на языке и культуре данного народа и представляет собой субъективный образ сознания, созданный на основе оценки и реакции на внешний мир, включая исторические события и иностранные культуры. Отсюда языковое сознание, лингвокультура и образ мира являются уникальными для каждого человека.

Для данного исследования важно выяснить различия образа героев в языковом сознании китайских и русских носителей культуры. Выбор образа героя в языковой культуре Китая и России обусловлен не только тем, что образ героя в любой культуре имеет огромную культурную ценность, но и тем, что этот образ является уникальным. Он создан народом и разнообразно представлен в языковом сознании нации, играя роль образа-ориентира. Понимание того, как носители различных лингвокультур воспринимают образ героя, способствует межкультурной коммуникации и пониманию ценностей и мировоззрений разных народов.

В третьей главе «Образ героя в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур» представлены результаты сопоставительного анализа образов героев в русской и китайской культурах.

В разделе **3.1. Сопоставительный анализ дефиниций лексемы «герой» в китайских и русских толковых словарях** рассмотрены дефиниции лексемы «герой» в толковых словарях русского и китайского языков, выявлены культурно обусловленные сходства и отличия в значении данной лексемы.

Исследование проведено с применением общенаучных методов анализа, синтеза, обобщения и систематизации. Наиболее важным для исследования стал метод словарных дефиниций, с помощью которого сопоставлялись, выявлялись и объективировались семантические отличия слов в сопоставляемых языках. Материалом послужили данные наиболее авторитетных и полных толковых словарей. Пять словарей на русском языке:

1. *Толковый словарь русского языка / гл. ред. Ю. В. Алабугина.*
2. *Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов.*
3. *Словарь русского языка / под ред. А. П. Евгеньевой.*
4. *Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова.*
5. *Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова.*

Пять словарей на китайском языке:

1. *新华汉语词典 (Китайский словарь Синьхуа) / гл. ред. Ван Лэй.*
2. *新华词典 (Словарь Синьхуа) / Словарный исследовательский центр.*
3. *新现代汉语词典 (Новый современный китайский словарь) / гл. ред. Юй Гэньюань.*
4. *现代汉语词典 (第 5 版) (Современный китайский словарь (5-е изд.) / Институт лингвистики Китайской академии социальных наук.*
5. *词现代汉语词典 (Словарь современного китайского языка) / Отдел составления большого китайского словаря.*

Лексема «герой» представлена во всех привлеченных к исследованию толковых словарях. Сначала были рассмотрены дефиниции данного слова, представленные в толковых словарях русского языка. В трех из них (под редакцией С.А. Кузнецова, Н.Ю. Шведовой, Ю.В. Алабугиной) семантика слова «герой» содержит четыре семемы, в словаре под редакцией А.П. Евгеньевой выделено пять семем, в словаре под редакцией Д.Н. Ушакова у лексемы шесть семем. Для более точного анализа полученные данные систематизированы в таблице (см. Таблицу 1).

С помощью сопоставления словарных дефиниций лексемы «герой» в толковых словарях удалось выявить сходства и отличия в понимании сущности героя в русской и китайской лингвокультурах. Сходство состоит в том, что герой и русскими, и китайцами понимается как реальный, но при этом особенный человек, отличающийся от других, выдающийся, проявляющий необычайную храбрость, самоотверженность и личную доблесть, не боящийся трудностей, опасностей и насилия, готовый к самопожертвованию, думающий о других больше, чем о себе. Кроме того, в русской и китайской лингвокультурах, герой – это человек, преисполненный высоких побуждений и достойный восхищения.

Таблица 1 – Семная группа в русских и китайских словарях

Семная группа	Китайские словари	Русские словари
Человек, по своему характеру и поступкам являющийся выразителем какой-нибудь среды или эпохи	–	+ (1)
Человек, привлечший к себе внимание	–	+ (1)
Главное действующее лицо литературного произведения	–	+ (1)
Проявивший храбрость	+ (1)	+ (1)
Выделяющийся способностями	+ (1)	–
Обладающий героическими качествами	+ (1)	–
Совершивший подвиг	–	+ (0,8)
Проявивший, самоотверженность / не обращающий внимания на себя	+ (0,6)	+ (0,8)
Человек, который героически сражается на благо народа	+ (0,8)	–
Человек, который не боится трудностей	+ (0,8)	–
Проявивший личную доблесть	–	+ (0,6)
Вызывающий восхищение	+ (0,6)	+ (0,4)
Служащий примером для подражания	–	+ (0,6)
Человек, являющиеся для кого-либо предметом поклонения(образцом)	–	+ (0,4)
Человек, чем-либо отличившейся	–	+ (0,4)
Обладающий готовностью к самопожертвованию	–	+ (0,2)
Человек, который вызывает интерес, удивление в течение какого-то времени	–	+ (0,2)
В теориях некоторых буржуазных социологов – выдающаяся личность как сила, направляющая исторический процесс	–	+ (0,2)
Человек, который вызывает уважение	+ (0,2)	–
Человек, который не боится опасностей	+ (0,2)	–
Человек, который не боится насилия	+ (0,2)	–
Человек, внесший значительный вклад в интересы нации или передового класса	+ (0,2)	–
Выдающийся человек	+ (0,2)	–
Человек, который преисполнен высоких побуждений	+ (0,2)	–

В китайском языке, в отличие от русского, отсутствует понимание под героем персонажа литературного произведения; для китайцев герой – это человек, сражающийся на благо народа, в то время как в русской лингвокультуре герой – человек, совершающий подвиг, привлекающий внимание, вызывающий интерес и удивление. В русских словарях указано, что герой достоин подражания и является для кого-либо примером, а в китайских – что герои достойны уважения. В понимании русских людей значение героя обычно связано с эпохой, средой, а для китайцев героизм обусловлен в первую очередь способностями и качествами человека.

Анализ словарных дефиниций помогает выявить и оценить отличия в понимании тех или иных явлений представителями различных лингвокультур. Такие исследования очень перспективны, поскольку отличаются точностью и обоснованностью.

В разделе **3.2. Семный анализ понятия герой в языковом сознании носителей русской и китайской лингвокультур** с помощью семного анализа проанализированы определения, полученные в результате опросов носителей русской и китайской лингвокультур. При опросе использовался метод свободных дефиниций, в соответствии с которым испытуемым предлагалось написать свое определение героя («Герой – это...»). После этого данные обобщались на основе выделения общих сем и сопоставлялись.

В качестве респондентов выступили носители русской и китайской лингвокультуры в возрасте 18–30 лет, 31–55 лет и старше 55 лет. Количество респондентов как в Китае, так и в России – по 30 человек каждой возрастной группы. Всего в ответах китайских респондентов было выделено 139 сем, в ответах русских респондентов – 112 сем.

На первом этапе проводился опрос, результаты которого анализировались с помощью методики семного анализа. Это было сделано для выделения оснований, которые поддаются сопоставлению.

Метод семного анализа – это метод исследования языковых единиц, при котором целое значение раскладывается на минимальные элементы. Для обозначения данных элементов в научной литературе используются различные термины: оттенок значения, дифференциальный признак значения, семантический множитель, сема, семема, семантический маркер, атом смысла – наносмысл. В реферируемой работе использован термин «сема». Целью метода компонентного анализа является разложение компонентов на составляющие – семы. Семы – это микроэлементы значения. В.Г. Гак выделяет три типа сем: 1) архисемы, или общие семы родового значения; 2) дифференциальные семы видового значения; 3) потенциальные семы, отражающие побочные характеристики обозначаемого объекта [Гак 2010: 327].

При анализе ответов китайских респондентов в трех возрастных группах (18–30 лет, 31–55 лет и старше 55 лет) мы получили следующие основные семы и их процентное соотношение (см. Таблицу 2).

Таблица 2 – Значимые семы в ответах китайских респондентов разных возрастных групп

Значимые семы	18–30 лет	31–55 лет	Старше 55 лет
Сема «человек, который служит родине и народу»	29,41%	36,17%	34,15%
Сема «человек, который совершает смелые поступки»	25,49%	14,89%	26,83%
Сема «человек с прекрасными качествами»	17,65%	19,15%	9,67%
Сема «человек, который служит другим»	11,76%	6,38%	14,63%
Сема «герои – это образцы для подражания»	7,84%	8,51%	9,67%
Сема «человек с особыми способностями»	3,92%	8,51%	4,88%
Сема «человек, с великими достижениями»	0,00%	8,51%	0,00%
Сема «личное имя или личные местоимение»	1,96%	0,00%	0,00%
Сема «профессия героя»	1,96%	0,00%	0,00%

При анализе ответов российских респондентов в трех возрастных группах (18–30 лет, 31–55 лет и старше 55 лет) также получены основные семы и установлено их процентное соотношение (см. Таблицу 3).

В результате с помощью семного анализа установлено, что образы героев в русской и китайской лингвокультурах имеют как различия, так и сходства.

Подобный вывод основывался на следующем:

(1) В языковом сознании народов двух стран образ героя ближе к образу реального человека;

Таблица 3 – Значимые семы в ответах российских респондентов разных возрастных групп

Значимые семы	18–30 лет	31–55 лет	Старше 55 лет
Сема «человек, который служит другим»	39,02%	17,65%	13,51%
Сема «человек, который служит родине и народу»	0,00%	20,59%	10,81%
Сема «человек с прекрасными качествами»	21,95%	23,53%	18,92%
Сема «человек, который совершает смелые поступки»	17,07%	5,88%	8,11%
Сема «личное имя или личные местоимение»	7,32%	0,00%	8,11%
Сема «человек, который совершает подвиги»	4,88%	17,65%	24,32%
Сема «человек, который делает добрые дела»	4,88%	8,82%	13,51%
Сема «герои – это образцы для подражания»	0,00%	2,94%	0,00%
Сема «действующее лицо в каком-либо произведении»	4,88%	0,00%	0,00%
Сема «человек, который изменяет мир к лучшему»	0,00%	2,94%	2,70%

(2) Для разных возрастных групп в китайской и русской культурах представления о герое меняются в зависимости от возраста респондентов; существуют свои приоритеты в понимании образа героя. Обычно это связано с крупными историческими событиями своего времени, их собственным жизненным опытом и разнообразием культурного и социального происхождения;

(3) В русской и китайской лингвокультурах очень важны поступки героя, то есть то, «что сделал герой»;

(4) Качества героев очень важны в героической культуре Китая и России. Наиболее важные из них – храбрость и самоотверженность;

(5) Герои являются образцами для подражания как в русской, так и в китайской культуре, однако, согласно нашим лингвистическим экспериментам, их значимость невелика в языковом сознании как китайских, так и русских респондентов.

Особенность образа героя заключается в том, что для китайской лингвокультуры приоритетным является образ героя, связанный со служением родине и народу. В русской лингвокультуре героический образ весьма отличается у респондентов разного возраста. Для молодых респондентов героический образ связан со служением другим (в основном – с помощью и спасением других). Респонденты среднего возраста придают большое значение качествам героев, для них важен образ служения родине и народу. Наиболее важные героические образы для респондентов старшего возраста были связаны с совершением подвигов.

В разделе **3.3. Ассоциативный эксперимент как основной метод выявления образа героев в русской и китайской лингвокультурах** подробно описываются реакции, полученные на стимул *герой*.

В качестве метода исследования был выбран свободный ассоциативный эксперимент, в котором приняли участие 500 китайских и русских студентов в возрасте 18–30 лет, мужского и женского пола, обучающихся в Южно-Уральском государственном университете и Челябинском государственном университете. Респондентам было предложено написать первое слово, которое пришло в голову на ряд стимулов, среди которых был стимул *герой*. Полученные ассоциативные поля к указанному стимулу на русском и китайском языках анализировались с использованием «семантического гештальта», предложенного Ю.Н. Карауловым [Караулов 2000], в результате были выделены группы КТО, ЧТО, КАКОЙ, ЧТО ДЕЛАЕТ, ГДЕ и ДРУГИЕ.

Группа КТО оказалась самой большой, она включает 65,2 % реакций китайских респондентов и 40,4 % – русских. Это связано с самим стимулом (герой, по мнению многих респондентов, в первую очередь человек).

Интересно, что китайские респонденты в качестве реакций приводили личные имена конкретных людей, а русские наряду с личными именами указывали множество нарицательных существительных. Большое количество персоналий у китайских респондентов может быть объяснено образовательной парадигмой в Китае, которая предполагает активное ознакомление не просто со страницами героической истории страны, а с конкретными людьми.

В группе реакций ЧТО русскими респондентами по сравнению с китайскими дано гораздо больше ответов, прямо или косвенно указывающих на героизм военных: *война (18), защита (11), мужество (9), совершивший поступок (9); войны (7), победа (5)* и др. Для китайских респондентов в этой группе наиболее значимыми оказались реакции (*抗美援朝*) (*движение за сопротивление американской агрессии и за оказание помощи корейскому народу*) (11), затем наименования различных отвлеченных понятий, явлений, связанных с героями, например, *уважение (致敬) (4), существование (存在) (3)* и др.

В группе реакций КАКОЙ респондентами в обеих лингвокультурах отмечены признаки, характеризующие героев, их род занятий или личные качества, наиболее

важные для них. Чаще такие реакции встречались у русских: *храбрый* (9), *бесстрашный* (7), *военный* (7), *отважный* (7), *мужественный* (6), *самоотверженный* (3), *смелый* (2), *первый* (2), *скромный* (2), *преодолевший* (2), *безвозмездный* (2). Среди реакций китайских участников опроса наиболее частотными в этой группе явились: *великий* (伟大) (7), *бескорыстный* (无私) (4), *самоотверженный* (奋不顾身) (2).

Результаты показали, что в обеих культурах герои наделяются качеством **самоотверженности** – способностью пожертвовать личными интересами во имя других и **бескорыстия** – способностью к совершению значимых поступков не из материальных соображений. Для представителей русской культуры, кроме того, очень важно такое качество героя, как бесстрашие, которое представлено несколькими вариантами: храбрый, бесстрашный, отважный, смелый. В русской лингвокультуре героизм чаще всего проявляют солдаты и офицеры (военный).

Группа ЧТО ДЕЛАЕТ отражает представления русских и китайцев о том, чем именно занят герой, почему, на основании каких действий, поступков он становится героем. Среди ответов китайских участников опроса наиболее распространенными реакциями являются: *служит людям* (为人民服务) (17), *жертвует своими интересами ради других* (舍己为人) (11), *любит Родину* (爱国) (9), *защищает страну* (保家卫国) (9), *вносит вклад* (奉献) (5). Русские респонденты чаще всего отвечали: *совершает подвиг* (7), *спасает* (7). Данные ответы демонстрируют весьма значительные отличия. В образе мира китайцев важно не то, какой поступок совершает герой, а то, зачем и ради чего (кого) он действует. Объектами героизма в понимании китайцев выступают люди и страна, именно ради их блага герой становится героем. Для представителей русской культуры важно точное указание самого действия героя, указание на то, что он делает, а не на его цель.

Группа ГДЕ включает наименьшее количество ответов. Русские респонденты ответили: *в Одессе* (2), *в душе* (2), *в Атлантиде* (1), китайские – *в Ляонине* (辽宁) (1).

В группе ДРУГИЕ представлено много реакций, которые показывают, что респонденты не верят в существование героя. Например, в китайской лингвокультуре – *无* (нет) 5, в русской лингвокультуре – *нет таких* (3); *нет* (2); *за; не всегда герой*.

Сопоставительный анализ ассоциативных полей, полученных в ходе свободного ассоциативного эксперимента с носителями русской и китайской лингвокультур позволил выделить универсальное и специфическое в образе героя, закреплённом в языковом сознании респондентов. Выявлено, что в обеих лингвокультурах герой – это прежде всего человек (военный), защищающий свою родину от врага, причем для носителей русской культуры совершение подвига именно на войне более значимо, чем для носителей китайской культуры. Отличия состоят также в том, что для китайцев подвиг героя связан не только с защитой родины и народа, но и с прославлением идеалов коммунистической партии. Что касается стратегии реагирования, больше всего реакций отмечено в группе КТО, но при этом носители китайской лингвокультуры называли имена конкретных

людей, а носители русской лингвокультуры чаще давали реакции, содержащие общие качества или описание героя. В обеих лингвокультурах в герое ценится такое качество, как бескорыстие, но для носителей русской лингвокультуры еще важнее бесстрашие.

В разделе **3.4. Образ героя в языковом сознании представителей русской и китайской лингвокультур** анализируются ответы респондентов в условиях эксперимента.

Носителям русского и китайского языков было предложено написать три имени людей, которых они считают героями, а рядом предлагалось написать ответ на вопрос, почему они считают этого человека героем. В исследовании приняли участие 180 человек, поровну русских и китайцев. По возрастному признаку были сформированы три группы по 60 человек (30 русских и 30 китайцев) в каждой: 18–30, 31–55 лет и старше 55 лет.

Анализ результатов показал, что существуют различия между героическими образами в языковом сознании респондентов, принадлежащих к разным возрастным группам в рамках одной лингвокультуры. В языковом сознании российских респондентов в возрасте 18–30 лет и старше 55 лет наиболее важные образы героев связаны с защитой родины в период войны (солдат и офицер), а российские респонденты в возрастной группе 31–55 лет чаще ассоциируют героев с важными достижениями в определенной области. Для всех китайских респондентов в этих трех возрастных группах наиболее важные образы героев связаны с защитой родины и народа, и с увеличением возраста группы эта связь становится все более выраженной: в возрастной группе 18–30 лет (28,57%), 31–55 лет (32,61%), старше 55 лет (37,50%). Для российских респондентов в возрасте 18–30 лет образ героя напрямую связан со спасением жизни других людей, а для китайских респондентов важнее внести свой вклад в развитие страны и общества. Для русских респондентов среднего и пожилого возраста образ героев соотносится с первопроходцами, а у китайских респондентов в этих двух возрастных группах образ героя связан со вкладом в развитие страны и общества.

В разделе **3.5. Образ героя в русской и китайской лингвокультурах (на материале китайско- и русскоязычных пословиц и поговорок)** рассмотрены особенности интерпретации героя в двух лингвокультурах на примере китайских и русских пословиц.

Чтобы проанализировать различия в героических образах в лингвокультурах Китая и России, в сети Интернет были выбраны пословицы, в которых содержится слово герой на китайском и русском языках.

В результате сплошной выборки было выделено 50 пословиц на китайском языке и 83 пословицы на русском языке. Выбор Интернета в качестве источника материала был обусловлен желанием выявить наиболее полный список как традиционных, так и современных пословиц, которые отражают понимание образа героя в двух культурах. Все пословицы были распределены по группам в соответствии с описываемыми характеристиками героя (см. Таблицу 4).

Таблица 4 – Процентное соотношение китайских и русских пословиц, отражающих образ героя

Тема	Русские пословицы (всего 83)	Китайские пословицы (всего 50)
1. Герой и родина	6 (7,22 %)	3 (6 %)
2. Герой рискует своей жизнью	12 (14,45 %)	2 (4 %)
3. Герой на поле боя	18 (21,69 %)	0 (0 %)
4. Герой противопоставляется трусу	13 (15,66 %)	0 (0 %)
5. Качества героя	5 (6,02 %)	10 (20 %)
6. Констатация фактов, описание правил через образ героя, герой как образец	29 (34,94 %)	35 (70 %)

Анализ образа героя в русских пословицах показал, что чаще всего он представлен как образец (34,94%), героизм проявляется во время военных действий (21,69%), в ряде случаев герой раскрывается через противопоставление (15,66%), герой рискует своей жизнью (14,45%), образ героя связан с родиной (7,22%), описаны качества, которыми он должен обладать (6,02%).

В китайских пословицах наиболее частотной является группа, где образ героя представлен как образец (70%), далее представлено описание его качеств (20%), связь с собственной страной (6%), утверждается, что герой рискует своей жизнью (4%).

В результате анализа пословиц выявлены универсальные характеристики героя, представленные в обеих культурах. Прежде всего это восприятие образа героя в качестве образца. При этом герой не имеет конкретного богатырского образа, и само слово «герой» используется для иллюстрации мнений, жизненного опыта и т.п. В качестве уникальных характеристик отмечены следующие: в русской лингвокультуре важным является то, что герой рискует своей жизнью (он привык поступаться личным ради общественного), храбро сражается в битвах, часто героями становятся те, кто связан с защитой родины. Хотя в китайских пословицах есть такие же смыслы (герой рискует жизнью, герой защищает родину), но они менее частотны, совсем отсутствует образ героя, который храбро сражается на войне. В русских пословицах часто героическим образам противостоят антигерои (например, трусы), а в китайских пословицах этого нет.

В разделе **3.6. Сравнительный анализ описания героя в русской и китайской лингвокультурах (на примере новостных сайтов)** рассматриваются устойчивые выражения, связанные с героями в китайских и российских новостных репортажах.

Материал исследования был ограничен новостными статьями, которые иллюстрируют образы героев, проявляющих смелость и готовность помочь другим, рискуя своей жизнью. Избраны статьи в русских и китайских СМИ за последние несколько лет, что позволило рассмотреть сходства и различия в

изображении героев, соответствующие актуальным социальным контекстам. Указанные новостные материалы описывают смелые и благородные действия людей, что делает анализ более фокусированным и позволяет исследовать, как культурные различия влияют на восприятие образа героя в каждой из лингвокультур.

В разделе применен сравнительно-сопоставительный подход при анализе описаний героев и героических поступков, рассмотрено употребление определенных лексем и устойчивых выражений в двух лингвокультурах для описания подвигов героев. В исследовании ставился ряд задач:

1. Методом случайной выборки отобрать 10 новостных китайских и российских сайтов, соответствующих теме исследования. Для более точного сравнительного анализа ограничить описание героических поступков исключительно теми, что связаны со спасением жизни других людей.

2. Выделить как отдельные лексемы, так и устойчивые выражения, которые используются в двух лингвокультурах для описания героев и подвигов героев.

3. Проанализировать образы героев, определить их сходства и различия в русской и китайской лингвокультурах.

В результате анализа обнаружено, что в статьях на китайских и российских сайтах при описании смерти героя подчеркиваются его храбрость и самоотверженность. Во всех описаниях так или иначе говорится о том, что герой погиб не зря.

Понятие образа чрезвычайно многопланово, оно может обозначать: «облик, вид, подобие, изображение; живое, наглядное представление о ком-нибудь; художественное отражение идей и чувств; созданный художником или актером характер» [Ожегов 1990: 422]. Выявление образа героя предполагает его распрямление – перевод из формы материального бытия, характеризующегося внешними пространственно-временными параметрами, в образно-символическую форму. Лингвист М. Столяров считает, что «образ переводит изображаемый им предмет или событие из внешнего мира во внутренний, дает нашей внутренней жизни излиться в предмет, охватить и пережить его изнутри, как часть нашей собственной души» [Столяров 1925: 520].

При анализе выявлено, что все описания героических поступков обязательно включают в себя такие слова, как «самоотверженность», «храбрость» – важные черты любого героя как в русской, так и в китайской лингвокультурах.

Образ героя – это открытая система героических образов, которая используется для изучения концепции героев, культуры героев и ценности героев в разных лингвокультурах. Главные качества героев в русской и китайской лингвокультурах – отвага, мужество, самоотдача и готовность к самопожертвованию в особо сложных ситуациях, – все ради того, чтобы, невзирая на собственную безопасность, поддержать, помочь, спасти других. В обеих анализируемых лингвокультурах герои являются образцами для подражания. В китайской лингвокультуре мотивация героев также связана с выполнением партийной присяги и предъявлением строгих партийных требований к самим себе,

даже если членами партии они не являются. В русской лингвокультуре такой мотивации не наблюдается.

В **заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, обобщаются выводы, намечаются перспективы изучения образа героя в разных лингвокультурах.

В диссертации рассмотрена интерпретация героя в различных гуманитарных исследованиях, выявлены основные характеристики героических образов в разные эпохи; изучена литература по теории межкультурной коммуникации, лингвокультурологии и психолингвистике с целью формирования методологии исследования; подготовлен и проведен комплексный психолингвистический эксперимент с носителями русской и китайской лингвокультур, включающий серию опросов респондентов разных возрастных групп, а также анализ словарных дефиниций, проанализированы пословицы, включающие лексему герой, в двух лингвокультурах, и новостные сообщения о героях в китайско- и русскоязычных интернет-источниках; на основе анализа полученных результатов выявлены сходства и различия образа героя в языковом сознании носителей китайской и русской лингвокультур.

В качестве перспектив исследования рассматривается изучение образа героя в языковом сознании представителей различных профессий (что позволит понять, как профессиональная идентичность влияет на восприятие героизма); исследование трансформации героических образов в разные исторические периоды (для выяснения того, как социальные и культурные изменения влияют на представления о героях и их значение в обществе); изучение образа героя в военной пропаганде разных эпох (чтобы установить, как цели и методы пропаганды формируют представления о героизме во времена конфликтов и войн, а также как меняются ценности и идеалы в зависимости от политической ситуации).

Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора.

Статьи в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК:

1. Ян Цзинь. Образ героя в русской и китайской лингвокультурах (на материале китайско- и русскоязычных пословиц и поговорок) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2022. – Т. 19, № 4. – С. 85–90.

2. Ян Цзинь. Сопоставительный анализ дефиниций лексемы «герой» в китайских и русских толковых словарях // Вестник филологических наук. – 2024. – Т. 4, № 1. – С. 42–49.

3. Ян Цзинь. Образ героя в языковом сознании представителей русской и китайской лингвокультур // Мир науки, культуры, образования. – 2024. – № 2 (105). – С. 457–460.

4. Ян Цзинь, Харченко Е.В. Образ героя в картине мира носителей русской и китайской лингвокультур // Лингвистика и образование. – 2024. – Т. 4, № 2. – С. 100–112.

5. Ян Цзинь. Сопоставительный анализ образа героя в русской и китайской лингвокультуре // Современный ученый. – 2024. – № 5. – С. 129–139.

Публикации в других изданиях:

6. Ян Цзинь. Образ героя как показатель ценностей (на примере видеороликов) // Жизнь языка в культуре и социуме – 8: материалы международной научной конференции / отв. ред. Е.Ф. Тарасов. – Москва, 2021. – С. 304–306.

7. Ян Цзинь. Отличительные черты героя (в представлениях русских и китайцев) // Язык. Сознание. Коммуникация: методология и гуманитарные практики (вызовы современности): материалы II Всероссийской конференции с международным участием / отв. ред. Н.В. Уфимцева. – Москва; Ярославль: Канцлер, 2024. – С. 204–206.

8. Ян Цзинь. Ценность образа героя в межкультурной коммуникации // Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации»: сб. науч. ст.: в 2 ч. – Ч. 2. – Гродно: Гродненский гос. ун-т им. Янки Купалы, 2024. – С. 384–388.

9. Ян Цзинь. Образ героя в языковом сознании носителей русского и китайского языков (на материале опросов) // Шкатовские чтения: материалы международной научной конференции. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2024. – С. 458–462.

10. Инь Цзысюань, Ян Цзинь. Трудности для китайцев в изучении русского языка // Сборник материалов научно-практической конференции «Инновационные методики преподавания русского языка как иностранного» (Пекин, 21–23 ноября 2024 года) / отв. ред. Е.В. Харченко. – Челябинск, 2024. – С. 65–75.