Научная статья
УДК 81'373

Экспериментальное исследование психологической актуальности символического содержания цветообозначений (на материале китайского языка)

В. А. Пищальникова[1], **У Цзяцянь**[2]

[1,2]*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*
[1]*pishchalnikova@mail.ru*
[2]*353737681@qq.com*

Аннотация. Цель исследования – установление психологической актуальности символического содержания цветообозначений; основной метод – свободный ассоциативный эксперимент; презентативный материал – специфические полевые структуры реакций – ассоциативные поля. Предложена экспериментальная методика диагностирования психологической актуальности символического содержания цветовых лексем. Установлено, что частотность символических реакций существенно зависит от содержательности традиционных символических значений и их места в современной культуре. Ее динамика позволяет развивать новые содержательные компоненты значения. Ядерные реакции показывают высокий уровень встроенности цветоименований как репрезентантов символических значений в ассоциативно-вербальные сети.

Ключевые слова: базовая ценность, система базовых ценностей китайцев, ассоциативный эксперимент, символический компонент значения, национальная специфика значения

Для цитирования: Пищальникова В. А., У Цзяцянь. Экспериментальное исследование психологической актуальности символического содержания цветообозначений (на материале китайского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 3 (897). С. 33–39.

Original article

An Experimental Study of the Psychological Relevance of the Symbolic Content of Color Meanings (based on the material of the Chinese Language)

Vera A. Pishchalnikova[1], **Wu Jiaqian**[2]

[1,2]*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia*
[1]*pishchalnikova@mail.ru*
[2]*353737681@qq.com*

Abstract. The purpose of the study is to establish the psychological relevance of the symbolic content of color meanings; the main method is a free associative experiment; the presentation material is specific field structures of reactions. The paper proposes an experimental technique for diagnosing the psychological relevance of the symbolic content of color lexemes; it is established that the frequency of symbolic reactions significantly depends on the substantial complexity of traditional symbolic meanings and their significance in modern culture, allowing the development of new meaningful

components. Nuclear reactions show a high level of embedding of color names as representatives of symbolic meanings in associative-verbal networks.

Keywords: basic value, the system of basic values of the Chinese, associative experiment, symbolic component of meaning, national specificity of meaning

For citation: Pishchalnikova, V. A. У Цзяцянь (2024). An experimental study of the psychological relevance of the symbolic content of color meanings (based on the material of the Chinese language). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 3(897), 33–39. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Цель исследования – экспериментальное изучение психологической актуальности для носителей китайского языка аксиологического содержания символических образов лингвокультуры, представленных лексемами-цветообозначениями. Эта проблема чрезвычайно актуальна в социумах, в которых на определенном, часто переломном этапе их развития, формируются новые системы ценностей. В этом смысле китайская система социалистических ценностей, четко определенная иерархически и содержательно, официально утвержденная правительством, представляет как теоретический, так и практический интерес. Означенная система ценностей носит ярко выраженный субъектно-объектный характер. Она обеспечивает реципиенту возможность наблюдать как тенденции в присвоении индивидами вышеуказанных ценностей, так и систему социалистической пропаганды, практическую работу государства в сфере жизни общества [Пищальникова, 2020]. По убеждению Цюй Юня, государство полностью обеспечило как научно-практическое, так и законодательное продвижение базовых ценностей социализма, создало широкую сеть их пропаганды – от разъяснительных документов до разнообразной рекламы [Цюй Юнь, 2022]. Именно последнее обстоятельство требует глубокого изучения реальной степени присвоенности той или иной базовой ценности обществом. Исследователи Московского государственного лингвистического университета (*далее* МГЛУ) активно изучают базовые ценности разных лингвокультур в сопоставительном аспекте и создают мультиязычные ассоциативные словари[1]. Активно сопоставляется содержание отдельных базовых ценностей [Яо Чжипэн, 2018] и антиценностей [Пэй Цайся, 2018], исследуется система реализации символических и аксиологических значений в поликодовых текстах [Цюй Юнь, Пищальникова, 2024], изучается динамика национально-культурного содержания во фразеологической системе китайского и русского языков [Чэнь Сыфань, 2024], устанавливаются особенности картины мира китайцев [Картина мира китайцев, 2020]. Однако остается нерешенным вопрос о том, насколько встроена в систему индивидуального мышления пропагандируемая иерархическая система ценностей, реализованная в системе национально специфичных символов; насколько она определяет как социальную функцию человека, так и функционирование общества в целом? Представляется, что результативным для диагностики психологической актуальности базовых ценностей для носителей китайской лингвокультуры может стать исследование встроенности тех или иных содержательных аксиологических компонентов в ассоциативно-вербальную сеть индивида.

Новизна исследования заключается в том, что оно 1) предлагает экспериментальную методику диагностирования реальной психологической актуальности символических (ценностных) содержаний лингвокультуры, представленных в базовых и иных цветообозначениях; 2) выявляет тенденции развития традиционных символических значений и причины такой эволюции.

Для проверки *методики* диагностирования процесса присвоения национально специфичных символических значений был проведен двухэтапный пилотный ассоциативный эксперимент с носителями китайского языка. На первом этапе осуществлен свободный ассоциативный эксперимент (САЭ), в анкету которого, наряду с дистракторами, обозначающими распространенные символы культуры, включены лексемы-цветообозначения, связанные с символическим содержанием образов китайской культуры: *белый*, *доверие*, *бамбук*, *красный*, *слива*, *розовый*, *пион*, *дракон*, *хризантема*, *стабильность*, *тигр*, *надежность*, *сосна*, *море*, *горы*.

Цель первого этапа – установить, насколько психологически актуальны непосредственные связи таких цветонаименований с символическими аксиологическими культурными содержаниями.

[1]Мультиязычный ассоциативный словарь базовых ценностей / В. А. Пищальникова [и др.] ; под. ред. В. А. Пищальниковой. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2024; Австрийско-немецко-русский ассоциативный словарь базовых ценностей / В. А. Пищальникова, З. Г. Адамова, А. И. Хлопова ; под ред. В. А. Пищальниковой. М.: Наука, 2024.

Именно его результаты представлены в настоящем исследовании.

Материал исследования – данные эксперимента, представленные в ассоциативном поле исследуемых лексем. Рабочая гипотеза эксперимента состояла в том, что связи цветообозначения с символическим содержанием являются неустойчивыми и существенно зависящими от характера символизации того или иного цвета. При этом предполагалось, что слова-символы, включенные в анкету в качестве дистракторов, должны актуализировать восприятие цветообозначений как символических, что, однако, в эксперименте не подтвердилось. Свободный ассоциативный эксперимент проводился в полном соответствии с общепринятой распространенной методикой[1]; в пилотном эксперименте приняли участие 80 этнических китайцев, обучающихся в России, для которых китайский язык является родным. Всего получено 1200 реакций, из которых для анализа отобраны цветонаименования, имеющие символическое содержание.

ИССЛЕДОВАНИЕ. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА И ИХ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

По данным свободного ассоциативного эксперимента, на слово белый даны следующие реакции: 白色的 / белый – 雪 / снег 19, 云 / облако12, 黑色的 / черный 9, 纸 / бумага 5, 纯洁 / чистота 3, 衬衫 / рубашка 3, 婚纱 / свадебное платье 2, 花 / цветы 2, 卫生纸 / гигиеническая бумага 2, 天空 / небо 2, 墙面 / стена 2, 棉花 / хлопок 2, 内裤 / трусы 2, 屏幕 / экран, 袋子 / пакет, 猫 / кошка, 米饭 / рис, 鸽子 / голубь, 颜料 / краска, 足球 / футболка, 灯光 / свет лампы, 褥子 / матрас, 白色的密闭空间 / чистое белое квадратное замкнутое пространство, 牛奶 / молоко, 羽毛 / перо (Всего 79, отказ 1, коэффициент разнообразия ассоциатов – 0,31). 93,75 % всех реакций являются реакциями-представлениями, что свидетельствует о частом использовании слова в речевой деятельности для характеристики предметных отношений, следовательно, об устойчивости слова *белый* в системе вербальных ассоциативных связей [Пищальникова, Степыкин, 2023]. При этом всего 6,25 % реакций (5 в абсолютных цифрах) представляют специфические культурно обусловленные ассоциации, связанные с влиянием европейских ценностей на китайскую картину мира.

Наиболее частотна реакция, проявляющая устойчивую ассоциацию, связанную со стереотипной характеристикой цвета снега, – *белый* и ставшая в рамках исследуемой культуры неосознаваемой, операциональной. Подавляющее большинство ассоциатов актуализирует лексическое значение слова *белый* как номинацию определенного цвета; основанием предикации между стимулом и реакцией является характеристика предмета: *рубашка*, *облако*, *бумага*, *стена*, *хлопок* и др. Вместе с тем в ассоциативном поле присутствуют реакции, актуализирующие устойчивые культурные связи белого цвета с предметными компонентами ритуала – *свадебное платье*. Такая реакция возникает под влиянием европейской культуры: китайские невесты, как правило, шьют себе два свадебных платья, – традиционное красное и европейское белое. При этом модные веяния доминируют над культурными традициями: известно, что белый цвет в традиционной культуре Китая связывается со старостью и увяданием, концом жизненного цикла, поэтому является компонентом траурных церемоний. Но влияние современной европейской культуры оказывается сильнее традиционных символических содержаний цвета в Китае. Всего 3,3 % (3 человека) респондентов актуализировали культурно обусловленное значение слова *белый* как символа чистоты. Таким образом, предикативные связи слова *белый*, обнаруженные в АЭ, демонстрируют слабую степень актуализации его символического содержания в паре стимул – реакция как элементарном речевом действии. Иная ситуация наблюдается с реакциями на слово *красный*, вероятно, потому, что в китайской традиционной культуре оно символически более нагружено: с древних времен в Китае существует обычай почитания красного цвета, который олицетворяет благородство, удачу, радость и счастье. Это подтверждается и археологическими находками: предки современных китайцев носили украшения красного цвета, рисовали красные петроглифы, изготавливали красную керамику, украшали тела умерших красным гематитовым порошком [程士元, 2006]. Такую символическую значимость красного цвета исследователи связывают с тремя субстанциями – солнцем, кровью, огнем, обеспечивающими жизнь, поскольку издавна люди наблюдали существенную зависимость своей жизни от солнечного цикла и потому поклонялись солнцу как божеству, рассматривали огонь как один из главных факторов эволюции человека, подчеркивали его важность в защите его от хищников, в обеспечении теплом, в более легком усвоении пищи и пр. Кровь добываемых животных, как и их плоть, давала силы, жизнь, что постепенно привело к символизации цвета крови как жизни. Культ красного цвета распространялся через различные жанры фольклора, становясь компонентом ритуалов и обычаев. Так, один из новогодних обычаев связывается с легендой о звере,

[1]Караулов Ю. Н. Русский ассоциативный словарь: в 2 т. М.: АСТ, 2002.

обитающем в течение года на дне моря, – 年兽 / Няньшоу, нянь; в канун Нового года он выходил из пучины и серьезно вредил человеку, например, уничтожал скот. Один мудрый старец наклеил на дверь дома красную бумагу и зажег красные петарды. Нянь, как и все звери, испугался цвета огня и громких вспышек. Люди поняли, как избавиться от кровожадного и коварного зверя, и теперь в канун Нового года вывешивают красные фонари, на обеих сторонах дверей дома вешают 春联 / чунь лянь – новогодние пожелания на красной бумаге, зажигают яркие свечи в домах, взрывают петарды, запускают фейерверки. Постепенно все эти обычаи начинают устойчиво связываться с атмосферой праздника, а красный цвет начинает символически соотноситься с радостью, успехом, счастьем. Традиционные красные конверты с денежными подарками, красные платья китайских невест, красные свадебные иероглифы 喜 / си 'радостный' и цветы, красные яйца в подарок месячному младенцу, праздника, радости, здоровья, благополучия, счастья, красное белье и носки в зодиакальный день рождения – все это признаки 红 红火火 'красной, огненной', т. е. счастливой жизни [张地, 2023].

Многие из этих обычаев и традиционных представлений закреплены в ассоциативных связях слова 红色的 / красный, отраженных в АП стимула: 红色的 / красный – 中国国旗 / государственный флаг Китая 24, 苹果 / яблоко 7, 血 / кровь 5, 花 / цветы 5, 绿色的 / зеленый 4, 太阳 / солнце 3, 喜庆 / радостная атмосфера 2, 火 / пламя 2, 高跟鞋 / туфли на высоком каблуке 2, 热情/ страстность 2, 蓝色的 / синий 2, 黄色的 / желтый 2, 羔羊 / ягненок, 旗帜 / флаг, 玫瑰 / роза, 酒红的 / темно-красный, 牡丹 / пион, 火锅 / Хого («китайский самовар»), 围巾 / шарф, 毛衣 / свитер, 日出 / восход солнца, 新年 / Новый год, 热闹 / праздничный, 衣服 / одежда, 黑色的 / черный, 铸铁锅 / чугунная сковорода, 气球 / воздушный шар, 福 / счастье, 裙子 / платье (всего 79, отказ 1 коэффициент разнообразия ассоциатов – 0,36). 53,8 % реакций связано с символическим значением слова (*государственный флаг Китая*, *кровь*, *солнце*, *цветы*, *флаг*, *пион*, *Хого*, *Новый год*, *одежда*, *платье*, *страстность* и др.), причем большинство реакций (≈ 31,3%) демонстрирует устойчивую ассоциативную связь с государственным флагом КНР как символом страны и власти. Эта устойчивая тенденция нашла отражение в создании понятий 红色政权 / красный режим, 红色记忆 / красная память, 红色文化 / красная культура, 红色经典 / красная классика, 红色歌曲 / красные песни и др. Кроме того, в ряде ассоциатов актуализируется предикативный признак «радостная атмосфера праздника», «счастье». Данные АП показывают, что 红色的 / красный устойчиво ассоциируется с различным символическим содержанием, представляющим специфические культурные традиции Китая. При сравнении АП лексем 白色的 / белый и 红色的 / красный подтверждается наше предположение. Оно заключается в том, что частота символических ассоциатов существенно зависит не только от исконной сложности и содержательной многослойности традиционных значений цветовых лексем, но также от ценности последних (и следовательно, от их пропаганды) в современной культуре. Сравнение коэффициентов разнообразия ассоциатов на лексемы 白色的 / белый и 红色的 / красный – 3,1 и 3,6 соответственно – демонстрирует значительно большее разнообразие реакций на слово 红色的 / красный. Приведенные коэффициенты указывают на большее количество ассоциативных связей слова 红色的 / красный со словами, фиксирующими различные компоненты символического значения. Одновременно компоненты АП *красный*, входящие в его ядро и связанные с символическим содержанием, являются частотными, что свидетельствует о силе ассоциативных связей стимула *красный* и опосредованно – о высокой степени присвоенности тех или иных компонентов символического значения, обозначенного соответствующей лексемой. Однако символические содержания АП лексемы *белый* не входят в его ядро, т. е. практически не актуализируются при внеконтекстном предъявлении лексемы *белый*, что весьма показательно, поскольку в эксперименте принимали участие китайские магистранты и аспиранты – по определению образованная часть общества. Естественно, для окончательных выводов нужны эксперименты с большим количеством респондентов, относящихся к разным социальным стратам общества. Однако тенденция, выявленная в пилотном эксперименте, представляется интересной. Таким образом, на основе анализа АП цветообозначений, имеющих символическое содержание практически в любой лингвокультуре, можно сделать промежуточный вывод: традиционное символическое содержание исследованных базовых цветонаименований присутствует в сознании носителей китайской лингвокультуры, но степень присвоенности этого содержания очевидно зависит от социальной поддержки и пропаганды, что фиксируется в частотности и интенсивности его ассоциативных вербальных связей. Это положение подтверждается и анализом АП *небазовых* цветообозначений. Так, розовый цвет, согласно данным научной литературы, в китайской традиционной культуре – один из самых символически содержательных.

В эксперименте в АП лексемы *розовый* вошло 78 реакций: 花 / цветы 8, 回忆 / воспоминания 6, 玫瑰 / роза 6, 桃花 / цветы персика 5, 粉红豹 / розовая пантера 4, 爱 / любовь 3, 蝴蝶结 / галстук-бабочка 3, 爱心 / любящее сердце 3, 芭比 / кукла Барби 2, 裙子 / платье 2, 樱花 / цветы вишни 2, 绿色的 / зеленый 2, 浪漫 / романтика 2, 黑色的 / черный 2, 蓝色的 / синий 2, 温柔 / нежность, 可爱的 [/милый, 梅花 / слива, 背带服 / кенгуру, 信 / письмо, 口红 / губная помада, 鞋 / обувь, 手机 / мобильный телефон, 红色的 / красивый, 泡泡 / пузырьки, 桃子 / персик, 裙子 / пальто, 手套 / перчатки, 书包] / портфель, 面容 / лицо, 拖鞋 / шлепанцы, 拖鞋 / простыня, 头发 / волосы, HelloKitty, 玩偶 / кукла, 杯 子 / стакан, 雪 / снег, 泡泡糖 / бабл-гам (жевательная резинка), 天空 / небо, 外套 / чехол (всего 78, отказ 2; коэффициент разнообразия – 0,5). Всего 11,25 % реакций (9 в абсолютных цифрах) представляют специфические, культурно обусловленные ассоциации: лексема *розовый* демонстрирует психологически актуальные ассоциативные связи ее с разными символами и их компонентами: с персиком как символом долголетия и бессмертия, с вишней как символом счастья, удачи и женской красоты, розовым цветом как символом любви и романтических теплых отношений, взаимопонимания (ассоциаты *любовь*, *любящее сердце*, *романтика*, *нежность*, *милый*). В китайской культуре плод вообще символизирует цикличность жизни, ее постоянное возобновление, поэтому китайцы почитают четыре плода счастья: 桃子 / персик, 橙子 / апельсин, 石榴 / гранат, 柿子 / хурму, каждый из которых по-своему обеспечивает благополучие китайцев. Так, персик, который, по легенде, сначала могли вкушать только боги, символизирует не только долголетие и бессмертие, но и связывается с продолжением рода, супружеской верностью, привязанностью, обновлением, приходом весны. Даосские монахи включали персик в состав эликсира жизни; считая, что персиковое дерево обладает магическими и целебными свойствами, изготавливали из древесины персика печати, оттиски с них носили как талисманы, а ветки дерева использовали для изгнания нечистой силы из больных [欧秋耘, 李枫桥, 2023]. (Злых духов с помощью персика изгоняют на традиционных свадьбах и сейчас.) Цветы персика тоже обладают символическим содержанием, связываясь с женским началом и одобряемыми социумом характеристиками женщин – чистотой, невинностью, мягкостью, нежностью [欧秋耘, 李枫桥, 2012].

Эксперимент не обнаруживает, с каким именно содержательным компонентом символа респондент связывает слово-стимул, но то, что последний явно ассоциируется с определенным символом, фиксируется в *признаке* ассоциирования. Культурно-символическое содержание розового цвета актуализировано и в таком соотношении стимула и реакции: *розовый – цветы вишни*, которые, как и цветы персика, связываются с женственностью, красотой, удачей, счастьем, весной. Для китайской традиции важна символическая аналогия: вишня сначала цветет, потом на ней появляются листья, т.е. вишня превращается в настоящее дерево – человек рождается, а потом приобретает опыт, как вишня – листья. Однако наиболее распространенными для лексемы *розовый* являются основания ассоциирования, обусловленные современной гламурной культурой как эстетическим принципом, базирующимся на философии гедонизма, внешнем блеске, комфортном существовании для индивида и актуализирующие а) розовый цвет как цвет гламура – 27,5 % (*галстук-бабочка*, *платье*, *мобильный телефон*, *пальто*, *перчатки*, *портфель*, *шлепанцы*, *кукла Барби*, *красивый*, *кукла*, *волосы* и др.); б) устойчивые представления с обиходными реалиями – 6,25 % (*стакан*, *снег*, *небо*, *простыня*, *кенгуру*[1]). Кроме того, отмечены единичные в) признаки ассоциирования, обусловленные влиянием культуры (*розовая пантера*) и г) идеалом женской красоты (*лицо*). Таким образом, под влиянием новых эстетических воззрений и воплотившей их моды розовый цвет развивает еще одно символическое значение – комфортность, успех, популярность. Отметим попутно, что розовый цвет в европейской культуре также символизирует мягкость, обаяние, нежность, невинность, романтические отношения, связывается с детством. Европейская символика розового цвета исторически восходит к рококо XVIII века. Коэффициент разнообразия ассоциатов на слово *розовый* по сравнению с базовыми цветообозначениями очень высокий. Однако в большинстве разнообразных и частотных реакций актуализируются не традиционные символические значения, а признаки современной гламурной культуры.

[1]В молодежной культуре необыкновенной популярностью пользуются розовые слинги – переноски-кенгуру для младенцев, эргорюкзаки-кенгуру, худи, мягкая игрушка и пр. Производители косметики тоже активно используют розовый цвет. Многие, если не большинство китайских девочек носят розовую одежду и предпочитают розовые мягкие игрушки. В Японии и Китае популярны розовые кигуруми («ростовая кукла») – комфортная домашняя одежда-комбинезон с капюшоном в виде головы улыбающегося животного, например, кенгуру с сумкой на животе, где сидит кенгуренок. Сначала кигуруми использовались только для праздничных детских представлений, позже стали и повседневной домашней одеждой, в том числе используются как пижамы, для прогулок и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экспериментальное исследование психологической актуальности аксиологического содержания символических образов китайской лингвокультуры на базе лексем-цветообозначений позволило сделать ряд выводов, в том числе и выходящих за пределы исследования данной лингвокультуры. Опора на китайский материал объясняется тем, что в КНР, как было отмечено во Введении, существует официально утвержденная правительством китайская система социалистических ценностей. Ее наличие существенно облегчает работу исследователя по установлению состава и иерархии базовых ценностей данной лингвокультуры. Однако полученные результаты имеют общетеоретическое значение, а используемая в исследовании методика приложима к материалу других лингвокультур.

Изучение действительной степени присвоенности обществом базовых ценностей необходимо. Оно позволяет не только результативно пропагандировать содержание ценностей в обществе, но также корректировать их реализацию в системе мероприятий. Коррекция социальных практик, в свою очередь, основывается на лингвистической диагностике иерархии и содержания аксиологических систем. Ядро традиционных ценностей аксиологических систем сохраняется, что доказано в проведенном эксперименте и характером развития ассоциативных полей базовых цветонаименований. Вместе с тем под влиянием современной культуры и целенаправленной коррекции ценностные системы развивают новые содержательные компоненты. К таким культурным факторам можно отнести влияние европейской культуры, эстетические и философские концепции, моду. Значимость той или иной ценности проявляется не только в количестве ее содержательных компонентов, но также в частоте ассоциатов и их коэффициенте разнообразия в пределах АП. Оно, в свою очередь, является моделью фрагмента ассоциативно-вербальных связей индивида. Высказанные положения касаются как базовых, так и небазовых ценностных цветонаименований.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Пищальникова В. А. Базовые ценности: методологические проблемы психолингвистического исследования // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. Вып. 3 (832). С. 20–35.
2. Цюй Юнь. Представление основных ценностей современного Китая в поликодовом рекламном тексте // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 2 (857). С. 170–175.
3. Яо Чжипэн. Сравнительная характеристика ассоциативных полей отзывчивый / 富有同情心的 по данным свободного ассоциативного эксперимента // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. Вып. 9 (801). С. 223–234.
4. Пэй Цайся. Структурно-содержательные особенности концепта «коррупция» в китайской лингвокультуре // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2018. Т. 8. № 1 (26). С. 42–47.
5. Цюй Юнь, Пищальникова В. А. Отражение культурных ценностей в китайской коммерческой рекламе // Этнопсихолингвистика. 2024. № 1 (16). С. 7–19.
6. Чэнь Сыфань. Динамика содержания ценности и ее репрезентация во фразеологических единицах // Этнопсихолингвистика. 2024. № 2 (17). С. 103–116.
7. Пищальникова В. А. [и др]. Картина мира китайцев: теория и практика научного исследования / В. А. Пищальникова, О. В. Дубкова, Цун Фэнлин, Яо Чжипэн. М.: Р-Валент. 2020.
8. Пищальникова В. А., Степыкин Н. И. Речевое действие как средство реализации психологического значения слова (на материале ассоциативного поля лексемы гражданин) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 9 (877). С. 41–49.
9. 程士元. 中国文化中的红色情结. 艺术探索, 2006, (03):118+123+144 = Чэн Шиюань. Любовь к красному цвету в китайской культуре // Искусствознание. 2006. Вып. 03. С. 118+123+144.
10. 张地. 红色在中国文化中的内隐表征. 苏州大学, 2023 = Чжан Ди. Имплицитное представление красного цвета в китайской культуре: дис. Сучжоу, 2023.
11. 欧秋耘, 李枫桥. 东方的桃子与西方的苹果——文化意象对比及翻译. 湖北第二师范学院学报, 2012, 29 (01): 123-126 = Оу, Цювэй, Ли Фэнцяо. Персик на Востоке и яблоко на Западе – сравнение и перевод культурных образов // Вестник Хубэйского педагогического института. 2012. № 2. Вып. 29 (01). С. 123–126.

REFERNCES

1. Pischalnikova, V. A. (2020). Basic values: methodological problems of psycholinguistic research. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 3(832), 20–35. (In Russ.)
2. Qu Yun (2022). Representation of the main values of modern China in a polycoded advertising text. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 2(857), 170–175. (In Russ.)
3. Yao Zhipeng (2018). Comparative characterization of associative fields responsive / 富有同情心的 according to the data of free associative experiment. Vestnik of Moscow State Linguistic University, 9(801), 223–234. (In Russ.)
4. Bai Caixia (2018). Structural and content features of the concept "corruption" in Chinese linguoculture. Izvestiya South-West State University. Series of linguistics and pedagogy, 1(26), 42–47. (In Russ.)
5. Qu Yun, Pishchalnikova, V. A. (2024). Reflection of cultural values in Chinese commercial advertising. Ethnopsycholinguistics, 1(16), 7–19. (In Russ.)
6. Chen Xifan (2024). Dynamics of value content and its representation in phraseological units. Ethnopsycholinguistics, 2(17), 103–116. (In Russ.)
7. Pischalnikova, V. A., Dubkova, O. V., Tsun Fengling, Yao Zhipeng (2020). The world picture of the Chinese: theory and practice of scientific research. Moscow: R-Valent (In Russ.)
8. Pischalnikova, V. A., Stepykin, N. I. (2023). Speech action as a means of realising the psychological meaning of a word (on the material of the associative field of the lexeme citizen). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 9(877), 41–49. (In Russ.)
9. 程士元. 中国文化中的红色情结. 艺术探索 (2006), 03, 118+123+144. = Cheng Shiyuan (2006). The love of red in Chinese Culture. Art Studies, 03, 118+123+144. (In Chinese)
10. 张地. 红色在中国文化中的内隐表征. 苏州大学 (2023) = Zhang Di. (2023). Implicit representation of red color in Chinese culture: PhD thesis Suzhou. (In Chinese)
11. 欧秋耘, 李枫桥. 东方的桃子与西方的苹果——文化意象对比及翻译. 湖北第二师范学院学报, 2012, 29 (01):123-126 = Ou Qiuwei, Li Fengqiao (2012). A peach in the East and an apple in the West – a comparison and translation of cultural images. Vestnik of Hubei Teachers' Training Institute, 2, 29(01), 123–126. (In Chinese)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Пищальникова Вера Анатольевна

доктор филологических наук, профессор
профессор кафедры общего и сравнительного языкознания
заведующий лабораторией психолингвистики
Московского государственного лингвистического университета

У Цзяцянь

аспирант
кафедры общего и сравнительного языкознания
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Pishchalnikova Vera Anatolyevna

Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor
Professor at the Department of General and Comparative Linguistics
Head of the Laboratory of Psycholinguistics
Moscow State Linguistic University

Wu Jiaqian

Postgraduate Student
of the Department of General and Comparative Linguistics
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	23.01.2025	The article was submitted
одобрена после рецензирования	06.02.2025	approved after reviewing
принята к публикации	13.03.2025	accepted for publication