

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ТИПАЖИ «ТОРГОВЦА» И «ТОРГОВКИ» В
РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНАХ МИРА (ПО ДАННЫМ
ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)**

Бутакова Е.С., Ли Вэй

Научный руководитель – докт. филол. наук, проф. Фельде О.В.

Сибирский федеральный университет

В последние годы в отечественной лингвистике развивается направление, интегрирующее лингвокультурологический, психолингвистический и контрастивный подходы; его целью является воссоздание национальной языковой картины мира на основании комплексного (лингвистического, культурологического, психолингвистического) анализа лингвокультурных типов в межкультурной перспективе.

Лингвокультурные типы – это узнаваемые образы представителей определённой культуры, совокупность которых и составляет культуру того или иного общества.

В настоящее время исследователями активно разрабатывается классификация лингвокультурных типов [В.В. Деревянская, О.А. Дмитриева, В.И. Карасик, И.А. Мурзинова]. По признаку принадлежности к тому или иному социуму выделяются этнокультурные и социокультурные типы; по степени выраженности узнаваемых характеристик – яркие (модельные личности) и неярые; по признаку оценочного знака – положительные и отрицательные; по признаку реальности языковой личности – реальные и фикциональные; по ассоциативному признаку – фиксированные и дисперсные.

Являясь разновидностью концепта, лингвокультурный тип имеет понятийную, образную и ценностную составляющие. Образные доминанты актуализированы в языке в виде апеллирующих к типу языковых единиц и могут быть выявлены с помощью интерпретативного анализа прецедентных текстов, текстов произведений художественной литературы и дискурса СМИ, а также анкет респондентов.

О. В. Луговина исследовала лингвокультурный тип «хакер», О.А. Дмитриева – лингвокультурные типы России и Франции XIX века и др.

В этом перечне не хватает анализа ЛКТ «торговца» и «торговки». Почему актуально изучать именно эти типы? Потому что: а) общество потребления сформировало новый тип человека, б) общество разделилось на тех, кто торгует и тех, кто покупает. Торговец – значимая фигура в торгово-экономических отношениях. Языковое сознание фиксирует на нем свое внимание (Кто не умеет улыбаться, не должен заниматься торговлей) китайская пословица). Слово «торговец» часто используется в заголовках статей. В национальном корпусе РЯ общее количество документов, в которых использовано слово «торговец» – 181 175. Слово «торговка» в 76 882 документах. В современном китайском языке – 345 документов, в древнекитайском – 715. Это позволяет утверждать, что «торговец» и «торговка» являются важнейшие понятия современной лингвокультуры.

Исследование проводится с опорой на свободный ассоциативный эксперимент, методика которого разработана специалистами в области психолингвистики и апробирована в многочисленных исследованиях этностереотипов. В эксперименте, который проводился в марте 2011 года в Сибирском федеральном университете, приняли участие 72 человека 36 русских и 36 китайских студентов с 1 по 5 курс, которым было предложено отреагировать первыми пришедшими на ум словами на слова-стимулы «рынок», «русский торговец», «китайский торговец», «торговка».

На слово-стимул «торговец» было получено 210 реакций от русских студентов. Торговец оценивается по моральным и эстетическим критериям.

Сознание русских и китайцев связывает рынок с национальной принадлежностью торговцев и страной - производителем продаваемой продукции. Для китайцев – «Америка», «Казахстан», «китайский рынок», «отечественный рынок»; для русских – «китайский», «русский», «российский», «Китай», «китайцы», «кавказцы», «чурки», «хачики», «иностранцы», «гости страны», «гастарбайтеры.»

Торговца называют: **Продавцом, купцом, посредником, барыгой, коммерсант, перекупщиком, продавцом на рынке, предпринимателем, ростовщиком, сутенёром, торгашом, дилером, консультантом, представителем, трудягой, владельцем, торговцем цветами.**

Концептуальная картина мира строится на процессах восприятия и обработки зрительной информации. Человек воспринимает предмет и его место в картине мира.

Для выявления образных характеристик типажа мы рассматриваем его внешность, типичное поведение, речь и обстановку, в которой он живёт. Внешний вид, особенности речи, принадлежащие ему вещи(предметы одежды, части лица). Противоречивость восприятия внешности торговца: наёмный работник, часто - **в неофисной одежде, грязный, колпак, с чалмой на голове; хозяин - это опрятный, форменная одежда, шаровары, фуражка набок, тёплая шаль.** Внешность описывается следующим образом (**борода, глаза, нос горбинкой, с бегающими глазами, толстый, усы, худенький**, он ездит на **автомобиле «Пятёрка» - 17 реакций**). Также торговец идентифицируется по национальному признаку (**нерусский, хачик, чурка, кавказец, таджик, русский, китаец, СНГ, заморский, свой**). 13 Поэтому говорит с **акцентом**. Социальные характеристики (**малообразованный, безработный, рабочий, работник, работа, наёмный работник**).

Характеристика поведения торговца: **болтливый, настаивает на своей цене товара, промышляет, лезет со своим товаром, предложил купить соболиную шубу, обнаглел, к сожалению, своих же земляков может обмануть, навязывает лапшу.** Его высокая энергетика, страсть, нажива сочетается с отсутствием этических норм, деятельность оценивается как обманная. Реакции: **нечестная деятельность, обман, вор, обманщик.** Часто он, наоборот, **молчит, делает вид, что всё знает, ненадоёдливым, спокойным, тихий, грустный, важный, сидит и ждёт с неба звезды.**

Оценочные высказывания о поведении торговцев.

Положительные:

1. Торговец должен обладать навыком, психологической подкованностью. (**Опытный, подкованный, психологически грамотный, навык, умелый**).
2. Торговец должен обладать физической выносливостью (**сильный**). Сочувствующие реакции: **тудяга, страдалец**. Встретилась едничная реакция с отрицательной коннотацией: **разве это работа для мужика?**
3. Торговец должен знать как угодить (**вежливый, вежливость, верткий, услужливость, добрый, понимающий**).
4. Торговец должен стремиться к выгоде (**расчётливый расчётливость, хитрый, хваткий, шустрый человек, хитрость, хитрец**).

Отрицательные:

1. Должен стремиться к выгоде (**Сидит и ждёт с неба звезды**).
2. Должен торговать честно (**беспринципный, нечестная деятельность, обман, вор, обманщик, корысть, лгун, обнаглел, к сожалению, своих же земляков может обмануть**).
3. Должен знать, как нужно торговать (**неграмотный, грубость, назойливый, навязчивость, навязчивый, наглый, надоедливость, нахальный, прилипчивый, не профессионал**).
4. Должен идти на компромисс в торговле (**Настаивает на своей цене товара**).
5. Должен знать какой товар предлагать (**впарит что-нибудь бесполезное, предложил купить соболиную шубу, навязывающий лапшу**).

Отмечаются антисанитарные условия работы, возникающие денежные отношения (**торговля, конкуренция, деньги**). Причём ситуация торга представляет собой в оценочном отношении очень сложное и динамичное образование: с одной стороны, есть потребность купить как можно дешевле и продать как можно дороже, с другой стороны, присутствует желание сохранить лицо, т.е. показать уважение к партнёру и способность пойти на компромисс.

Торговец торгует разнообразными **товарами, семечками, арбузами, билетами, вещами, овощами, продуктами, сувенирами, фруктами, сумками**. 22.

В местах торговли: **на рынке, в магазине, возле прилавка, на базаре, в лавке, в ларке** часто слышен **шум, крики, нерусская речь**.

Любопытно, как оценили типичного русского торговца опрашиваемые китайцы. Китайскому языковому сознанию присущи стереотипы о русских торговцах. Стереотип трактуется в социальных науках как совокупность устойчивых упрощённых обобщений о группе индивидуумов, позволяющая распределять членов группы по категориям и воспринимать их шаблонно, согласно этим ожиданиям. Как правило, гетеростереотипы выявляют, что часто самопредставления содержат гораздо больше положительных характеристик, чем представления о других.

Среди отрицательных качеств китайского торговца называются **наглый, приставучий, бесхребетный**.

По гендерному признаку. На слово-стимул торговка получены реакции **Женщина, баба, девушка, женщина – продавец, тётка, тётя – продавец**. Часто это тоже нерусская особа: **цыганка или китаянка**.

Это **женщина грубая, истеричка, недовольная, неприятная, злая, сварливая, визгливая, крикливая, грязная, невежественная и невоспитанная и т.п.** Интеллект

торговки оценивается крайне низко: слабоумная, необразованная, неграмотная. Не удивительно, что она использует матерную лексику, курит и пьет. К тому же свои профессиональные обязанности выполняет плохо: не подает товар, неумеха.

Итак, в русской и китайской языковых картинах мира выделяется типаж «торговец». Этот типаж в настоящее время осмысливается не по базовым понятийным характеристикам (лицо, ведущее торговлю), а по образно-перцептивным (борода, глаза, нос горбинкой, с бегающими глазами, толстый, усы, худенький) и оценочным (расчётливый, расчётливость, хитрый, хваткий, шустрый человек, хитрость). Отрицательные характеристики русских торговцев преобладают в русской языковой картине мира, между тем, в китайской – картина обратная. Отмечается больше положительных характеристик.