

---

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РФ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В.П. АСТАФЬЕВА (КГПУ им. В.П. Астафьева)

Филологический факультет

Выпускающая кафедра современного русского языка и методики

ЛИ ЮЕ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**СЛОВЕСНЫЕ АССОЦИАЦИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА НА СТИМУЛ  
«КИТАЙСКИЙ»**

Направление подготовки/специальность 45.03.02 Лингвистика

Профиль Перевод и переводоведение (русский язык как иностранный)

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой канд. филол. наук, доцент

Бебриш Н. Н.

---

Руководитель

доцент, кандидат пед. наук,

 / Юденко Ю.Р./

Дата защиты 19.06.2020

Обучающийся

ЛИ ЮЕ \_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_

Красноярск  
2020

---

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ АССОЦИАТИВНОГО ПОЛЯ «КИТАЙСКИЙ» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ	
1.1. Словесные ассоциации как феномен национальной культуры	5
1.2. Ассоциативный эксперимент и типы словесных ассоциаций	11
1.3. Анализ словесных ассоциаций на стимул «китайский», представленных в Русском ассоциативном словаре	16
Выводы по первой главе	18
Глава 2. СЛОВЕСНЫЕ АССОЦИАЦИИ СТУДЕНТОВ КГПУ ИМ. В.П. АСТАФЬЕВА НА СТИМУЛ «КИТАЙСКИЙ»	
2.1. Организация ассоциативного эксперимента	20
2.2. Анализ результатов ассоциативного эксперимента	22
2.3. Сравнительная характеристика словесных ассоциаций на стимул «китайский», представленных в Русском ассоциативном словаре и результатах ассоциативного эксперимента	26
Выводы по второй главе	27
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	29
Список литературы	31
Приложения	
Приложение 1 Данные РАС на стимул «китайский»	35
Приложение 2 Данные проведенного ассоциативного эксперимента на стимул «китайский»	36

---

## ВВЕДЕНИЕ

Изучение словарного состава языка (или лексики) является основным элементом при изучении иностранного языка и при обучении иностранному языку. Знание лексики в большой степени определяет освоение языка как средства общения и получения информации о культуре того народа, язык которого изучается.

Традиционно изучение лексики было объединено одной темой или системными отношениями синонимии или антонимии. В последнее время, в методике русского языка считается, что для того чтобы изучающий иностранный язык мог уловить системные отношения между разными лексическими единицами, необходимо устанавливать связи этого слова с другими словами изучаемого языка. Многообразие семантических, тематических, ситуативных и оценочных связей формирует ассоциативное поле слова.

Актуальность данной темы обусловлена значимостью ассоциативных полей в национальном сознании и русской языковой картине мира. Изучение ассоциаций на стимул «китайский» связано с традиционным интересом изучающих русский язык иностранцев к представлениям носителей русского языка о тех странах, представителями которых они являются. Также сравнение ассоциативного поля слова «китайский», данного в словарях русского языка, и ассоциативного поля слова «китайский», актуального для определенного момента времени, представляет исследовательский интерес. Кроме того, ассоциативное значение слова активно используется в разговорном речи и художественном литературе, что необходимо учитывать в теории и практике преподавания русского языка как иностранного.

Таким образом, актуальность выбранной темы обусловлена

---

традиционной значимостью изучения лексической системы языка, наличием современных подходов к изучению лексической системы русского языка, необходимости изучения ассоциативных значений слова для овладения изучаемым языком.

Цель исследования – выявить и описать актуальные ассоциации носителей языка на слово «китайский».

Объект исследования – ассоциативное поле слова «китайский» в русском речевом общении.

Предмет исследования – особенности реакций и ассоциативных связей на слово «китайский» в среде студентов, носителей русского языка.

Для достижения данной цели был поставлен ряд задач:

1. Изучить лингвистическую литературу по теме исследования;
2. Познакомиться с ассоциативными словарями русского языка;
3. Проанализировать словарные словесные ассоциации на стимул «китайский»;
4. Подготовить и провести ассоциативный эксперимент среди носителей русского языка;
5. Проанализировать результаты проведенного эксперимента и сравнить их данными Русского ассоциативного словаря.

Гипотеза исследования – ассоциативное поле «китайский» обладает рядом специфических особенностей и подвижностью в зависимости от внешних социальных факторов.

Методы исследования — анализ литературы, составление диагностической программы, анкетирование, анализ.

## Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ АССОЦИАТИВНОГО ПОЛЯ «КИТАЙСКИЙ» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

### 1.1. Словесные ассоциации как феномен национальной культуры

В настоящее время лингвисты все больше уделяют внимание комплексному изучению языковых и социокультурных процессов, и их взаимодействию. Исследования проблемы «язык и культура» имеют давнюю традицию, обусловленную изначально известным интересом языкознания к их взаимодействию и взаимосвязям» [7].

Ученые-филологи занимаются изучением таких явлений как языковое сознание и языковой менталитет. Материал для наблюдений за этими явлениями получают при помощи экспериментальных методов, в том числе и ассоциативного эксперимента, который позволяет выявить и описать различные связи языковых единиц в сознании и выявить характер их взаимодействия в различных процессах понимания и хранения речевых произведений [18].

В психологии ассоциация определяется как «возникающая в опыте индивиду закономерная связь между двумя содержаниями сознания» [3].

Р. М. Фрумкина определяет ассоциацию как «связь между некими объектами или явлениями, основанная на нашем личном, субъективном, опыте. Опыт этот может совпадать с опытом той культуры, к которой мы принадлежим, но всегда является также и сугубо личным, укорененным в прошлом опыте отдельного человека» [29].

Этот опыт может затрагивать разные сферы человеческого существования. Так, Р. М. Фрумкина приводит примеры цветовых

---

ассоциаций русских людей как людей европейской культуры, для которых «черный цвет ассоциируется у нас с трауром, ибо так принято. Белый цвет в евроамериканской культуре — цвет праздничный. Невеста обычно одета в белое платье, в праздники мы стелим на стол белую скатерть, парадная морская форма предполагает сочетание белого и синего и т. п. — таковы традиции. Однако стоит напомнить, что традиция ассоциировать черный цвет с трауром и печалью не помешала всемирному успеху "маленького черного платья", которое великая создательница моды Коко Шанель некогда предложила именно в качестве туалета на все случаи жизни, включая и праздники».

Если на Западе траур переживают в черном, то китайцы в этот период одеваются в белые одежды. В Китае белый — это традиционный похоронный цвет, связан с трауром. Этот цвет в Китае считается не цветом, а его отсутствием. Например, белый цвет будет у неокрашенной ткани.

Белый лотос — мощный символ девственности, а также чистоты и мудрости, ведь волосы белеют с возрастом, что ассоциируется с жизненным опытом и правильными отношениями к миру и жизни.

Исследования китайских ученых ассоциативных значений в областях цветов с точки зрения китайской национальной культуры говорят о том, что белый цвет у носителей китайского языка ассоциируется не только с чистотой, но и имеет некоторые отдельные стереотипные значения: по традициям китайской оперы, белый макияж персонажа указывает на то, что он предатель, а наличие белого цветка в женской прическе не приносит ей счастье.

Черный — это цвет зла и преступлений, болезни и смерти.

Считается, что черный цвет произошел в процессе горения и образования сажи, из которой потом стали делать чернила. Поэтому,

---

символ черного – это затемненное окно над пламенем.

В системе фэн-шуй, водная стихия соответствует черному цвету, при этом в цикле разрушения вода гасит огонь, то есть черный цвет гасит красный. Эта модель использовалась при выборе императорского цвета новой династии: первый Император Цинь выбрал своим династическим цветом черный именно по причине его силы и способности на символическом уровне погасить влияние предыдущей династии Чжоу, чей цвет был красным.

По этой же причине, в Запретном городе крышу библиотеки сделали черную, чтобы уберечь это здание от красной огненной стихии. По этой же причине, в Запретном городе крышу библиотеки сделали черную, чтобы уберечь это здание от красной огненной стихии.

Кроме обозначения тьмы и смерти, у этого цвета есть позитивное значение – человеческая честь. Например, в китайской опере, где многие аспекты выражены языком символов, почерневшие лица «носят» мрачные, но благородные герои [10].

Ассоциативные процессы как феномен психики изучали наиболее изучен в психологии и психиатрии.

Зигмунд Фрейд, основатель психоанализа, базировался на выявлении ассоциаций. Его ученик Карл Густав Юнг считал исследование ассоциаций главным инструментом психоанализа. В русле таких интересов были составлены первые списки ассоциаций, которые долго рассматривались как отправная точка для суждений о психической норме. Авторами этих списков были американцы А. Розанов и Х. Кент, а сам материал впервые был опубликован в 1910 г. в "Американском журнале изучения психических заболеваний".

Внимание к научному описанию ассоциативных полей ученые начали уделять в начале XX века. Сначала этим занимались

---

американские и немецкие медики и психологи, но со временем стали изучаться не только психические ассоциации, но и лексические ассоциации как отражение «лингвистического развития и формирования понятий у испытуемых». Экспериментальный подход позволяет обнаружить и выяснить «зависимость лексических ассоциаций от различных факторов, таких, как возрастной, половой, географический, исторический, культурный, коммуникативный и т.д.» [30].

Современные психологи также изучают ассоциации, предъявляя своим испытуемым в качестве стимулов различные слова и изображения, а в качестве ответов изучают свободную интерпретацию увиденного или рассказ об эмоциях, вызванных стимулом. Известные психологические тесты построены именно на обращении к материалу наших ассоциаций.

Современные науки, связанные с лингвистикой, занимаются более узким кругом ассоциативных процессов – словесными (вербальными) ассоциациями.

Большой вклад в исследование ассоциаций в лингвистике внес известный лингвист Ф. де Соссюр. В его работе регулярно встречаются термины «ассоциация», «ассоциативные отношения», «ассоциативные ряды» и т.д. Одним из примеров в работах Ф. де Соссюра, слово «лето», которое вызывает в сознании множество других слов, как *море, солнце, отдых, жар, жаркий, загореть, теплый, счастливый, дачный, хочу, веселый* и др.

Ф. де Соссюр определяет *ассоциативные отношения* как «образуемые на основе мыслительной ассоциации группы, не ограничивающиеся сближением членов отношения, представляющих нечто общее; ум схватывает характер связывающих их в каждом случае отношении и тем самым создает



---

столько ассоциативных рядов, сколько есть различных отношений» [24].

Ф. де Соссюр выделяет четыре типа ассоциаций: корневые (жар, жаркий), деривационные (теплый, дачный), семантические (счастливый, веселый) и фонологические (лето-нет) [25].

Психолингвистика как современная лингвистическая наука опирается на то, что «на основе устойчивых связей, образующих типовые ассоциации, можно судить о содержании и функционировании лексикона коллективной языковой личности, который можно использовать при составлении толково-комбинаторных словарей для иностранцев, изучающих русский язык. Наконец, исследование ассоциативных связей позволяет представить себе образ мира, запечатленный в языковом сознании носителей языка. Даже самые простые слова различаются в разных культурах по кругу вызываемых ими ассоциаций» [19].

Таким образом, устойчивые в национальной традиции ассоциации являются компонентами национальной языковой картины мира, изучением которой занимается лингвокультурология и психолингвистика [15].

Ассоциации на конкретные слова выявляются через ассоциативные эксперименты.

Ассоциативные эксперименты показывают особенности национального языкового сознания народа – смысловые и иерархические связи слов в сознании, их ценность в социуме.

Ассоциативные эксперименты показывают, как построены механизмы познания и порождения речи, а также показывают, в каком смысловом объеме лексические единицы хранятся в сознании носителей языка.

Конечно, семантическое значение некоторых слов может быть

---

схожим, однако на уровне личного, социального, культурного, этнического восприятия могут возникать значительные различия, которые может показать ассоциативный эксперимент.

По словам Р. М. Фрумкиной, «как феномен ассоциативная связь определена именно культурой во всем ее многообразии — всеми знаниями, опытом, в том числе — чувственным опытом, но при этом таким опытом, в котором мы не отдаем себе отчета. Мы ведь специально не думаем о том, что мех — пушистый, а лимон — кислый. Этот опыт у взрослого человека настолько автоматизирован, что большинство людей на слово мех и на слово лимон в АЭ дадут именно ответы пушистый и кислый. Изучая ассоциации в АЭ, мы, таким образом, апеллируем к неосознаваемому, глубинному слою нашей психики» [29].

Изучение ассоциаций на отдельное слово слова позволяет нам глубже и со всех сторон понимать связь между словом и понятием. Изменения ассоциаций слов непредсказуемы – в разных языках и даже в рамках одного языка схожие или близкие по основному семантическому значению слова могут разительно отличаться в ассоциативных значениях. Например, исследователи отмечают такие факты языка: «*восстание*» и «*бунт*» близки по значению, однако «*восстание*» несет позитивную окраску, а «*бунт*» скорее негативную. Или, например, слово «*мерзавец*» обычно несет в себе негативный смысл, но иногда может выражать любовь или особое расположение к субъекту.

Также предположим, цвет красный в Китае обычно символизирует «страсть», «радость», «торжество». А в западе красный цвет нередко представляет собой «война», «кровь», «страх» и т.д. Ассоциативное значение одного и того же слова отличается в разных странах.

---

Однако информация, которую несет в себе слово, определяется не только национальным восприятием, но и опытом, и знаниями каждого отдельного человека. Индивидуальные ассоциации проявляют индивидуальные особенности человеческого сознания – у разных людей ассоциации разные, индивидуальные. Поэтому ассоциативный эксперимент, объединяя представителей одного языка и общей культуры, дает возможность представить уже целое ассоциативное поле отдельного слова. Таким образом, ассоциативное поле является особенно важным методом в организации национальной языковой картиной мира.

Понимание культуры страны позволяет правильно понимать значения слов, оно необходимо для повышения уровня владения языком и реализации эффективного общения. Верное освоение ассоциаций позволит повысить языковые возможности в межкультурном общении.

## **1.2. Ассоциативный эксперимент и типы словесных ассоциаций**

Ассоциации от слова-стимула получают при проведении ассоциативных экспериментов. Ассоциативное поле формируется на основании обработки результатов ассоциативного эксперимента. Общепринятая методика ассоциативного эксперимента выглядит следующим образом. Информантам индивидуально или в группе предъявляется некоторый набор слов–стимулов. Инструкция предлагает в качестве реакции написать первое же слово-реакцию (или несколько слов), которые приходят в голову как ответ на предъявленный стимул. Слово-стимул – это любое слово языка, рождающее сеть ассоциаций; слово-реакция (ассоциат на стимул, ассоциацию) – ответы испытуемых на предъявленные им стимулы

---

[20].

Ответы на каждый отдельный стимул мало зависят от порядка их предъявления. Для чистоты картины, однако, обычно предъявляются по крайней мере два варианта списков стимулов, например, составленный в алфавитном и обратном ему порядке.

Инструкция отвечать "первым словом, которое придет на ум", имеет принципиальный характер. Ассоциативная реакция заключается в том, что информант не должен размышлять над тем, что бы ему такое сказать и как отреагировать.

Реакция представляет собой актуализируемую в сознании говорящего связь между словом-стимулом и другой словесной единицей и соотнесенным с ней явлением действительности или сознания. В эксперименте количество реакций может варьироваться от одного до (чаще всего) пяти слов [27].

Если согласно инструкции в качестве ответов предлагается давать более чем одно слово, то предполагается, что эти слова-ответы даются именно на предъявленный стимул, т. е. что они не порождаются в качестве ответов друг на друга.

Есть две разновидности ассоциативного эксперимента: свободный и направленный ассоциативный эксперимент. Их различие заключается в том, что в свободном ассоциативном эксперименте испытуемый должен как можно быстрее приводить первые пришедшие ему на ум любые слова в ответ на данный слово-стимул, испытуемым дается полная свобода ассоциаций, единственное возможное ограничение – это время. В направленном эксперименте испытуемый обязан подобрать слово в соответствии с инструкцией (например, дается задание прореагировать на слово-стимул синонимом, антонимы, определение, определенные части речи или другие конструкцией), это позволяет выявить более

---

конкретные признаки.

Выделяют несколько разновидностей форм проведения эксперимента. Письменно-письменный - испытуемый пишет слово-реакцию на письменно предъявляемое слово-стимул. Главным достоинством этого варианта считают массовость и быстроту создания представительных баз данных. Письменно-устный эксперимент предполагает письменное предъявление стимула и устный ответ информанта. Устно-письменный эксперимент - экспериментатор произносит стимул, а затем записывает устную реакцию испытуемого. Такие формы эксперимента используются довольно редко для обследования лексикона детей, билингвов, которые плохо владеют всеми формами речи. Устно-устный эксперимент также проводят индивидуально с применением записи ответов испытуемых на диктофон. Таким образом был собран материал для словаря детских ассоциаций Т.В. Соколовой [26].

Компьютерный ассоциативный эксперимент, при помощи которого можно проводить практически все описанные варианты ассоциативного теста. Разработано множество массовых научно-популярных программ проведения таких экспериментов. Например, проект «Сеть словесных ассоциаций», где можно оставить собственные ассоциации и посмотреть ассоциации других носителей языка на определённое слово <https://wordassociations.net/ru>.

Подобные сети не заменяют полностью ассоциативные словари и базы данных. Ассоциативные словари остаются источником изучения индивидуальной вариативности коммуникативной компетенции и когнитивного развития.

Словами-реакциями могут быть отдельные слова, словосочетания, фразеологические обороты.

---

В качестве стимулов могут предъявляться не только слова, но и структуры, меньшие, чем слово, но и большие, чем слово, — например, словосочетания. Так, Р. М. Фрумкина, пишет о том, что предъявляя в качестве стимула словосочетание *есть кашу*, мы можем сравнивать частоты ответов типа *ложкой, с маслом, с молоком, на завтрак* и т. д. Соответственно, если предъявить в качестве стимула сочетание *на завтрак*, то весьма вероятно среди прочих частых ответов получить ответ *кашу* (именно в винительном падеже). [29]. Изучение подобных ассоциативных связей Ю. Н. Караулов назвал построением "ассоциативной грамматики", потому что в психике носителя языка вся система языка (и лексика, и грамматика) функционирует совокупно.

Обычно, если предъявленные слова–стимулы достаточно часты, то стандартные для данного культурного сообщества ответы скорее преобладают. В этой своей части результаты любого ассоциативного эксперимента хорошо воспроизводимы: если его повторить в аналогичной группе лиц, то результаты будут близкими.

Повторяющиеся ассоциативные реакции отражают «объективно существующие в сознании испытуемых и в языке связи между словами» [17:21]. Наиболее частотные реакции включают в себя основное значение лексемы в данном языке.

В научной литературе нет единой точки зрения на выделение видов словесных ассоциаций, а также единого понимания того или иного вида ассоциаций. Особенности классификаций часто зависят от принципов, положенных в их основу: психологических, логических или лингвистических. Каждое слово–реакция на слово–стимул в ассоциативном эксперименте имеет множественность ассоциаций, что может по-разному интерпретироваться.

Одним из первых экспериментальным исследованием словесных ассоциаций занялся В. Вундт. Он различал три главных класса словесных ассоциаций: 1) словесные ассоциации, у которых определенное слово просто вызывает другое слово, благодаря частому соединению их, например, бурный ветер – буря; 2) внешние ассоциации представлений, при которых представление, соответствующее слову, воспроизводит другое, с которым оно обыкновенно находится во внешней связи, например, дом – окно; 3) внутренние ассоциации представлений, при которых представление, пробужденное словами, воспроизводит другое, находящееся к нему в каком-либо умозаключительном отношении, например, собака – плотоядное [8].

Ф. де Соссюр выделяет четыре типа ассоциаций: корневые (жар, жаркий), деривационные (теплый, дачный), семантические (счастливый, веселый) и фонологические (лето-нет) [25].

В среднем же обычно отмечаются следующие типы ассоциативных связей:

1) смысловая близость, где в пределах ассоциативным ответом является слово-синоним: *большой-огромный, хотеть-желать, плавать — купаться, талант — способности, ровный-гладкий;*

2) смысловая противопоставленность, где в пределах слово-антоним: *белый-черный, лежать-сидеть, бежать-стоять, день-ночь, гладкий-шершавый, свой-чужой;*

3) созвучность, рифма по типу *кино-вино, цвет-свет, густой-пустой;*

4) отношения "выше-ниже" по типу *фрукт-яблоко, груша; металл — сталь;*

5) отношения "часть-целое" и "целое-часть" по типу *дом-комната, день-час, ночь-сутки, корень-дерево, стебель-растение* [29].

---

Некоторые ученые в числе типов ассоциаций выделяют реакции, отражающие отношения, основанные на оценке: *экзамен: ужас; укол: больно; каникулы: здорово.*

В.П. Белянин выделяет дополнительно такие типы ассоциаций, которые выражают клишированные (*мастер – золотые руки*) и личные (*мужчина – я должен*) отношения [2].

На разнообразие и особенности словесных ассоциаций могут оказывать влияние возрастные, гендерные, образовательные, социально-профессиональные, культурные, национальные, исторические факторы.

### **1.3. Анализ словесных ассоциаций на стимул «китайский», представленных в Русском ассоциативном словаре**

Общность ассоциаций фиксируют так называемые словари "ассоциативных норм". В них обычно в качестве заглавного слова даются слова–стимулы, а ответы на это слово упорядочены по частоте встречаемости.

Ассоциативный словари - новый тип справочных изданий. В настоящее время словари ассоциации приобретают широкое распространение. Это основано на том, что ассоциативный метод является эффективным инструментом когнитивных исследований, позволяющим дополнять и уточнять сведения о языковой картине мира, полученные на языковом и речевом материале.

Все ассоциативные словари создаются на основе массового эксперимента. Каждый из них имеет свои особенности: возрастную категорию (детскую, юношескую, взрослую, или общую), аудиторию (с высшим образованием, средним и т.п.) и т.д.



---

Русскоязычные ассоциативные словари охватывают различные аспекты изучения вербальных ассоциаций. Наиболее представительное издание, «Русский ассоциативный словарь» под редакцией Ю.Н. Караулова, Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова, Н.В. Уфимцевой, Г.А. Черкасовой, дает возможность выявить полномасштабную картину связей между лексемами русского языка в сознании его носителей в возрасте от 18 до 30 лет.

Нами были проанализированы ассоциации на слово-стимул «китайский», зафиксированные в Русском ассоциативном словаре под ред. Ю. Н. Караулова [20]. Данные словаря представлены в Приложении 1.

Слово *китайский* вызывает в языковом сознании носителей русского языка следующие ассоциации: *язык, чай, фарфор, ресторан, пуховик, японский, змей, иероглиф, немецкий*. Также было представлено 38 одиночных реакций.

Среди слов чаще всего встречаются имена существительные, что говорит о доминировании синтагматических ассоциаций на слово-стимул. Все существительные не имеют дополнительной оценочной или эмоциональной окраски. Реакции *язык, чай, фарфор, иероглиф* связаны со знанием носителей русского языка культурных традиций Китая. Так, *чай* и *фарфор* являются особенностью Китая, пользуются очень высокой популярностью во всем мире. Китайский чай и китайский фарфор не только разнообразные, но и качественные товары. Китайская культура чая имеет долгую историю. Фарфор является важной культурной реликвией в нашей стране и уникальным творением китайского народа. Китайский фарфор известен в мире. Китайский *язык* и китайские *иероглифы* тоже являются очень яркой характеристикой культуры Китая. Они отличаются от языка и системы русского письма. Можно

предположить, что подобные реакции на стимул «китайский» могут быть универсальными не только у носителей русского языка, но и носителей других европейских языков.

Тем не менее, как реакция на стимул «китайский» в Русском ассоциативном словаре встречаются и имена прилагательные (*японский, немецкий, корейский*). Данные реакции можно отнести к ассоциациям деривационного типа (классификация Ф. де Соссюра), это относительные прилагательные, образованные так же, как прилагательное *китайский*, от существительного - названия страны при помощи суффикса -ск-. Ассоциации *японский* и *корейский* могут быть вызваны у носителей русского языка географической близостью стран.

Кроме того, среди одиночных реакций встречается название географического объекта – *Китайская стена* и устойчивое выражение, называющее китайские кварталы в некитайских городах – *China Town*.

## **Выводы по 1 главе**

В результате анализа научной литературы можно сделать следующие выводы:

Язык и культура взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом. Устойчивые в национальной традиции ассоциации являются компонентами национальной языковой картины мира и могут быть выражены через словесные ассоциации.

Ассоциация - это имеющаяся в сознании человека и вербализируемая им в речевом общении связь между некоторыми объектами и явлениями, основанная на его субъективном опыте и знаниях, приобретенных в процессе бытия в определенной

лингвокультурной общности.

Ассоциативные эксперименты показывают особенности национального языкового сознания народа – смысловые и иерархические связи слов в сознании, их ценность в социуме.

Анализ словесных ассоциаций на стимул «китайский», представленных в Русском ассоциативном словаре под редакцией Ю. Н. Караулова, показал, что реакции на стимул не имеют дополнительной оценочной или эмоциональной окраски, представлены преимущественно синтагматическими реакциями, характер ассоциаций связан с наиболее яркими культурными маркерами Китая.

---

## Глава 2. СЛОВЕСНЫЕ АССОЦИАЦИИ СТУДЕНТОВ КГПУ ИМ. В.П. АСТАФЬЕВА НА СТИМУЛ «КИТАЙСКИЙ»

### 2.1. Организация ассоциативного эксперимента

Изучение словарного состава языка (или лексики) является основным элементом при изучении иностранного языка и при обучении иностранному языку. Знание лексики и понимание взаимосвязей лексических единиц в большой степени определяет освоение языка как средства общения и получения информации о культуре того народа, язык которого изучается. В методике русского языка как иностранного считается, что для того чтобы изучающий иностранный язык мог уловить системные отношения между разными лексическими единицами, необходимо устанавливать связи этого слова с другими словами изучаемого языка.

В аспекте межкультурной коммуникации широкую популярность приобретает изучение вербальных ассоциаций носителей языка, рассмотрение отдельных ассоциативных полей.

Ассоциация – это понятие, существующее в психолингвистике, обозначает связь объекта реальной действительности со сформированным образом в человеческом сознании. Понимание сформированного в сознании носителей языка образа страны, представителем которой ты являешься, всегда представляет интерес и может служить материалом для использования в решении коммуникативных и образовательных задач. Ассоциативный эксперимент является способом получения фактических языковых данных, иллюстрирующих специфику представлений об отдельных явлениях в нем.

Какие ассоциации вызывает у носителей русского языка слово *китайский*? По данным Русского ассоциативного словаря под редакцией Ю. Н. Караулова [20] стимул *китайский* вызывает в

---

языковом сознании носителей русского языка следующие ассоциации: *язык, чай, фарфор, ресторан, пуховик, японский, змей, иероглиф, немецкий*. Можно сказать, что именно эти слова составляют ядро ассоциативно-вербального поля *китайский*, так как остальные реакции на данный стимул являются единичными.

При этом современные ассоциативные словари предпочитают избегать слова «норма». Подразумевается, что статистическая норма, зафиксированная в словаре, лишь указывает достоверность и надежность частотной ассоциативной связи в национальной культуре, и может иметь разную степень совпадения у разных групп респондентов.

С целью уточнения единиц ассоциативно-вербального поля *китайский* в русском языковом сознании нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент.

Участниками ассоциативного эксперимента стали носители русского языка — обучающиеся Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева в количестве 50 человек, возраст участников 18 — 20 лет.

Гипотеза нашего исследования заключалась в том, что ассоциативно-вербальное поле *китайский* современных студентов педагогического вуза, проживающих в сибирском регионе, при частичном совпадении с полем, отраженным в Русском ассоциативном словаре под редакцией Ю. Н. Караулова, будет иметь свои особенности, вызванные экстралингвистическими причинами, а также отнесенностью во времени проведения эксперимента.

В ходе эксперимента испытуемым предлагалось письменно ответить на слово-стимул *китайский* за ограниченный промежуток

времени (1 минуту) любым количеством реакций – слов, словосочетаний, устойчивых выражений.

## 2.2. Анализ результатов ассоциативного эксперимента.

После проведения эксперимента нами было получено 50 вариантов ответов. В результате анализа данных было получено всего 168 реакций. Большинство испытуемых дали несколько ассоциаций по запросу, от 1 до 6.

По результатам данного эксперимента, ассоциативное поле слова *китайский* выглядит следующим образом (сначала дано заголовочное слово-стимул «*китайский*», за ним следуют слова-ассоциаты, после слова указывается частота его встречаемости в анкетах):

**Китайский:** язык19(+ сложный язык3), лапша13, Алиэкспресс12, стена10, иероглиф9, Китай7, кунг-фуб, дракон5, технологии5, чай5, вирус4, одежда4, суши4, Джеки Чан3, палочки3, ресторан3, рис3, словарь3, сложный3, флаг3, что-то непонятное3, вещи2, красный2, люди2, много людей 2, нация2, Новый год2, рынок2, товары2, традиции 2, фонарик2, Азия1, бар1, закон1, интересный1, корейский1, костюм1, лимон1, монах1, музыка1, народ1, новый1, нож1, пагода1, производство1, пуховик1, фарфор1, человек1, японский1.168/50/18

В конце первая цифра 168 указывает на общее число реакций на слово-стимул *китайский*. Вторая цифра 50 обозначает число разных реакций, третья 18 – число единичных реакций.

Распределение полученных реакций по частям речи показало следующее.

Среди реакций получено 41 существительное *язык, лапша, Алиэкспресс, стена, иероглиф, Китай, кунг-фу, дракон, технологии, чай, вирус, одежда, суши, Джеки Чан, палочки, ресторан, рис, словарь, флаг,, вещи, люди, нация, Новый год, рынок, товары, традиции, фонарик, Азия, бар, закон, костюм, лимон, монах, музыка, народ, нож, пагода, производство, пуховик, фарфор, человек.* Среди указанных существительных встречаются 5 имен собственных: название компании - *Алиэкспресс*, топонимы – *Китай* и *Азия*, антропоним - *Джеки Чан* и название праздника - *Новый год*.

Гораздо меньше среди слов-реакций имен прилагательных – 6 слов *сложный, красный, интересный, корейский, новый, японский.*

Другие части речи в реакциях не представлены.

Среди реакций есть 3 словосочетания: *сложный язык, что-то непонятное, много людей.*

Таким образом, с точки зрения распределения реакций по частям речи в русском языке можно сказать, что самая объемную группу составляют синтагматические ассоциации. У респондентов преобладали синтагматические ассоциации типа: *китайский язык, китайская лапша, китайский чай*, реже представлены парадигматические ассоциации (*китайский – корейский, китайский – японский*)

В соответствии с выделяемыми учеными типами ассоциативных связей [Вундт В. Основы физиологической психологии.] реакции распределились следующим образом:

словесные ассоциации на основе частого соединения: *китайский язык, китайская лапша, китайский чай* и др.;

внешние ассоциации, при которых представление, соответствующее слову, воспроизводит другое, с которым оно обыкновенно находится во внешней связи: *Азия, закон, нация, производство;*

внутренние ассоциации, при которых представление, пробужденное словами, воспроизводит другое, находящееся к нему в каком-либо умозаключительном отношении: *сложный, новый, интересный.*

Полученные ассоциативные реакции на слово *китайский* можно объединить в некоторые тематические группы. Такая классификация субъективна и может считаться интерпретацией данных.

Полученные реакции на слово-стимул *китайский* можно распределить по следующим основным тематическим группам (ТГ):

ТГ 1: ассоциации, связанные с китайским языком

ТГ2: ассоциации, связанные с китайской кухней

ТГ3: объекты китайской материальной культуры

ТГ4: объекты китайской нематериальной культуры

ТГ5: ассоциации, связанные с расположением

ТГ6: ассоциации, связанные с современной китайской экономикой

Некоторые реакции могут относиться к разным группам. Так что в разных подгруппах существуют повторные реакции.

**ТГ 1: ассоциации, связанные с китайским языком**

В этой группе всего 34 реакции, всего 4 разных: *язык*<sup>19</sup>, *сложный язык*<sup>3</sup>, *иероглиф*<sup>9</sup>, *словарь*<sup>3</sup>.

**ТГ2: ассоциации, связанные с китайской кухней**

В этой группе всего 32 реакции, всего 7 разных: *лапша*<sup>13</sup>, *чай*<sup>5</sup>,



*суши4, палочки3, ресторан3, рис3, лимон1.*

### **ТГ3: объекты китайской материальной культуры**

В эту группу отнесли всего 15 реакций, 5 разных: *стена10* (мы предполагаем, что ассоциация стена связана у респондентов с Великой китайской стеной), *фонарик2, костюм1, пагода1, фарфор1.*

### **ТГ4: объекты китайской нематериальной культуры**

В этой группе всего 20 реакции, всего 7 разных: *кунг-фуб, дракон5, Джеки Чан3, Новый год2, традиции 2, монах1, музыка1.*

### **ТГ5: ассоциации, связанные с территориальным расположением**

В этой группе всего 10 реакции, всего 4 разных: *Китай7, Азия1, корейский1, японский1.*

### **ТГ6: ассоциации, связанные с современной китайской экономикой**

В этой группе всего 29 реакции, всего 8 разных: *Алиэкспресс12, технологии5, вещи2 рынок2, товары2, производство1, пуховик1.*

Таким образом, 140 полученных реакций (83 % от общего числа полученных) можно классифицировать по приведенным тематическим группам, 35 из 50 разных реакций.

Оставшиеся 15 реакций не удалось классифицировать по темам: *вирус4, сложный3, флаг3, что-то непонятное3, красный2, люди2, много людей 2, нация2, бар1, закон1, интересный1, народ1, новый1, нож1, человек1.*

Однако появление некоторых ассоциаций легко интерпретировать.

Так, в русском языке слово *китайский* имеет одно из переносных значений «Станный, сложный, запутанный, непонятный», что соответствует ассоциациям *сложный3, что-то*

---

*непонятное*. Также легко объяснимы ассоциации *люди*<sup>2</sup>, *много людей*<sup>2</sup>.

Время проведения эксперимента (февраль 2020 года) совпало с пиком распространения коронавирусной инфекции в Китае, что позволяло нам предположить высокую вероятность реакций типа *вирус, инфекция* и пр. Однако нами зафиксировано только 4 реакции ассоциацией *вирус*.

### **2.3. Сравнительная характеристика словесных ассоциаций на стимул «китайский», представленных в Русском ассоциативном словаре и результатах ассоциативного эксперимента.**

Данные в «Русском ассоциативном словаре» под редакцией Ю. И. Караулова (РАС 2002) формировались на основании результатов свободного эксперимента на массовые слова-стимулы среди русских студентов (от 17 до 25 лет). Эксперименты проведены десятки почти 20 лет назад.

Сравнение результатов массового обследования, закрепленных в Русском ассоциативном словаре, и ассоциативного опроса студентов отдельного вуза нужно проводить с большой осторожностью.

Однако сопоставление результатов показало, что единицы этих двух списков не противоречат друг другу. Мы сравнили слова-реакции на стимул *китайский*, представленные в Русском ассоциативном словаре и имеющие частоту встречаемости больше 1, с ответами наших респондентов. 7 из 9 таких слов совпали: *язык, чай, фарфор, ресторан, пуховик, японский, иероглиф*. При этом реакция *язык* показала самую высокую частоту как в Русском ассоциативном словаре, так и в ответах респондентов. Таким

---

образом, можно говорить об устойчивости ассоциаций у носителей русского языка относительно стимула *китайский*.

Это свидетельствует о том, что ассоциативные признаки слова *китайский* и в прошлое время и до сих пор остаются важными в русском национальном сознании.

Некоторые полученные нами русские ассоциации не зафиксированы в списке РАС: *Алиэкспресс, кунг-фу, дракон, технологии, вирус, одежда, суши, Джеки Чан, палочки, ресторан, Новый год, рынок, товары*.

Таким образом, слово *китайский* в качестве слова-стимула в каждый момент времени вызывает определенное количество новых реакций у респондентов. Ассоциативное поле *китайский* является «живым» и насыщенным в русском национальном сознании, может отличаться у респондентов отдельного региона и определенной социальной группы, а также в актуальных социальных условиях могут появляться и новые реакции-ответы. Время вносит коррективы в ассоциативный портрет языковой личности носителей русского языка.

### **Выводы по 2 главе.**

Для того, чтобы уточнить, какие единицы ассоциативно-вербального поля *китайский* актуальны сейчас в русском языковом сознании был проведен свободный ассоциативный эксперимент со студентами КГПУ им. В. П. Астафьева.

В ходе эксперимента было получено 50 анкет.

Всего было получено 168 реакций на слово-стимул *китайский*.

Анализ реакций показал, что

---

1. с точки зрения распределения реакций по частям речи в русском языке можно сказать, что самую объемную группу составляют синтагматические ассоциации. У респондентов преобладали синтагматические ассоциации типа: *китайский язык, китайская лапша, китайский чай*, реже представлены парадигматические ассоциации (*китайский – корейский, китайский – японский*)

2. Большую часть полученных реакций на слово-стимул *китайский* можно распределить по следующим основным тематическим группам (ТГ):

ТГ 1: ассоциации, связанные с китайским языком *язык, сложный язык, иероглиф, словарь.*

ТГ2: ассоциации, связанные с китайской кухней *лапша, чай, суши, палочки, ресторан, рис, лимон.*

ТГ3: объекты китайской материальной культуры *стена, фонарик, костюм, пагода, фарфор.*

ТГ4: объекты китайской нематериальной культуры *кунг-фу, дракон, Джеки Чан, Новый год, традиции, монах, музыка.*

ТГ5: ассоциации, связанные с расположением *Китай, Азия, корейский, японский.*

ТГ6: ассоциации, связанные с современной китайской экономикой *Алиэкспресс, технологии, вещи, рынок, товары, производство, пуховик.*

3. Сопоставление результатов с данными Русского ассоциативного словаря показало, что единицы этих двух списков не противоречат друг другу. Однако ассоциативное поле *китайский* является «живым» и насыщенным в русском национальном сознании, может отличаться у респондентов отдельного региона и определенной социальной группы, а также в актуальных

---

социальных условиях могут появляться и новые реакции-ответы: *Алиэкспресс, кунг-фу, дракон, технологии, вирус, одежда, суши, Джеки Чан, палочки, ресторан, Новый год, рынок, товары.*

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ литературы по теме исследования показал, что устойчивые в национальной традиции ассоциации являются компонентами национальной языковой картины мира и могут быть выражены через словесные ассоциации. Словесные ассоциации устанавливаются в ходе ассоциативных экспериментов и показывают особенности национального языкового сознания народа – смысловые и иерархические связи слов в сознании, их ценность в социуме.

Анализ словесных ассоциаций на стимул «китайский», представленных в Русском ассоциативном словаре под редакцией Ю. Н. Караулова, показал, что реакции на стимул не имеют дополнительной оценочной или эмоциональной окраски, представлены преимущественно синтагматическими реакциями, характер ассоциаций связан с наиболее яркими культурными маркерами Китая.

Для того, чтобы уточнить, какие единицы ассоциативно-вербального поля *китайский* актуальны сейчас в русском языковом сознании был проведен свободный ассоциативный эксперимент со студентами КГПУ им. В. П. Астафьева.

В ходе эксперимента было получено 50 анкет.

Всего было получено 168 реакций на слово-стимул *китайский*. Полученные результаты были описаны. Среди выявленных особенностей можно назвать, что самую объемную группу составляют синтагматические ассоциации с использованием

---

существительных. Большую часть полученных реакций на слово-стимул *китайский* можно распределить по следующим основным тематическим группам (ТГ): ассоциации, связанные с китайским языком, ассоциации, связанные с китайской кухней, объекты китайской материальной культуры, объекты китайской нематериальной культуры, ассоциации, связанные с расположением, ассоциации, связанные с современной китайской экономикой. Сопоставление результатов с данными Русского ассоциативного словаря показало, что единицы этих двух списков не противоречат друг другу, но у респондентов проведенного эксперимента встречались не зафиксированные в слова-реакции.

---

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова И.Д. Язык и мир человека. - М., 1998.
2. Белянин В.П. Психолингвистика. Учебник. – М.: Флинта, 2005. – 400с.
3. Большой психологический словарь: АСТ; АСТ-Москва; Прайм-Еврознак; Москва; СПб; 2008. Режим доступа: <https://psychological.slovaronline.com/>
4. Бурнаева К. А. Ассоциативное поле как способ моделирования фрагмента языкового сознания //Lingua mobilis №1(54), 2016. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/journal/n/lingua-mobilis?i=963120>
5. Василевич А.П. Цвет и название цвета в русском языке. - М.: КомКнига, 2005.
6. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1997. – 411с.
7. Воробьев В.В. Лингвокультурология. М. Изд-во РУДН, 2006. –336 с.
8. Вундт В. Основания физиологической психологии. – М, 1880. Режим доступа: <https://www.psychology-online.net/tags/%D0%B2%D1%83%D0%BD%D0%B4%D1%82/>
9. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента (Монография), М.- Харьков: Ра-Каравелла, 2001. – 320с.
10. Денисова В. Л. Символика цвета в русской и китайской культуре // Язык и культура Материалы международной

---

научно-практической конференции ученых, аспирантов и студентов

Режим

доступа:

[<https://cyberleninka.ru/article/n/simvolika-tsveta-v-russkoy-i-kitayskoy-kulture>]

11. Еленевская М.Н., Овчинникова И.Г. Хранение и описание вербальных ассоциаций // Вопросы психолингвистики, 2016

Режим

доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/hranenie-i-opisanie-verbalnyh-assotsiatsiy-slovari-i-tezaury>

12. Залевская А.А. Слово в лексиконе человека. - Воронеж, 1990.

13. Зиновьева Е.И., Юрков Е.Е. Лингвокультурология. – СПб.: Издательство «Осипов», 2006.

14. Караулов Ю.Н. Типы коммуникативного поведения носителя языка в ситуации лингвистического эксперимента. // Этнокультурная специфика языкового сознания. - М., 1996, с. 67-97.

15. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. 2-е изд., испр и доп. – М.: ЧеРо, 2003.

16. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М., 1999.

17. Леонтьев, А. Н. Проблемы развития психики [Текст] / А. Н. Леонтьев. - М. : Унта, 1992.

18. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: "АСТ-Восток-Запад", 2007.



- 
19. Прохорова И. О. Словесные ассоциации как феномен культуры. Ассоциативный эксперимент Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovesnye-assotsiatsii-kak-fenomen-kultury-assotsiativnyy-eksperiment>]
20. [Русский ассоциативный словарь. / Под ред. Ю.Н. Караулова. – В 2 тт. – М., 2002.]
21. Руднев В.П. Энциклопедический словарь культуры XX века. — М.: «Аграф», 2001.-608 с.
22. Словарь лингвистических терминов Т.В. Жеребило. Изд. 5-е, испр. и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
23. Словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. — СПб.: «Норинт», 1998. - 1536 с.
24. Соссюр Ф.де. Труды по языкознанию. Сборник трудов. – М.: Прогресс, 1977.
25. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. / Пер. с фр. А. Сухотин. - М.: Эдиториал УРСС, 2004.
26. Соколова Т.В. Ассоциативный словарь русского ребенка: реакции детей от 3 до 7 лет. Архангельск: Международный педагогический университет имени Ломоносова, 1996. Часть 1 (прямой словарь), Часть 2 (обратный словарь
27. [Титова Л.Н. Свободный ассоциативный эксперимент. Ассоциативные словари // Методы изучения лексики. – Минск: Издательство БГУ, 1975.
28. Толковый словарь русского языка./ Под ред. Д.Н. Ушакова. – В 4 тт. – М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей 1935-1940

29. Фрумкина Р.М. Психоллингвистика: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению и специальностям психологии. М. : Академия, 2003.

30. Щур Г. С. Теория поля в лингвистике / Г. С. Щур. – М., 1974.

## Приложение 1

Реакции на стимул "китайский", зафиксированные в Русском ассоциативном словаре под ред. Ю. Н. Караулова

### Статистика по запросу:

**всего реакций на стимул: 104**

**различных реакций на стимул: 48**

**одиночных реакций на стимул: 38**

**отказов: 1.**

Реакции	Частота
язык	23
чай	11
фарфор	9
ресторан	8
пуховик	4
японский	4
змея	2
иероглиф	2
немецкий	2
/	1
China Town	1
бай	1
барахло	1
бокс	1
ваза	1
вождь	1

город	1
зонтик	1
иероглифы	1
император	1
квартал	1
китайская стена	1
ковер	1
корейский	1
костюм	1
лимонник	1
монах	1
музыкант	1
народ	1
нож	1
пагода	1
папа его	1

платок	1
плащ	1
порох	1
порт	1
посол	1
прищур	1
рис	1
салон	1
сервиз	1
стена	1
суп	1
товар	1
узор	1
чайник	1
чемодан	1
шелк	1

## Приложение 2

Реакции на стимул "китайский", зафиксированные в ходе эксперимента (респонденты - студенты Красноярского государственного педагогического Университета им. В. П. Астафьева)

**всего реакций на стимул: 168**

**различных реакций на стимул: 50**

**одиночных реакций на стимул: 18**

Реакции	Частота
язык	19
лапша	13
Алиэкспресс	12
стена	10
иероглиф	9
Китай	7
Кунг-фу	6
дракон	5
технологии	5
чай	5
вирус	4
одежда	4
суши	4
Джеки Чан	3
палочки	3
рис	3

словарь	3
сложный	3
сложный язык	3
флаг	3
что-то непонятное	3
вещи	2
красный	2
люди	2
много людей	2
нация	2
Новый год	2
рынок	2
товары	2
традиции	2
фонарик	2
Азия	1

бар	1
закон	1
интересный	1
корейский	1
костюм	1
лимон	1
монах	1
музыка	1
народ	1
новый	1
нож	1
пагода	1
производство	1
пуховик	1
фарфор	1
человек	1
японский	1

**Согласие**  
**на размещение текста выпускной квалификационной работы**  
**обучающегося**  
**В ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева**

Я, ЛИ ЮЕ

*(фамилия, имя, отчество)*

Разрешаю КГПУ им. В.П. Астафьева безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до общего сведения) в полном объеме и по частям написанную мною в рамках выполнения основной образовательной профессиональной программы выпускную квалификационную работу

на тему:

**«СЛОВЕСНЫЕ АССОЦИАЦИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА НА СТИМУЛ  
«КИТАЙСКИЙ»**

*(название работы)*

(далее ВКР) в сети Интернет в ЭБС КГПУ им. В.П. Астафьева, расположенной по адресу <http://elib.kspu.ru>, таким образом, чтобы любое лицо могло получить доступ к ВКР из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего срока действия исключительного права на ВКР.

Я подтверждаю, что ВКР написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает прав иных лиц.

11 июня 2020 г.

*Ли Юе*

*(дата)*

*(подпись)*

## ОТЗЫВ

научного руководителя

на выпускную квалификационную работу Ли Юе

на тему «СЛОВЕСНЫЕ АССОЦИАЦИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА НА СТИМУЛ  
«КИТАЙСКИЙ»

КГПУ им. В.П. Астафьева филологический факультет

кафедра современного русского языка и методики

направление: 45.03.02 Лингвистика направленность (профиль) образовательной программы

Перевод и переводоведение (русский язык как иностранный)

№	Параметры оценивания	высокая	средняя	слабая	отсутствует
1.	Четкость, логичность структуры работы и изложения материала	+			
2.	Знакомство с основными источниками по теме		+		
3.	Способность к самостоятельному анализу, выводам и обобщениям	+			
4.	Степень вхождения в проблематику, владение методологией исследования	+			
5.	Достоверность результатов исследования	+			
6.	Филологическая эрудированность и научный стиль изложения		+		
7.	Количество и качество анализа языкового материала	+			
8.	Глубина раскрытия темы		+		
9.	Личный вклад в раскрытие темы	+			
10.	Ответственность в отношении к работе	+			
<b>Комментарии научного руководителя</b>					
<p><i>В процессе работы Ли Юе продемонстрировала преимущественно продвинутый уровень сформированности проверяемых компетенций.</i></p> <p><i>Студентка при выполнении выпускной квалификационной работы проявила себя как самостоятельный исследователь, продемонстрировала рост в области научно-исследовательской деятельности. Высокая степень самостоятельности Ли Юе сочеталась в ходе выполнения работы с должным уровнем реагирования на замечания и указания научного руководителя. Соблюдались выполнение всех этапов запланированной работы.</i></p>					
Рекомендация научного руководителя					

Канд. Пед. Наук, доцент кафедры современного русского языка и методики  
КГПУ им. В.П. Астафьева

Юденко Юлия Романовна

 / Юденко Ю.Р./

# Отчет о проверке на заимствования №1



Автор: yudenko73@yandex.ru / ID: 5881800  
Проверяющий: (yudenko73@yandex.ru / ID: 5881800)

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»: <http://users.antiplagiat.ru>

## ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 36  
Начало загрузки: 26.04.2020 18:12:40  
Длительность загрузки: 00:00:01  
Имя исходного файла: СЛОВЕСНЫЕ  
АССОЦИАЦИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО  
ЯЗЫКА НА СТИМУЛ КИТАЙСКИЙ.pdf  
Название документа: СЛОВЕСНЫЕ  
АССОЦИАЦИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО  
ЯЗЫКА НА СТИМУЛ КИТАЙСКИЙ  
Размер текста: 1 кб  
Символов в тексте: 46633  
Слов в тексте: 5738  
Число предложений: 459

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред)  
Начало проверки: 26.04.2020 18:12:42  
Длительность проверки: 00:00:04  
Комментарии: не указано  
Модуль поиска: Модуль поиска Интернет



### ЗАИМСТВОВАНИЯ

36,35%

### САМОЦИТИРОВАНИЯ

0%

### ЦИТИРОВАНИЯ

0%

### ОРИГИНАЛЬНОСТЬ

63,65%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.

Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа, по отношению к общему объему документа.

Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.

Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.

Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.

Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которому шла проверка, по отношению к общему объему документа.

Заимствования, самоцитирования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.

Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Доля в тексте	Источник	Ссылка	Актуален на	Модуль поиска	Блоков в отчете	Блоков в тексте
[01]	0,57%	13,01%	Ассоциативное поле "Стена" в русском национальном с...	<a href="https://nauchnik.ru">https://nauchnik.ru</a>	08 Июн 2019	Модуль поиска Интернет	1	50
[02]	12,19%	13%	Скачать - 0 байт	<a href="http://nauchnik.ru">http://nauchnik.ru</a>	29 Июн 2017	Модуль поиска Интернет	49	51
[03]	2,86%	9,55%	1. АССОЦИАЦИИ КАК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРЫ. СЛОВЕСНЫ...	<a href="http://bookap.info">http://bookap.info</a>	04 Дек 2019	Модуль поиска Интернет	3	20

Еще источников: 17

Еще заимствований: 20,73%