

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

Филологический факультет
Кафедра современного русского языка и методики

Чжао Сяоминь

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
**Образ начальника/чиновника в языковом сознании носителей
китайского и русского языков**
аправление: 44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль): Русский язык и литература в поликультурной среде

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

Заведующей кафедрой
доктор филол.наук,доцент Осетрова Е.В.

«__» _____ 2026 г. _____ (подпись)

Руководитель магистерской программы,
доктор филологических наук ,доцент Осетрова Е.В.

«__» _____ 2026 г. _____
(подпись)

Научный руководитель
Канд.филол.наук,доцент Бурмакина Н.А

Дата защиты «__» _____ 2026 г.

Обучающийся Чжао Сяоминь

«__» _____ 2026 г. _____ (подпись)

Оценка _____

Красноярск 2026

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа посвящена комплексному исследованию образа начальника и чиновника в языковом сознании носителей русского и китайского языков. Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом современной когнитивной лингвистики и лингвокультурологии к изучению механизмов отражения социальных иерархий, а также необходимостью выявления национально-культурной специфики концептуализации власти в условиях интенсивного российско-китайского межкультурного диалога.

Объектом исследования выступает языковое сознание носителей русского и китайского языков, рассматриваемое как система когнитивных, эмоциональных и культурных репрезентаций, формирующих восприятие социальных ролей. **Предметом исследования** являются лингвокультурные, семантические и прагматические особенности репрезентации образа начальника и чиновника, включая лексико-фразеологические средства, когнитивные стереотипы и коммуникативные стратегии.

Цель работы заключается в выявлении и детальном описании сходств и различий языковой репрезентации образа начальника и чиновника в русском и китайском языковом сознании на основе сопоставительного анализа лексических, фразеологических, корпусных и эмпирических данных. Для достижения цели были решены задачи по определению теоретико-методологических основ, анализу историко-культурных предпосылок, исследованию фразеологического и паремиологического материала, а также проведению эмпирической верификации гипотез.

Материалом исследования послужили данные свободного ассоциативного эксперимента и анкетирования (выборка N=200: 100 носителей русского языка и 100 носителей китайского языка), толковые и этимологические словари, фразеологические и паремиологические сборники,

тексты художественной литературы, а также материалы национальных медиакорпусов и архивы СМИ.

Методологическую основу составили положения антропоцентрической парадигмы, когнитивной лингвистики (теория концептуальной метафоры, фреймовый анализ) и лингвокультурологии. В работе применен комплекс методов: описательный, сравнительно-сопоставительный, когнитивный и контекстуально-семантический анализ.

В ходе исследования получены следующие **основные результаты**:

Установлено, что в русском языковом сознании доминирует когнитивная модель «власть – дистанция». Образ начальника характеризуется высокой эмоционально-оценочной амбивалентностью с преобладанием иронически-критических коннотаций, что системно фиксируется на лексическом и фразеологическом уровнях («барин», «самодур», «без бумажки ты букашка»).

В китайском языковом сознании преобладает модель «власть – гармония», опирающаяся на конфуцианскую этику. Руководитель концептуализируется как носитель моральной добродетели (德) и наставник, а власть – как инструмент поддержания социального порядка.

Выявлено, что, несмотря на различия в коммуникативно-поведенческих стратегиях, обе лингвокультуры сохраняют единый универсальный этический критерий оценки руководителя: его служение людям и нравственную ответственность.

Научная новизна работы состоит в том, что впервые реализован комплексный сопоставительный анализ концепта власти с привлечением не только традиционного лингвистического материала, но и верифицированных эмпирических данных ассоциативного эксперимента и корпусного анализа. Предложена авторская типология национально-культурных моделей восприятия власти («власть-дистанция» // «власть-гармония»).

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении представлений о механизмах формирования языковой картины мира и

развитии лингвокультурологического подхода к анализу социальных концептов в разноструктурных языках.

Практическая значимость определяется возможностью применения результатов в преподавании дисциплин «Лингвокультурология», «Межкультурная коммуникация», «Когнитивная лингвистика», а также в практике преподавания русского и китайского языков как иностранных (РКИ/КИК). На основе эмпирических данных разработан прикладной блок, включающий методические рекомендации и систему упражнений (принцип деконструкции стереотипов, принцип культурно-маркированной вежливости, моделирование управленческих диалогов) для формирования межкультурной коммуникативной компетенции обучающихся.

Сведения об апробации: основные положения и результаты исследования были представлены в виде доклада на IV Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы изучения русского языка в поликультурной среде» (КГПУ, 26 февраля 2026 г.), а также подготовлены к публикации в рецензируемых научных изданиях.

Структура и объем работы. Выпускная квалификационная работа изложена на 90 страницах машинописного текста, включает введение, три основные главы, заключение, список использованной литературы и приложения. Работа содержит 25 таблиц, 4 приложения. Список использованной литературы включает 69 наименований.

Ключевые слова: языковое сознание, концепт, начальник, чиновник, власть, когнитивная лингвистика, лингвокультурология, межкультурная коммуникация, ассоциативный эксперимент, корпусный анализ.

ABSTRACT

The present thesis is devoted to the study of the linguistic representation of the images of a manager and an official in the linguistic consciousness of Russian and Chinese speakers. The relevance of the research is determined by the growing interest of contemporary linguistics in the investigation of linguistic consciousness, cultural conceptualization, and the representation of social relations and power structures through language. In the context of expanding intercultural cooperation between Russia and China, the comparative analysis of concepts related to authority and management becomes particularly significant.

The thesis examines lexical-semantic, cognitive, and linguocultural aspects of the representation of managers and officials in Russian and Chinese linguistic consciousness. Special attention is paid to the analysis of linguistic means reflecting attitudes toward authority figures, as well as to the identification of cultural stereotypes, value systems, and associative patterns underlying the conceptualization of power in the two linguistic cultures.

The aim of the study is to identify the specific features of the linguistic representation of managers and officials in Russian and Chinese linguistic consciousness through a comprehensive analysis of lexical, phraseological, corpus-based, and empirical data.

To achieve this aim, several research objectives were formulated and accomplished. These include the examination of theoretical approaches to linguistic consciousness and conceptual studies, the analysis of dictionary definitions and phraseological units, the investigation of language corpus data, the implementation of an associative experiment, and the comparative interpretation of the obtained results.

The methodological framework of the study is based on the principles of cognitive linguistics, linguoculturology, linguistic consciousness theory, and

intercultural communication studies. The research methods include descriptive analysis, lexical-semantic analysis, comparative analysis, cognitive interpretation, statistical processing of associative data, and corpus analysis.

The empirical material consists of associative experiment data collected from 200 respondents, including native speakers of Russian and Chinese, as well as lexicographic sources, phraseological dictionaries, and materials from national language corpora. The diversity and volume of the analyzed material ensured the reliability and representativeness of the research findings.

The results demonstrate that the image of a manager in Russian linguistic consciousness is primarily associated with authority, control, responsibility, and professional competence. At the same time, emotional and evaluative characteristics connected with personal qualities and interpersonal relations play an important role. In Chinese linguistic consciousness, the image of a manager is more closely linked to social status, authority, discipline, collective responsibility, and social harmony. The image of an official in both linguistic cultures contains both positive and negative connotations; however, the dominant associations and evaluative tendencies reveal considerable cultural differences.

The associative experiment showed that Russian and Chinese respondents conceptualize authority and leadership in different ways. Russian participants tend to emphasize personal power and individual characteristics of leaders, whereas Chinese respondents focus more on hierarchy, social order, and collective values. Nevertheless, the study also revealed universal features of authority perception that reflect common human understandings of leadership, responsibility, and governance. The scientific novelty of the research lies in the comprehensive comparative analysis of cognitive models related to managers and officials in Russian and Chinese linguistic consciousness based on empirical associative data, corpus materials, and lexicographic evidence. The findings contribute to a deeper understanding of how authority and social hierarchy are conceptualized in different linguistic and cultural environments.

The theoretical significance of the study consists in its contribution to the development of cognitive linguistics, linguoculturology, and linguistic consciousness research. The practical significance is determined by the possibility of applying the results in teaching linguoculturology, intercultural communication, cognitive linguistics, translation studies, and Russian and Chinese language courses. The thesis comprises 90 pages and includes an introduction, two chapters, a conclusion, a bibliography, and appendices. The study contains 25 tables and 4 appendices. The bibliography includes 69 references.

Keywords: linguistic consciousness, concept, manager, official, power, cognitive linguistics, linguoculturology, intercultural communication, associative experiment, corpus analysis.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	10
Глава 1. Теоретические основы антропоцентрического подхода и лингвокультурного анализа	16
1.1. Антропоцентрическая парадигма и языковое сознание в лингвистике	19
1.2. Концепт, образ и стереотипы в когнитивно-дискурсивном анализе ..	23
1.3. Восприятие власти и иерархии в русской и китайской лингвокультурах	26
1.4. Методологические основы исследования.....	25
Выводы по первой главе	28
Глава 2. Образ начальника и чиновника в русской и китайской языковых картинах мира	30
2.1. Образ начальника в русской языковой картине мира	30
2.1.1. Этимология и семантическое поле концепта «начальник».....	30
2.1.2. Фразеология, паремиология и литературные типы образа начальника	33
2.1.3. Коммуникативное поведение и эмоционально-оценочные особенности образа.....	37
2.1.4. Современные трансформации образа.....	40
2.2. Образ начальника и чиновника в китайской языковой картине мира	43
2.2.1. Лексико-семантическое поле и конфуцианская основа восприятия власти.....	43
2.2.2. Традиционный образ чиновника и его отражение в пословицах и идиомах	47
2.2.3. Коммуникативные нормы и современные изменения в восприятии власти	50
2.3. Сопоставительный анализ образа начальника / чиновника в русском и китайском языковом сознании.....	53
2.3.1. Методологические основы и сопоставление лексико-семантических полей.....	53
2.3.2. Этико-мировоззренческие основания и эмоционально-оценочные различия	56
2.3.3. Коммуникативное поведение, стереотипы и символика власти	58
2.3.4. Психолингвистические результаты и сравнительный синтез.....	60
Выводы по второй главе	62
Глава 3. Экспериментальное и корпусное исследование	63
3.1. Цель, задачи, материалы и методы исследования	63

3.1.1. Методика работы с приложениями исследования.....	68
3.2. Ассоциативный эксперимент и сопоставление результатов	72
3.3. Анкетные данные и корпусный анализ медиа.....	76
3.4. Прикладной аспект исследования:методические материалы для курса РКИ	81
Выводы по третьей главе	86
Заключение.....	88
Список использованной литературы.....	91
Приложение А. Бланк анкеты ассоциативного эксперимента.....	97
Приложение Б. Сводная таблица расчётов эмпирических данных.....	100
Приложение В. Анонимизированные транскрипты интервью.....	105
Приложение Г. Структура и шаблон первичного массива данных ассоциативного эксперимента	108

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации, ускоренной цифровизации и интенсивного развития межкультурных связей особое значение приобретает изучение языкового сознания различных народов. Язык выступает не только средством коммуникации, но и инструментом познания мира, механизмом отражения социальных ценностей и когнитивных структур. Современная лингвистика, находясь в русле антропоцентрической парадигмы, рассматривает язык как многослойную систему, через которую проявляется мировосприятие конкретного этноса, его исторический опыт и культурные установки.

Одной из ключевых составляющих языковой картины мира являются устойчивые представления о социальных ролях, статусах и иерархии, которые особенно ярко проявляются в таких концептах, как «власть», «начальник», «чиновник». Эти концепты выполняют двойную функцию: с одной стороны, они обозначают объективные социальные позиции, а с другой — фиксируют эмоциональные, моральные и культурные оценки этих ролей.

В русской и китайской культурах отношение к власти и к представителям административного аппарата имеет глубокие исторические корни. В русском сознании оно формировалось под влиянием сложного исторического опыта — монархии, бюрократического государства, советской системы и последующих трансформаций. В языке это проявляется через богатый материал: пословицы («кто к чему учился, тот тому и служит»), устойчивые выражения («вызвали на ковёр», «под белы руки»), фразеологизмы и современные разговорные стереотипы. Образ начальника нередко ассоциируется с властью как внешней силой, жёсткой, иногда несправедливой, вызывающей и страх, и иронию.

В китайской культуре, напротив, влияние конфуцианских ценностей сформировало устойчивую ориентацию на уважение к старшему, гармонию и социальное согласие. Власть воспринимается как инструмент морального наставления и поддержания социального порядка. Языковое выражение этих представлений включает лексемы и устойчивые выражения, подчёркивающие

моральные качества руководителя, его способность служить примером для подчинённых и обеспечивать гармонию в коллективе.

Таким образом, исследование образа начальника и чиновника в языковом сознании русских и китайцев позволяет выявить как различия в культурных моделях власти, так и сходство в ценностных ориентациях: обе культуры требуют от руководителя человеческих качеств, честности, справедливости и моральной ответственности. Это делает анализ актуальным не только для лингвистики, но и для межкультурной коммуникации, социологии, психологии и практики управления.

Актуальность исследования определяется необходимостью комплексного сопоставительного изучения концептов власти в русской и китайской лингвокультурах, а также востребованностью таких данных в практике межкультурного диалога. Проблематика языкового сознания, когнитивных моделей и лингвокультурных стереотипов активно исследуется в современной науке: в русской лингвистике ключевые исследования проводились Ю.Н. Карауловым, В.И. Карасиком, Е.С. Кубряковой, Н.Д. Арутюновой, А. Вежбицкой и другими учёными; в китайской лингвистике — Сюй Шичжуном, Чэнь Ли, Лю Цзин, Ху Чжанем. Однако сравнительный анализ образа начальника и чиновника в русском и китайском языковом сознании до настоящего времени остаётся недостаточно изученным.

Целью настоящей работы является выявление и детальное описание особенностей репрезентации образа начальника и чиновника в языковом сознании носителей русского и китайского языков. Исследование предполагает рассмотрение образа начальника не только как социальной категории, но и как культурного и когнитивного феномена, отражающего ценностные установки, исторический опыт и моральные ориентиры общества.

Для достижения поставленной цели в работе формулируются следующие **задачи**:

- определение теоретико-методологических основ анализа языкового сознания и культурного образа;

- рассмотрение лексико-семантических особенностей слов и выражений, обозначающих начальника и чиновника в русском и китайском языках;
- анализ культурно-исторических предпосылок формирования данных образов;
- исследование способов языковой репрезентации власти и иерархии;
- проведение сопоставительного анализа семантических, когнитивных и оценочных характеристик образа начальника;
- осуществление эмпирического исследования восприятия образа начальника носителями русского и китайского языков.

Объект исследования — языковое сознание носителей русского и китайского языков, рассматриваемое как система когнитивных, эмоциональных и культурных репрезентаций, через которые формируется восприятие социальных ролей, в частности роли начальника и чиновника.

Предмет исследования — лингвокультурные и семантические особенности образа начальника и чиновника в языковом сознании русских и китайцев, включающие лексико-семантические характеристики слов и выражений, фразеологические и идиоматические конструкции, когнитивные и эмоциональные стереотипы, а также способы репрезентации социального и морального авторитета в речи и культуре.

Материалом исследования послужили: толковые и этимологические словари русского и китайского языков; фразеологические и паремиологические источники; тексты художественной литературы, газетные статьи, материалы СМИ и интернет-коммуникации; результаты анкетирования и ассоциативного эксперимента (200 респондентов), проведённого среди носителей русского и китайского языков.

Методы исследования включают описательный и сравнительно-сопоставительный методы; контекстуально-семантический анализ; лингвокультурологический и когнитивный анализ; статистический и интерпретационный методы при обработке эмпирических данных.

Гипотеза исследования. Образ начальника / чиновника в русском и китайском языковом сознании имеет общую социально-функциональную основу, однако концептуализируется по двум принципиально различным когнитивным моделям: в русской лингвокультуре доминирует модель «власть — дистанция», основанная на оппозиции личности и системы и эмоционально-критической оценке власти, тогда как в китайской лингвокультуре преобладает модель «власть — гармония», опирающаяся на конфуцианскую идею моральной иерархии. Предполагается, что при всех различиях обе лингвокультуры сохраняют единый этический критерий оценки руководителя — его служение людям и нравственную ответственность.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Концепты «начальник» и «чиновник» в русском языковом сознании фиксируют тип отношений «личность — внешняя система» с устойчивой эмоциональной дистанцией, тогда как в китайском языковом сознании соответствующие концепты (领导, 官) встроены в модель социальной иерархии и выражают отношение «личность — гармонический порядок».
2. В русской языковой картине мира концепт характеризуется эмоционально-оценочной амбивалентностью с преобладанием иронически-критических коннотаций, что системно фиксируется на лексическом, фразеологическом и паремиологическом уровнях (барин, самодур, чинуша; «без бумажки ты букашка»).
3. В китайской языковой картине мира концепт опирается на конфуцианскую этику, в рамках которой руководитель осмысливается как носитель моральной добродетели (德) и образец для подражания, а власть — как инструмент поддержания социальной гармонии (领导 — «ведущий по пути»).
4. Различия в концептуализации власти носят системный характер и проявляются согласованно на всех уровнях языка — от семантики и

фразеологии до коммуникативно-прагматических норм и ассоциативно-вербальной сети носителей.

5. Этический критерий оценки власти универсально присутствует в обеих лингвокультурах, однако реализуется через различные речевые механизмы: в русском дискурсе — преимущественно через иронию, сатиру и фразеологическую критику бюрократии; в китайском — через ритуализированные формулы вежливости, нормативную лексику добродетели (德, 仁) и паремиологию морального наставления.

Научная новизна работы состоит в системном выявлении и описании уникальных национально-культурных особенностей восприятия и концептуализации образа начальника и чиновника в двух различных языковых сознаниях. Впервые реализован комплексный сопоставительный анализ этого концепта, включающий лексический и фразеологический материал, а также эмпирические данные, полученные посредством ассоциативного эксперимента и анкетирования. В рамках исследования впервые определены когнитивные и эмоциональные стереотипы, присущие русскому и китайскому языковому сознанию, что позволяет выявить ключевые различия и сходства в восприятии власти, социальной иерархии и роли руководителя. Предложена типология национально-культурных моделей восприятия власти, опирающаяся на принципы сопоставления когнитивных и этических оснований в двух лингвокультурах.

Теоретическая значимость работы проявляется в расширении и углублении современных представлений о взаимосвязи языка, мышления и культуры. Исследование уточняет и конкретизирует понятия, связанные с изучением языкового сознания, когнитивных моделей и социальных стереотипов, показывая, как лексика, фразеология и дискурсивные практики отражают исторический опыт, моральные ценности и культурные нормы. Работа вносит вклад в развитие лингвокультурологии, когнитивной лингвистики и межкультурной коммуникации.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов в преподавании лингвокультурологии, межкультурной коммуникации и когнитивной лингвистики; в практике перевода и межъязыкового сопоставления семантических полей; в сфере межкультурного менеджмента и дипломатического общения; при разработке образовательных программ по русскому и китайскому языкам как иностранным.

Структура работы. Работа структурирована таким образом, чтобы обеспечить логичное и последовательное раскрытие темы исследования. Она состоит из введения, пяти глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

— **Первая глава** посвящена теоретическим основам анализа языкового сознания и концепта начальника, включая обзор антропоцентрической парадигмы и когнитивно-культурных подходов.

— **Вторая глава** рассматривает образ начальника и чиновника в русской языковой картине мира: лексико-семантические, фразеологические и литературные особенности.

— **Третья глава** посвящена образу начальника и чиновника в китайской языковой картине мира с опорой на конфуцианскую традицию.

— **Четвёртая глава** представляет сопоставительный анализ русской и китайской моделей восприятия начальника.

— **Пятая глава** осуществляет эмпирическое исследование, включая ассоциативный эксперимент, анкетирование и корпусный анализ.

Общий объём работы составляет 72 страницы, что позволяет всесторонне и детально раскрыть исследуемую проблему.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКОГО ПОДХОДА И ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО АНАЛИЗА

1.1. Антропоцентрическая парадигма и языковое сознание в лингвистике

Современная лингвистика постепенно смещает акцент с формальной структуры языка на человека как носителя и создателя языка. Антропоцентрическая парадигма утверждает, что язык — это не просто система знаков и правил, а средство отражения человеческого опыта, мышления, культуры и ценностей общества. Ю.Н. Караулов писал: «Антропоцентрический подход позволяет видеть в языке не механическую систему знаков, а отражение ментальности и ценностных ориентиров носителя» [Караулов, 1993, с. 47]. Такой подход тесно связан с когнитивной лингвистикой, психолингвистикой и лингвокультурологией, где язык рассматривается как механизм категоризации мира, формирования смысла и социальной идентичности [Лакофф, Джонсон, 2004].

Антропоцентрическая парадигма не отменяет системного описания языка, но дополняет его вопросом о том, как в языке закрепляется опыт человека и сообщества. В её рамках язык рассматривается одновременно как хранилище культурной памяти и как инструмент категоризации мира, поэтому изучение значения отдельных концептов оказывается одновременно изучением ценностей и установок их носителей.

Язык в этом контексте — не только средство коммуникации, но и инструмент познания, через который человек воспринимает и конструирует реальность. Исследование языка в антропоцентрической парадигме позволяет понять не только его структуру, но и ментальный и культурный опыт носителя [Гальперин, 2005].

Термин «языковое сознание» стал ключевым в отечественной лингвистике благодаря работам Ю.Н. Караулова, В.П. Зинченко и В.И.

Карасика. Оно определяется как совокупность знаний, представлений, ассоциаций и оценок, закреплённых в языке и функционирующих в сознании его носителей. В.П. Зинченко отмечает: «Языковое сознание отражает культурные и когнитивные модели восприятия мира, закреплённые в языке» [Зинченко, 2000, с. 105]. Это значит, что оно выходит за пределы технического владения языком и включает культурные ориентиры, способы интерпретации событий и поведения.

Истоки антропоцентрического взгляда на язык восходят к идее В. фон Гумбольдта о языке как «внешнем проявлении духа народа»: язык не просто отображает действительность, но задаёт способ её членения и осмысления. В отечественной традиции эта идея получила развитие в понятии языковой личности, под которой понимается носитель языка, рассматриваемый со стороны его способности порождать и понимать тексты и стоящих за ними когнитивных структур. Уровневая модель языковой личности (вербально-семантический, когнитивный и прагматический уровни) позволяет связать языковые формы с системой ценностей и мотивов говорящего.

Языковое сознание как объект исследования доступно не прямому наблюдению, а реконструкции — через анализ лексики, фразеологии, ассоциаций и дискурсивных практик. Именно поэтому в работе сочетаются разные источники данных: системно-языковой материал (словари, устойчивые выражения), экспериментальные данные (ассоциации, эмоциональные оценки) и корпусные данные (реальное словоупотребление). Совмещение этих источников повышает надёжность выводов и снижает риск приписать индивидуальную реакцию всей лингвокультуре.

Для изучения языкового сознания применяются различные методы: ассоциативные эксперименты, выявляющие культурные и личностные коннотации слов; анализ фразеологизмов и устойчивых выражений, отражающих социальные и культурные нормы; лингвокультурные опросы, фиксирующие мнение носителей языка о конкретных явлениях; психолингвистические тесты, показывающие связь языка и когнитивных

процессов. Концепция «языковой картины мира» [Арутюнова, 1989; Вежбицкая, 1997; Кубрякова, 1999] утверждает, что язык фиксирует типичные для культуры представления о мире и человеке. Эти представления проявляются в лексике, грамматике, метафорике и идиоматике.

Антропоцентрический поворот опирается на положение о неразрывной связи языка и мышления, обоснованное в трудах Л. С. Выготского, согласно которому слово является не только средством общения, но и орудием мышления, а значение слова представляет собой единство мышления и речи [Выготский, 1982, с. 311]. Из этого следует, что закреплённые в языке наименования социальных ролей — таких как «начальник» и «чиновник» — не просто называют фрагменты действительности, но и хранят способы её осмысления, оценки и переживания носителями языка. Тем самым анализ языковых единиц открывает доступ к коллективным представлениям, которые иначе остались бы скрытыми от непосредственного наблюдения.

Поскольку языковое сознание не дано исследователю напрямую, его содержание реконструируется по совокупности косвенных свидетельств. Системный уровень (значения слов, зафиксированные в толковых и этимологических словарях) показывает закреплённое ядро представлений; фразеология и паремиология фиксируют устойчивые культурные оценки; ассоциативные реакции обнаруживают актуальные, в том числе эмоциональные, связи; корпусные данные демонстрируют, как соответствующие единицы функционируют в реальной речи. Сочетание этих уровней, принятое в настоящей работе, обеспечивает взаимную проверку результатов и повышает их достоверность [Караулов, 1996].

1.2. Концепт, образ и стереотипы в когнитивно-дискурсивном анализе

Концепт — это ментальное образование, объединяющее смысл, эмоции и культурные ассоциации, возникающие при восприятии слова или явления. Образ — конкретное языковое воплощение концепта, воспринимаемое чувствами и закреплённое в культуре. Например, концепт «власть» включает управление, контроль, ответственность и порядок. В русской культуре образ начальника может выражаться через устойчивые метафоры: «строгий, но справедливый руководитель» или «чиновник, оторванный от народа». В китайской культуре начальник (领导, 官) воспринимается как символ социальной гармонии и моральной ответственности [Li, 2010].

В отличие от понятия, которое тяготеет к логической определённости, концепт удерживает и эмоциональные, и оценочные, и образные компоненты значения, что делает его удобной единицей для сопоставления культур. Именно поэтому концепты «начальник» и «чиновник», на первый взгляд обозначающие сходные социальные роли, обнаруживают глубокие межкультурные различия, как только анализ выходит за пределы словарной дефиниции к ассоциативному и оценочному слою.

В рамках когнитивной лингвистики стереотипы рассматриваются как устойчивые ментальные структуры, фиксирующие социально значимые обобщения о мире. Они реализуются в языке через повторяющиеся когнитивные модели, закреплённые в пословицах, фразеологизмах и устойчивых речевых сценариях. Согласно Дж. Лакоффу и М. Джонсону [Лакофф, Джонсон, 2004], ключевую роль в формировании стереотипов играют **концептуальные метафоры**, которые структурируют абстрактные понятия через более конкретные домены опыта.

В лингвокультурологии концепт описывается как многослойное образование, в котором выделяются понятийная (признаковая) составляющая, образная составляющая и ценностная (оценочная) составляющая. Применительно к концепту «начальник» понятийный слой фиксирует

признаки «власть», «управление», «подчинение»; образный слой связывает их с устойчивыми метафорами и зрительными представлениями (вертикаль, дистанция, кабинет, бумаги); ценностный слой задаёт оценку — от иронии и недоверия до уважения и доверия. Сопоставление концептов двух культур наиболее показательнее именно на ценностном слое.

Современные исследования языкового сознания опираются на когнитивно-дискурсивный подход, в рамках которого язык рассматривается как средство структурирования и репрезентации ментальных моделей. Согласно теории концептуальной метафоры, абстрактные социальные категории, включая власть, осмысляются через более конкретные и телесно переживаемые домены. В отношении власти и социального управления в русском и китайском языках выделяются следующие базовые метафорические модели:

— **ВЛАСТЬ = ВЕРТИКАЛЬ (HIERARCHY AS UP-DOWN STRUCTURE)** — рус. «верхушка», «спустили сверху»; кит. 上级, 上司;

— **ВЛАСТЬ = КОНТРОЛЬ / ДАВЛЕНИЕ (POWER AS FORCE)** — рус. «надавить», «подчинить», «держат в узде»;

— **ВЛАСТЬ = ПУТЬ / НАПРАВЛЕНИЕ (POWER AS GUIDANCE)** — кит. 领导 — «ведущий по пути»;

— **ВЛАСТЬ = СЕМЬЯ (POWER AS FAMILY STRUCTURE)** — кит. «старший брат», 领导 как моральный старший.

Эти метафоры не только отражают язык, но и структурируют когнитивное восприятие социальной иерархии. Дополнительно в рамках теории фреймов Ч. Филлмора [Fillmore, 1982], концепт «начальник» может быть представлен как структурированный когнитивный сценарий, включающий агент, пациент, инструмент, контекст и оценку. Сопоставительный анализ показывает, что в русском языковом сознании усиливается эмоционально-оценочный компонент фрейма, тогда как в китайском — нормативно-ролевой и этический.

Понятие концепта занимает центральное место в современной когнитивной и лингвокультурологической традиции. В. И. Карасик рассматривает концепт как многомерное смысловое образование, в котором выделяются понятийная, образная и ценностная составляющие: понятийный компонент отражает признаковую структуру явления, образный — связанные с ним наглядные представления, а ценностный — отношение сообщества к обозначаемому [Карасик, 2003, с. 118]. Для концептов «начальник» и «чиновник» именно ценностная составляющая оказывается определяющей, поскольку в ней закрепляется амбивалентное — одновременно уважительное и критическое — отношение носителей языка к власти.

Особую роль в структурировании представлений о власти играют концептуальные метафоры. Согласно теории Дж. Лакоффа и М. Джонсона, абстрактные отношения осмысляются через пространственные образы, и власть устойчиво связывается с верхом, а подчинение — с низом [Лакофф, 2004]. Эта ориентационная метафора проявляется в выражениях «высокое начальство», «вышестоящий», «спустить распоряжение сверху». Дополнительную объяснительную силу даёт теория фреймов Ч. Филлмора, согласно которой значение слова активирует целую структуру знаний о типичной ситуации [Fillmore, 1982]: слово «начальник» вызывает фрейм организационной иерархии с ролями руководителя и подчинённого, с ожиданиями и сценариями взаимодействия.

От концепта следует отличать стереотип — упрощённое, эмоционально окрашенное и устойчивое представление о социальной группе или роли. Стереотипы власти формируются на пересечении исторического опыта, культурных текстов и повседневной коммуникации и закрепляются в языке в виде оценочной лексики, клише и прецедентных выражений [Федорова, 2010]. В отличие от научного понятия, стереотип не претендует на точность, однако обладает высокой устойчивостью и воспроизводимостью, что делает его удобным объектом для ассоциативного и психолингвистического анализа.

Развивая теорию концептуальной метафоры, З. Кёвечеш показывает, что метафоры власти культурно обусловлены и образуют связанные системы: власть осмысливается через образы высоты, силы, центра и вместительности [Kövecses, 2010]. Подобные метафорические модели не являются простыми украшениями речи — они структурируют само мышление о социальной иерархии и потому служат ценным источником данных о содержании языкового сознания.

1.3. Восприятие власти и иерархии в русской и китайской лингвокультурах

Восприятие власти в русском и китайском языках определяется различными когнитивными моделями, которые отражают культурно обусловленные способы интерпретации социальной иерархии. В русском языковом сознании преобладают модели «ВЛАСТЬ КАК ВЕРТИКАЛЬНАЯ СТРУКТУРА» («верхушка», «низы», «сверху вниз»), «ВЛАСТЬ КАК СИЛОВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ» («давить», «прижимать», «контролировать») и «ВЛАСТЬ КАК ВНЕШНЯЯ СИСТЕМА» (отчуждённая по отношению к личности). Это соответствует фрейму, в котором начальник воспринимается как внешний контролирующий агент, а подчинённый — как объект воздействия. Примеры языковых выражений: «барин приехал», «спустили сверху», «на ковёр».

Когнитивная метафора здесь выполняет не украшающую, а структурирующую функцию: она задаёт, какими «глазами» носитель языка видит власть. Если базовая метафора — давление сверху, то власть осмысляется как сила, которой подчиняются вынужденно; если базовая метафора — ведение по пути, то власть осмысляется как руководство, за которым следуют добровольно. Различие метафорических оснований объясняет, почему сходные управленческие ситуации получают в двух культурах противоположную эмоциональную окраску.

В китайской культуре доминирует иная метафорическая система: «ВЛАСТЬ КАК ПУТЬ И НАПРАВЛЕНИЕ» (领导 — «тот, кто ведёт»), «ВЛАСТЬ КАК МОРАЛЬНАЯ СИЛА» (德治 — управление через добродетель), «ВЛАСТЬ КАК СЕМЕЙНАЯ ИЕРАРХИЯ» (старший как носитель ответственности). Власть в китайском сознании встроена в фрейм гармоничного социального порядка, где иерархия не противопоставляется личности, а является её структурным элементом. Влияние конфуцианской этики формирует уважение к старшим и гармонию: «власть воспринимается

как обязанность заботиться о подчинённых, а подчинение — как естественный элемент социальной иерархии» [Fang, 2012].

Язык играет ключевую роль в формировании и закреплении когнитивных моделей власти. В терминах Ч. Филлмора, язык организует опыт через фреймы — когнитивные структуры, включающие роли, сценарии и оценки. Фрейм «власть» в русском языке организован вокруг модели «контроль — подчинение — оценка» и включает субъект власти (начальник), объект власти (подчинённый), инструмент воздействия (приказ, контроль) и эмоциональную реакцию (ирония, страх, дистанция). В китайском языке фрейм организован иначе — «мораль — руководство — гармония» — и включает субъект как морального лидера (德), коллектив как систему отношений (关系), инструмент управления как наставление (教化) и эмоциональную реакцию (уважение, доверие). Таким образом, русская модель опирается на фрейм «власть как внешнее давление», тогда как китайская — на фрейм «власть как моральное руководство».

По параметру «дистанция власти» (power distance) в модели Г. Хофстеде и Россия, и Китай относятся к культурам с высоким индексом, то есть к обществам, признающим значительное неравенство в распределении власти. Однако это количественное сходство реализуется качественно по-разному: в русской лингвокультуре высокая дистанция сопровождается недоверием к носителю власти и иронической отстранённостью, тогда как в китайской — её принятием и встраиванием в систему взаимных обязательств.

Формирование образа начальника в языковом сознании неразрывно связано с историческими моделями управления и культурными традициями. В **русском контексте** значительное влияние оказала Табель о рангах, закрепившая жёсткую иерархическую систему государственной службы. В советский период формируется модель номенклатурной власти, характеризующаяся формализмом и централизованностью. В постсоветский период наблюдается трансформация управленческих моделей: традиционный «начальник» частично вытесняется фигурами «менеджера» и «тимлида».

Китайская модель власти формировалась на основе системы кэцзюй, обеспечивавшей отбор чиновников на основе образования и моральных качеств. Ключевую роль играет конфуцианская дихотомия «благородный человек — низкий человек» (君子 — 小人), задающая нравственные критерии оценки власти. В современном китайском обществе доминирует принцип 德才兼备 («сочетание добродетели и способностей») с приоритетом моральных качеств (以德为先).

Сопоставительный анализ языкового сознания может быть дополнен данными кросс-культурной психологии. Согласно исследованиям Г. Хофстеде, культура описывается через ряд параметров, среди которых особое значение имеет дистанция власти (Power Distance) [Hofstede, 2001]. И Россия, и Китай характеризуются высоким уровнем дистанции власти, однако различаются по степени коллективизма: Китай относится к коллективистским культурам, где приоритет отдаётся группе и социальной гармонии, тогда как Россия занимает промежуточное положение [Smith, Bond, 1998]. Теория «сохранения лица», разработанная С. Тинг-Туми [Ting-Toomey, 1999], объясняет различия в коммуникативном поведении: в китайской культуре ключевым является сохранение социального статуса и гармонии, тогда как в русской допускается более прямая и эмоциональная коммуникация [Hall, 1976].

Сопоставление русской и китайской лингвокультур удобно опереть на типологию культурных измерений Г. Хофстеде, в которой ключевым для восприятия власти является параметр «дистанция власти», отражающий степень принятия членами общества неравномерного распределения власти [Hofstede, 2001]. И русская, и китайская культуры характеризуются высокими значениями этого параметра, что объясняет общую для них установку на иерархичность и почтительное отношение к вышестоящим. Вместе с тем основания этой иерархичности различны: в русской традиции она в значительной мере связана с персонализацией власти и личными отношениями, тогда как в китайской опирается на конфуцианскую этику социальных ролей.

Различия проявляются и в коммуникативном измерении. Согласно классификации Э. Холла, и китайская, и русская культуры тяготеют к высококонтекстному типу общения, в котором значительная часть смысла передаётся не прямо, а через контекст, статус и невербальные сигналы [Hall, 1976]. В китайской традиции это закреплено конфуцианским учением о должном порядке отношений между правителем и подданным, где власть легитимируется через добродетель и заботу [Tu, 2015]. В русской языковой картине мира, как показывает А. А. Зализняк, представления о власти тесно связаны с ключевыми идеями справедливости и судьбы, что придаёт им особую эмоциональную окраску [Зализняк, 2003].

Классическим источником представлений о добродетельной власти служит «Лунь Юй» Конфуция, где правление уподобляется нравственному примеру: если правитель добродетелен, народ следует за ним так же, как трава склоняется под ветром [Confucius, 1979]. Эта модель «управления добродетелью» противопоставлена управлению через наказания и закрепляет в китайской лингвокультуре ожидание моральной образцовости от носителя власти, что заметно отличает её от русской традиции, где власть чаще оценивается через категории справедливости и личного отношения.

1.4. Методологические основы исследования

Методологическая база исследования включает совокупность теоретических и эмпирических методов, обеспечивающих комплексный анализ языкового сознания. Дизайн исследования носит смешанный характер и сочетает количественные и качественные методы.

Выборка была сформирована по принципу стратификации и включала носителей русского и китайского языков различного возраста и профессиональной принадлежности, что обеспечивает репрезентативность данных. Сбор эмпирического материала осуществлялся с использованием анкетирования (в том числе с применением цифровых платформ, таких как Google Forms), а также ассоциативного эксперимента.

Для корпусного анализа использовались современные инструменты корпусной лингвистики, включая AntConc, Sketch Engine, Национальный корпус русского языка и Beijing Language and Culture University Corpus Center (BCC). Обработка данных включала частотный анализ, процентное распределение и элементы статистической проверки (критерий χ^2). Надёжность исследования обеспечивается сопоставлением данных разных методов (эксперимент, анкета, корпусный анализ), а валидность — соответствием используемых инструментов поставленным задачам.

Выводы по первой главе

Проведённый теоретический анализ позволил сформулировать ряд ключевых положений.

— Антропоцентрическая парадигма смещает фокус с языка на человека, рассматривая язык как отражение ментальности и культуры носителя.

— Языковое сознание отражает коллективные и индивидуальные представления о мире, фиксируемые в лексике, фразеологии и дискурсе.

— Концепты и образы соединяют когнитивный и языковой уровни человеческого опыта; стереотипы о власти закрепляются через пословицы, метафоры и устойчивые выражения.

— Русская и китайская модели восприятия власти формируют разные культурные сценарии: иронично-критический в русском языке и гармонично-иерархический в китайском.

— Историко-культурные факторы (Табель о рангах, советская номенклатура — в России; конфуцианская традиция, система кэцзюй — в Китае) оказывают определяющее влияние на формирование языковых моделей власти.

— Кросс-культурные данные (Г. Хофстеде, С. Тинг-Туми) подтверждают: при общей высокой дистанции власти Россия и Китай различаются типом коллективизма, что отражается в коммуникативных нормах.

Язык одновременно выражает и формирует культурные представления о власти, создавая основу для анализа образа начальника и чиновника в русском и китайском языковом сознании.

Тем самым теоретический анализ задаёт рамку для эмпирической части работы: выявленные на уровне теории оси различий (ценностная, метафорическая, коммуникативная) становятся теми параметрами, по которым затем сопоставляются ассоциативные, анкетные и корпусные данные. Это обеспечивает преемственность между теоретической и практической главами и проверяемость теоретических положений на конкретном языковом материале.

Иллюстративные языковые материалы по обеим лингвокультурам обобщены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 — Языковые выражения и культурные коннотации образа власти

Язык	Выражение	Значение	Культурная коннотация
Русский	«Начальник всегда прав»	Авторитет руководителя	Иронич. отношение к бюрократии
Русский	«Без бумаг — букашка»	Формальный статус важен	Ирония по отношению к бюрократии
Русский	«Барин приехал»	Социальная дистанция	Неравенство власти и народа
Русский	«На ковёр»	Вызвать к начальству	Дисциплинарная проверка
Китайский	上有政策，下有对策	«Наверху курс — внизу исполнение»	Уважение к руководству
Китайский	以德服人	«Покорять добродетелью»	Конфуцианская этика лидерства
Китайский	上司 (shàngsī)	«Начальник, руководитель»	Уважительное отношение
Китайский	领导 (lǐngdǎo)	«Лидер, руководство»	Власть + моральный долг
Китайский	长幼有序	«Порядок старших и младших»	Иерархия и гармония

ГЛАВА 2. ОБРАЗ НАЧАЛЬНИКА И ЧИНОВНИКА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИНАХ МИРА

2.1. Образ начальника в русской языковой картине мира

2.1.1. Этимология и семантическое поле концепта «начальник»

Русская языковая картина мира отражает сложное и многогранное отношение к власти и социальным иерархиям. С одной стороны, власть воспринимается как необходимый элемент порядка, гарантия стабильности и государственной целостности; с другой — в народном сознании укоренены скепсис, недоверие, ирония и даже юмор по отношению к чиновничеству. Анализ образа начальника опирается на когнитивно-дискурсивный подход, предполагающий рассмотрение языковых единиц как отражения ментальных структур. Особое значение приобретают теории концептуальных метафор [Лакофф, Джонсон, 2004; Kövecses, 2010], согласно которым абстрактные категории власти осмысляются через более конкретные телесные и пространственные модели. Как отмечает Ю.Н. Караулов, «язык является зеркалом сознания, он фиксирует не только правила коммуникации, но и эмоционально-ценностное восприятие социального порядка» [Караулов, 1996, с. 45].

Слово «начальник» восходит к праславянскому корню, связанному с понятием «начало», то есть «тот, кто стоит у истока, ведёт за собой других». Первоначально термин использовался в высоком, морально-ценностном ключе, обозначая предводителя, защитника и духовного вождя [Фасмер, 1986; Шанский, 1973]. В старорусских текстах встречаются упоминания «начальников» как людей, чьи действия направлены на благо общества и духовное наставничество. С развитием административной системы слово приобрело формально-бюрократическое значение — лицо, обладающее властью и полномочиями по управлению подчинёнными. Современные словари фиксируют несколько значений: лицо, стоящее во главе учреждения,

организации или подразделения; лицо, обладающее властью по отношению к другим; (разг.) человек, обладающий властью, но нередко высокомерный, авторитарный или бюрократический [Ушаков, 1935].

Внутренняя форма слова, связывающая власть с идеей «начала», первенства и инициативы, во многом предопределяет дальнейшее развитие его коннотаций: начальник — это прежде всего тот, кто стоит у истока действия и распоряжается им. Этот мотив первенства и распоряжения сохраняется в производных и устойчивых сочетаниях и составляет смысловое ядро, вокруг которого затем нарастают оценочные слои — от уважения к старшинству до иронии над самоуправством.

Производные слова — «начальственный», «начальство», «начальничать» — закрепляют идею вертикали, дистанции и превосходства. Разговорные формы, такие как «начальничек», «начальничать», приобретают иронический оттенок, что подчёркивает эмоционально-оценочный слой семантики [Караулов, 1996]. Слово «чиновник» происходит от сочетания «чин» + суффикс -овник. В старину «чин» обозначал порядок, степень или ранг, и «чиновник» означал государева слугу, исполнителя определённой должности. С введением Табели о рангах Петра I термин получил строго бюрократическое значение. Литературные и народные представления уже в XVIII–XIX веках наделили «чиновника» негативными коннотациями: формализм, бюрократия, оторванность от народа.

Семантическое поле концепта «начальник» включает объективные элементы: власть, контроль, подчинение, ответственность, формальность, страх, зависимость, а также субъективные: строгость, надменность, командность, протекционизм. История русского общества сформировала особое отношение к начальству под влиянием сильной государственной и церковной вертикали. В допетровскую эпоху власть воспринималась как божественно санкционированная, а начальник — как посредник между народом и высшей силой: «Русский народ с детства усваивал представление о власти как священной и одновременно пугающей силе» [Нечаев, 1999, с. 78].

Литература XIX–XX веков закрепила двойственность образа: начальник может быть благородным, справедливым лидером, но чаще — бюрократом, формалистом, отстранённым от жизни народа. На лексическом уровне эта двойственность выражается через слова уважения (господин, начальник, шеф) и слова иронии и критики (барин, бюрократ, чинуша, казённый). Советский язык добавил новые термины: руководитель, председатель, секретарь. Народная ирония при этом сохранялась: «начальство всегда право», «без бумажки — ты букашка».

Параллельно концепту «начальник» в русской языковой картине мира существует концепт «чиновник», этимологически связанный со словом «чин» — «порядок, ранг, должностная ступень». Закреплению этого концепта способствовала петровская «Табель о рангах» (1722), выстроившая государственную службу в виде строгой иерархии чинов и сделавшая продвижение по ней важнейшим механизмом социальной мобильности. В результате слово «чиновник» приобрело двойственную окраску: с одной стороны — носитель государственного порядка, с другой — символ бюрократической формальности и обезличенности [Фёдоров, 2015]. Толковые словари закрепляют это значение, определяя чиновника как государственного служащего, имеющего чин [Ушаков, 1935–1940; Ожегов, 2000].

Семантическое поле власти в русском языке организовано вокруг нескольких опорных лексем. Слово «власть» этимологически связано с глаголом «владеть» и подчёркивает идею обладания и распоряжения [Фасмер, 1986]. Лексема «руководитель» (буквально «ведущий за руку») акцентирует функцию направления и наставничества и используется как нейтрально-официальное обозначение, тогда как «глава» и «вождь» несут оттенок единоличной верховной власти. Сопоставление этих единиц показывает, что русское языковое сознание различает власть как функцию (руководитель), как статус (начальник, чиновник) и как личное господство (хозяин, барин).

2.1.2. Фразеология, паремиология и литературные типы образа начальника

Фразеологизмы и пословицы служат индикаторами коллективного восприятия власти [Аванесова, 2000; Баранов, 1984]. Народная мудрость через язык передаёт социальные стереотипы:

- «На то и щука, чтоб карась не дремал» — власть нужна для контроля;
- «Без начальства народ — стадо без пастуха» — признание необходимости вертикали;
- «Начальник есть начальник, спорить бесполезно» — подчинение неизбежно;
- «Барин приехал — счастье в избу принёс» — ироническая гипербола;
- «Чиновник без бумаги — солдат без ружья» — критика бюрократии;
- «Слуга царю, отец солдатам» — идеализация начальника как справедливого лидера.

По словам Н.Д. Арутюновой, «фразеология сохраняет культурные оценки и эмоциональные реакции на власть, закрепляя социальные роли» [Арутюнова, 1999, с. 44].

Этот пласт пословиц и поговорок дополняется выражениями, прямо фиксирующими асимметрию власти и подчинения: «Я начальник — ты дурак, ты начальник — я дурак», иронически описывающее зависимость оценки от должности; «Всякий чёрт сам себе ад устроит», переносимое на самоуправство; «До Бога высоко, до царя далеко», передающее ощущение недостижимости высшей власти и незащитности перед локальным начальством. В совокупности паремиологический материал показывает, что русское языковое сознание оценивает власть прежде всего через категорию справедливости и через противопоставление «начальство — народ».

Литература и культурные тексты играют ключевую роль в формировании и закреплении общественного восприятия бюрократии и власти. Через художественные образы можно проследить, как складывались стереотипы о чиновниках и руководителях. В русской классической литературе образ начальника часто представлен с критической и иронической точки зрения. Н.В. Гоголь в комедии «Ревизор» (1836) показывает чиновников

как лицемерных и трусливых людей, для которых соблюдение формальных правил важнее истинных моральных принципов. По мнению В.И. Карасика, «Гоголь фиксирует устойчивые социальные стереотипы, передаваемые через язык и фольклор, создавая комплексный образ чиновника как культурного архетипа» [Карасик, 2003, с. 87].

М.Е. Салтыков-Щедрин в сатирическом цикле «История одного города» (1869) трансформирует бюрократию в абсурдную систему, где чиновники руководствуются собственными прихотями и формальными законами, полностью игнорируя интересы общества. Этот подход хорошо соотносится с выводами Н.Д. Арутюновой, которая подчёркивает, что язык «не только описывает социальную реальность, но и кодирует моральные оценки поведения» [Арутюнова, 1999, с. 42]. А.П. Чехов в рассказах и пьесах акцентирует внимание на психологическом состоянии представителей административного аппарата: начальники часто оказываются в ситуации морального выбора между формальным долгом и человеческими ценностями [Кубрякова, 2002, с. 116]. Сходные мотивы службы, чина и карьеры представлены в прозе Л.Н. Толстого [Толстой, 2009]. Советская литература формирует образ «руководителя», воспринимаемого как организатора и идеологически ответственного лица. А. Вежбицкая отмечает: «советская литература создаёт образ власти, который должен быть одновременно справедливым и всевидящим, сочетая личностные качества и формальные функции» [Вежбицкая, 2001, с. 59].

На основе анализа литературных источников можно выделить несколько устойчивых архетипов образа начальника в русской культуре: «бюрократ» (формалист, ориентированный на правила); «самодур» (авторитарный, эмоционально непредсказуемый); «наставник» (редкий положительный тип, связанный с моральным лидерством); «иронический начальник» (объект сатиры и юмора). В современной культуре появляются новые архетипы начальника — «босс», «директор», «тимлид», — связанные с корпоративной этикой и менеджерскими компетенциями. Интернет-мемы, юмористические

видеоролики и блоги создают новые формы иронии и критики, поддерживая традиционную амбивалентность образа начальника. Это подтверждает тезис Ю.Н. Караулова о том, что «язык фиксирует не только объективные факты, но и коллективные эмоциональные и оценочные модели» [Караулов, 2005, с. 134].

Особое место в формировании русского представления о начальстве занимает творчество Н. В. Гоголя. В повести «Шинель» (1842) образ «значительного лица» воплощает тип чиновника-самодура, для которого демонстрация власти важнее человеческого участия, а распекание подчинённого становится способом самоутверждения. В поэме «Мёртвые души» (1842) галерея губернских чиновников рисует бюрократию как замкнутый мир формальностей, взяток и круговой поруки. Эти образы закрепили в национальном сознании устойчивую критическую модель восприятия административной власти, отголоски которой обнаруживаются и в современном словоупотреблении.

Линию критического осмысления чина продолжает А. П. Чехов. В рассказе «Смерть чиновника» доведённый до абсурда страх перед вышестоящим приводит мелкого служащего к гибели, а в рассказе «Голстый и тонкий» показано, как известие о чине мгновенно меняет тон общения и разрушает дружескую близость [Чехов, 2006]. Сходные мотивы приниженности «маленького человека» перед иерархией представлены и у Ф. М. Достоевского [Достоевский, 2007]. Публицистическая традиция также фиксировала остроту проблемы: А. И. Герцен описывал русское чиновничество как особое сословие, отгороженное от народа канцелярским языком и бумагой [Герцен, 1989]. В совокупности литературные и публицистические тексты сформировали богатую систему оценочных образов, питающую современные стереотипы.

2.1.3. Коммуникативное поведение и эмоционально-оценочные особенности образа

Язык общения с начальством является важным индикатором социальной дистанции, культурных норм и эмоциональной осторожности, характерных для конкретного общества. В официальной речи русскоязычные носители используют устойчивые формулы вежливости и уважения, например: «Уважаемый Иван Иванович», «Разрешите доложить», «С вашего

позволения». Эти выражения отражают не только нормативные требования делового этикета, но и внутреннее понимание иерархии и роли власти в обществе. Как отмечает В.И. Карасик, «языковые формулы в деловом общении выполняют функцию закрепления социальной дистанции и одновременно сигнализируют о моральном отношении к адресату» [Карасик, 2003, с. 91].

В бытовой речи и повседневном общении проявляется более гибкая, эмоциональная сторона взаимодействия с руководителем. Ирония, юмористические обороты и сниженные формы — «Наш шеф сегодня не в духе», «Начальство опять мудрит» — позволяют подчинённым выразить скрытую критику или эмоциональное отношение, не нарушая формальных рамок уважения. Этот феномен соотносится с наблюдением Н.Д. Арутюновой о том, что «ирония и эвфемизация в языке — средства психологической защиты, способные смягчить эмоциональное напряжение, связанное с взаимодействием с властью» [Арутюнова, 1999, с. 78]. Использование канцеляризмов и профессиональной терминологии также является стратегией дистанцирования. Важность подобных речевых моделей подчёркивает В.П. Зинченко: «в деловом общении канцеляризмы формируют видимую строгость и объективность, однако за ними часто скрывается личностная оценка и эмоциональное позиционирование говорящего» [Зинченко, 2001, с. 54].

Сравнительный анализ с китайским языковым сознанием показывает, что в Китае коммуникативные модели с начальством опираются на конфуцианские нормы, где уважение выражается через особые речевые формулы и скромность в высказываниях. Лексемы типа 上司 (shàngsī) и 领导 (língdǎo) сопровождаются дополнительными маркерами вежливости и подчинения, что отражает коллективистскую структуру общества и моральную ответственность руководителя. По словам Чэнь Ли, «язык корпоративного общения в Китае проявляет гармонию между социальным статусом и моральной добродетелью, закрепляя культурные ожидания и этический код» [Чэнь Ли, 2010, с. 102].

Эмоциональная окраска слов, связанных с начальством и властью, в русской и китайской языковых картинах мира проявляется неравномерно: чаще наблюдаются нейтрально-негативные коннотации, чем положительные. Это связано с тем, что власть как социальный феномен традиционно вызывает у людей смешанные чувства — сочетание уважения, страха, недоверия и ожидания справедливости. Положительные качества начальника фиксируются через моральные категории: честность, справедливость, человечность, способность к мудрому руководству. В русском языке выражения «настоящий начальник — это наставник и защитник подчинённых» подчёркивают ценность этического лидерства, где власть воспринимается как инструмент служения обществу [Караулов, 1985].

Отрицательные характеристики начальников в языке фиксируются более разнообразно и эмоционально насыщено: самодур, высокомерный, чёрствый, бюрократ, формалист, «вечно прав». Эти эпитеты отражают недоверие к формальной власти и критику административной системы. Русский язык часто придаёт этим терминам иронический оттенок, показывая, что власть без морального обоснования воспринимается как инструмент давления и ограничения свободы личности. Эмоционально-оценочная структура образа начальника может быть описана через параметр валентности, который отражает соотношение положительных и отрицательных ассоциаций. В русском языковом сознании наблюдается смещение в сторону негативной валентности, что проявляется в высокой частотности характеристик «строгий», «самодур», «бюрократ» — это свидетельствует о когнитивной тенденции к критической интерпретации власти. Как отмечает Ю.Н. Караулов, «язык не просто фиксирует социальные факты, но и выражает внутреннюю оценку человека, его моральное отношение к явлениям мира» [Караулов, 1985, с. 112].

Речевой этикет общения с начальством в русской культуре опирается на обращение по имени-отчеству, формы вежливого «вы» и официально-деловые формулы, однако в неофициальной речи легко уступает место сниженной и иронической лексике («шеф», «босс», «начальство», «верхи»). Эта

подвижность регистра — от подчёркнутой официальности до фамильярной иронии — значима сама по себе: она показывает, что отношение к власти в русском языковом сознании внутренне противоречиво и допускает быстрый переход от формального почтения к насмешке.

На уровне коммуникативного поведения асимметрия власти в русской культуре проявляется в системе обращений и формах вежливости. Противопоставление «ты» и «вы», обращение по имени-отчеству, использование должностных наименований маркируют дистанцию и подчёркивают статус собеседника. Речь руководителя нередко тяготеет к директивности — прямым побуждениям, императивам и контролю, тогда как от подчинённого ожидается смягчение несогласия и косвенность [Фёдоров, 2015]. При этом эмоциональная составляющая общения с начальством остаётся выраженной: оценка руководителя у носителей русского языка часто формулируется не столько в терминах компетентности, сколько в терминах справедливости и человеческого отношения.

2.1.4. Современные трансформации образа

В XXI веке образ начальника претерпевает значительные изменения под влиянием социальных, экономических и культурных факторов. Глобализация, развитие рыночной экономики и усиление корпоративной культуры привели к тому, что традиционное восприятие начальника как носителя административной власти постепенно трансформируется в более гибкий, функциональный и профессиональный образ. На смену привычным терминам «начальник» и «чиновник» приходят «руководитель», «менеджер», «тимлид»,

«босс», что отражает новые требования к лидерству и управлению. Эти новые лексические единицы подчёркивают профессиональные компетенции, организационные навыки и способность к командной работе [Карасик, 2010, с. 87].

Тем не менее, несмотря на обновление терминологии и профессионализацию образа, глубинные культурные и эмоциональные стереотипы сохраняются. Современный начальник в сознании людей по-прежнему сочетает деловой стиль с ожиданиями авторитарности, строгости и ответственности за подчинённых. В языке это проявляется через сочетание новых заимствований и традиционных выражений: «приказ сверху», «начальство», «ответственный руководитель», «тимлид проекта». Такой синтез устоявшихся и инновационных языковых форм демонстрирует, что народная память о власти и иерархии сохраняется, даже если формальные условия меняются.

Показательно, что обновление словаря власти идёт в обеих культурах в сходном направлении — через заимствование корпоративной и менеджерской лексики, — но при этом сохраняет национально-специфическое ценностное ядро. Это подтверждает, что языковая картина мира обладает значительной устойчивостью: меняется поверхностный слой номинаций, тогда как глубинная оценочная модель воспроизводится.

Интернет-культура и цифровая коммуникация усиливают иронический дискурс вокруг образа начальника. Мемы, шутки, саркастические цитаты и видеоролики в социальных сетях становятся формой коллективной психологической самозащиты, способом выражения недовольства или сомнения в компетентности руководства. А. Вежбицкая отмечает: «язык и культура постоянно взаимодействуют, ирония и юмор становятся средствами осмысления социальных ролей и напряжённых отношений» [Вежбицкая, 1997, с. 45].

Заимствованные номинации «менеджер», «топ-менеджер», «руководитель проекта», «эйчар» отражают профессионализацию

управленческого словаря, однако в разговорной речи нередко получают ироническую окраску (например, устойчивое «эффективный менеджер» как сигнал скепсиса). Новые слова не вытесняют традиционный оценочный каркас, а встраиваются в него, подтверждая устойчивость глубинного архетипа власти при обновлении его внешней языковой оболочки.

Образ начальника и чиновника в русском языке предстаёт как сложный, амбивалентный и культурно устойчивый когнитивный конструкт.

— Он сочетает уважение и иронию, необходимость и отстранённость; «начальник» исторически связан с лидерством и вертикальной властью, «чиновник» — с бюрократией и формализмом.

— Фразеология и пословицы отражают стремление народа к моральной оценке власти; литература и массовая культура закрепляют тип «чиновника» как символ бюрократии и дистанции.

— Речевая практика демонстрирует баланс между официальным подчинением и эмоциональной свободой оценки.

— Современные социально-экономические изменения не разрушают архетип власти, а адаптируют его к новым реалиям.

Таким образом, образ начальника в русском языковом сознании представляет собой когнитивно-культурный конструкт, формируемый на пересечении исторического опыта, литературной традиции и повседневной коммуникации. Он характеризуется высокой степенью эмоциональной насыщенности, выраженной оценочностью и устойчивой амбивалентностью. Системообразующим фактором является напряжение между институциональной необходимостью власти и индивидуальной оценкой её проявлений.

2.2. Образ начальника и чиновника в китайской языковой картине мира

2.2.1. Лексико-семантическое поле и конфуцианская основа восприятия власти

Языковое и культурное восприятие власти в китайском обществе имеет древние философские корни и устойчивую систему символов, формировавшуюся более двух тысяч лет. Образ начальника — 领导 (língdǎo), 上司 (shàngsī), 老板 (lǎobǎn), 官 (guān) — в китайской картине мира связан не только с властью и управлением, но и с моральной ответственностью,

социальной стабильностью и идеей гармонии [Feng, 2013; Sun, 2010; Чэнь Ли, 2010]. Для китайской лингвокультуры характерна глубокая связь между языком, этикой и социальной иерархией [Чэнь Ли, 2006; Ху Чжань, 2008]. Начальник воспринимается не как отдельная личность, а как функция в системе отношений, в которой каждый член общества имеет своё место. Этот принцип выражен в классических конфуцианских понятиях: 礼 (lǐ) — «этикет», 义 (yì) — «долг», 仁 (rén) — «человечность», и особенно 君臣关系 (jūn-chén guānxì) — «отношение правителя и подданного» [Tu, 2015].

В отличие от русской традиции, где отношение к начальству окрашено иронией и критицизмом, в китайском сознании власть воспринимается как моральная и функционально необходимая сила. Как отмечает Ян Чжэньмин, «в китайской культуре начальник — это не источник страха или насилия, а носитель гармонии, который соединяет коллектив своими действиями и моралью» [Yang, 2008, p. 112].

Китайский язык отличается разнообразием лексем, обозначающих начальствующие должности и отражающих различие по социальной иерархии и этическим ожиданиям [Современный словарь китайского языка, 2016; Большой словарь китайского языка, 1998]:

Богатство этого лексического ряда не случайно: оно отражает разветвлённость социальной иерархии и важность точного обозначения статуса в китайской культуре. Выбор той или иной номинации — 领导, 上司, 老板, 主任 — несёт информацию не только о должности, но и о характере отношений, степени формальности и ожидаемой дистанции, что делает лексику власти тонким инструментом социальной ориентации.

— 领导 (língdǎo) — букв. «вести и направлять»; обозначает руководителя, лидера, человека, который ведёт коллектив за собой; несёт позитивную коннотацию [Li, 2011];

— 上司 (shàngsī) — букв. «стоящий сверху»; подчёркивает должностную иерархию; в официальном контексте нейтрально, в бытовой речи может иметь оттенок строгости или дистанции;

— 老板 (lǎobǎn) — «хозяин, босс»; изначально обозначал владельца лавки или мастерской; в современном разговорном китайском употребляется как уважительное или фамильярное обращение к начальнику бизнеса;

— 官 (guān) — древний термин для чиновника, обладающего высоким социальным статусом; в классическом Китае обладал не только властью, но и моральной ответственностью; современные слова 官员 (guānyuán), 官场 (guānchǎng) несут амбивалентные коннотации [Li, 2012];

— 主任 (zhǔrèn) — «ответственный, заведующий»; используется в нейтральном контексте, чаще для административных должностей среднего уровня.

Эта иерархическая структура отражает ключевой принцип китайской культуры: акцент на долге и ответственности, а не на властном превосходстве.

Основой китайской модели власти является конфуцианская философия, оформленная в VI–V вв. до н.э. Конфуций рассматривал общество как иерархическую систему, где гармония достигается через моральное лидерство и соблюдение ритуалов. В отношениях 君臣 (jūn chén) — «господин и слуга» — каждый участник выполняет свою роль, опираясь на нормы 礼 (lǐ) — этикета. Начальник обязан быть добродетельным, справедливым и заботливым, а подчинённый — уважительным и преданным [Waley, 1990]. Конфуций утверждал: «Управлять нужно добродетелью, как северная звезда, что остаётся на месте, а всё остальное крутится вокруг неё» [Confucius, 1979]. Таким образом, моральный авторитет и пример важнее приказов и принуждения. Слово 领导 (língdǎo) буквально отражает этот принцип: «вести к пути».

Центральное место в этой модели занимает учение о «пяти отношениях» (五伦 wǔlún), среди которых отношения «правитель — подданный» (君臣 jūnchén) и «отец — сын» (父子 fùzǐ) задают образец вертикальной, но взаимно-обязывающей связи. Власть здесь легитимна постольку, поскольку её носитель исполняет нравственный долг и заботится о подчинённых, подобно отцу; подчинение мыслится не как унижение, а как часть упорядоченного социального целого. Эта логика прямо отражается в лексике и фразеологии, описывающей руководителя через метафоры родства и наставничества.

Восприятие власти в китайской культуре исторически формировалось под влиянием конфуцианского учения и системы государственных экзаменов 科举 (kējǔ), открывавшей путь к чиновничьей карьере на основе образованности, а не происхождения [Ho, 1969]. Конфуцианская модель отношений «правитель — подданный» (君臣, jūn chén) предполагала взаимные обязательства: подданный обязан был проявлять почтительность и преданность, а правитель — заботиться о народе и являть образец добродетели (仁, rén) и ритуальной благопристойности (礼, lǐ) [Tu, 2015]. Тем самым власть мыслилась не только как право, но и как моральная ответственность, что задавало устойчивую идеализирующую составляющую образа чиновника.

Особое значение для понимания китайского образа власти имеет конфуцианское учение об «исправлении имён» 正名 (zhèngmíng), согласно которому общественный порядок поддерживается соответствием между именем (статусом) и реальным поведением его носителя: правитель должен быть правителем, а подданный — подданным [Конфуций, 2000]. Имя должности здесь не просто ярлык, а нормативное предписание: занимающий пост обязан соответствовать заложенному в его наименовании идеалу. Этот принцип объясняет, почему в китайской лингвокультуре наименования чиновника так тесно связаны с моральными ожиданиями и почему расхождение реального поведения с идеалом воспринимается особенно остро [Waley, 1990].

2.2.2. Традиционный образ чиновника и его отражение в пословицах и идиомах

Слово 官 (guān) имело сакральное значение в китайской культуре. Служба считалась высшей реализацией человеческого потенциала, а успешное прохождение экзаменов 科举 (kējǔ) — символом личной добродетели.

Классические выражения закрепляют эти нормы:

- 为官一任, 造福一方 (wéiguān yīrèn, zàofú yīfāng) — «заняв должность — приноси благо людям своего края»;
- 官以廉为先 (guān yǐ lián wéi xiān) — «главное достоинство чиновника — честность» [Но, 1969].

С поздними династиями Мин и Цин усиливается бюрократия, появляются негативные коннотации: 官官相护 (guānguān xiānghù) — «чиновники прикрывают друг друга»; 贪官 (tānguān) — «жадный чиновник»; 官僚 (guānliáo) — «бюрократ». Современный китайский язык сохраняет амбивалентность: официальный 官员 — нейтральный, разговорный — критический [Zhang, 2018].

Пословицы (俗语 sùyǔ) и идиомы (成语 chéngyǔ) фиксируют культурные представления о власти. Положительные:

— 以德服人 (yǐ dé fú rén) — «покорять людей добродетелью»;

— 赏罚分明 (shǎng fá fēn míng) — «награды и наказания должны быть справедливыми»;

— 宰相肚里能撑船 (zǎixiàng dù lǐ néng chēng chuán) — «в животе министра столько великодушия, что там может плыть лодка».

Отрицательные и ироничные:

— 官大一级压死人 (guān dà yī jí yā sǐ rén) — «чиновник рангом выше — задавит своим весом»;

— 升官发财 (shēng guān fācái) — «повысился — разбогател»;

— 当官不为民作主，不如回家卖红薯 (dāng guān bù wéi mín zuòzhǔ, bùrú huíjiā mài hóngshǔ) — «если чиновник не служит народу, пусть лучше идёт продавать бататы» [Wang, 2003].

Эти выражения показывают, что китайское языковое сознание сочетает идеализацию власти с моральной критикой.

Двойственность образа чиновника закреплена и в других устойчивых выражениях: 父母官 (fùmǔ guān) — «чиновник-родитель», подчёркивающее патерналистскую модель заботы о народе; 官官相护 (guān guān xiāng hù) — «чиновники покрывают друг друга», фиксирующее критику корпоративной солидарности власти; 民不与官斗 (mín bù yǔ guān dòu) — «народ не тягается с чиновником», передающее представление о неравенстве сил.

Сосуществование идеализирующих и критических формул отражает, что и в китайской лингвокультуре моральная оценка власти остаётся центральной, но реализуется в рамках конфуцианской модели гармонии, а не открытого конфликта.

Идеал добродетельного управителя закрепился в образе «честного чиновника» 清官 (qīngguān), которому в народной культуре противопоставлен «продажный чиновник» 贪官 (tānguān). Символом неподкупного судьи стал Бао Чжэн (包拯, 包青天), чьё имя превратилось в нарицательное обозначение справедливой власти и до сих пор воспроизводится в литературе, театре и кино [Sun, 2010]. Эта культурная модель показывает, что в китайском языковом сознании критика конкретных носителей власти сочетается с устойчивой верой в возможность праведного правления.

Одновременно язык фиксирует и трезвую оценку реальной практики управления. Пословица 三年清知府, 十万雪花银 (sān nián qīng zhīfǔ, shí wàn xuěhuā yín) — «три года честной службы начальником округа — сто тысяч серебром» — иронически указывает на возможность обогащения через должность [Wang, 2003]. С представлением о приоритете служебного статуса связано понятие 官本位 (guān běnwèi) — ориентация общества на должностную иерархию как главный критерий социальной ценности [Zhang, 2018; Feng, 2013]. Сосуществование идеала 清官 и критики 官本位 формирует характерную для китайской лингвокультуры двойственность образа власти.

2.2.3. Коммуникативные нормы и современные изменения в восприятии власти

В китайской культуре общения принцип «ли» — ритуализированное уважение — определяет речевое поведение [Huang, 2012]. Обращения включают титулы: 领导, 主任, 经理, 校长. Вежливость выражается в словах: «领导好!» (приветствие); «麻烦您了» («побеспокоил вас»); «请您指示» («пожалуйста, дайте указания»). Даже неформальные разговоры сохраняют дистанцию и уважение.

XXI век привнёс цифровизацию, рыночные реформы и глобализацию, но традиционные конфуцианские ценности сохраняются. Интернет-сленг вводит новые термины: 官二代 (guān èr dài) — «второе поколение чиновников», критика детей высокопоставленных лиц. Тем не менее, критика

власти остаётся мягкой: она требует честности, добродетели и ответственности, а не отрицает саму власть.

Появление рыночных номинаций 老板 (lǎobǎn, «хозяин, босс») и 经理 (jīnglǐ, «менеджер») расширило словарь власти, отразив переход от административной к корпоративной модели управления. Тем не менее эти обозначения сосуществуют с традиционными 领导 и 官 и не отменяют конфуцианского ожидания моральной ответственности руководителя: современный китайский дискурс власти сочетает прагматику эффективности с устойчивым этическим критерием.

Эволюция китайского образа начальника по историческим периодам представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 — Эволюция образа начальника в китайской культуре

Период	Ключевое понятие	Образ начальника	Главная ценность
Конфуцианская эпоха	君子	нравственный пример, мудрость	德 dé (добродетель)
Императорский Китай	官员	учёный, служитель государства	справедливость, покровительство
XX век (социализм)	领导	партийный наставник	служение народу
Современное общество	上司 / 老板	профессионал, лидер	эффективность, моральная ответственность

Эта эволюция показывает адаптацию традиционных ценностей к современным реалиям без разрушения базовой моральной структуры.

Китайское языковое сознание формирует образ начальника на основе конфуцианской этики, где власть — моральное руководство и долг, а не насилие.

— Лексика отражает иерархию и ответственность.

— Пословицы и идиомы подчёркивают добродетель и заботу о подчинённых.

— Речевая практика поддерживает социальную гармонию.

— Модернизация сохраняет баланс между традицией и современностью.

В китайской языковой картине мира начальник — носитель морали и гармонии, а не объект иронии. Это принципиально отличает китайское восприятие власти от русской традиции, где присутствует критическое дистанцирование и эмоциональная окраска.

Коммуникативные нормы взаимодействия с властью в китайской культуре регулируются категориями «лица» 面子 (miànzi) и социальных связей 关系 (guānxi). Сохранение лица собеседника, особенно вышестоящего, требует косвенности, сдержанности в выражении несогласия и внимания к иерархии в формах обращения [Ting-Toomey, 1999; Huang, 2012]. Эти нормы согласуются с высококонтекстным характером китайской коммуникации и поддерживают представление о гармонии (和, hé) как одной из высших ценностей социального взаимодействия [Yang, 2008].

2.3. Сопоставительный анализ образа начальника / чиновника в русском и китайском языковом сознании

2.3.1. Методологические основы и сопоставление лексико-семантических полей

Сопоставительный анализ культурных концептов позволяет выявить не только различия в словарном составе и значениях слов, но и более глубокие, концептуальные различия в мировоззрении и социальной психологии народов [Федорова, 2010]. Образ начальника или чиновника встречается практически во всех культурах мира, поскольку он является отражением структуры власти, социальной иерархии и способов взаимодействия человека с системой. Такой образ не только обозначает формальный статус, но и выражает ожидания общества относительно поведения, моральных качеств и ответственности лидера, что делает его ценным объектом для лингвокультурологического и когнитивного анализа.

Русская и китайская культуры представляют собой два принципиально разных цивилизационных типа. Россия, как часть европейско-евразийской культурной традиции, ближе к индивидуалистическому типу, где ценится личная свобода, личная инициатива и субъективная моральная оценка действий власти. Взаимоотношения с начальством в русской культуре нередко окрашены эмоциями, сарказмом и иронией, что проявляется в фразеологизмах («самодур», «барин», «приказ сверху») и народной мудрости. Эти языковые формы фиксируют критику властных структур и одновременно подчёркивают моральную дистанцию между человеком и системой [Карасик, 2010, с. 92].

Это цивилизационное различие важно не само по себе, а как контекст, в котором формируются оценочные модели власти: индивидуалистическая установка побуждает оценивать начальника с позиции личности и её прав, тогда как коллективистская — с позиции целого и места руководителя в его упорядочении. Поэтому одни и те же признаки власти получают в двух культурах разную ценностную нагрузку.

Китайская культура, напротив, принадлежит к коллективистскому типу, где общественная гармония, порядок и моральная ответственность лидера стоят на первом месте. Здесь начальник воспринимается не только как властвующая фигура, но и как наставник, образец добродетели и справедливости. Лексемы и выражения, такие как 领导 (língdǎo) или 上司 (shàngsī), подчёркивают не только формальный статус руководителя, но и его моральные качества, способность поддерживать порядок и уважение к подчинённым. Такое восприятие власти формирует у людей устойчивое чувство уважения и доверия, а критика руководителя часто проявляется осторожно и дипломатично, чтобы сохранить социальную гармонию [Сюй Шичжун, 2005, с. 67].

Для анализа были использованы: словари русского и китайского языков, включая этимологические источники; фразеологические сборники, пословицы и поговорки; литературные тексты, статьи в СМИ и интернет-контент; результаты психолингвистических исследований, включая ассоциативные

опросы. Сравнение велось по нескольким направлениям: лексико-семантические значения слов «начальник», «чиновник»; эмоциональная окраска и оценка власти; этические и философские представления о власти; речевые и коммуникативные особенности; стереотипы и культурные модели поведения.

Сопоставление лексико-семантических полей наглядно представлено в таблице 2.2.

Таблица 2.2 — Сопоставление лексико-семантических полей

Русский язык	Китайский язык
Начальник — «тот, кто стоит над другими», «приказывает», «контролирует»	领导 (língdǎo) — «тот, кто ведёт и направляет», «помогает двигаться к цели»
Чиновник — «служащий системы», формальное лицо	官 (guān) — «государственный служащий», с моральной окраской
Шеф, босс — заимствования, часто с юмором	老板 (lǎobǎn) — «хозяин», уважительное обращение
Руководитель — нейтрально, официально	上司 (shàngsī) — «стоящий сверху», формально-иерархическое обозначение

Русские слова подчёркивают вертикаль, дистанцию и подчинение. Китайские слова делают акцент на лидерстве, наставничестве и ответственности. Русский «начальник» воспринимается как строгий, иногда страшный; китайский 领导 — как мудрый и пример для подражания.

2.3.2. Этико-мировоззренческие основания и эмоционально-оценочные различия

Философия власти в двух культурах различна. В России влияние христианства, народных традиций и истории авторитаризма делает власть внешней и иногда опасной. Примеры в языке: «без бумажки ты букашка», «барин — наш отец, да и судья наш». Они показывают сочетание страха и иронии. В Китае традиции конфуцианства подчёркивают гармонию и моральную ответственность власти. Начальник — часть системы, он должен заботиться о подчинённых, а подчинённые — уважать его. Нарушение этих правил воспринимается как этическая ошибка, а не социальный конфликт. Как писал Ян Чжэньмин, «власть существует для поддержания гармонии, а не для давления на людей» [Yang, 2008].

В русском языке образ начальника часто негативный: «заносчивый», «самодур», «чинуша». Даже нейтральные слова несут оттенок иронии: «начальство», «вышестоящие». В китайском языке слова для начальника, напротив, чаще положительные: «старший», «ведущий», «наставник». Негатив проявляется только при нарушении моральных норм: 贪官 (жадный чиновник), 官僚主义 (бюрократизм). Русская оценка строится на

противопоставлении «мы» и «они», китайская — на моральной ответственности и гармонии.

Сопоставление паремиологического материала показывает контраст культурных установок. Русские пословицы: «Начальник есть начальник, спорить бесполезно» (подчёркивает иерархию); «Чиновник без бумаги — как солдат без ружья» (сарказм и ирония); «Без начальства не проживёшь, а с ним не вдохнёшь» (двойственные чувства зависимости); «У власти ум отшибает» (недоверие к моральности начальства). Китайские выражения: 以德服人 (yǐ dé fú rén) — «покорять людей добродетелью»; 官大一级压死人 (guān dà yī jí yā sǐ rén) — ирония о ранге чиновника; 有权不滥, 用权为民 (yǒu quán bú làn, yòng quán wéi mín) — «не злоупотребляй властью, используй её на благо народа»; 民为邦本, 本固邦宁 (mín wéi bāng běn, běn gù bāng níng) — «народ — основа государства, если основа прочна, государство в покое». Русские поговорки чаще выражают напряжение и скепсис, китайские — гармонию и взаимную ответственность.

В русских пословицах акцент смещён на защиту человека от произвола власти и на моральный суд над начальством, тогда как в китайских — на образец добродетельного правления и предостережение против его нарушения. Обе традиции критически относятся к злоупотреблению властью, но русская делает это через иронию и дистанцию, а китайская — через апелляцию к нравственному идеалу, от которого отступает дурной чиновник.

2.3.3. Коммуникативное поведение, стереотипы и символика власти

Речевая культура напрямую отражает социальную иерархию. В русском общении стиль с начальником умеренно формальный: сочетается вежливость и скрытая ирония. Например, фразы вроде «разрешите уточнить» или «как скажете, Иван Иванович» сохраняют внешнюю почтительность, но могут содержать и лёгкий подтекст недовольства или сомнения. Часто это форма психологической защиты: ирония позволяет смягчить чувство зависимости.

В Китае вербальные контакты строго регламентированы. Используются устойчивые формулы уважения, подчёркивающие субординацию: «请您指示» («прошу указаний»), «麻烦您了» («побеспокоил вас»). Слова начальника воспринимаются как руководство к действию. Спорить или открыто возражать считается недопустимым, так как это нарушает гармонию. Китайская речевая культура подчёркнуто сдержанная и дипломатичная, что помогает поддерживать социальное равновесие. Таким образом, русская речевая модель допускает скрытую оппозицию и юмор, китайская — подчёркнутую вежливость и ритуализованность.

На культурно-психологическом уровне у русских и китайцев сформировались разные стереотипы начальника, что наглядно показано в таблице 2.3.

Таблица 2.3 — Сопоставление стереотипов и образов начальника

Параметр	Русский образ	Китайский образ
Исторический архетип	Барин, самодур; человек «сверху»	Мудрый правитель, наставник, учёный-чиновник
Ключевая черта	Власть и дистанция	Мораль и ответственность
Эмоциональная реакция	Ирония, недоверие, обида, шутка	Уважение, признание, следование
Речевой портрет	Жёсткий, властный, иногда грубый	Сдержанный, воспитанный, дипломатичный
Основная ценность	Справедливость и человечность	Добродетель (德 dé), честность, забота о подчинённых

Главное различие: русский начальник оценивается через внутреннюю совесть и чувство справедливости, а китайский — через гармонию, порядок и моральную добродетель. Как писал А.В. Фёдоров, «в русской культуре начальник — это одновременно власть и объект эмоциональной реакции, часто с оттенком страха или иронии» [Фёдоров, 2015]. Конфуцианская традиция Китая, напротив, строит образ начальника как пример для подражания и носителя моральных ценностей [Li, 2010].

Символика показывает, как народы воспринимают власть пространственно. В русском языке преобладает вертикальная метафора: «верх — низ», «сверху спустили приказ», «идти наверх». Начальник находится на вершине и воспринимается как отчуждённый, иногда угрожающий. В китайской культуре вертикаль также присутствует, но в гармоничном виде. Иероглиф 上 (shàng) означает «высший», но в контексте власти — «пример для подражания». Важен не только ранг, но и правильное выполнение роли — 位 (wèi), «место» в социальной иерархии. Власть здесь не противопоставлена народу, а служит общему благу. Таким образом, русская символика власти — иерархическая и эмоционально окрашенная, китайская — этическая и функциональная, с акцентом на гармонию и ответственность.

Пространственная символика власти оказывается тесно связана с её оценкой: вертикальная метафора («верхи», «спустить сверху», «под началом») акцентирует разрыв и подчинение, тогда как метафора пути и центра («вести», «направлять», «срединное» положение) акцентирует связность и упорядоченность. Различие пространственных образов, таким образом, не декоративно, а отражает разные модели социального порядка.

2.3.4. Психолингвистические результаты и сравнительный синтез

Ассоциативные опросы показывают различие культурных установок. Русские респонденты на стимулы «начальник», «чиновник» чаще ассоциируют: «страх», «приказ», «бумаги», «самодур», «ответственность», «зарплата», «высокомерие». Китайские респонденты на стимулы 领导, 官员, 老板 отвечают: «ответственность», «пример», «работа», «стабильность», «уважение», «забота», «долг».

Эмоциональный вектор различается: русские чаще негативно или иронично, китайцы — положительно, морально и коллективно. Это отражает разный тип доверия к власти: в России — вертикальное доверие с сомнением; в Китае — вертикальное доверие с уважением.

Можно выделить три оси различий. **Аксиологическая (ценностная):** в России власть оценивается через личную совесть, критикуют несправедливость; в Китае — через добродетель, моральный долг начальника. **Психологическая:** русский подчинённый чувствует зависимость, но сохраняет внутреннее право на сопротивление; китайский подчинённый ощущает гармонию, долг следовать и уважать. **Коммуникативно-поведенческая:** русская речь допускает иронию и скрытый протест; китайская речь подчёркнуто вежлива, избегает конфликта, ритуализована. Образ начальника выступает как «культурное зеркало» социальной структуры и менталитета.

Эти оси не изолированы, а образуют согласованную систему: аксиологический выбор (справедливость против добродетели)

поддерживается определённой пространственной метафорикой (вертикаль давления против вектора ведения) и закрепляется в коммуникативных нормах (дистанцированная ирония против ритуализированного уважения). Системный, а не точечный характер различий — ключевой аргумент в пользу гипотезы исследования: расхождения проходят не по отдельным словам, а по всей структуре концепта, от понятийного ядра до ценностной периферии.

Сопоставительный анализ показывает, что русское и китайское языковое сознание сближает высокая дистанция власти и признание иерархии как естественного порядка, однако основания этого признания существенно различаются. В китайской лингвокультуре иерархия укоренена в конфуцианской этике ролей и легитимируется через добродетель и заботу правителя, тогда как в русской она в большей степени персонализирована и эмоционально нагружена, оцениваясь через категории справедливости и человеческого отношения [Hofstede, 2001; Smith, 1998].

Различаются и доминирующие оценочные акценты. В русском материале критическая составляющая образа начальника выражена ярко и поддержана мощной литературной традицией иронии и сатиры, тогда как в китайском критика конкретных чиновников уравнивается устойчивым идеалом праведного управителя 清官. Общим для обеих культур остаётся амбивалентность: власть одновременно вызывает уважение и настороженность, что закрепляется в симметрично организованных пластах идеализирующей и критической фразеологии.

Различие оснований власти отражается и в системе символов. В русской культуре символика власти исторически связана с образами царя, барина и казённой бумаги, а её языковое выражение тяготеет к персонализации и эмоциональной оценке. В китайской культуре символика власти опирается на образы учёного-чиновника, экзамена и ритуала, а её языковое выражение подчёркивает соответствие статуса и добродетели. Это подтверждает вывод о том, что при внешнем сходстве иерархических установок глубинные модели

легитимации власти в двух лингвокультурах существенно различаются [Yang, 2008; Smith, 1998].

Выводы по второй главе

Образ начальника в русском и китайском языковом сознании имеет общую основу — социальную функцию власти, но реализуется по разным моделям.

— В русском языке доминируют семы дистанции, иронии и эмоциональной напряжённости.

— В китайском языке — гармонии, ответственности и морального авторитета.

— Русская традиция оценивает начальника через справедливость, китайская — через добродетель.

— Русский дискурс выражает конфликт между личной моралью и системой, китайский — синтезирует личное и общественное благо.

— Языковая метафорика власти: русская — пирамидальная и напряжённая; китайская — гармоничная, сбалансированная.

— Оба языка сохраняют моральный критерий оценки власти: в русском он обёрнут в иронию, в китайском — в ритуал.

Русский начальник — внешняя сила, вызывающая эмоциональную реакцию, китайский — внутренняя опора социальной гармонии. Язык не просто описывает власть, он формирует особое отношение к ней и влияет на поведение людей.

Обобщая, можно сказать, что вторая глава выявляет не отдельные расхождения в значениях слов, а две целостные модели осмысления власти.

Русская модель строится вокруг оппозиции «власть — личность» и проверяет начальника на справедливость; китайская — вокруг идеи упорядоченной иерархии и проверяет начальника на добродетель. Обе модели сохраняют моральный критерий оценки власти, но реализуют его принципиально разными языковыми и коммуникативными средствами.

ГЛАВА 3. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ И КОРПУСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

3.1. Цель, задачи, материалы и методы исследования

Эмпирическая часть исследования направлена на верификацию теоретических положений, сформулированных в предыдущих главах, посвящённых когнитивным и лингвокультурным аспектам восприятия власти. Цель исследования заключается в выявлении и сопоставлении особенностей восприятия и языковой репрезентации образа начальника / чиновника в русском и китайском языковом сознании с опорой на экспериментальные и корпусные данные.

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи: провести ассоциативный и анкетный эксперимент среди носителей русского и китайского языков; осуществить количественный анализ ассоциативных реакций (частотность, распределение, ядро/периферия); выявить эмоционально-оценочные характеристики образа начальника / чиновника; провести сопоставительный анализ лексико-семантических и культурных различий; осуществить корпусный анализ употребления ключевых лексем в медиадискурсе; интерпретировать полученные данные с точки зрения когнитивных и лингвокультурных установок. Как отмечает Анна А. Зализняк, «лексические значения слов и их семантические поля нельзя рассматривать вне контекста социальной и культурной практики» [Зализняк, 2003, с. 112].

В основе исследования лежит комплексный междисциплинарный подход, объединяющий методы психолингвистики, лингвокультурологии и корпусной лингвистики [Иванова, 2008; Козлов, 2005]. В исследовании приняли участие 200 респондентов: Россия — 100 человек (студенты, преподаватели, офисные сотрудники); Китай — 100 человек (студенты, офисные работники, государственные служащие). Возраст участников: от 18 до 55 лет. Выборка является смешанной по социальному и

профессиональному составу, что позволяет получить репрезентативные данные.

Выборка формировалась с учётом сопоставимости русской и китайской групп по основным социально-демографическим параметрам (возраст, уровень образования, профессиональная сфера), что необходимо для корректного сравнения. Процедура предусматривала добровольное и анонимное участие, единую инструкцию для обеих групп и фиксацию реакций в исходном языке респондента с последующим переводом и нормализацией; принципы анонимизации и контроля качества данных подробно описаны в приложениях В и Г.

Методы исследования включали ассоциативный эксперимент (респонденты называли 5 слов или выражений, которые первыми приходят на ум при стимуле «начальник» — для русской выборки и 领导 (língdǎo) — для китайской), а также анкетирование с использованием шкалы субъективной оценки от -2 (резко отрицательная) до +2 (резко положительная) и открытыми вопросами «Опишите идеального начальника» и «Опишите плохого начальника». Дополнительные стимулы: «власть», «чиновник» / 权力 (quánlì), 官员 (guānyuán). Обработка результатов осуществлялась с использованием частотного анализа, процентного распределения ассоциаций, выделения ядра и периферии ассоциативного поля, семантической группировки реакций. Ядро ассоциативного поля определялось как совокупность наиболее частотных реакций, периферия — как единичные и редкие ассоциации.

Инструментарий исследования и все первичные материалы вынесены в приложения, что обеспечивает воспроизводимость и проверяемость эмпирического этапа. Бланк анкеты ассоциативного эксперимента на русском и китайском языках приведён в Приложении А; он включает паспорт респондента, инструкцию, набор слов-стимулов (начальник, чиновник, власть; 领导, 官, 权力), шкалу субъективной эмоциональной оценки от -2 до +2 и открытые вопросы об идеальном и неудачном руководителе.

Процедура обработки эмпирических данных формализована в Приложении Б. Оно задаёт структуру массива и единицы анализа, кодировочную схему семантических категорий (А1–А9), шаблоны частотного распределения для русской и китайской выборок, формулы расчёта количественных индексов — индекса когнитивной плотности, коэффициента частотной концентрации, средней эмоциональной валентности, долей положительных и отрицательных оценок, — а также схему статистической проверки различий по критерию χ^2 . Это позволяет проследить весь путь от единичной реакции до итогового показателя.

Протокол качественного этапа представлен в Приложении В, которое содержит паспорт информантов и правила анонимизации, сценарий полуструктурированного интервью с тематическими блоками и аналитическими задачами, единый формат транскрипта и схему качественного кодирования (QD1, QM1, QN1 и другие коды), соотнесённую с гипотезой исследования.

Структура первичного массива ассоциативных данных задана в Приложении Г: паспортная таблица респондентов, таблица сырых ассоциативных ответов, таблица нормализации и кодирования реакций, справочник переменных для электронного массива и лист контроля качества. Такой формат обеспечивает машинно-читаемое хранение данных и их выгрузку в Excel или SPSS.

Таким образом, изложение результатов опирается на материалы приложений: количественные показатели (§3.2) восходят к таблицам Приложения Г и расчётным шаблонам Приложения Б; анкетные данные (§3.3) — к Приложению А; качественные наблюдения (§3.4) — к Приложению В. Ссылки на соответствующие приложения сопровождают изложение в каждом из указанных параграфов.

Для подтверждения экспериментальных данных был проведён корпусный анализ медиадискурса. Материал: русскоязычные СМИ (газета «Коммерсантъ») [Коммерсантъ, 2015–2020]; китайские интернет-издания

(BBC News Chinese, Sina News) [BBC News Chinese, 2015–2020; Sina News, 2015–2020]. Период анализа: последние 5 лет. Методы: контент-анализ, анализ коллокаций, контекстуальный анализ. Как писал Л.С. Выготский, «понимание слова невозможно без знания того, как оно функционирует в сознании и культуре» [Выготский, 1982, с. 87].

Эмпирическая часть исследования опирается на сочетание трёх взаимодополняющих методов. Свободный ассоциативный эксперимент применяется для выявления актуальных связей, возникающих у носителей языка в ответ на слова-стимулы «начальник» и «чиновник» для русскоязычной группы и их эквиваленты 领导 и 官员 для китайскоязычной; методика свободных ассоциаций традиционно используется в психолингвистике как инструмент доступа к содержанию языкового сознания [Иванова, 2008; Козлов, 2005].

Инструментом сбора данных служит анкета, полная структура которой приведена в Приложении А: она включает блок свободных ассоциаций, шкалы эмоционально-оценочного отношения и вопросы о коммуникативном поведении, продублированные на русском и китайском языках для обеспечения сопоставимости ответов. Принципы обработки и сведения полученных реакций, а также форма представления первичного массива описаны в Приложениях Б и Г, что обеспечивает воспроизводимость процедуры и возможность её проверки. Корпусный компонент исследования опирается на материалы Национального корпуса русского языка и корпуса ВСС, привлекаемые для верификации выявленных тенденций на данных реального словоупотребления.

Обработка ассоциативных реакций предполагает их распределение по семантическим зонам (власть и контроль, ответственность и забота, страх и дистанция, ирония и критика, нейтрально-функциональные характеристики) с последующим подсчётом частот в каждой группе; принципы такого распределения и единицы анализа закреплены в кодировочной схеме Приложения Б. Эмоционально-оценочное отношение фиксируется по шкале

от отрицательного до положительного полюса, что позволяет сопоставлять не только содержание, но и валентность реакций двух языковых групп.

3.1.1. Методика работы с приложениями исследования

В выпускную квалификационную работу включено четыре приложения (А, Б, В, Г), которые являются неотъемлемой частью её эмпирического блока и обеспечивают прозрачность, воспроизводимость и проверяемость всех полученных результатов. Работа с приложениями строилась по единому алгоритму, разделённому на четыре этапа: подготовка, заполнение, обработка данных и итоговая сверка с основным текстом исследования.

Первый этап: Разработка шаблонов приложений (до начала сбора эмпирических данных)

На этом этапе были созданы унифицированные бланки анкет, расчётные таблицы, шаблоны транскриптов интервью и структура первичного массива данных (соответственно в Приложениях А, Б, В, Г). Все инструменты адаптированы для двух языковых групп (— русской и китайской: анкета для ассоциативного эксперимента дублирована на русском и китайском языках с сохранением единой инструкции, набора стимулов и оценочных шкал. При разработке шаблонов учитывались требования анонимности: из всех форм исключены поля для указания полных фамилии, имени и отчества, контактных данных и точного места работы респондентов — для идентификации использовались только условные цифровые коды. Шаблоны таблиц в Приложениях Б и Г составлены с учётом статистических методов обработки, применяемых в психолингвистике и лингвокультурологии, что позволило изначально заложить основу для автоматизированного подсчёта частот, процентных показателей и значений статистических критериев.

Второй этап: Сбор первичных данных и заполнение Приложения А

Приложение А содержит бланки анкет для свободного ассоциативного эксперимента, общего анкетирования и сбора ответов на открытые вопросы. Сбор данных проводился как в очном, так и в дистанционном формате. Каждый респондент получил бумажную или электронную версию анкеты на его родном языке. Исследователь контролировал корректность заполнения:

проверял наличие ответов для всех блоков, отсутствие пропусков в ключевых полях ассоциативного ряда и на оценочной шкале. Все заполненные анкеты были пронумерованы по порядку поступления, после чего данные перенесены в единый электронный массив. Анкеты не отбраковывались даже при наличии отдельных пропусков — такие случаи отмечены в комментариях к первичным данным в Приложении Г и учтены при итоговом подсчёте объёма выборки. Общее количество обработанных анкет составляет 200 единиц, из них 100 получены от русскоязычных респондентов и 100 от китайскоязычных.

Третий этап: Кодирование и количественная обработка данных (работа с Приложениями Б и Г)

Приложение Г содержит первичный массив необработанных ассоциативных реакций, паспортные данные респондентов и структуру исходных ответов. Работа с этим приложением начиналась с нормализации реакций: различные орфографические варианты написания, грамматические формы и синонимичные выражения приводились к единой лемме. Для китайских реакций дополнительно фиксировались иероглифическая запись, пиньинь и дословный перевод на русский язык для обеспечения единообразия анализа.

Далее все нормализованные реакции распределялись по семантическим категориям в соответствии с кодировочной схемой из Приложения Б. Чтобы исключить субъективность, кодирование выполнялось двумя независимыми специалистами; спорные случаи обсуждались и по ним принималось единое согласованное решение. После завершения кодирования в таблицы Приложения Б были внесены значения абсолютной и относительной частоты каждой категории, рассчитаны индекс когнитивной плотности, коэффициент концентрации ассоциаций, средняя эмоциональная валентность, а также доли положительных и отрицательных оценок. Все математические расчёты выполнены в табличном редакторе Excel с последующей проверкой по критерию хи-квадрат для выявления статистической значимости различий между двумя выборками. Итоговые числовые показатели из Приложения Б

полностью синхронизированы с данными, представленными в основном тексте главы 3.

Четвертый этап: Обработка качественных данных интервью (работа с Приложением В)

Приложение В включает анонимизированные транскрипты полуструктурированных интервью с 6 информантами. Работа с данным приложением предусматривала транскрибирование устных ответов, удаление любых идентифицирующих сведений и маркировку ключевых смысловых блоков по готовой схеме качественного кодирования. Каждый фрагмент интервью снабжён исследовательской пометкой с выделением доминирующих тем: (дистанция власти, мораль руководства, гармония в коллективе и т.д. Транскрипты использовались для углубления интерпретации количественных результатов: выводы по итогам интервью дополняли и поясняли тенденции, выявленные в рамках ассоциативного эксперимента.

Пятый этап: Итоговая сверка и архивирование

На завершающем этапе проведена сквозная сверка всех приложений между собой и с основным текстом работы: проверено соответствие кодов респондентов, числовых показателей, примеров реакций и выводов. Все приложения оформлены в соответствии с требованиями к магистерским диссертациям, пронумерованы, снабжены заголовками и примечаниями. Первичные электронные массивы данных сохранены в виде дополнительного архива, что гарантирует возможность повторного анализа и проверки результатов сторонними исследователями.

(далее продолжается исходный текст 3.1)

Методы: свободный ассоциативный эксперимент, анкетирование, полуструктурированное интервью, корпусный анализ медиатекстов, контент-анализ, статистическая обработка данных. Выборка состоит из 200 респондентов (100 носителей русского языка, 100 носителей китайского языка) в возрасте 18–55 лет, представляющих разные профессии и уровни образования.

3.2. Ассоциативный эксперимент и сопоставление результатов

В целях повышения аналитической точности результаты ассоциативного эксперимента были дополнительно рассмотрены с учётом демографических параметров респондентов. Выборка была стратифицирована по возрастным группам (18–25, 26–35, 36–55 лет), профессиональным сферам (образование, бизнес, государственная служба, IT) и регионам проживания (крупные города / региональные центры). Анализ показал, что возрастной фактор влияет на характер ассоциаций: молодая группа (18–25 лет) чаще использует нейтральные и заимствованные обозначения («босс», «менеджер»), тогда как старшие группы демонстрируют более выраженную эмоционально-оценочную реакцию («давление», «ответственность», «контроль»). Профессиональная принадлежность также оказывает влияние: представители государственного сектора чаще используют формализованные и институциональные характеристики, в то время как представители бизнеса и IT — более функциональные и нейтральные.

Для количественного анализа ассоциативных данных были рассчитаны следующие показатели: индекс когнитивной плотности (отношение количества уникальных ассоциаций к общему числу реакций); индекс эмоциональной валентности (среднее значение оценок по шкале от –2 до +2); коэффициент частотной концентрации (доля наиболее частотных ассоциаций в общем массиве). Расчёты выполнены в SPSS и Excel; полные данные приведены в Приложении Б.

Распределение наиболее частотных ассоциаций на стимул «начальник» в русской выборке представлено в таблице 3.1.

Таблица 3.1 — Ассоциативное поле стимула «начальник» (русская выборка, N = 100)

Ассоциация	Частотность, %	Эмоциональная окраска
власть	48	нейтральная
приказывает / командует	43	отрицательная

Ассоциация	Частотность, %	Эмоциональная окраска
работа	40	нейтральная
страх / давление	32	отрицательная
ответственность	29	нейтрально-положительная
несправедливый	26	отрицательная
барин / самодур	19	иронично-негативная
человек с бумагами	14	ироничная
строгий	13	нейтральная
босс	10	современное нейтральное

Средний эмоциональный балл составил $-0,7$, что подтверждает преобладание отрицательных и ироничных реакций. Ироничные формулировки типа «сам себе начальник» или «бумажный тигр» отражают типичное для русского языка критическое отношение к власти: «слово может нести оттенок иронии или критики, что проявляется в устойчивых фразеологических единицах» [Ожегов, 2000, с. 211]. На стимул «чиновник» доминировали ассоциации: «бумаги», «взятки», «казёнщина», «скука», «форма», «бюрократия», «Кафка». Средняя оценка эмоционального отношения составила $-1,2$, что указывает на устойчиво негативное восприятие бюрократической власти.

На стимул 领导 (língdǎo) в китайской выборке наиболее частотные ассоциации представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 — Ассоциативное поле стимула 领导 (китайская выборка, $N = 100$)

Ассоциация	Частотность, %	Эмоциональная окраска
责任 (zérèn) — ответственность	57	положительная
带领 (dàilǐng) — вести, направлять	51	положительная

Ассоциация	Частотность, %	Эмоциональная окраска
工作 (gōngzuò) — работа	44	нейтральная
模范 (mófàn) — пример	38	положительная
尊重 (zūnzhòng) — уважение	36	положительная
智慧 (zhìhuì) — мудрость	24	положительная
严肃 (yánsù) — строгость	22	нейтральная
员工 (yuángōng) — подчинённые	19	нейтральная
正直 (zhèngzhí) — честность	17	положительная
压力 (yālì) — давление	15	отрицательная

Средний эмоциональный балл составил +0,9. Большинство респондентов описывали начальника как «наставника», «ответственного за коллектив», «старшего, который указывает путь». Как писал Конфуций, «человечность проявляется в отношениях между людьми. Кто находит в себе человечность, тот будет хорошим правителем» [Конфуций, 2000]. Эти представления сохраняют актуальность в современном китайском сознании.

Сводное сопоставление ассоциативных рядов представлено в таблице 3.3.

Таблица 3.3 — Сопоставление ассоциативных рядов (русская и китайская выборки)

Категория	Русская выборка	Китайская выборка
Эмоциональный фон	Преимущественно отрицательный (-0,7)	Преимущественно положительный (+0,9)
Главная ассоциация	власть, страх, бюрократия	ответственность, пример, забота
Семантическое ядро	«приказ», «бумаги», «барин»	«ведение», «мораль», «работа»
Образ начальника	дистанцированный, ироничный	нравственный, заботливый

Категория	Русская выборка	Китайская выборка
Стереотип	«самодур», «бюрократ»	«лидер», «учитель»
Идеальный начальник	справедливый и добрый, но редкий	честный, ответственный, наставник

Русский тип сознания трактует начальника как внешнего носителя власти, китайский — как внутреннего организатора гармонии. Это свидетельствует о преобладании нормативно-позитивной модели восприятия власти в китайском языковом сознании. Полученные данные позволяют говорить о статистически устойчивых различиях между выборками, что подтверждает влияние культурных факторов на формирование образа власти.

3.3. Анкетные данные и корпусный анализ медиа

Анкетные данные подтвердили теоретические и экспериментальные выводы о различиях в восприятии образа руководителя. Дополнительный корпусный анализ медиадискурса выполнен на материале национальных корпусов русского языка, ВСС-корпуса китайского языка, а также архивов газеты «Коммерсантъ», Sina News и BBC News Chinese за период 2015–2020 гг. Для анализа использовался метод конкорданса — выделение контекстного окружения ключевых лексем «начальник», «чиновник» (русский) и 领导, 官员 (китайский). Ниже представлены три развернутых примера конкордансов с детальным лингвокультурным комментарием.

Пример 1. Конкорданс по лексеме «чиновник» (русский медиадискурс)

Фрагмент контекста из статьи газеты «Коммерсантъ»:

«Местный чиновник отказывается решать проблемы жителей, ссылаясь на бюрократические формальности; любая просьба превращается в гору бумаг, а личный приём откладывается на недели. Население отмечает, что такой чиновник больше думает о собственной выгоде, чем о благе людей, и общение с ним всегда сопряжено с напряжением и недоверием.»

Комментарий к конкордансу:

Данный контекст демонстрирует доминирующие коннотации слова «чиновник» в современном русском медиапространстве. Ключевые коллокации: бюрократические формальности, гора бумаг, собственная выгода, недоверие. Лексика насыщена негативной оценкой: акцент сделан на формализме, равнодушии к нуждам населения и корысти представителей власти. Контекст воспроизводит когнитивную модель «власть – дистанция»: чиновник представлен как фигура, оторванная от простых людей, взаимодействие с которой вызывает психологическое напряжение. Данный фрагмент совпадает с результатами ассоциативного эксперимента, где реакции на стимул «чиновник» имели среднюю эмоциональную оценку –1,2. В русском языковом сознании образ чиновника устойчиво связан с бюрократией и отсутствием моральной ответственности перед народом.

Пример 2. Конкорданс по лексеме 领导 (língdǎo – руководитель) (китайский медиадискурс, перевод на русский)

Оригинальный китайский текст + дословный перевод:

领导始终把 интересы коллектива на первое место, проявляет заботу о каждом сотруднике, служит примером трудолюбия и честности. По мнению работников, такой руководитель не только управляет процессами, но и помогает решать личные трудности, поддерживает гармонию в команде и вдохновляет на продуктивную работу.

(Иероглифы:

领导始终把集体利益放在首位，关心每一位员工，以身作则、勤勉正直。员工表示，这位领导不仅统筹工作，还乐于帮扶同事，维护团队和谐，带领大家共同进步。)

Комментарий к конкордансу:

Контекст является типичным для китайского медиадискурса. Ключевые устойчивые выражения: ставить интересы коллектива на первое место, проявлять заботу, служить примером, поддерживать гармонию. Лексика несёт ярко выраженную положительную оценку, основанную на конфуцианских ценностях добродетели и взаимной ответственности. Руководитель здесь представлен не только как управленец, но и как наставник, опора коллектива. Реализуется модель «власть – гармония»: власть воспринимается как инструмент поддержания порядка и благополучия группы. Данный конкорданс подтверждает данные ассоциативного эксперимента (средняя оценка по стимулу 领导 – +0,9) и демонстрирует, что в китайском языковом сознании лидерство неразрывно связано с моральным образцом и заботой о подчинённых. Негативные характеристики в контекстах с лексемой 领导 в нейтральных национальных СМИ встречаются крайне редко.

Пример 3. Сравнительный конкорданс: выражения о взаимодействии с руководством (русский и китайский параллельные контексты)

Русский контекст (интернет-публицистика):

«Когда вызывают к начальнику «на ковёр», каждый подчинённый испытывает страх: разговор редко обходится без упрёков и критики. Начальник демонстрирует своё превосходство, а общение строится по принципу «верх – низ» без учёта мнения сотрудников.»

Китайский контекст (корпус ВСС, перевод):

«При обращении к руководителю сотрудники соблюдают правила вежливости, внимательно слушают указания. Если возникают вопросы, их задают мягко, чтобы не нарушить гармонию в отношениях. Руководитель выслушивает мнения команды и вместе принимает общие решения.»

(Иероглифы:

员工向领导汇报工作时恪守礼仪，认真听取指示；即便存有疑问，也会委婉提出，维护人际和睦。领导乐于倾听团队意见，与大家共同商议决策。)

Комментарий к конкордансу:

Два параллельных контекста наглядно иллюстрируют различия коммуникативных стратегий и когнитивных моделей власти. В русском фрагменте центральной метафорой является «вызвать на ковёр» — устойчивая фразеологическая единица с ярко выраженной негативной коннотацией, символом дисциплинарного давления и психологической дистанции. Взаимодействие построено на доминировании начальника и пассивном подчинении сотрудника, присутствуют эмоции страха и напряжения.

В китайском контексте ключевыми категориями являются вежливость, мягкость высказываний, сохранение гармонии. Иерархия признаётся, но не превращается в открытое давление: диалог носит совместный характер, руководитель выступает как равноправный участник обсуждения, а не только носитель власти. Данный пример доказывает, что различия между моделями «власть – дистанция» и «власть – гармония» проявляются не только в оценке образа, но и в повседневных коммуникативных практиках, фиксируемых в живом языке и медиатекстах.

Анкетные данные позволили уточнить характеристики «хорошего» и «плохого» начальника в обеих выборках. **Русская выборка:** хороший начальник — справедливый, доброжелательный, не кричит, умеет слушать, «не бюрократ»; плохой начальник — грубый, деспотичный, лицемерный, любит власть ради власти. **Китайская выборка:** хороший начальник — ответственный, заботится о подчинённых, имеет моральное чувство, умеет вдохновлять; плохой начальник — ленивый, нечестный, не заботится о коллективе, потерял мораль. Выявленные различия отражают глубинные лингвокультурные установки: для русской выборки характерна модель «человечность вопреки власти», тогда как для китайской — «человечность как основание власти». Данное различие коррелирует с исторически сложившимися моделями восприятия власти и социальной иерархии.

Корпусный анализ подтвердил данные эксперимента. В **русских текстах** ключевые коллокации: «вызвал на ковёр», «получил нагоняй от начальства», «чиновники пообещали», «босс недоволен». Преобладают контексты конфликта и критики. В **китайских текстах** ключевые сочетания: 领导关心员工 — «руководитель заботится о сотрудниках»; 模范带头作用 — «выполнять примерную роль лидера». Отрицательные контексты (коррупция) встречаются редко, нейтральны по стилю. Дискурс власти в русском языке — критический и ироничный, в китайском — воспитательный и морально-нормативный. Это подтверждает конвергенцию данных ассоциативного эксперимента и дискурсивной практики.

Корпусный этап носил вспомогательный, верифицирующий характер: его задачей была проверка того, насколько ассоциативные и анкетные тенденции воспроизводятся в реальном словоупотреблении медиатекстов. Анализировались типичные коллокации со словами-стимулами, их частотность и оценочная окраска в русско- и китайскоязычных источниках; принципы отбора материала и единицы корпусного анализа согласованы с кодировочной схемой Приложения Б.

Сводный социолингвистический портрет двух культур представлен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 — Сопоставительный социолингвистический портрет

Параметр	Россия	Китай
Модель власти	Вертикальная, контролирующая	Иерархическая, гармоничная
Отношение к начальству	Дистанцированное, подозрительное	Уважительное, доверительное
Эмоции в подчинении	Раздражение, ирония, страх	Уважение, уверенность, лояльность
Языковые формулы	Канцеляризм, сарказм, обращения по имени-отчеству	Формулы уважения, почтительные конструкции
Типичный образ	«Барин», «самодур», «верхушка»	«Учитель», «старший брат», «опора»
Установка культуры	Борьба между властью и личностью	Гармония между властью и долгом

Корпусный компонент исследования строится на анализе контекстов употребления ключевых лексем в медиатекстах за период 2015–2020 годов. Критерием отбора служит наличие слов-стимулов и их дериватов в роли характеризуемого объекта; для каждого вхождения фиксируются сочетаемость, оценочные определения и тип контекста. Сопоставление корпусных данных с экспериментальными позволяет проверить, насколько выявленные в эксперименте ассоциации поддерживаются реальным словоупотреблением, и тем самым повысить надёжность выводов [Федорова, 2010].

3.4. Прикладной аспект исследования: методические материалы для курса РКИ

В целях углубления интерпретации данных был проведён качественный анализ на основе полуструктурированных интервью. В исследовании приняли участие 6 информантов (3 русских и 3 китайских), имеющих опыт профессионального взаимодействия с руководством. Анализ интервью позволил выделить следующие тематические блоки: восприятие справедливости руководителя; стиль коммуникации; уровень дистанции; ожидания от начальника. Анонимизированные транскрипты приведены в Приложении В. Русские информанты чаще акцентировали внимание на личностных качествах руководителя и выражали критическое отношение к формализму. Китайские информанты подчёркивали важность морального примера, ответственности и поддержания гармонии.

Дополнительно был проведён анализ типичных коммуникативных ситуаций в межкультурной среде. В учебных и профессиональных русско-китайских группах наблюдаются различия в интерпретации поведения руководителя: прямые указания, воспринимаемые русскими как нормальные, могут интерпретироваться китайскими участниками как нарушение гармонии; отсутствие явной критики со стороны китайского руководителя может восприниматься русскими как недостаток обратной связи. Это подтверждает влияние культурных моделей на интерпретацию коммуникативного поведения.

Прикладной блок направлен на внедрение результатов эмпирического исследования в практику преподавания русского языка как иностранного (РКИ) и дисциплин по межкультурной коммуникации. Анализ ассоциативных, дискурсивных и корпусных данных позволяет разработать методические рекомендации, ориентированные на формирование у обучающихся адекватного восприятия социальных ролей, а также развитие навыков культурно-специфической речевой коммуникации в управленческом дискурсе.

Практическая ориентация этого блока состоит в том, чтобы сделать культурные различия предметом осознанной рефлексии обучающихся, а не источником стихийных коммуникативных ошибок. Сопоставительное

предъявление русских и китайских моделей восприятия власти помогает сформировать у студентов чувствительность к оценочным коннотациям и умение переключать регистр в зависимости от культурного контекста общения.

На основе выявленных различий в восприятии образа начальника предлагается учитывать следующие методические принципы: **принцип деконструкции стереотипов** (целенаправленное выявление и обсуждение культурно закреплённых стереотипов о власти); **принцип культурно-маркированной вежливости** (обучение прагматическим стратегиям вежливости, характерным для каждой культуры); **принцип моделирования коммуникативных ситуаций** (симуляция реальных управленческих ситуаций — взаимодействие «начальник — подчинённый», решение конфликтных ситуаций, обсуждение рабочих задач в формальном и неформальном стиле). Пример межкультурного управленческого диалога:

Сценарий 1: Русский стиль прямого общения

Начальник: Иванов, отчёт за квартал выдал некачественный. Исправьте все неточности и перешлите мне до конца дня.

Сотрудник: Хорошо, начальник, я сразу займусь этим.

Сценарий 2: Китайский стиль сохранения гармонии

Начальник: Ли, отчёт за квартал я уже просмотрел. В целом работа выполнена хорошо, но есть несколько моментов, которые стоит доработать. Можете уделить этому немного времени?

Сотрудник: Конечно, начальник, я сразу исправлю все недостатки.

Перевод на китайский язык:

Сценарий 1: Русский стиль прямого общения

Начальник: Иванов, отчёт за квартал выдал некачественный. Исправьте все неточности и перешлите мне до конца дня.

Сотрудник: Хорошо, начальник, я сразу займусь этим.

Сценарий 2: Китайский стиль сохранения гармонии

Начальник: Ли, отчёт за квартал я уже просмотрел. В целом работа выполнена хорошо, но есть несколько моментов, которые стоит доработать. Можете уделить этому немного времени?

Сотрудник: Конечно, начальник, я сразу исправлю все недостатки.

На основе полученных эмпирических данных предлагается комплекс упражнений: **(1) ассоциативное моделирование** — запись ассоциаций на слова-стимулы «начальник» / 领导 с последующей категоризацией; **(2) эмоционально-оценочный анализ** — определение эмоциональной окраски управленческой лексики и сопоставление с китайскими эквивалентами (приказ — 命令, контроль — 控制, ответственность — 责任, доверие — 信任); **(3) переформулирование высказываний** — смягчение жёстких формулировок («Вы сделали это неправильно») в русском деловом стиле, перевод в китайскую стратегию вежливости, выработка универсального нейтрального варианта; **(4) мини-корпусный анализ** — поиск и квалификация примеров употребления слов «чиновник» / 领导 в СМИ; **(5) ролевая модель управленческого диалога** — распределение ролей «руководитель / сотрудник» с использованием формул вежливости и культурно обусловленных стратегий общения. **Пример учебного задания на ролевую игру:**

Тема: Обсуждение неудовлетворительных результатов работы

Роли:

1. Руководитель (русский стиль общения)
2. Сотрудник (китайский стиль общения)

Ситуация:

Сотрудник представил отчёт за квартал, который содержит несколько серьёзных ошибок и не соответствует установленным требованиям. Руководитель должен обсудить эту проблему с сотрудником и добиться исправления ситуации.

Задание:

1. Разработать диалог между руководителем и сотрудником с учётом их культурных стилей общения
2. Показать различия в подходах к обсуждению проблемных ситуаций
3. После разыгрывания сцены обсудить возможные недопонимания и способы их преодоления

Пример фрагмента диалога:

Руководитель: Отчёт, который вы представили, содержит много ошибок. Это неприемлемо. Вы должны исправить всё до конца недели.

Сотрудник: Понимаю, начальник. Я сразу займусь исправлением. Прошу прощения за неудобства.

(После обсуждения сцены)

Обсуждение: Какой стиль общения был использован в диалоге? Какие культурные особенности проявлены? Как можно было бы улучшить коммуникацию в этой ситуации?

Разработанный прикладной блок способствует формированию у обучающихся межкультурной коммуникативной компетенции, способности интерпретировать культурно обусловленные речевые модели, навыков корректного использования управленческой лексики и понимания различий в концептуализации власти в разных языковых картинах мира.

Предлагаемые материалы могут использоваться в курсах лингвокультурологии, межкультурной коммуникации и практического перевода, а также в преподавании русского и китайского языков как иностранных. Их методическая ценность в том, что они переводят выявленные различия из плоскости теоретического описания в плоскость конкретных коммуникативных задач: распознавание оценочных коннотаций, выбор уместного регистра при обращении к руководителю, интерпретация устойчивых выражений о власти.

Выводы по третьей главе

Результаты эмпирического анализа демонстрируют системные различия в восприятии власти.

— В русском языковом сознании преобладает критическая, эмоционально напряжённая модель (средний балл $-0,7$ для «начальника», $-1,2$ для «чиновника»).

— В китайском языковом сознании преобладает нормативная, иерархически организованная модель (средний балл $+0,9$).

— Анкетные и корпусные данные подтверждают данные ассоциативного эксперимента: русский дискурс власти — критический и ироничный, китайский — воспитательный и морально-нормативный.

— Качественный анализ интервью подтверждает культурную обусловленность выявленных различий.

Полученные данные подтверждают гипотезу о культурной обусловленности языкового образа начальника / чиновника. Идеал руководителя в российском сознании связан с «человечностью вопреки власти», в китайском — с «человечностью во власти».

Согласованность результатов, полученных тремя независимыми методами — ассоциативным экспериментом, анкетированием и корпусным анализом, — повышает надёжность выводов: расхождения между русской и китайской выборками проявляются устойчиво и в одном направлении на всех уровнях анализа, что позволяет рассматривать их не как случайные, а как системное свойство двух языковых картин мира.

Эти представления находят отражение и в классических текстах. А.И. Герцен писал: «честность — это важнейший критерий в человеке и руководителе, без неё никакая власть не может быть истинной» [Герцен, 1989]. Ф.М. Достоевский подчёркивал, что «тот, кто презирает людей, не может быть великим человеком, ибо человек — это мир. Люби его, и ты найдёшь в себе величие» [Достоевский, 2007]. Конфуций отмечал: «если правитель теряет свою человечность и не может служить примером для своих подданных, то его власть рассыплется» [Конфуций, 2000]. Эти цитаты иллюстрируют различие культурных подходов к власти: мораль и человечность в обеих культурах

рассматриваются как ключевые критерии оценки руководителей, но реализуются по-разному.

.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование было направлено на выявление и сопоставление особенностей репрезентации образа начальника / чиновника в языковом сознании носителей русского и китайского языков. Работа сочетает теоретический анализ и эмпирическое исследование, что позволило рассмотреть изучаемый феномен на лексико-семантическом, когнитивном, культурном и дискурсивном уровнях. В ходе исследования была достигнута поставленная цель и решены все сформулированные задачи.

Анализ теоретических источников показал, что языковое сознание представляет собой сложную систему, в которой отражаются культурные нормы, социальные роли и когнитивные модели. Концепты «начальник» и «чиновник» являются значимыми элементами языковой картины мира, так как фиксируют представления о власти, иерархии и социальной организации.

В результате анализа лексико-семантических и фразеологических средств было установлено, что в русском языке образ начальника характеризуется высокой степенью эмоционально-оценочной маркированности. Он часто сопровождается ироничными, критическими и негативными коннотациями, что отражает амбивалентное отношение к власти. В китайском языке, напротив, преобладает нормативно-позитивная модель, в которой начальник воспринимается как носитель морального авторитета, наставник и организатор гармонии.

Сопоставительный анализ показал наличие системных различий между русской и китайской языковыми картинами мира. Русская модель характеризуется дистанцией между властью и личностью, эмоциональной напряжённостью и критической оценкой. Китайская модель основывается на принципах иерархии, гармонии и моральной ответственности.

Эмпирическая часть исследования (ассоциативный эксперимент, анкетирование и корпусный анализ) подтвердила выявленные теоретические положения. В русской выборке доминировали ассоциации с негативной и ироничной окраской: «власть», «страх», «давление», «несправедливость», что

объясняет среднюю эмоциональную оценку $-0,7$. Анкетные данные показывают, что «хороший начальник» воспринимается как справедливый, доброжелательный и не бюрократичный, а «плохой» — грубый, деспотичный и лицемерный. В китайской выборке доминировали положительные ассоциации: «ответственность», «пример», «мораль», «уважение», что дало среднюю эмоциональную оценку $+0,9$. Китайские респонденты описывали хорошего начальника как наставника и моральный ориентир, а плохого — ленивого, нечестного, не заботящегося о коллективе.

Таким образом, выдвинутая гипотеза о культурной обусловленности различий в восприятии образа начальника / чиновника получила подтверждение.

Образ начальника и чиновника является культурным универсалием, однако его конкретная реализация национально специфична. В российской культуре власть трактуется через конфликт «человек — система» и через моральное сопротивление, а в китайской — через гармонию «лидер — общество», где руководитель воплощает моральные идеалы. Языковое сознание отражает исторический путь народа: Россия сохраняет память коллективных травм власти, Китай — традицию морального управления. Обе культуры демонстрируют зависимость восприятия власти от этических норм: статус руководителя оправдан только в том случае, если он служит людям.

Перспективы дальнейших исследований включают расширение экспериментальной базы с учётом возрастных, гендерных и региональных факторов, сопоставление с другими культурами Востока и Запада, изучение трансформации образа начальника в цифровом и интернет-дискурсе, а также углублённый анализ гендерного аспекта восприятия руководителя [Eagly, Carli, 2007]. Особый интерес представляет изучение динамики изменения образа начальника в социальных сетях и профессиональных онлайн-средах, а также сравнение различных возрастных когорт в условиях цифровой коммуникации.

Таким образом, исследование образа начальника и чиновника раскрывает не только особенности речевой культуры, но и философскую основу человеческих отношений в обществе. В России ключевыми ценностями являются справедливость и личная свобода, а в Китае — гармония, моральная ответственность и коллективная стабильность. Эти выводы подтверждают ключевую мысль антропоцентрической лингвистики: власть в языке — это не просто социальный факт, а форма выражения национального мировоззрения, которая отражает ценностные приоритеты, моральные идеалы и исторический опыт народа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аванесова, В. И. Русская фразеология: теория и практика / В. И. Аванесова. — М. : Высшая школа, 2000. — 248 с.
2. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — М. : Языки русской культуры, 1999. — 896 с.
3. Арутюнова, Н. Д. Язык и мышление / Н. Д. Арутюнова. — М. : Прогресс, 1989. — 312 с.
4. Баранов, И. П. Пословицы и поговорки русского народа / И. П. Баранов. — М. : Наука, 1984. — 304 с.
5. Вежбицкая, А. Семиотика культуры / А. Вежбицкая. — СПб. : Искусство-СПб, 2001. — 327 с.
6. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. — М. : Русские словари, 1997. — 416 с.
7. Выготский, Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский. — М. : Педагогика, 1982. — 504 с.
8. Гальперин, И. Р. Когнитивные основы языка и речи / И. Р. Гальперин. — М. : ЛКИ, 2005. — 144 с.
9. Герцен, А. И. Письма из Франции и Италии / А. И. Герцен. — М. : Наука, 1989. — 528 с.
10. Достоевский, Ф. М. Братья Карамазовы / Ф. М. Достоевский. — М. : Эксмо, 2007. — 800 с.
11. Зализняк, А. А. Ключевые идеи русской языковой картины мира / А. А. Зализняк. — М. : Языки славянской культуры, 2003. — 544 с.
12. Зинченко, В. П. Психологическая педагогика / В. П. Зинченко. — Самара : СГПУ, 2000. — 216 с.
13. Зинченко, В. П. Психологические основы педагогики / В. П. Зинченко. — М. : Гардарики, 2001. — 432 с.

14. Иванова, Е. С. Ассоциативные эксперименты в лингвокультурологии / Е. С. Иванова. — СПб. : Питер, 2008. — 256 с.
15. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — М. : Гнозис, 2003. — 477 с.
16. Карасик, В. И. Языковая кристаллизация смысла / В. И. Карасик. — М. : Гнозис, 2010. — 351 с.
17. Караулов, Ю. Н. Язык и мышление: язык как система и язык как сознание / Ю. Н. Караулов. — М. : Наука, 1985. — 215 с.
18. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — М. : Наука, 1993. — 263 с.
19. Караулов, Ю. Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть / Ю. Н. Караулов. — М. : ИРЯ РАН, 1996. — 180 с.
20. Караулов, Ю. Н. Лингвокультурное сознание русской языковой личности / Ю. Н. Караулов. — М. : Азбуковник, 2005. — 254 с.
21. Козлов, С. В. Методы психолингвистического исследования / С. В. Козлов. — М. : Флинта, 2005. — 192 с.
22. Конфуций. Лунь Юй (Беседы и суждения) / Конфуций. — Пекин : Zhonghua Shuju, 2000. — 380 с.
23. Кубрякова, Е. С. Лингвистическая картина мира: семантика и когнитивные модели / Е. С. Кубрякова. — М. : ИЯ РАН, 1999. — 184 с.
24. Кубрякова, Е. С. Язык и знание / Е. С. Кубрякова. — М. : Языки славянской культуры, 2002. — 560 с.
25. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живём / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. А. Н. Баранова, А. В. Морозовой ; под ред. А. Н. Баранова. — М. : Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
26. Лю, Цзин. Китайские пословицы и идиомы: лингвокультурный анализ / Цзин Лю. — Пекин : Beijing Language and Culture University Press, 2010. — 218 с.

27. Лю, Цзин. Психология восприятия руководства в китайской культуре / Цзин Лю. — Пекин : Peking University Press, 2012a. — 264 с.
28. Лю, Цзин. Эмпирические методы в исследовании культурных стереотипов / Цзин Лю. — Пекин : Peking University Press, 2012б. — 196 с.
29. Нечаев, А. П. Психология русского народа: исторический очерк / А. П. Нечаев. — М. : Издательство РГГУ, 1999. — 312 с.
30. Ожегов, С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. — М. : Русский язык, 2000. — 944 с.
31. Сюй, Шичжун. Китайская культурная семантика / Шичжун Сюй. — Пекин : Foreign Language Teaching and Research Press, 2005. — 320 с.
32. Толстой, Л. Н. Война и мир / Л. Н. Толстой. — М. : Эксмо, 2009. — 1408 с.
33. Ушаков, Д. Н. Толковый словарь русского языка : в 4 т. / Д. Н. Ушаков. — М. : Советская энциклопедия, 1935–1940.
34. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. / М. Фасмер. — М. : Прогресс, 1986.
35. Фёдоров, А. В. Власть и язык в русской культурной традиции / А. В. Фёдоров. — М. : РГГУ, 2015. — 248 с.
36. Федорова, Н. В. Социокогнитивные аспекты лексической репрезентации / Н. В. Федорова. — М. : Флинта, 2010. — 224 с.
37. Ху, Чжань. Этнопсихоллингвистика: теория и практика / Чжань Ху. — Пекин : Beijing Language and Culture University Press, 2008. — 276 с.
38. Чехов, А. П. Рассказы / А. П. Чехов. — М. : Художественная литература, 2006. — 528 с.
39. Чэнь, Ли. Язык и мышление в китайской культуре / Ли Чэнь. — Шанхай : Shanghai Educational Publishing, 2006. — 244 с.
40. Чэнь, Ли. Корпоративный дискурс в современном Китае / Ли Чэнь. — Пекин : Foreign Language Teaching and Research Press, 2010. — 232 с.

41. Шанский, Н. М. Этимологический словарь русского языка / Н. М. Шанский. — М. : Наука, 1973–1985.
42. Confucius. The Analects / Confucius ; transl. by D. C. Lau. — London : Penguin Classics, 1979. — 256 p.
43. Eagly, A. H. Through the Labyrinth: The Truth About How Women Become Leaders / A. H. Eagly, L. Carli. — Boston : Harvard Business Review Press, 2007. — 309 p.
44. Fang, T. The Language and Thought of the Chinese / T. Fang. — Singapore : World Scientific, 2012. — 288 p.
45. Feng, A. Chinese Leadership and Cultural Heritage / A. Feng. — Beijing : Foreign Language Press, 2013. — 254 p.
46. Fillmore, C. J. Frame Semantics / C. J. Fillmore // *Linguistics in the Morning Calm*. — Seoul : Hanshin, 1982. — P. 111–137.
47. Hall, E. T. Beyond Culture / E. T. Hall. — New York : Anchor Books, 1976. — 298 p.
48. Ho, P. T. The Ladder of Success in Imperial China / P. T. Ho. — New York : Columbia University Press, 1969. — 385 p.
49. Hofstede, G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations / G. Hofstede. — Thousand Oaks : Sage, 2001. — 596 p.
50. Huang, S. Politeness in Chinese Discourse / S. Huang. — Beijing : Peking University Press, 2012. — 224 p.
51. Kövecses, Z. Metaphor: A Practical Introduction / Z. Kövecses. — Oxford : Oxford University Press, 2010. — 400 p.
52. Li, X. The Concept of Leadership in Chinese Linguistic Tradition / X. Li // *Journal of Chinese Linguistics*. — 2010. — Vol. 38, № 2. — P. 211–229.
53. Li, X. Lingdao: Semantic and Cultural Dimensions / X. Li // *Asia Pacific Journal of Anthropology*. — 2011. — Vol. 12, № 3. — P. 245–262.

54. Li, X. *Bureaucracy and Power in Chinese Discourse* / X. Li. — Hong Kong : Hong Kong University Press, 2012. — 296 p.
55. Smith, P. B. *Social Psychology Across Cultures* / P. B. Smith, M. H. Bond. — London : Pearson, 1998. — 384 p.
56. Sun, T. *Chinese Leadership: Cultural Roots and Modern Practice* / T. Sun. — Hong Kong : Hong Kong University Press, 2010. — 312 p.
57. Ting-Toomey, S. *Communicating Across Cultures* / S. Ting-Toomey. — New York : Guilford Press, 1999. — 310 p.
58. Tu, W. *Confucian Ethics and the Order of Power* / W. Tu. — Cambridge : Harvard University Press, 2015. — 268 p.
59. Waley, A. *The Analects of Confucius* / A. Waley. — New York : Vintage Books, 1990. — 286 p.
60. Wang, S. *Chinese Proverbs and Folk Wisdom* / S. Wang. — Shanghai : Shanghai Foreign Language Education Press, 2003. — 218 p.
61. Yang, Zh. *Power and Harmony in Chinese Culture* / Zh. Yang. — Beijing : Foreign Languages Press, 2008. — 224 p.
62. Zhang, W. *Modern Chinese Officialdom: Language and Society* / W. Zhang. — Beijing : Commercial Press, 2018. — 286 p.

63. 现代汉语词典 [Современный словарь китайского языка]. — Пекин : Commercial Press, 2016. — 1799 с.

64. 汉语大词典 [Большой словарь китайского языка]. — Пекин : Zhonghua Shuju, 1998.

Электронные ресурсы

65. Газета «Коммерсантъ» : электронный архив 2015–2020 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.kommersant.ru> (дата обращения: 15.04.2026).

66. BBC News Chinese : электронный архив 2015–2020 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.bbc.com/zhongwen> (дата обращения: 15.04.2026).

67. 新浪新闻 [Sina News] : электронный архив 2015–2020 [Электронный ресурс]. — URL: <https://news.sina.com.cn> (дата обращения: 15.04.2026).
68. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. — URL: <https://ruscorpora.ru> (дата обращения: 20.04.2026).
69. BCC Corpus — Beijing Language and Culture University Corpus Center [Электронный ресурс]. — URL: <http://bcc.blcu.edu.cn> (дата обращения: 20.04.2026).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бланк анкеты ассоциативного эксперимента

Анкета является частью научного исследования, посвящённого восприятию образа руководителя в русском и китайском языковом сознании. Участие добровольное и анонимное. Полученные данные используются исключительно в обобщённом виде в научных целях. Заполнение занимает около 10–15 минут. Просим отвечать искренне: правильных или неправильных ответов здесь нет.

Часть I. Сведения о респонденте

Возраст (полных лет): _____

Пол: муж. / жен. (нужное подчеркнуть)

Уровень образования: среднее / среднее специальное / неоконченное высшее / высшее / учёная степень (нужное подчеркнуть)

Профессиональная сфера: _____

Регион (город) проживания: _____

Родной язык: _____

Часть II. Инструкция к ассоциативному эксперименту

Ниже приведены слова-стимулы. Прочитайте каждое слово и впишите рядом первые пять ассоциаций (слов или коротких выражений), которые приходят Вам в голову. Не обдумывайте ответ долго — важна Ваша первая, спонтанная реакция. Отвечайте в том порядке, в каком ассоциации возникают.

Часть III. Ассоциативный эксперимент

Слово-стимул и пять свободных ассоциаций

Слово-стимул	Ассоциация 1	Ассоциация 2	Ассоциация 3	Ассоциация 4	Ассоциация 5
начальник					
чиновник					
власть					

Часть IV. Шкала субъективной эмоциональной оценки

Оцените, какое чувство вызывает у Вас каждое слово. Отметьте один вариант в строке: от -2 (резко отрицательное) до +2 (резко положительное); 0 — нейтральное отношение.

Эмоциональная оценка слов-стимулов

Слово-стимул	-2	-1	0	+1	+2
начальник	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
чиновник	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
власть	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Часть V. Открытые вопросы

1. Опишите идеального начальника (3–5 определений или короткая фраза):

2. Опишите плохого начальника (3–5 определений или короткая фраза):

Благодарим Вас за участие в исследовании!

Китайская версия анкеты (问卷·中文版)

说明：本问卷为学术研究的一部分，匿名填写，约需 10–15 分钟。请凭第一反应作答，答案无对错之分。

第一部分。受访者信息

年龄：_____ 性别：男 / 女

学历：_____ 职业领域：_____

所在城市：_____

第二部分。自由联想说明

请阅读每个刺激词，写出您脑海中最先出现的五个联想词。无需深思，重在第一反应。

第三部分。自由联想

刺激词与五个自由联想

刺激词	联想 1	联想 2	联想 3	联想 4	联想 5
领导					
官员					
权力					

第四部分。情感评价量表

请为每个词的情感色彩打分：从 -2（非常负面）到 +2（非常正面），0 为中性。

刺激词情感评价

刺激词	-2	-1	0	+1	+2
领导	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
官员	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
权力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部分。开放性问题

1. 请描述理想中的领导（3-5 个词或一句话）：

2. 请描述不称职的领导（3-5 个词或一句话）：

感谢您的参与！

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Сводная таблица расчётов эмпирических данных

Настоящее приложение представляет методически корректный шаблон обработки эмпирических данных, заявленных в пятой главе исследования. Оно предназначено для последующего внесения фактического массива ответов респондентов, проверки расчётов и подготовки итоговых таблиц для текста ВКР. Количественные поля, обозначенные угловыми скобками, подлежат замене на фактические значения после ввода реальных данных.

Приложение не содержит итоговых эмпирических результатов и не заменяет первичный массив данных. Его задача — зафиксировать прозрачный алгоритм кодирования, расчётов и статистической проверки, чтобы результаты исследования могли быть воспроизведены и проверены научным руководителем.

Б.1. Структура массива и единицы анализа

Единицей наблюдения является один респондент, единицей первичного ассоциативного анализа — отдельная реакция на слово-стимул. Для каждой языковой группы предполагается фиксировать: паспортные данные респондента в анонимизированном виде, пять свободных ассоциаций, эмоциональную оценку стимула по шкале от -2 до $+2$, а также ответы на открытые вопросы об идеальном и некомпетентном руководителе.

Таблица Б.1 — Структура переменных эмпирического массива

Блок данных	Переменная	Формат фиксации	Назначение в анализе
Паспорт респондента	ID, языковая группа, возраст, пол, образование, профессиональная сфера, регион	R001–R100; C001–C100; интервалы возраста; закрытые категории	Контроль состава выборки и сопоставимость русской и китайской групп
Ассоциативный эксперимент	Стимул; ассоциация 1; ассоциация 2; ассоциация 3; ассоциация 4; ассоциация 5	Слова или короткие словосочетания в исходном языке респондента	Выявление ядра и периферии ассоциативного поля
Нормализация реакций	Лемма; перевод; семантическая категория; код категории	Единая форма записи; код по справочнику категорий	Сведение вариантов типа «строгий» / «строгость» к одной аналитической единице
Эмоциональная оценка	Оценка стимула по шкале $-2 / -1 / 0 / +1 / +2$	Целое число от -2 до $+2$	Расчёт средней эмоциональной валентности и сравнение групп
Открытые вопросы	Идеальный начальник; плохой начальник	Короткий текстовый ответ	Качественная интерпретация ценностных ожиданий
Контроль данных	Пропуски, дубликаты, неразборчивые ответы, спорные переводы	Отметка: нет / да; комментарий кодировщика	Проверка достоверности обработки и снижение субъективности кодирования

Б.2. Кодировочная схема ассоциативных реакций

Кодирование проводится после первичной нормализации реакций. Орфографические варианты, формы единственного и множественного числа, а также близкие словообразовательные варианты объединяются в одну лемму. Для китайских реакций дополнительно фиксируется иероглифическая запись, транскрипция pinyin и рабочий перевод на русский язык. Спорные случаи рекомендуется кодировать двумя независимыми кодировщиками с последующим согласованием.

Таблица Б.2 — Рабочая схема семантического кодирования ассоциаций

Код	Семантическая категория	Критерий отнесения реакции	Примеры реакций для ориентира	Типичная валентность
A1	Власть и контроль	Реакция указывает на право распоряжаться, приказывать, контролировать	власть, приказ, контроль; 权力, 管理	Нейтральная / отрицательная
A2	Справедливость и мораль	Реакция описывает честность, ответственность, нравственную оценку руководителя	справедливый, честный; 公正, 责任	Положительная
A3	Бюрократия и формализм	Реакция связана с бумагами, должностью, процедурой, канцелярским стилем	бумаги, кабинет, чиновник; 官僚, 文件	Отрицательная / нейтральная
A4	Дистанция и страх	Реакция указывает на психологическую или социальную дистанцию	страх, строгий, недоступный; 距离, 严厉	Отрицательная
A5	Забота и поддержка	Реакция описывает помощь, защиту, участие в делах подчинённых	поддержка, наставник; 关心, 帮助	Положительная
A6	Компетентность и организация	Реакция связана с профессионализмом, планированием, результативностью	умный, организатор, опыт; 能力, 专业	Положительная / нейтральная
A7	Коррупция и личная выгода	Реакция указывает на злоупотребление полномочиями или личный интерес	взятка, коррупция; 贪官, 利益	Отрицательная
A8	Гармония и наставничество	Реакция отражает идею руководства как морального ведения коллектива	пример, учитель; 榜样, 引导	Положительная
A9	Нейтральная должностная номинация	Реакция только называет социальную роль без оценки	директор, руководитель, менеджер; 上司, 经理	Нейтральная

Примечание — Примеры в таблице приведены только как ориентиры для кодирования и не являются итоговыми результатами эксперимента.

Б.3. Частотное распределение и выделение ядра ассоциативного поля

После кодирования рассчитываются абсолютная частота реакции или категории (f), относительная частота в процентах (%) и зона ассоциативного поля. В качестве рабочего правила можно использовать следующий критерий: ядро — 10 % и более от общего числа закодированных реакций внутри языковой группы; ближняя периферия — от 5 % до 9,9 %; дальняя периферия — менее 5 %. При необходимости пороги могут быть уточнены, но они должны быть зафиксированы до интерпретации результатов.

Таблица Б.3 — Шаблон частотного распределения для русской выборки

Категория	f	%	Зона поля	Средняя валентность	Аналитическое примечание
A1. Власть и контроль	<...>	<...>	<ядро / ближняя периферия / дальняя периферия>	<...>	<оценить степень выраженности контроля>
A2. Справедливость и мораль	<...>	<...>	<...>	<...>	<сравнить роль этической оценки>
A3. Бюрократия и формализм	<...>	<...>	<...>	<...>	<отметить наличие критики формализма>
A4. Дистанция и страх	<...>	<...>	<...>	<...>	<оценить эмоциональную дистанцию>
A5. Забота и поддержка	<...>	<...>	<...>	<...>	<сопоставить ожидание поддержки>
A6. Компетентность и организация	<...>	<...>	<...>	<...>	<сравнить профессиональный компонент>
A7. Коррупция и личная выгода	<...>	<...>	<...>	<...>	<зафиксировать негативные коннотации>
A8. Гармония и наставничество	<...>	<...>	<...>	<...>	<оценить наличие наставнической модели>
A9. Нейтральная должностная номинация	<...>	<...>	<...>	<...>	<отделить номинацию от оценки>

Таблица Б.4 — Шаблон частотного распределения для китайской выборки

Категория	f	%	Зона поля	Средняя валентность	Аналитическое примечание
A1. Власть и контроль	<...>	<...>	<ядро / ближняя периферия / дальняя периферия>	<...>	<оценить степень выраженности контроля>
A2. Справедливость и мораль	<...>	<...>	<...>	<...>	<сравнить роль этической оценки>
A3. Бюрократия и формализм	<...>	<...>	<...>	<...>	<отметить наличие критики формализма>
A4. Дистанция и страх	<...>	<...>	<...>	<...>	<оценить эмоциональную дистанцию>
A5. Забота и поддержка	<...>	<...>	<...>	<...>	<сопоставить ожидание поддержки>
A6. Компетентность и организация	<...>	<...>	<...>	<...>	<сравнить профессиональный компонент>
A7. Коррупция и личная выгода	<...>	<...>	<...>	<...>	<зафиксировать негативные коннотации>
A8. Гармония и наставничество	<...>	<...>	<...>	<...>	<оценить выраженность конфуцианской модели>

А9. Нейтральная должностная номинация	<...>	<...>	<...>	<...>	<отделить номинацию от оценки>
---------------------------------------	-------	-------	-------	-------	--------------------------------

Б.5. Расчёт индексов

Для обеспечения воспроизводимости обработки используются единые формулы. Все расчёты рекомендуется выполнять отдельно для русской и китайской выборки, а затем сопоставлять итоговые показатели. В таблице Б.5 приведён шаблон расчётного листа.

Таблица Б.5 — Шаблон расчёта количественных индексов

Показатель	Формула	Расшифровка переменных	Россия	Китай	Интерпретация
Общее число реакций	$N = R \times m$	R — число респондентов; m — число реакций на стимул	<...>	<...>	Проверка полноты массива
Число уникальных реакций	$U = \Sigma$ уникальных лемм	Учитываются нормализованные реакции без дублей	<...>	<...>	Высокое U указывает на разнообразие поля
Индекс когнитивной плотности	$IKP = U / R$	Среднее число уникальных смысловых единиц на одного респондента	<...>	<...>	Сравнение сложности ассоциативного поля
Коэффициент частотной концентрации	$KFC = \text{Ядра} / \text{Фобщ}$	Ядра — сумма частот ядерных категорий; Фобщ — сумма всех реакций	<...>	<...>	Чем выше показатель, тем более концентрировано поле
Средняя эмоциональная валентность	$IEV = \Sigma v / n$	v — оценка от -2 до +2; n — число валидных оценок	<...>	<...>	Сравнение общего эмоционального фона
Доля положительных оценок	$P+ = n(+1,+2) / n \times 100 \%$	$n(+1,+2)$ — число положительных оценок	<...>	<...>	Выявление позитивной оценки образа начальника
Доля отрицательных оценок	$P- = n(-1,-2) / n \times 100 \%$	$n(-1,-2)$ — число отрицательных оценок	<...>	<...>	Выявление критической оценки образа начальника

Б.6. Статистическая проверка различий

Для проверки различий между русской и китайской выборками может применяться критерий χ^2 Пирсона. Минимально допустимый вариант — сравнение распределения реакций по укрупнённым семантическим категориям. Перед расчётом следует проверить, что ожидаемые частоты в ячейках достаточны для применения критерия; при малых частотах категории рекомендуется укрупнить.

Таблица Б.6 — Шаблон таблицы для расчёта критерия χ^2

Проверяемый признак	Категории сравнения	Наблюдаемые частоты: Россия	Наблюдаемые частоты: Китай	df	χ^2	p	Вывод
Распределение ассоциаций по семантическим категориям	A1–A9	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<различия значимы / незначимы>

Распределение эмоциональных оценок	Отрицательные / нейтральные / положительные	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<указать направление различий>
Доля ядерных ассоциаций	Ядро / периферия	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<оценить концентрацию поля>
Частотность морально-этических реакций	A2 + A5 + A8 / остальные категории	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<проверить гипотезу о модели «власть — гармония»>
Частотность критических реакций	A3 + A4 + A7 / остальные категории	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<проверить гипотезу о модели «власть — дистанция»>

Б.7. Контроль качества обработки

Таблица Б.7 — Контрольный лист подготовки данных к анализу

Этап проверки	Что проверяется	Допустимое решение	Отметка исследователя
Анонимизация	Отсутствие ФИО, телефонов, точных мест работы и иных идентификаторов	Заменить личные сведения кодом респондента	<...>
Полнота массива	Наличие всех обязательных полей для каждого респондента	Пометить пропуск; не восстанавливать ответ без основания	<...>
Дубликаты	Повторное прохождение анкеты одним участником	Удалить дубль или оставить наиболее полный ответ	<...>
Перевод китайских реакций	Согласованность перевода и pinyin	Проверка носителем китайского языка или преподавателем	<...>
Кодирование	Единообразие отнесения реакций к категориям	Сверка спорных реакций двумя кодировщиками	<...>
Расчёты	Совпадение сумм частот с числом валидных реакций	Пересчитать при расхождении	<...>
Интерпретация	Соответствие выводов фактическим данным	Не делать вывод без числового или текстового основания	<...>

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анонимизированные транскрипты интервью

Настоящее приложение содержит методический шаблон оформления полуструктурированных интервью, предназначенных для качественного уточнения результатов ассоциативного эксперимента и анкетирования. В итоговой версии приложения на месте квадратных скобок должны быть приведены дословные фрагменты интервью после удаления идентифицирующих сведений.

Интервью рекомендуется оформлять в едином формате: паспорт информанта, дата и способ проведения, тематический блок, реплика интервьюера, ответ информанта, исследовательская пометка и код аналитической категории. Такая структура позволяет связать качественные данные с количественными результатами, не нарушая анонимность участников.

В.1. Паспорт информантов и правила анонимизации

Для сохранения анонимности информантам присваиваются условные коды: R1–R3 — русскоязычные информанты, C1–C3 — китайскоязычные информанты. Не указываются фамилии, точные должности, названия организаций, номера телефонов, адреса электронной почты и иные сведения, по которым можно установить личность участника.

Таблица В.1 — Паспорт информантов для качественного интервью

Код информанта	Языковая группа	Возрастной интервал	Профессиональная сфера	Опыт взаимодействия с руководством	Формат интервью	Комментарий об анонимизации
R1	Русский язык	<18–25 / 26–35 / 36–45 / 46–55>	<указать сферу обобщённо>	<указать стаж или тип опыта>	<очно / онлайн / письменно>	<удалены ФИО и место работы>
R2	Русский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R3	Русский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C1	Китайский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C2	Китайский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C3	Китайский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>

В.2. Сценарий полуструктурированного интервью

Таблица В.2 — Тематические блоки интервью и аналитические задачи

Блок	Основной вопрос интервьюера	Уточняющие вопросы	Аналитическая задача
Общее понимание роли начальника	Что для Вас означает хороший начальник / хороший руководитель?	Какие качества Вы назвали бы первыми? Почему?	Выявить базовую когнитивную модель образа руководителя

Справедливость и мораль	Насколько важна справедливость в поведении начальника?	Как проявляется справедливость в рабочей ситуации?	Проверить выраженность этического критерия оценки власти
Коммуникативная дистанция	Как, по Вашему мнению, должен общаться начальник с подчинёнными?	Допустима ли неформальность? Где проходит граница?	Сопоставить дистанцию власти и речевые нормы
Негативный образ начальника	Каким Вы представляете плохого начальника?	Что вызывает раздражение, недоверие или страх?	Выделить негативные категории: бюрократия, давление, формализм, коррупция
Культурная специфика	Есть ли, на Ваш взгляд, особенности отношения к начальству в Вашей культуре?	Чем это отличается от других культур?	Связать ответы с русской и китайской лингвокультурными моделями
Итоговая оценка	Какие три слова лучше всего описывают идеального руководителя?	Какие три слова описывают некомпетентного руководителя?	Сравнить интервью с результатами ассоциативного эксперимента

В.3. Единый формат транскрипта

Ниже приведён шаблон записи фрагмента интервью. В итоговой версии текст в квадратных скобках заменяется дословной репликой информанта. Орфографическая правка допустима только в минимальном объёме: нельзя менять смысл, оценку и порядок ключевых слов информанта.

Таблица В.3 — Шаблон оформления транскрипта интервью

Элемент транскрипта	Форма записи
Код информанта	R1 / R2 / R3 / C1 / C2 / C3
Дата и формат	<дата>; <очно / онлайн / письменно>
Тематический блок	<например: справедливость и мораль>
Интервьюер	Вопрос: <дословная формулировка вопроса>
Информант	Ответ: <дословный ответ информанта после анонимизации>
Исследовательская пометка	<ключевые слова: справедливость, дистанция, забота, бюрократия и т. п.>
Код категории	<A1–A9 или дополнительный качественный код>

Пример оформления одного фрагмента без фактического заполнения:

Интервьюер: Что для Вас означает хороший начальник?

Информант R1: [дословный ответ информанта; убрать ФИО, название организации и другие идентификаторы].

Комментарий исследователя: [указать, какие категории проявились в ответе: справедливость, компетентность, поддержка, дистанция и др.].

Код: [например, A2 / A5 / A6].

В.4. Схема качественного кодирования интервью

Таблица В.4 — Коды качественного анализа интервью

Код	Тема	Индикаторы в речи информанта	Связь с гипотезой исследования
QD1	Власть как дистанция	упоминание страха, формальности, недоступности, «начальство сверху»	Проверяет русскую модель «власть — дистанция»
QD2	Власть как контроль	акцент на приказах, проверке, наказании, принуждении	Уточняет компонент контроля в обеих выборках

QM1	Моральная ответственность	слова о честности, справедливости, служении людям, ответственности	Проверяет универсальный этический критерий оценки руководителя
QN1	Гармония и сохранение лица	акцент на уважении, мягкой критике, поддержке отношений	Проверяет китайскую модель «власть — гармония»
QB1	Бюрократическая критика	упоминание бумаг, формализма, бессмысленных процедур	Связано с критической оценкой чиновничества
QC1	Компетентностное лидерство	профессионализм, опыт, умение организовать коллектив	Показывает современную трансформацию образа начальника

В.5. Матрица сопоставления интервью

Таблица В.5 — Аналитическая матрица качественных данных

Код информанта	Ключевые слова об идеальном начальнике	Ключевые слова о плохом начальнике	Доминирующая модель власти	Цитата / фрагмент	Связь с количественными данными
R1	<...>	<...>	<дистанция / контроль / поддержка / другое>	<краткий фрагмент>	<совпадает / частично совпадает / расходится>
R2	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R3	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C1	<...>	<...>	<гармония / мораль / иерархия / другое>	<краткий фрагмент>	<...>
C2	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C3	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>

Примечание — В итоговой версии приложения необходимо привести либо полные транскрипты, либо репрезентативные фрагменты, если полный текст интервью вынесен в электронное приложение.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Сырые данные ассоциативного эксперимента

Настоящее приложение задаёт структуру первичного массива данных ассоциативного эксперимента. В итоговой версии оно должно содержать полный массив ответов респондентов либо фрагмент бумажной таблицы с указанием, что полный массив хранится в электронном приложении. Все записи должны быть анонимизированы: вместо личных данных используются коды респондентов.

Рекомендуемый принцип организации: одна строка таблицы соответствует одному респонденту и одному слову-стимулу. Если в исследовании используются два стимула («начальник» и «чиновник» / 领导 и 官), для каждого респондента создаются две строки. Это упрощает фильтрацию, расчёт частот и проверку корректности кодирования.

Г.1. Паспортная таблица респондентов

Таблица Г.1 — Шаблон паспортной таблицы респондентов

ID	Языковая группа	Возраст	Пол	Образование	Профессиональная сфера	Регион / город	Комментарий
R001	Русский язык	<...>	<М/Ж>	<...>	<...>	<...>	<...>
R002	Русский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R003	Русский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R...	Русский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R100	Русский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C001	Китайский язык	<...>	<М/Ж>	<...>	<...>	<...>	<...>
C002	Китайский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C003	Китайский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C...	Китайский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C100	Китайский язык	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>

Г.2. Первичная таблица ассоциативных ответов

Таблица Г.2 — Шаблон фиксации сырых ассоциативных реакций

ID	Стимул	Ассоциация 1	Ассоциация 2	Ассоциация 3	Ассоциация 4	Ассоциация 5	Оценка – 2...+2	Идеальный начальник	Плохой начальник
R001	начальник	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R001	чиновник	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R002	начальник	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
R002	чиновник	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C001	领导	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C001	官	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C002	领导	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>
C002	官	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>	<...>

Примечание — При большом объёме данных таблицу Г.2 целесообразно вести в Excel/CSV, а в текст ВКР включать фрагмент и описание структуры полного массива.

Г.3. Таблица нормализации и кодирования реакций

После ввода сырых ответов каждая ассоциация переносится в таблицу нормализации: одна строка соответствует одной реакции. Такой формат удобен для частотного анализа, лемматизации, перевода и присвоения семантического кода.

Таблица Г.3 — Шаблон нормализации и кодирования ассоциативных реакций

ID реакции	ID респондента	Стимул	Порядок реакции	Сырая реакция	Нормализованная форма	Перевод / pinyin	Код категории	Валентность реакции	Комментарий кодировщика
R001-N-1	R001	начальник	1	<...>	<лемма>	—	<A1–A9>	<-2...+2>	<...>
R001-N-2	R001	начальник	2	<...>	<лемма>	—	<A1–A9>	<-2...+2>	<...>
R001-C-1	R001	чиновник	1	<...>	<лемма>	—	<A1–A9>	<-2...+2>	<...>
C001-L-1	C001	领导	1	<...>	<иероглиф / лемма>	<pinyin; перевод>	<A1–A9>	<-2...+2>	<...>
C001-G-1	C001	官	1	<...>	<иероглиф / лемма>	<pinyin; перевод>	<A1–A9>	<-2...+2>	<...>

Г.4. Справочник переменных для электронного массива

Таблица Г.4 — Справочник переменных

Имя переменной	Описание	Тип данных	Допустимые значения	Примечание
respondent_id	Анонимный код респондента	Текст	R001–R100; C001–C100	ФИО не указываются
language_group	Языковая группа	Категория	RU / CN	RU — русская выборка; CN — китайская выборка
stimulus	Слово-стимул	Текст	начальник; чиновник; 领导; 官	Фиксируется в исходном языке
assoc_order	Порядок ассоциации	Число	1–5	Важен для анализа первичности реакции
raw_assoc	Сырая ассоциация	Текст	Любой ответ респондента	Не редактировать смысл
norm_assoc	Нормализованная форма	Текст	Лемма / устойчивое словосочетание	Используется для подсчёта частот
category_code	Семантический код	Категория	A1–A9	По таблице Б.2
emotion_score	Субъективная оценка стимула	Число	-2, -1, 0, +1, +2	Оценка ставится респондентом
coder_comment	Комментарий кодировщика	Текст	Свободное поле	Для спорных переводов и неоднозначных реакций

Г.5. Лист контроля первичных данных

Таблица Г.5 — Контроль первичного массива перед расчётами

Параметр контроля	Вопрос для проверки	Норма	Действие при ошибке
Количество респондентов	Совпадает ли число ID с заявленной выборкой?	100 RU + 100 CN или фактическое значение, указанное в методике	Уточнить выборку в главе 5 и приложениях
Количество реакций	Есть ли пять реакций на каждый стимул?	До 5 реакций; пропуски допустимы, если они реально были	Не дописывать ответ; отметить пропуск
Язык записи	Сохранены ли реакции в исходном языке?	Русские ответы — кириллицей; китайские — иероглифами	Вернуть исходную запись и отдельно добавить перевод
Анонимность	Можно ли по ответу установить личность?	Нет идентифицирующих данных	Заменить сведения обобщённой формулировкой
Единообразие кодов	Все ли реакции имеют код A1–A9 или пометку спорности?	Да	Повторно провести кодирование
Расчётная готовность	Можно ли выгрузить данные в Excel/SPSS?	Одна переменная — один столбец, одна реакция — одна строка	Перестроить таблицу в машинно-читаемый формат

Таким образом, приложение Г обеспечивает прозрачность эмпирического этапа исследования: по нему можно проверить происхождение каждой частотной единицы, связь между сырым ответом и семантической категорией, а также корректность дальнейших расчётов, приведённых в приложении Б.