

DOI: 10.31857/S086919080006142-3

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЛИЦО»
В КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

© 2019

Ф. Н. ДАУЛЕТ

МГУ им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия
КазНУ им. Аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан
ORCID ID: 0000-0002-1926-0502; fatima-dauletova@mail.ru

Резюме: Статья посвящена анализу этнокультурной специфики функционирования концепта «лицо» как носителя особых значений, детерминированных соматическим кодом китайской лингвокультуры. Результаты исследования показывают, что интерпретационное поле концепта «лицо» в языковом сознании китайцев обширно представлено совокупностью ментальных и оценочных стереотипных суждений, содержащих разнооценочные предикации и относящихся к различным когнитивным слоям концепта. Анализ лексикографических дефиниций, результаты ассоциативного эксперимента и социального опроса демонстрируют, что характерной особенностью языковой объективации элементов интерпретационного поля является обширная представленность концепта «лицо» с активным привлечением языковых средств, не включающих ключевые лексемы. Исследованный языковой материал показывает, что указанный концепт не имеет выделяющихся гендерных особенностей, но имеет возрастное своеобразие. «Лицо» как ключевой концепт соматического кода китайской культуры обладает не только общекультурными, но и общезыковыми свойствами, которые в лексико-семантической системе китайского языка закреплены символическими значениями. Результаты ассоциативного эксперимента наглядно демонстрируют, что концепт «лицо» не только универсален, но и культурно обусловлен: знания, закрепленные в лексическом фонде национального языка, накладывают отпечаток на восприятие мира носителей китайского языка и напрямую влияют на качество коммуникативных процессов, в которые они вступают. Этот факт позволяет нам утверждать, что концепт «лицо» является ключевым ментальным образованием китайской лингвокультуры. Он является одним из центральных социально-психологических концептов китайской концептосферы, объективируемым в современном китайском языке обширным и хорошо структурированным лексико-фразеологическим полем, многочисленными поговорками, прецедентными текстами и другими языковыми средствами, что свидетельствует о его коммуникативной релевантности для китайского языкового сознания. Эти особенности концепта «лицо» позволяют рассматривать его как индикатор межличностных отношений в китайском обществе в целом.

Ключевые слова: китайская языковая картина мира, концепт «лицо», соматический код культуры, вторичная семиотическая система, ассоциативный эксперимент.

Для цитирования: Даулет Ф. Н. Актуализация концепта «лицо» в китайской языковой картине мира. *Восток (Oriens)*. 2019. № 4. С. 156–176. DOI: 10.31857/S086919080006142-3

ACTUALIZATION OF THE CONCEPT “FACE”
IN THE CHINESE LINGUISTIC WORLDVIEW

© 2019

Fatimabibi N. DAULET

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
Al Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan
ORCID ID: 0000-0002-1926-0502; fatima-dauletova@mail.ru

Abstract: The article is devoted to the analysis of the ethnocultural specifics of the functioning of the concept ‘face’, as a carrier of special meanings, determined by the somatic code of the Chinese linguocul-

ture. The results of the study show that the interpretative field of the concept “face” in the Chinese language consciousness is extensively represented by a set of mental and evaluative stereotypical judgments containing differently valued predications and belonging to different cognitive layers of this concept. The analysis of lexicographic definitions, the results of the associative experiment and the social survey demonstrate that the characteristic feature of the language objectification of the elements in the interpretation field is the extensive representation of the concept ‘face’ with the active involvement of language arsenal not including key lexemes. The examined linguistic material shows that the concept ‘face’ does not have prominent gender features, though having an age specific. The ‘face’ being the key concept of the somatic code of Chinese culture possesses not only general cultural, but also general linguistic properties, which are enshrined in the lexical-semantic system of the Chinese language with symbolic meanings. The results of the associative experiment clearly demonstrate that ‘face’ is not only universal but also culturally conditioned concept: Knowledge, enshrined in the lexical foundation of the national language, leaves an imprint on the perception of the world of Chinese speakers and directly affects the quality of the communicative processes. This fact allows the author to assert that the concept of face is the key mental formation of Chinese linguoculture.

Keywords: Chinese linguistic worldview, the concept of face, somatic code of culture, secondary semiotic system, associative experiment.

For citation: Dault F. N. Actualization of the Concept “Face” in the Chinese Linguistic Worldview. *Vostok (Oriens)*. 2019. No. 4. Pp. 156–176. DOI: 10.31857/S086919080006142-3

ВВЕДЕНИЕ

В современной лингвистике концепт как единица культурного кода исследуется в лингвокультурном и лингвокогнитивном аспектах. В рамках лингвокогнитивного подхода (Н. Д. Арутюнова, Е. С. Кубрякова [Кубрякова, Демьянков, Панкрац и др., 1996], З. Д. Попова, И. А. Стернин [Попова, Старнин, 2005], В. Н. Телия, Г. Г. Слышкин, В. Г. Костомаров А. П. Бабушкин, С. А. Аскольдов и др.) концепт рассматривается как «термин, служащий объяснению единиц ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [Краткий словарь когнитивных терминов, 1996, с. 90], как внутренние репрезентанты внешней реальности, воплощенные в символах языка [Лакофф, 2004, с. 412]. Последователи лингвокогнитивного направления утверждают, что язык выявляет концепт и вербализирует то, что человек увидел и понял в окружающем мире. Это означает, что концепт помогает выйти на концептосферу этноса.

О языке как концентрате культурной информации говорит и В. И. Карасик, утверждающий, что содержательные единицы языка образуют *лингвокультурный код* – систему взаимосвязанных значений, отражающих специфическое, присущее определенному языковому сообществу исторически обусловленное миропонимание. Единицами культурного кода являются *концепты* [Карасик, 2010, с. 122]. Под термином «код» подразумевается не только способ реализации языка как системы материальных сигналов по реализации определенного знака [Жинкин, 2004 с. 51], но и определенные корреляции, позволяющие сопоставлять с каждым отдельным высказыванием некую комбинацию смыслов, представлений и стереотипов. В свою очередь, каждый отдельный код может быть представлен множеством концептов, «глубинных смыслов», которые обладают «сублогическим» характером. «Мышление человека невербально, оно осуществляется при помощи универсального предметного кода. Люди мыслят концептами, кодируемыми единицами этого кода» [Попова, Стернин, 2005, с.7].

М. Л. Ковшова утверждает, что «код» как термин семиотики означает закон соответствия между планом выражения и планом содержания языка, поскольку «кодом задается

актуальность знака, а задача интерпретатора установить эту актуальность и ее «расшифровать» [Ковшова, 2013, с. 169].

В статье внимание будет сосредоточено на анализе концепта «лицо» – ключевой единицы китайской этнокультуры. По мнению Ян Дэфэна, «“Добрые отношения” и “лицо” – важнейшие понятия в жизни китайцев, которым они придают наибольшее значение. Не будет преувеличением сказать, что китайцы, собственно говоря, живут ради этих двух вещей» («“人情” и “面子” 是中国人一生中最重要的事情, 毫不夸张地说, 中国人差不多就是为这两件事情而活着») [Yang, 2012, с. 231].

О ключевой роли указанного концепта в жизни китайцев также говорили многие иностранные ученые, путешественники и миссионеры. Так, английский миссионер А. Макгован еще в XIX в. писал: «Слово “лицо” является у китайцев одним из самых важных и многозначительных. Благодаря понятиям, вложенным в это слово, каждый китаец является до некоторой степени актером, а вся китайская жизнь – театром, где на каждом шагу разыгрываются невинные комедии, с единственной целью – казаться достойным в глазах других» [Макгован, 2017, с. 45]. Живший в Китае в конце XX в. Артур Смит в своей книге «Описание китайцев» (*Chinese Characteristics*) также связывает концепт «лицо» «с очень развитым драматическим инстинктом китайцев» [Smith, 1890, p. 15].

Китайский научный мир стал обращаться к концепту «лицо» сравнительно недавно, и в трудах современных китайских ученых данный концепт рассматривается прежде всего как социально-культурный [Ho, 1976; Zhai, 1994; Ding, 2002; Wu, 2007; Qu, 2007; Qi, 2011, 2012, 2013; Yue, 2015], психологический [Wu, 2004; Li, 2001; Zhang, Cao, Grigoriou, 2011; Sun, Chen, Li, 2015; Zhao, Zhang, Xu, 2019¹] и утилитарно-прагматический феномен [He, Zhang, 2011; Zhang, Ting-Toomey, Oetzel, 2014; Shi, Wu, Kuang, 2018; Zhang, Pearceb, Chen, 2019; Zhang, Wang, 2019²]. Так, Дэвид Яофай Хо и У Тецзюнь утверждают, что китаец приобретает «лицо» (*то есть статус. – Ф. Д.*) благодаря своему вкладу в общество [Ho, 1976; Wu, 2004].

Заслуживает особенного внимания работа китайского психолога Чжай Сюэвэя, который по отдельности рассматривает понятия, заключенные в иероглифах 面子 и 脸, реализуемые в одном семантическом поле «лицо». Чжай утверждает, что 脸 – это имидж и статус, которых придерживается индивид, чтобы соответствовать потребностям общества; а 面子 – это признание имиджа и статуса социумом [Zhai, 1994, p. 338–348].

Изучению национально-культурного и этнопсихологического аспектов китайского концепта «лицо» посвящены многие исследования современных ученых постсоветского пространства [Крюков, Малявин, Софронов, Чебоксаров, 1993; Тертицкий, 1994; Баранов, 1999; Буров, 2000; Сидихменов, 2003; Спешнёв, 2011; Корсаков, 2015; Собольников, 2019]. Однако в лингвокультурном и лингвокогнитивном аспектах данный феномен, за исключением немногочисленных трудов автора этих строк [Даулет, 2006, 2018, 2019, Daulet, 2018] и монографии Юй Фэнин [Юй, 2018], где устойчивые сравнения, характеризующие лицо человека, исследуются в сопоставлении с русским языком, до сих пор системно не рассматривался. Это диктует необходимость и актуальность лингвистического изучения концепта «лицо» в разных ипостасях.

В исследовании сделана попытка показать способы языковой объективации концепта «лицо» в китайской лингвокультуре через посредство лексикографических источников и

¹ Zhao H., Zhang H., Xu Y. How Social Face Consciousness Influences Corrupt Intention: Examining the Effects of Honesty-Humility and Moral Disengagement. *The Journal of Social Psychology*. – URL: <https://doi.org/10.1080/00224545.2018.1507992> (Дата обращения – 12.07.2019).

² Zhang X., Wang W. Face Consciousness and Conspicuous Luxury Consumption. *Journal of Contemporary Marketing Science*. – URL: <https://doi.org/10.1108/JCMARS-01-2019-0002> (дата обращения – 14.07.2019).

полевого материала с целью выявить этнокультурную и социально-групповую специфику его осмысления носителями китайского языка и культуры при помощи ассоциативного эксперимента.

Одна из главных поставленных задач исследования состоит в уточнении способов языковой объективации концепта «лицо» в современном китайском языке, выявление его семантического поля в китайской языковой картине мира и определение смежных концептов, реализуемых в тесной связи с исследуемым концептом.

Материалом исследования послужила личная картотека автора, представляющая собой целенаправленную выборку языковых единиц (более 2000 единиц: слов, фразеологизмов, паремии, афоризмов и прецедентных текстов), реализуемых в семантическом поле «лицо», языковой материал, собранный в ходе бытового общения с носителями китайского языка, и результаты ассоциативного эксперимента.

Анализ концепта «лицо» производится с непосредственным участием трех базовых структурных компонентов концепта – образа, информационного содержания и интерпретационного поля. По мнению З. Д. Поповой и И. А. Стернина, наличие образа в концептах объясняется нейролингвистическим характером универсального предметного кода: чувственный образ кодирует концепт, формируя единицу универсального предметного кода. Информационное содержание концепта включает определенные когнитивные признаки, определяющие основные черты концептуализированного предмета или явления. Интерпретационное поле формируется под воздействием когнитивных признаков, «которые в том или ином аспекте интерпретируют основное информационное содержание концепта, вытекают из него, представляя собой некоторое выводное знание, либо оценивают его» [Попова, Стернин, 2007, с. 82].

Таким образом, вслед за Поповой и Стерниным автор полагает концепт принадлежностью сознания человека, глобальной единицей мыслительной деятельности, квантом структурированного знания. Мышление человека не вербально, оно осуществляется при помощи универсального предметного кода. Люди мыслят концептами, кодируемыми единицами этого кода [Попова, Стернин, 2007, с. 7].

Анализ ключевых лингвокультурологических концептов проводится поэтапно, по модели, предложенной М. В. Пименовой [Пименова, 2013]:

1) На первом этапе с помощью лексикографических источников проводится анализ лексического значения и внутренней формы языковых единиц, репрезентирующих концепт «лицо»;

2) На втором этапе выявляются синонимический ряд лексемы-репрезентанта указанного концепта;

3) На третьем этапе описываются способы актуализации и категоризации концепта в языковой картине мира с привлечением лексики, фразеологии, паремии, прецедентных текстов и др.;

4) На четвертом этапе проводится ассоциативный эксперимент, в ходе которого мы обратимся к носителям китайского языка и культуры для репрезентации картины мира, сквозь призму их эмпирических и культурных оснований раскрывающей лингвокультурный потенциал концепта «лицо», а также для выявления новых вербальных значений, актуализируемых данным концептом.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ И СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ КОНЦЕПТ «ЛИЦО»

Словарные дефиниции демонстрируют, что в китайском языке семантическое поле концепта «лицо» представлено целым рядом языковых единиц [Hanyu da cidian, 1986–1993; Hanyu chengyu daguan, 2011]. Остановимся на них подробнее.

1. Существительные

面子 – верх (напр., одежды, одеяла); лицо; доброе имя.

脸 – лицо (洗脸 – умываться); лицо, репутация; совесть; 脸面 – лицо (脸面发光 – лоснящееся лицо); выражение лица; внешность; репутация, лицо; влияние – 看我的脸面, 不要生他的气了 – «Ради меня, не держи зла на него»; 脸皮 – кожа лица (白净脸皮 – белоснежная кожа); чувство стыда (脸皮薄 – букв. «тонкая кожа лица» – стеснительный); 指情面: 撕不破脸皮; 面孔 – лицо (苍白的面孔 – бледное лицо); выражение лица (和蔼的面孔 – доброжелательное лицо); 面庞 – черты лица, лицо (端正的面庞 – правильные черты лица); 脸膛 – контур лица, лицо (方脸膛儿 – квадратное лицо); 脸盘儿 – черты лица, лицо (大脸盘儿 – крупные черты лица); 面貌 – лицо (没有个人的面貌 – не иметь своего лица); черты лица (丑陋的面貌 – уродливое лицо); облик (城市的面貌 – облик города); 面容 – лицо, физиономия (愁苦的面容 печальное выражение лица); облик (无精打采的面容 – удрученное лицо); черты лица (面容清瘦 – худое лицо).

面目 – лицо (露出真面目 – показать свое подлинное лицо); выражение лица; наружность (面目可憎 – отталкивающая физиономия); облик (真实面目 – подлинный облик); состояние, положение (政治面目 – политическая ситуация); 面相 – наружность; лицо (她面相平常 – «у нее обычное лицо»); физиогномика (наука) (他懂面相 – «он разбирается в физиогномике»); 面色 – цвет лица (苍白的面色 – бледное лицо); выражение лица (快乐的面色 – радостное лицо).

相貌 – наружность (相貌堂堂的男子 – видный мужчина); черты лица (相貌端正 – правильные черты лица); 眉目 – букв. «глаза и брови» – черты лица; лицо (眉目清秀 – красивые черты лица); 容貌 – черты лица, внешность (漂亮的容貌 – красивые черты лица); 容颜 – лицо (容颜失色 – измениться в лице); внешность (容颜如玉 – букв. «яшмовое лицо» – красивое лицо); 脸色 – лицо, цвет лица (脸色苍白 – бледное лицо); вид, облик (很不愉快的脸色 – расстроенное лицо); выражение лица (他脸色阴沉下来 – «его лицо помрачнело»); 气色 – лицо (气色改变 – измениться в лице); цвет лица; внешность (他今天气色不好 – «он сегодня выглядит плохо»).

情面 – вес в обществе, репутация, честь, «лицо» (不讲情面的谈话 – нелицеприятная беседа); 声色 – интонация речи и выражение лица (声色俱厉 – говорить строгим голосом и с серьезным выражением лица).

2. Глаголы

面壁 – «повернуться лицом к стене» – жить в раздумии; отрешиться от всего постороннего; ставить в угол; 面世 – «лицо увидело свет» – выйти в свет, выпустить (газету, журнал), опубликовать; появиться в продаже; поступить на рынок; 会面 / 见面 / 照面 – «видеть лицо» – увидаться, встретиться; 面对 – перед лицом, лицом к; столкнуться с (чем-либо); 直面 – смотреть в лицо; лицом к лицу; 面临 – оказаться перед лицом (задачи, проблемы и др.).

3. Прилагательные

面善 – добрый (с виду); 面生 – незнакомый; незнакомое лицо; 面熟 – знакомое лицо; 体面 – приятная внешность.

4. Устойчивые словосочетания

面向世界 – букв. «лицо направлено к миру» – приобщаться к мировому сообществу; 面红耳赤 – «лицо и уши покраснели» – заливаться краской; покраснеть до корней волос; 面向未来 – «направить лицо в будущее» – ориентироваться на будущее; 无颜见人 – «стыдно встречаться с людьми» – стыдно смотреть людям в глаза.

5. Наречия

面谈 / 面议 – беседовать лицом к лицу и многие другие.

Статистический анализ словарных дефиниций, представленных в лексикографических источниках, выявил, что соматизмы (номинации элементов строения тела человека: рука, нога, сердце, кровь и др.) 面子 / 脸 являются наиболее часто употребляемыми единицами, используемыми в ареале семантического поля «лицо». Поэтому именно эти две лексемы рассматриваются в материалах исследования в качестве основных репрезентантов концепта «лицо».

В Словаре современного китайского языка (现代汉语词典, далее – ССКЯ): представлены следующие дефиниции и примеры использования 面子 / 脸: 1. 物体的表面 – поверхность чего-либо; 2. 表面的形象 – поверхностный образ, видимость; 虚荣 – тщеславие); 爱面子 – заботиться о репутации; 要面子 – дорожить честью; 3. 情面 – репутация, честь, достоинство; 4. 给面子 – уважить, оказать честь [Xiandai hanyu da cidian, 2018, с. 905].

Словарные дефиниции Большого китайско-русского словаря (далее – БКРС) показывают, что существительные 面子 / 脸 обозначают более широкий спектр значений:

- 1) престиж, доброе имя, репутация, достоинство, честь, значимость, крутизна;
- 2) внешность, видимость, показная сторона; внешний, наружный, показной; верхняя сторона, верх;
- 3) площадь, поверхность; полотнище, полоса (напр. материи) [БКРС, т. 2, с. 697–698; т. 4, с. 612–613].

ЯЗЫКОВАЯ ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЛИЦО» В РАЗНЫХ СЛОЯХ ЛЕКСИКИ

Анализ лексического, фразеологического, паремиологического и полевого материалов демонстрирует, что исходное значение «лицо как передняя часть головы» изменяется в производных значениях слов 面子 / 脸 через переосмысление основной функции лица как части тела: «лицо» в указанных случаях кодирует следующие значения:

1) *Лицо – это статус, престиж, доброе имя, достоинство*: 他屡屡失败以后, 这次胜利挽回了他的面子。 – «После череды неудач эта победа помогла ему вернуть доброе имя» (букв. «вернул лицо»); 我只不过在帮你保全面子。 – «Я всего лишь хочу помочь тебе сохранить доброе имя» (букв. «сохранить лицо»); 人活一张脸, 树活一张皮。 – «Человек живет благодаря «лицу», дерево живет благодаря коре».

2) *Лицо – это репутация*: 男人爱面子, 女人爱名声。 – «Мужчина заботится о репутации (букв. “любит лицо”), женщина заботится о добром имени»; 不要怕丢面子 – «Не бойся потерять лицо»; 不要脸 – букв. «не нужно лица; нет лица», значит – бесстыжий человек, потерявший стыд и совесть; 你把我的脸丢光了! – букв. «Ты заставил меня потерять лицо начисто», то есть «ты меня опозорил».

3) *Лицо – честь*: 我们可当不起这个大面子。 – Мы не заслуживаем такой чести (букв. «Мы не посмеем иметь такое большое лицо»);

4) *Лицо – значимость, «крутизна»*: 我的面子有多大呀? – Насколько значима моя личность (букв. «Сколь велико мое лицо?»). 请不到你是我面子不够大? – Я что, не настолько крут (букв. «мое лицо не настолько большое»), чтобы пригласить тебя (в ресторан, в гости и пр.)?;

5) *Делать одолжение*: 给面子 – «давать лицо»: 你们俩是老同学, 你总得给他点面子。 – Вы с ним однокашники, тебе все же следует быть с ним полюбозней (букв. «дай ему немного лица»); 卖面子 – «продавать лицо»: 你就卖面子帮他这一次吧! 他会终生感激你的! – Сделай одолжение (букв. «продай свое лицо»), помоги ему на этот раз! Он век не забудет твоей доброты!; 不是我不买你的面子, 这事实实在在不好办。 – Не то чтобы я не хотел тебе помочь (букв. «не покупаю твое лицо»), просто это действительно нелегко сделать.

В силу ключевой роли концепта лица для носителей китайского языка и культуры эта тема важна и для китайских афористов. Если согласиться, что высказывания «типажей – узнаваемых представителей общества могут определить культурные доминанты целого социума» [Карасик, 2010, с. 310], то, очевидно, можно утверждать, что для китайской лингвокультуры актуальны следующие оценочные суждения:

Так, Лу Синь писал: «中国人要“面子”, 是好的, 可惜的是这“面子”是“圆机活法”, 善于变化, 于是就和“不要脸”混起来了»。 – «То, что китайцы заботятся о «лице», – дело хорошее. Но, к сожалению, это «лицо» изменчиво, поэтому оно тесно связано с «потерей лица»³.

中国人的脸, 不但可以洗, 可以刮, 并且可以丢, 可以赏, 可以争, 可以留, 有时好像争脸是人生的第一要义, 甚至倾家荡产而为之, 也不为过。 – «Лицо китайцев предназначено не только для умывания и бритья, лицо можно потерять; получить в подарок; заработать; оставить; иногда кажется, что приобретение благоприятного лица – это смысл всей жизни: ради него люди готовы поступиться всем, что у них есть» (Линь Юйтан, 1895–1975, китайский писатель, философ, ученый)⁴.

当你放下面子赚钱的时候, 说明你已经懂事了。

当你用钱赚回面子的时候, 说明你已经成功了。

当你用面子可以赚钱的时候, 说明你已经是人物了。

当你还停留在那里喝酒、吹牛, 啥也不懂还装懂,

只爱所谓的面子的时候, 说明你这辈子也就这样了! – «Если ты, отбросив свое “лицо”, смог заработать деньги, – значит, ты умный человек. Если ты, используя заработанные деньги, смог “вернуть” свое “лицо”, – значит, ты стал успешным человеком. Если ты на своем “лице” смог заработать деньги, – значит, ты стал важной персоной. Если ты тратишь время только на выпивки, бахвальство, изображаешь из себя знаточка, на самом деле ничего не соображая, заботясь лишь о сохранении так называемого “лица”, значит, твоя жизнь просто не удалась». (Ли Цзячэн – гонконгский предприниматель и филантроп, один из самых влиятельных бизнесменов Азии)⁵.

— 只有不要脸的人, 才会成为成功的人。 – «Только бессовестный человек (букв. “человек, у которого нет “лица”) может стать успешным человеком». (Жэнь Чжэнфэй, основатель и президент одной из крупнейших телекоммуникационных компаний *Huawei Technologies Co. Ltd*, второго по величине продаж производителя смартфонов в мире. По состоянию на сентябрь 2018 г. его состояние оценивалось в 1,2 млрд долларов)⁶.

³Lu Xun. *Tan «mianzi»* (Рассуждения о «лице»). 鲁迅。谈“面子”。 URL : <https://www.marxists.org/chinese/reference-books/luxun/18/018.htm> (дата обращения – 25.07.2019).

⁴Lian yu fazhi he zhongguo ren zhi congming – linyutang xiao wen liang pian (脸与法治和中国人之聪明 – 林语堂 小文两篇; Лицо, законность и мудрость китайцев. Линь Юйтан. Две статьи): URL: <https://www.douban.com/note/117302827/> (дата обращения – 25.07.2019).

⁵Li Jiacheng mingyang (李嘉诚名言; Знаменитые высказывания Ли Цзячэна): URL: <https://3g.163.com/dy/article/DEQ6KMLJ0528UM32.html> (дата обращения – 19.12.2018).

⁶Renzhengfei: Zhiyou “buyao lian” de ren, cai hui chengwei chenggong de ren (任正非: 只有“不要脸”的人, 才会成为成功的人! Жэнь Чжэнфэй: только бесстыжие могут стать успешными людьми!). URL: <http://www.twoeggz.com/news/4135322.html> (дата обращения – 19.12.2018).

什么是脸面？我们干大事的从来不要脸，脸皮可以撕下来扔到地上，踹几脚，扬长而去，不屑一顾。《Что такое “лицо”？ Когда мы занимаемся большими делами, мы никогда не заботимся о “лице”: мы можем с легкостью сорвать свое “лицо”, выкинуть на землю и уходим прочь, несколько раз по нему топнув, даже не удостоив его взглядом》(Янь Цзехэ, владелец *China Pacific Construction Group*, состояние которого оценивается в 14,2 млрд долларов)⁷.

Мы согласны с В. И. Карасиком, утверждающим, что оценочные суждения афористов в трансформированном виде формулируют нормы поведения для определенной лингвокультуры [Карасик, 2010, с. 146], и считаем, что характеристики «лица», приведенные в вышеперечисленных высказываниях, в той или иной мере актуальны для современного китайского общества в целом. В приведенных парадоксах известные китайские личности, люди, творившие историю Поднебесной, обращают внимание на ключевую роль «лица» для простого китайца, в то же время указывая на обманчивость и изменчивость «лица», на трудность его приобретения и поддержания в реальной жизни.

Для дальнейшего уточнения образно-перцептивных характеристик концепта «лицо» обратимся к ассоциативному эксперименту как способу выявления роли вербальных значений в механизме функционирования языкового сознания у китайцев и ассоциативному уточнению понятийных признаков указанного концепта.

Общеизвестно, что одним из ключевых инструментов в исследовании языкового сознания является *ассоциативный эксперимент*, о котором писали Дж. Диз; А. А. Леонтьев; А. А. Брудный; Ю. Н. Караулов; В. Ф. Петренко; А. А. Нистратов; А. А. Залевская; Е. Ф. Тарасов; Ю. А. Сорокин; Н. В. Уфимцева; А. М. Шахнарович; Р. М. Фрумкина; А. П. Васильевич; Г. Н. Черкасова; М. Л. Ковшова и другие. Под «языковым сознанием» понимается языковая картина мира той или иной культуры, «совокупность перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителя культуры об объектах реального мира» [Ковшова, 2013, с. 85–86]. По мнению Н. Ф. Уфимцевой, образ сознания, ассоциированный со словом, – это одна из главных попыток описания знания, используемые коммуникантами при производстве и восприятии речевых сообщений [Уфимцева, 2000, с. 50–51].

В данном исследовании ассоциативный эксперимент проводится по схеме, предложенной В. Ф. Петренко [Петренко, 1988, с. 47]: испытуемым предъявляется слово-стимул и требуется дать первые пришедшие на ум ассоциации. Испытуемый мог в свободной форме предложить ассоциативные значения, используя при этом слова, словосочетания, фразеологизмы, пословицы и поговорки, предложения, примеры из фольклора и тексты к заданным словам-стимулам. Выбор методики не случаен: причина кроется в особенностях самого понятия ассоциация, представляющего собой связь между отдельными представлениями, при которой одно из представлений вызывает другое (Толковый словарь русского языка, 2011, с. 43).

Ассоциации, используемые информантами в ходе эксперимента, представляют собой важный ключ в этнокультурное пространство китайцев; их невозможно переоценить: они участвуют в «расшифровке» национально-культурных кодов, не всегда постижимых при помощи обычных лексикографических исследований. Ассоциации – это особая форма отражения действительности [Лурия, 1979, с. 37], за ними может стоять совокупный общественный опыт, зафиксированный и кристаллизованный в значениях [Леонтьев, 1981, с. 234].

В результате проведенного эксперимента были отобраны наиболее употребляемые слова или выражения – ассоциации, рассматриваемые как «ключи» для определения се-

⁷ Yanjiehe “mian zi lun”: Gan dashi conglai bu yao lian shi qujie (严介和“面子论”: 干大事从来不要脸是曲解; Янь Цзу и «теория лица»: ворочать большими делами без стыда – это неправильно): URL: <http://www.iceo.com.cn/renwu2013/2013/0412/266009.shtml> (дата обращения – 19.12.2018).

мантического содержания концепта «лицо». Вслед за Петренко автор полагает, что «значение – это обобщенная идеальная модель объекта в сознании субъекта, в которой фиксированы существенные свойства объекта, выделенные в совокупной общественной деятельности. Кодирование, категоризация исходного содержания в знаковой, символической форме ведут к обогащению его совокупным социальным опытом, к упорядочению исходного содержания, его организации в формах, выработанных общественной практикой» [Петренко, 1988, с. 9]. Таким образом, проводимый в рамках исследования эксперимент в первую очередь направлен на выявление роли вербальных значений в механизме функционирования языкового сознания у китайцев.

В качестве единиц классификации полученного материала были взяты ключевые слова или словосочетания, повторяющиеся в ответах разных информантов. Как отмечает Ю. Н. Караулов, получаемые в ходе ассоциативного эксперимента ключевые реплики могут быть интерпретированы как знания (смыслы), принадлежащие практически всем представителям данной культуры [Караулов, 2007, с. 14].

Таким образом, выявление ключевых слов и словосочетаний способствует обнаружению смыслов, которые являются связующим звеном между семантикой и когницией: «языковое значение приобретает статус смысла только будучи погруженным в определенную предметную область и включенным тем самым в систему связей между всеми параметрами фигуры знания» [Караулов, 2007, с. 19].

Методика свободных дефиниций позволила испытуемым не заикливаться на стереотипных значениях, «навязанных» школьной или университетской программой по *юйвэнь* (语文) – китайскому языку. В ответах они больше опирались на личный опыт, что позволило получить более точную информацию о значимости того или иного слова-стимула в языковой картине мира участников эксперимента. Просьба «привести ассоциации» не нацеливала на точное описание слов-стимулов, закрепленных в лексикографических источниках: условия эксперимента освобождали испытуемых от сосредоточенности на денотативной части значения, что позволило им описать заданное слово целостно, используя не только слова, словосочетания, фразеологизмы и предложения, но и образцы малых жанров фольклора.

Испытуемые – носители китайского языка, живущие в КНР (в Пекине, Шанхае, Тяньцзине, Гуанчжоу и Урумчи). Общее количество информантов, участвовавших в эксперименте, – 119 человек.

I группа

Возраст информантов: 16–18 лет.

Количество информантов: 26 человек.

Сфера деятельности: старшеклассники.

II группа

Возраст информантов: 22–28 лет.

Количество информантов: 32 человека.

Сфера деятельности: молодые специалисты различных коммерческих и некоммерческих организаций.

III группа

Возраст информантов: 32–45 лет.

Количество информантов: 36 человек.

Сфера деятельности: ведущие специалисты различных коммерческих организаций, предприниматели, простые рабочие.

IV группа

Возраст информантов: 56–67 лет.

Количество информантов: 25 человек.

Сфера деятельности: работники сферы образования, рабочие, пенсионеры.

Технические средства эксперимента: китайский мессенджер *We Chat* и различные интернет-форумы.

Инструкция: Привести слова-ассоциации (словосочетание, предложение, фразеологизмы или образцы фольклора), соответствующие заданным словам-стимулам.

Четыре испытуемых из самой старшей возрастной группы (56, 60, 62, 67 лет соответственно), изначально согласившиеся участвовать в опросе, увидев заданные слова-стимулы, отказались от эксперимента. В качестве аргумента фигурировал «слишком интимный характер» слов-стимулов, затрагивающий глубоко личные переживания, связанные, очевидно, с отрицательным личным опытом информантов.

Обработка данных строилась в три этапа.

1 этап. Ответы информантов группируются согласно возрастной категории. Информация приводится полностью, без сокращений или стилистической и орфографической обработки;

2 этап. Ответы информантов группируются согласно повторяющимся ключевым ответам;

3 этап. Выстраивается статистика ключевых значений в виде гистограммы.

СОДЕРЖАНИЕ ЭКСПЕРИМЕНТА

Инструкция: привести слова-ассоциации (словосочетание, предложение, фразеологизмы или образцы фольклора) к словам-стимулам **面子 / 脸** – «лицо».

Ответы информантов из I группы:

- 1) *Чувство собственного достоинства:* 自尊心 (2 ответа);
- 2) *Тщеславие, внешний эффект:* 虚荣; 排场 (3 ответа); 摆场面 – «держат фасон»; 金玉其外, 败絮其中 – «золото и яшма снаружи, а внутри лохмотья»;
- 3) *Потеря лица:* 丢人 (2 ответа); 丢脸, 丢面子, 脸放哪 – «куда положить лицо?»;
- 4) *Авторитет, вес в обществе:* 情面 (3 ответа);
- 5) *Престиж, честь и достоинство:* 尊严;
- 6) *Сохранение лица:* 留面子; 死要面子, 活受罪 – «терпеть лишения, чтобы сохранить лицо»; 打肿脸充胖子 – букв. «набить себе морду, чтобы выглядеть толстяком», ср. рус.: «делать хорошую мину при плохой игре»;
- 7) *Обстановка, положение:* 局面;
- 8) *Старание:* 努力; 好好学习 – «хорошо учиться».

Ответы информантов из II группы

- 1) *Чувство собственного достоинства:* 自尊心; 尊严;
- 2) *Сохранение лица любой ценой:* 死要面子 – «до смерти бояться потерять лицо»; 死要面子, 活受罪 – «терпеть лишения, но сохранить лицо» (2 ответа);
- 3) *Достоинство, авторитет:* 体面 (2 ответа); 颜面; 有权有势 – букв. «облеченный властью и пользующийся влиянием»;
- 4) *Хорошая репутация:* 戴头识脸, 有头有脸 – «есть голова, есть лицо»;
- 5) *Тщеславие, внешний эффект:* 场面; 排场; 放不下架子 – «не мочь отбросить спесь»;

- 6) *Чувство стыда*: 撕不开面子 – «не могу разодрать лицо»; 放下面子 – «отбросить лицо» – отбросить стыд;
- 7) *Потеря лица*: 失光洛彩 – «потерять блеск, ронять краски»; 丢脸; 丢面子;
- 8) *Материальные блага*: 挣钱 – «зарабатывать деньги»; 年轻的时候用钱买面子, 成功之后可以用面子挣钱 – «когда молодой, тратишь деньги, чтобы купить «лицо», а когда приходит успех, продаешь лицо, чтобы их заработать»;
- 9) *Развиваться, расти*: 成长;
- 10) *Коррупция*: 滥用权力 – «использование властью в обществе»; 仗势欺人 – букв. «пользуясь своим положением, притеснять других».

Ответы информантов из III группы

- 1) *Достоинство*: 人需要有尊严, 但是不需要面子 – букв. «человеку нужно достоинство, но не нужно лица»;
- 2) *Престиж, авторитет*: 脸面; 体面; 现眼, 脸大 – букв. «большое лицо»; 面子是别人给的, 脸是自己挣的 – букв. «авторитет сам зарабатываешь, поэтому люди тебя уважают»;
- 3) *Сохранение репутации*: 争面子 – букв. «бороться за лицо», т.е. стараться заработать хорошую репутацию; 爱面子 – букв. «любить свое лицо», т.е. заботиться о своей репутации;
- 4) *Связи*: 关系 (2 ответа); 网络 – прям., перен. сеть; Интернет (2 ответа);
- 5) *Статус; положение в обществе*: 身份; 地位; 面子大 – букв. «лицо большое» – благоприятное положение в обществе;
- 6) *Внешний вид, манера*: 姿态; 驴粪球表面光 – букв. «ослиный помет снаружи блестит», ср. рус.: «не все то золото, что блестит»;
- 7) *Хвастаться, рисоваться*: 显摆; 显白;
- 8) *Потеря лица*: 丢人; 丢脸; 丢面子;
- 9) *Расход, затрата*: 消费; 面子消费 – «расходы на поддержание имиджа»;
- 10) *Коррупция*: 腐败; 贪污腐化;
- 11) *Подарки*: 送礼;
- 12) *Услуга за услугу*: 礼尚往来 – «в этикете ценится взаимность», ср. рус. «долг платежом красен»;
- 13) *Стыд*: 羞耻; 可耻 – «стыд и срам»; 不好意思 – чувствовать себя неловко; 拉不下脸 – «бояться сорвать лицо»;
- 14) *Помощь и забота*: 给面子 – букв. «давать лицо» – помогать кому-либо (из-за уважения); 卖面子 – букв. «продавать лицо»; 买面子 – «покупать лицо»; 照顾 – заботиться о ком-либо;
- 15) *Забота о здоровье*: 保养;
- 16) *Права*: 权利.

Ответы информантов из IV группы:

- 1) *Забота об имидже*: 面子工程 – букв. «проект лица» (имиджевый проект) – о проектах, направленных на имидж страны или организаций, которые не по душе простому населению; 死要面子活受罪 (2 ответа) – букв. «терпеть лишения, чтобы сохранить лицо»; 打肿脸充胖子 (3 ответа) – «набить себе морду, чтобы выглядеть толстяком»; 情面难却 (2 ответа) – букв. «неудобно отказать, неловко отказать, не потеряв лица»; 家丑不

可外扬 – «семейные неурядицы нельзя распространять за пределы дома»; ср. рус.: «не выноси сор из избы»;

2) *Тщеславие*: 爱慕虚荣 – «полный самомнения» (2 ответа); 表面文章 – букв. «показная статья», т.е. некачественная работа, выполненная для виду;

3) *Стыд*: 无地自容 (2 ответа) – букв. «не находить себе места от стыда»; 不好意思 – неловко, неудобно; 羞耻 – стыд;

4) *Успех и слава*: 衣锦还乡 – букв. «вернуться на родину в расшитых одеждах», т.е. обр. «вернуться с триумфом»; 风风光光 – достойно, прилично;

5) *Потеря лица*: 颜面尽失 – потерять лицо начисто; 体面扫地 – «смести лицо подчистую»;

6) *Респектабельный*: 有头有脸 – букв. «есть голова, есть лицо»;

7) *Забота о чести*: 人要脸, 树要皮 – букв. «Беречь честь человеку необходимо настолько же, насколько дереву нужна кора»; 人争一口气, 佛争一炷 – «Для человека важна его честь, для Будды важно благовоние».

8) *Оказать помощь, делать одолжение*: 不看僧面, 看佛面 (2 ответа) – букв. «не смотри на лицо монаха, смотри на лицо Будды», т.е. проявляй терпение в делах и снисхождение людям (о благодетели, оказываемом ради стороннего лица); 看某人的面子 – букв. «смотреть на чье-то лицо»; 看面子 – букв. «смотреть на лицо».

9) *Достоинство*: 情面;

10) *Мудрость*: 面子的含义与智慧息息相关, 智慧越高, 面子就会越重要 – «Значение лица тесно связано с мудростью: чем выше мудрость, тем важнее лицо»;

11) *Самоуважение*: 面子就是自尊心的代名词 – «Лицо является синонимом самоуважения».

12) *Маска; мнимый образ*: 面子就是在除了自己之外的人面前表现出来的一种形象。有的人在特定人群面前喜欢维持一种形象, 有的人则无所谓。面子只是自己给自己贴上的面具, 看情况而定, 而且它是临时营造出来的一种表面形象, 它是虚的, 当不得真 – «Лицо – это мнимый образ, демонстрируемый нами перед другими людьми. Для некоторых людей важен собственный имидж, образ, создаваемый ими для определенной группы людей; для некоторых людей это неважно. «Лицо» – это маска, которую надевают люди в зависимости от той или иной ситуации. Это нечто фальшивое, ненастоящее».

中国人的面子这个词, 很多人理解为尊严, 其实大错特错了, 其实面子就是表面化的虚假的尊严, 我给你们形象的比喻一下: 西游记里面有一个白骨精, 其实她只有骨头没有肌肉更加没有皮肤哪里有什么脸面? 但是她还是喜欢漂亮的脸蛋的, 那怎么办? 于是就扒下别人的面皮套在骨头上, 这样面子就来了, 时间久了, 皮失去了活力又使用化妆品涂抹修饰挽留她需要的面子 – «Слово “лицо” интерпретируется многими как достоинство. На самом деле это ошибочное мнение: “лицо” – это ложное достоинство. Приведу пример из романа “Путешествие на Запад”. Там есть персонаж Байгуцзин – демон Белой кости, который оборачивался миловидной девушкой, имевшей только кости, без мышц и кожи. Но ей хотелось иметь красивое лицо, что же было делать в этой ситуации? И она стала отбирать лица у людей и надевать на себя. С течением времени кожа теряла жизненную силу, и демон использовал косметику, чтобы сохранить лицо в нужном ему виде».

АНАЛИЗ ЭКСПЕРИМЕНТА

По большей части ответы испытуемых как в отношении смыслов, так и в отношении ассоциаций носили перечислительный характер, свойственный классическому ассоциативному эксперименту. В то же время описание смыслов имело в ответах вид дефиниции: ха-

рактизирующей, описательной или ситуативной. Инструкция эксперимента, предполагающая представить ассоциацию (слова, словосочетания, предложения, фразеологизмы или образцы фольклора), соответствующую слову-стимулу 面子 – «лицо», в какой-то степени направила восприятие данного концепта по разным направлениям, тем самым подействовав на порядок в описании разных компонентов значения: денотативно-сигнификативного, образно-мотивационного, оценочного, эмотивного. Таким образом, восприятие заданного экспериментом слова-стимула по характеру было рефлексивным.

1) *Ответы, в которых содержится денотативно-сигнификативная информация:* внешний вид; манера, сохранять лицо; стараться заработать хорошую репутацию; заботиться о своей репутации; хорошая репутация.

2) *Ответы, в которых содержится оценочная коннотация:* респектабельный; безупречная репутация; успешный, статусный, имеющий высокий социальный статус; тщеславный, надутый; беззастенчивый, нахальный и др.;

3) *Ответы, в которых содержится мгновенная образно-мотивационная информация и буквальное восприятие слова-стимула. Испытуемые приводят примеры-стереотипы, «навязанные» им школьной или университетской программой, общественной моралью; дефиниции, зафиксированные лексикографическими источниками (см., например: 现代汉语词典 – «Словарь современного китайского языка»):* лицо; достоинство; мудрость; честь; репутация; успех; слава; тщеславие; авторитет; самоуважение; чувство достоинства.

4) *Ответы, в которых содержится индивидуальная образная иллюстрация слова-стимула «лицо»:* испытуемые предлагают альтернативную трактовку для заданного стимула, резко отличающуюся от дефиниций, закрепленных в лексикографических источниках, но тесно связанных с концептом «лица». В данном случае испытуемые опираются на личный опыт: мнимый образ, тщеславие, заботиться о ком-либо; заботиться о здоровье; нечто, создаваемое временно, в зависимости от ситуации; мудрость; «сеть»; деньги; права; связи, ситуация; показушность; «лицо» – это ложное достоинство; потеря лица.

5) *Ответы, в которых, по мнению испытуемых, раскрываются предпосылки, приводящие к «обретению лица»:* развиваться, расти, хорошо учиться, зарабатывать деньги, помогать людям; обрастать связями.

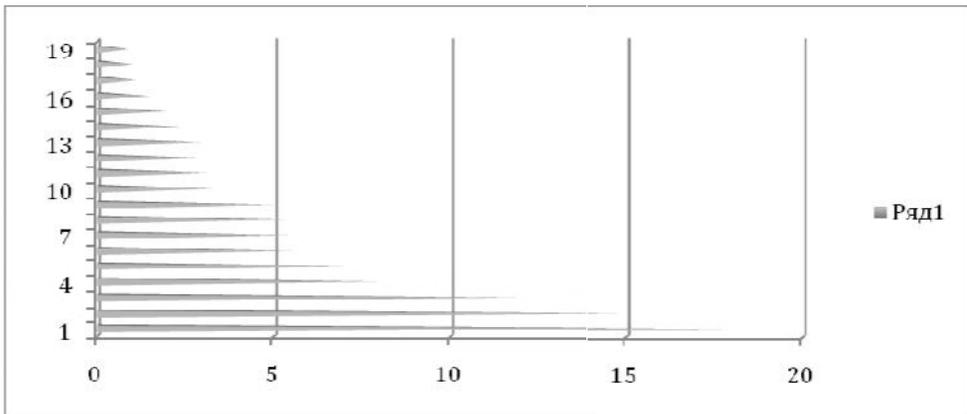
Таким образом, в целом в ответах видна работа со значением слова-стимула во всей разносторонности составляющей его информации: испытуемые представили мгновенную образно-мотивационную информацию, выразили оценку, передали денотативно-сигнификативную информацию, показали индивидуальную образную иллюстрацию для заданного слова 面子 / 脸 «лицо».

Результаты эксперимента показали, что на восприятие того или иного слова-стимула влияют возраст, сфера деятельности и социальный статус людей. К примеру, в ответах испытуемых из первой группы встречаются такие ответы, как: 努力 – старание; стараться; 好好学习 – хорошо учиться. В ответах участников эксперимента из второй группы встречаются ответы: 挣钱 – зарабатывать деньги, и такие характерные для данной возрастной категории приоритеты, как: 年轻的时候用钱买面子, 成功之后可以用面子挣钱 – «когда молодой, тратишь деньги, чтобы купить «лицо», а когда приходит успех, то продаешь лицо, чтобы заработать деньги»; 成长 – развиваться, расти (чтобы приобрести «лицо»). В ответах информантов из третьей группы встречаются такие ответы, как: 关系 – связи; 身份 – статус; 地位 – положение в обществе; 姿态 – внешний вид, манера; 给面子 – букв. «давать лицо», т.е. помогать кому-либо (из уважения); 卖面子 – букв. «продавать лицо», т.е. сделать одолжение кому-либо; 拉不下脸 – «бояться сорвать лицо». Примечательно, что один

из информантов данной группы тесно связывает понятие «лица» с 保养 – с заботой о здоровье, что вполне объяснимо: концепт долголетия, продиктованный инстинктом самосохранения, является ключевым для китайской традиционной культуры [Даулет, 2009].

Такие примеры, как: 权利 – «права»; 照顾 – «забота о ком-либо»; 网络 – «сеть» и др., являются лишним подтверждением актуальности «биолектальных» (возраст и пол) и «социолектальных» (общественное положение, профессиональная принадлежность, образование, место рождения, образ жизни) [Караулов, 2007, с. 5] факторов в восприятии и трактовке тех или иных слов, что доказывают истину о том, что «языковое значение приобретает статус смысла, только будучи погруженным в определенную предметную область и включенным тем самым в систему связей между всеми параметрами фигуры знания» [Караулов, 2007, с. 19].

Результаты эксперимента показали, что общими для всех четырех групп являются следующие ассоциации – ключевые слова, которые можно рассмотреть как смежные концепты для заданного лингвокультурного концепта «лицо».



Гистограмма 1. Частотность использования ключевых значений, применяемых к концепту «лицо».

1. Честь и достоинство; 2. Тщеславие; мнимый образ; 3. Потеря лица; 4. Авторитет; 5. Помощь; 6. Репутация; 7. Чувство собственного достоинства; 8. Сохранение чести; 9. Благоприятный внешний вид и манеры; 10. Престиж; 11. Общественное положение и статус; 12. Уважение; 13. Стыд; 14. Успех; 15. Финансовое благополучие; 16. Коррупционные связи; 17. Совесть; 18. Сила; 19. Слава.

Метод свободных ассоциаций, основной задачей которого было выявление все большего количества значений для ключевых репрезентантов концепта «лицо», позволил участникам эксперимента свободно говорить обо всем, что приходит в голову, невзирая на то, насколько абсурдным или непристойным это может показаться, что и отразилось в текстах ответов, таких как выше приведенные развернутые ответы: «Лицо – это мнимый образ, демонстрируемый нами другим людям...» и ответ, содержащий рассказ о демоне из «Путешествия на Запад» У Чэньэня. Отметим, что в данных примерах «смыслы» находятся не в начале, а в середине ответа, внутри «ассоциации», или завершают ответ: в ответах нет организованного описания заданного слова-стимула, оно не зависит от того, в каком порядке указывать смыслы и ассоциации. Подобные ответы актуализируют новое значение лексемы 面子, не зафиксированное ранее ни одним лексикографическим источником: 面子是面具 – «лицо» – это маска.

Для многих ответов определяющей в описании заданного слова-стимула оказалась оценка, выражение своего эмоционального отношения к концепту «лицо». Заметим, что аксиологическая характеристика «лица» не представляла в инструкции отдельную позицию помимо смыслов и ассоциаций: перед нами не стояла задача, чтобы участники эксперимента свели описание всего многообразия семантики 面子 / 脸 к такой результативной части описания происходящего в окружающем мире, как оценка, поскольку упоминание об оценке привело бы к сугубо «оценочным» ответам и не дало бы участникам эксперимента возможности пройти весь путь восприятия категории «лица» до «оценочной стадии». Тем не менее оценка, на которую не был нацелен данный эксперимент, присутствует в большинстве ответов испытуемых, что свидетельствует о важности данного компонента семантики лексем 面子 / 脸 для участников эксперимента, о его ключевой роли для китайской этнокультуры в целом.

Метод свободных дефиниций, позволивший респондентам самостоятельно включить оценки в описание концепта «лицо», сделал это описание свободным и естественным, более адекватным тому, что происходит при восприятии категории «лица» в живой коммуникации. Именно этот аспект эксперимента позволил выявить дефиниции, не привлекавшиеся ранее в описании указанного концепта. Это примеры: 消费 (расход, затрата); 面子消费 (расходы на поддержание имиджа); 腐 (коррупция); 贪污腐化 (взяточничество и разложение); 权利 (права); 照 (забота); 网络 (сеть); 关系 (связи); 身份 (социальное положение; личность; статус); 地位 (пост; статус; место); 保养 (беречь; ухаживать; заботиться о здоровье); 努力 (старание); 局面 (положение, ситуация; обстановка); 羞耻 (стыд). Подобные примеры свидетельствуют о том, что слова приобретают новые значения при употреблении в речи и в конкретных ситуациях. Таким образом, мы смеем утверждать, что языковые эксперименты являются эффективным способом выявления новых значений, способным использоваться для полноценного описания семантического поля любого концепта. Отметим при этом, что выявленное в ходе эксперимента значение 面具 – маска, для лексемы 面子, могло бы быть привлечено в словарных дефинициях.

В целом ответы участников эксперимента соотносятся со значениями, закрепленными за лексемами 面子 / 脸 – «лицо» в лексикографических источниках: во многих ответах содержатся языковые клише, свойственные исключительно китайской лингвокультуре (面子是别人给的, 脸是自己挣的, 争面子, 爱面子, 面子大, 给面子, 卖面子, 买面子; 情面; 颜面尽失; 体面扫地; 不看僧面, 看佛面; 打肿脸充胖子; 死要面子, 活受罪 и др.). Данный факт служит еще одним подтверждением того, что язык может влиять на восприятие мира участников той или иной лингвокультуры. При этом качество коммуникативных процессов, в которые вступают носители языка и культуры, может напрямую зависеть от языковых клише, закрепленных в их картине мира.

Одной из главных задач ассоциативного эксперимента являлась проверка актуальности значений для участников эксперимента, закрепленных за лексемами 面子 / 脸 в лексикографических источниках. Так, одним из значений лексемы 面子, зафиксированной в современных словарях китайского языка, является значение 物体的表面 – «поверхность предмета». В ходе эксперимента ни один ответ не содержал примеры, используемые в данной семантической плоскости, что, возможно, является косвенным подтверждением того, что данная дефиниция лексемы 面子 теряет свою актуальность в повседневной речи, уступая ее метафорической ипостаси.

Результаты эксперимента также выявили, что значение «лицо как передняя часть головы» для лексемы 面子 более не является актуальным для носителей китайской лингвокультуры. Данное значение сохраняется только для лексемы 脸.

ВЫВОДЫ

Таким образом, можно утверждать, что «лицо» является ключевым концептом современной китайской этнокультуры и в основном ассоциируется у носителей китайского языка с рядом важных понятий, таких, как честь и достоинство, тщеславие, авторитет, репутация, достойный внешний вид и манеры, престиж, общественное положение и статус, уважение и самоуважение, стыд, успех, финансовое благополучие, полезные связи, совесть, сила и слава, а также и с отрицательными значениями, такими, как потеря лица, мнимый образ, коррупция, затраты и тщеславие. При этом, согласно данным ассоциативного эксперимента, наиболее актуальными для носителей языка являются дефиниции, связанные с честью и достоинством (17 %), тщеславием и мнимым образом (14 %) и потерей лица (12 %). Как ментальное образование концепт «лицо» в современном китайском обществе становится индикатором социального статуса, межличностных связей и нравственности.

«Социальное лицо» связано с достижениями человека в обществе, его социальным статусом и приобретенным «престижем». У человека с высоким социальным положением, как правило, 脸大 – «большое лицо», т.е., высокий социальный статус. Данное преимущество позволяет ему контролировать «социальные ресурсы» в процессе межличностных отношений [Yang, 2012; Qian, 2006].

В китайском социуме «лицо» человека напрямую связано с его статусом в рамках его «сети связей» – 关系网. При этом важно, легко ли человек добивается благосклонности у других участников данной «сети». От этого зависит, сможет ли он воспользоваться теми или иными привилегиями в ареале «сети», «дадут ли ему лицо» другие участники сети или откажут ему в этом. В рамках 关系网 «лицо» «дается» (给面子, 买面子, 卖面子) в первую очередь «распределителю ресурсов» – человеку с более высоким социальным статусом. Это говорит об утилитарной природе концепта «лицо»: моральная ценность поведения или поступка в китайском социуме определяется ее полезностью.

Все вышеперечисленное позволяет сделать следующие выводы:

1) Концепт «лицо» уходит корнями в социальную психологию китайской культуры. Он утилитарен и сформировался и реализуется в процессе межличностного общения;

2) «Лицо» изменчиво: 1) оно меняет цвет: 白脸儿 – белое лицо – альфонс; 黑脸 – черное лицо – в пекинской опере символ справедливого и беспристрастного чиновника; 脸红 – покрасневшее лицо кодирует такие значения, как бросать в краску; ввести в краску (от стыда, гнева или смущения); 黄脸婆 – женщина с желтым лицом – немолодая и некрасивая женщина; 2) меняет локализацию: по Лу Синю – «这“脸”有一条界线, 如果落到这线的下面去了, 即失了面子, 也叫作“丢脸”。不怕“丢脸”, 便是“不要脸”。但倘使做了超出这线以上的事, 就“有面子”, 或曰“露脸”». – «Лицо» имеет свою границу. Если оно падает ниже дозволенной границы, то это приводит к «потере лица». Не бояться «потерять лицо» – это и есть «бесстыдство». Но если вы, предположим, совершили нечто, выходящее за рамки верхней границы «лица», то это значит, что вы «приобрели лицо» (приобрели статус или престиж. – Ф. Д), по-другому – «показали лицо» (т.е. «прославились», «отличились». – Ф. Д.)⁸; 3) меняет размер: 脸大 – иметь большое лицо – иметь авторитет; 脸不够大 – лицо недостаточно большое – непопулярный или невлиятельный человек; 小脸儿 – маленькое личико – хорошенькое личико; 4) меняет толщину: 脸皮厚 – толстокожее лицо – бесстыжий (толстокожий) человек; 脸皮薄 – тонкокожее лицо – застенчивый или легкоранимый человек;

⁸ Lu Xun. *Tan «mianzi»* (Рассуждения о «лице»). 鲁迅. 谈“面子”. URL : <https://www.marxists.org/chinese/reference-books/luxun/18/018.htm> (дата обращения – 25.07.2019).

3) «Лицо» как вещь, его можно: 1) «завоевать» – 争脸 (в знач. «показать себя с лучшей стороны, не ударить в грязь лицом»); 2) потерять – 丢脸 / 丢面子; 3) спасти – 救面子; 4) купить – 买面子 (делать одолжение, помочь); 5) продать – 卖面子 (уважить, сделать одолжение); 6) давать – 给面子 (оказать услугу, помогать); 7) не давать – 不给面子 / 驳面子 (отказать в услуге); 8) положить – 你让我把面子往哪儿放啊?! (букв. «куда ты мне прикажешь положить мое лицо») (в знач. «ты меня опозорил; мне стыдно из-за тебя»); подарить – 赏脸 – оказать честь, соизволить, согласиться; 9) сохранить – 留面子 / 保全面子 (сохранить лицо; пощадить самолюбие); 10) разодрать – 撕破面子 (невзирая на лица); 11) любить – 爱面子 / 好面子 / 要面子 (заботиться о своей репутации); 12) возвращать – 转面子 / 找面子 (вернуть доброе имя); 13) портить – 伤面子 (портить репутацию, порочить чью-то честь); 14) надуть – 充面子 – надуть щеки (для важности).

4) В современном китайском обществе концепт «лицо» является регулятором социальных ресурсов и реализуется в тесной связи со смежными концептами. Это статус; связи; стыд; бахвальство; престиж, авторитет; чувство собственного достоинства; власть; деньги; дутая слава; социальный статус; личные отношения, протекция, кумовство; подарки; месть; богатство; приличие, пристойность; услуга за услугу; сеть (связей).

5) Концепт «лицо» в китайском социуме реализуется в тесной связи с концептом «потери лица» (丢脸 / 丢面子). В обычных коммуникативных ситуациях человек, потерявший лицо, теряет и статус, занимает подчиненное положение по отношению к другим. Поэтому все действия, совершаемые в коммуникативном поле, главным образом направлены на сохранение «лица» (争面子, 要面子, 爱面子), а в случае его «потери» – на его «возвращение» (挽救面子; 挣回面子 и др.).

6) Кроме номинативной, образной и экспрессивной функции указанный концепт в китайской языковой картине мира реализует каузативную функцию, основывающуюся на его способности формировать новые концепты исходя из уже сформированных понятий. К примеру, в ходе анализа ассоциативного эксперимента и полевых материалов были выявлены новые значения, реализуемые в тесной связи с данным концептом, ранее не привлекавшиеся для лексико-семантического описания концепта.

7) Интерпретационное поле концепта «лицо» очень обширно, представлено в языковом сознании китайцев совокупностью ментальных и оценочных стереотипных суждений и содержит разнооценочные предикации, относящиеся к различным когнитивным слоям. Результаты ассоциативного эксперимента демонстрируют, что характерной особенностью языковой объективации элементов интерпретационного поля является обширная представленность концепта «лицо» с активным привлечением языковых средств, не включающих ключевых лексем.

8) Концепт «лицо» не имеет выделяющихся гендерных особенностей, но имеет возрастное своеобразие.

Таким образом, можно утверждать, что концепт «лицо» является ключевым ментальным образованием китайской лингвокультуры, содержание которого выражает социальные нормы поведения современных китайцев, что позволяет нам рассмотреть его как индикатор современного китайского общества в целом. Результаты исследования наглядно демонстрируют, что концепт «лицо» как ключевая единица соматического кода китайской этнокультуры обладает не только общекультурными, но и общезыковыми свойствами, закрепленными символическими значениями в лексико-семантической системе китайского языка. Результаты ассоциативного эксперимента демонстрируют, что концепт «лицо» не только универсален, но и культурно обусловлен: информация, закрепленная в словах, фразеологии, паремии, афоризмах и др. лексических единицах национального языка, накладывает отпечаток на восприятие мира носителей китайского языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Баранов И. Г. *Верования и обычаи китайцев*. М.: ИД «Муравей-Гайд», 1999 [Baranov I. G. *The Beliefs and Customs of the Chinese*. Moscow: "Muravei-Gide" Publishing House, 1999 (in Russian)].
- Большой китайско-русский словарь (БКРС)*. М.: Наука, 1983–1984 [*Great Chinese-Russian Dictionary*. Moscow: Nauka, 1983–1984].
- Буров В. Г. *Китай и китайцы глазами российского ученого*. М.: ИФ РАН, 2000 [Burov V. G. *China and the Chinese through the Eyes of a Russian Scholar*. Moscow: IPh RAS, 2000 (in Russian)].
- Даулет Ф. Н. *Китай: мифы и реальность*. Алматы: Жизнь, 2006 [Daulet F. N. *China: Myths and Reality*. Almaty: Zhizn, 2006 (in Russian)].
- Даулет Ф. Н. Лингвокультурологический анализ концепта «Китайский характер». *Сборник материалов конференции «Фундаментальные и инновационные проблемы востоковедного образования и науки»*. Алматы, 2009. С. 132–140 [Daulet F. N. Linguoculturological Analysis of the Concept "Chinese Character". *Collection of Conference Materials "Fundamental and Innovative Problems of Oriental Education and Science"*. Almaty, 2009. Pp. 132–140 (in Russian)].
- Даулет Ф. Н. *Китайская картина мира в культуре и языке*. М.: Триумф, 2018 [Daulet F. N. *Chinese Worldview in Their Culture and Language*. Moscow: Triumph, 2018 (in Russian)].
- Даулет Ф. Н. Ассоциативный эксперимент как способ выявления роли вербальных значений в механизме функционирования языкового сознания у китайцев: концепт 面子 – «лицо». *Ломоносовские чтения (секция «Востоковедение и африканистика»)*. М., 2019. С. 76–77 [Daulet F. N. An Associative Experiment as a Way to Identify the Role of Verbal Meanings in the Mechanism of the Functioning of the Linguistic Consciousness of the Chinese: The Concept 面子 – "face". *Lomonosov Readings ("Oriental and African Studies" Panel)*. Moscow, 2019. Pp. 76–77 (in Russian)].
- Жинкин Н. И. О кодовых переходах во внутренней речи. *Общая психолингвистика*. Сост. К.Ф. Седов М.: Изд-во МГУ, 2004 [Zhinkin N. I. On Code Transitions in Internal Speech. *General Psycholinguistics*. Comp. by K. F. Sedov. Moscow: MSU Publishing House, 2004 (in Russian)].
- Карасик В. И. *Языковая кристаллизация смысла*. М.: Гнозис, 2010 [Karasik V. I. *Linguistic Crystallization of Meaning*. Moscow: Gnosis, 2010 (in Russian)].
- Караулов Ю. Н. *Русский язык и языковая личность*. М.: Издательство ЛКИ, 2007 [Karaulov Yu. N. *Russian Language and Language Personality*. Moscow: LKI Publishing House, 2007 (in Russian)].
- Ковшова М. Л. *Лингвокультурологический метод во фразеологии: коды культуры*. М.: Книжный дом «Либроком», 2013 [Kovshova M. L. *Linguoculturological Method in Phraseology: Culture Codes*. Moscow: Knizhnyi dom "Librokom", 2013 (in Russian)].
- Корсаков В. В. *Пять лет в Пекине. Из наблюдений над бытом и жизнью китайцев*. М.: Ленанд, 2015 [Korsakov V. V. *Five Years in Beijing. Observations on Everyday Life in China*. Moscow: Lenand, 2015 (in Russian)].
- Крюков М. В., Малявин В. В., Софронов М. В., Чебоксаров Н. Н. *Этническая история китайцев в XIX – начале XX века*. М.: Наука. Издательская фирма «Восточная литература», 1993 [Kriukov M. V., Maliavin V. V., Sofronov M. V., Cheboksarov N. N. *Ethnic History of the Chinese in the 19th – Early 20th Century*. Moscow: Nauka, "Vostochnaia Literatura", 1993 (in Russian)].
- Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. *Краткий словарь когнитивных терминов*. М.: Изд-во МГУ, 1996 [Kubriakova E. S., Demiankov V. Z., Pankrats Iu. G., Luzina L. G. *A Brief Dictionary of Cognitive Terms*. Moscow: MSU Publishing House, 1996 (in Russian)].
- Лакофф Дж. *Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении*. М.: Языки славянской культуры, 2004 [Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind*. Moscow: Iazyki Slavianskoj Kul'tury, 2004 (in Russian)].
- Леонтьев А. Н. *Проблемы развития психики*. М.: Издательство МГУ, 1981 [Leont'ev A. N. *Problems of the Development of the Psyche*. Moscow: MGU Publishing House, 1981 (in Russian)].
- Лурья А. Р. *Язык и сознание*. М.: Издательство МГУ, 1979 [Luria A. R. *Language and Consciousness*. Moscow: MGU Publishing House, 1979 (in Russian)].
- Макгован Дж. *Китайцы у себя дома: очерки семейной и общественной жизни* (пер. с англ. В. В. Ламанского). М.: Ленанд, 2017 [McGowan J. *Chinese at Home: Essays on Family and Social Life* (Tr. by V. V. Lamansky). Moscow: Lenand, 2017 (in Russian)].
- Петренко В. Ф. *Психосемантика сознания*. М.: Издательство МГУ, 1988 [Petrenko V.F. *Psychosemantics of Consciousness*. Moscow: MGU Publishing House, 1988 (in Russian)].

Пименова М. В. Типы концептов и этапы концептуального исследования. *Вестник КемГУ*. 2013. № 2 (54) Т. 2. С. 127–131 [Pimenova M. V. Types of Concepts and Stages of Conceptual Research. *Bulletin of KemSU*. 2013. No. 2 (54). Vol. 2. Pp. 127–131].

Попова З. Д., Стернин И. А. *Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку. Антология концептов*. Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. Т. 1. Волгоград: Парадигма, 2007 [Popova Z. D., Sternin I. A. The Main Features of the Semantic-Cognitive Approach to the Language. *Anthology of Concepts*. Karasik I. A., Sternin I. A. (Eds) Vol. 1. Volgograd: Paradigma, 2007 (in Russian)].

Собольников В. В. *Менталитет, ментальность и этнопсихологические особенности китайцев*. М.: Вузовский учебник, 2019 [Sobolnikov V. V. *Mentality and Ethno-Psychological Characteristics of the Chinese*. Moscow: Vuzovskii учебник, 2019 (in Russian)].

Сидихменов В. Я. *Китай: страницы прошлого*. М.: Русич, 2003 [Sidikhmenov V. Ia. *China: Pages of the Past*. Moscow: Rusich, 2003 (in Russian)].

Спешнёв Н. А. *Китайцы. Особенности национальной психологии*. М.: КАРО, 2011 [Speshnev N. A. *Chinese Psychological Characteristics*. Moscow: KARO, 2011 (in Russian)].

Тертицкий К. М. *Китайцы. Традиционные ценности в современном мире*. М.: ИСАА МГУ, 1994 [Tertitskii K. M. *The Chinese. Traditional Values in the Modern World*. Moscow: ISAA MSU, 1994 (in Russian)].

Толковый словарь русского языка. Сост. С. И. Ожегов. М.: Мир и Образование, Оникс, 2011 [Explanatory Dictionary of the Russian Language. Ed. S. I. Ozhegov. Moscow: Mir i Obrozovanie, Oniks, 2011 (in Russian)].

Уфимцева Н. В. Сознание, слово, культура. *Коммуникативная лингвистика и коммуникативно-деятельностный подход к обучению языкам*. М.: ИЯ РАН, МГЛУ, 2000 [Ufimtseva N. V. Consciousness, Word, Culture. *Communicative Linguistics and Communicative-Activity Approach to Learning Languages*. Moscow: The Institute of Linguistics, RAS, MGLU, 2000. С. 50–57 (in Russian)].

Юй Ф. *Устойчивые сравнения, характеризующие лицо человека, в русской языковой картине мира (на фоне китайского языка)*. СПб: Нестор-История, 2018 [Yu. F. *Stable Comparisons Characterizing a Person's Face in the Russian Linguistic Worldview (Against the Background of the Chinese Language)*. St. Petersburg: Nestor-Istoria, 2018 (in Russian)].

Daulet F. N. “Face” and “Heart” as the Basic Concepts in the Chinese Linguistic Worldview. *Eurasian Conference on Language and Social Sciences*. Antalya, 2018 (June 27–29). Pp. 3–4.

Ding H. Fenxi “mianzi”. Beijing, Shehui, 2002. Дин Хуа. Анализ «лица». (Фэньси “Мяньцзы”). Пекин: Шэхуэй, 2002 (in Chinese).

Hanyu da cidian. Shanghai, Shanghai cishu chubanshe, 1986–1993. *Большой словарь китайского языка (Ханьюй дацидянь)*. Шанхай: Шанхай цышу чубаньшэ, 1986–1993 (in Chinese).

Hanyu chengyu daquan. Beijing, Shangwu yinshuguan guoji youxian gongsi, 2011. *Большой словарь китайских чэньюев (Ханьюй чэньюй дагуань)*. Пекин: Шану иньшугуан гоцзи юсянь гунсы, 2011 (in Chinese).

He M., Zhang, S. Re-Conceptualizing the Chinese Concept of Face from a Face-Sensitive Perspective: A Case Study of a Modern Chinese TV drama. *Journal of Pragmatics*. 2011. No. 43. Pp. 2360–2372.

Ho D. Y. On the Concept of Face. *American Journal of Sociology*. No. 4 (Jan. 1976). Pp. 867–884.

Li Jiacheng mingyang (李嘉诚名言; Знаменитые высказывания Ли Цзячэна): URL: <https://3g.163.com/dy/article/DEQ6KMLJ0528UM32.html> (дата обращения – 19.12.2018).

Li P. Yinxiang zhengshi yu zhongguorende lianmianguan. Ли Пэнфэй. Имиджевый эффект и китайское представление о «лице» (Иньсян чжэнши юй чжунгожэньдэ льяньмяньгуань). *Чжунго дичжи дасяо сюэбао*. Vol. 1, Issue 1, March 2001. Pp. 212–222 (in Chinese).

Lian yu fazhi he zhongguo ren zhi congming – Lin Yutang. Xiaowen liangpian (脸与法治和中国人之聪明 – 林语堂 小文两篇; Лянь юй фажжи хэ чжунгожэнь чжи цунмин – Линь Юйтан. Сяовэнь льяньпянь. Лицо, законность и мудрость китайцев. Линь Юйтан. Две статьи): URL: <https://www.douban.com/note/117302827/> (дата обращения – 25.07.2019).

Lu Xun Tan «mianzi» (Рассуждения о «лице»). URL : <https://www.marxists.org/chinese/reference-books/luxun/18/018.htm> (дата обращения – 25.07.2019) (in Chinese).

Qi X. A Case Study of Globalized Knowledge Flow: Guanxi in Social Science and Management Theory. *International Sociology*. 2012. No. 27 (6). Pp. 707–723.

- Qi X. Face: A Chinese Concept in a Global Sociology. *Journal of Sociology*. 2011. No. 47 (3). Pp. 279–296.
- Qi X. Guanxi, Social Capital Theory and Beyond: Toward a Globalized Social Science. *British Journal of Sociology*. 2013. No. 64 (2). Pp. 308–324.
- Qian Zh. *Siyao mianzi huo shouzui*. Цянь Чжуншу. *Терпеть лишения, чтобы сохранить “лицо”* (Сы яо мяньцзы хо шоуцзуй). *Zhongguo minzuxing. Ding Wei zhubian*. Xian: Shanxi shifandaxue chubanshe, 2006. Pp. 72–75. (In Chinese).
- Qu H. Zhongguo rende lianmianguan. Цюй Хуа. Понятие о «лице» у китайцев (Чжунго жэньдэ лянъяньгуань). *Цзюэцэ юй синьси*. 2007. No. 5 (270) (in Chinese).
- Renzhengfei: Zhiyou “buyao lian” de ren, cai hui chengwei chenggong de ren (任正非: 只有“不要脸”的人, 才会成为成功的人! Жэнь Чжэнфэй: только бесстыжие могут стать успешными людьми!) URL: <http://www.twoeggz.com/news/4135322.html> (дата обращения – 19.12.2018).
- Shi Z., Wu L., Kuang Z. How Face Consciousness Reverse Pro-Self-Behavior? A Study on Ecological Consumption from the Perspective of Social Value Orientation. *Journal of Contemporary Marketing Science*. 2018. Vol. 1. Pp. 117–144.
- Smith Arthur H. *Chinese Characteristics*. Shanghai: North-China Herald Office, 1890.
- Sun G., Chen J., Li J. Need for Uniqueness as a Mediator of the Relationship between Face Consciousness and Status Consumption in China. *International Journal of Psychology*. 2015. No. 50. Pp. 1–5.
- Wu T. Mianzide dingyi ji qi gongnengde yanjiu zongshu. *Xin li kexue*. У Тецзюнь. Дефиниция «лица» и обзор его функции (“Мяньцзы” дэ динъи цзи ци гуннэндэ яньцзю цзуншу). *Синьликэсюэ*. 2004. No. 27 (4). Pp. 927–930 (in Chinese).
- Wu Zh. Mianzi yanjiude shehui xinli quxiang shuping. У Чжипэн. Обзор социально-психологической ориентации изучения «лица» (Мяньцзы яньцзюдэ шэхуэй синьли цюйсян шупин). *Чжунго шэхуэй синьлисюэ*. 2007. Vol. 22. Issue 1–2. Pp. 89–90. (in Chinese).
- Xiandai hanyu da cidian*. Beijing, Shangwu yinshuguan, 2018. *Большой словарь китайского языка* (Сяньдай ханьюй дацидянь). Пекин: Шануиньшугуань, 2018 (in Chinese).
- Yanjiche “mian zi lun”: Gan dashi conglai bu yao lian shi qujie (严介和 “面子论”: 干大事从来不要脸是曲解; Янь Цзу и «теория лица»: ворочать большими делами без стыда – это неправильно): URL: <http://www.iceo.com.cn/renewu2013/2013/0412/266009.shtml> (дата обращения – 19.12.2018).
- Yang D. *Hanyu yu wenhua jiaoji*. Ян Дэфэн. *Китайский язык и культура* (Ханьюй юй вэньхуа цзяоцзи). Пекин: Шануиньшугуань, 2012 (in Chinese).
- Yue L. A Cultural Examination of Chinese Corruption from the Perspective of “Face”. *Journal of Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences*. 2015. No. 2. Pp. 120–125. □
- Zhai X. *Zhongguorende lianmianguan: youguan qixiangdude ruogan jiashe*. Чжай Сюэвэй. *Представление о лице у китайского народа: некоторые предположения степени его направленности* (Чжунгожэньдэ лянъяньгуань: югуань ци сяндудэ жогань цзяшэ). Тайбэй: Гуагуаньшу гунсы, 1994. Pp. 338–348 (in Chinese).
- Zhao H., Zhang H., Xu Y. How Social Face Consciousness Influences Corrupt Intention: Examining the Effects of Honesty-Humility and Moral Disengagement. *The Journal of Social Psychology*. – URL: <https://doi.org/10.1080/00224545.2018.1507992> (дата обращения – 12.07.2019).
- Zhang C. X., Pearce Ph., Chen. Ph. Not Losing Our Collective Face: Social Identity and Chinese Tourists’ Reflections on Uncivilized Behavior. *Tourism Management*. 2019. Vol. 73. Pp. 71–82.
- Zhang Q., Ting-Toomey S., Oetzel J.G. Linking Emotion to the Conflict Face-Negotiation Theory: A US-China Investigation of the Mediating Effects of Anger, Compassion, and Guilt in Interpersonal Conflict. *Human Communication Research*. 2014. No. 40. Pp. 373–395.
- Zhang X., Cao Q., Grigoriou N. Consciousness of Social Face: The Development and Validation of a Scale Measuring Desire to Gain Face Versus Fear of Losing Face. *The Journal of Social Psychology*. 2011. No. 151. Pp. 129–149.
- Zhang X., Wang W. Face Consciousness and Conspicuous Luxury Consumption. *Journal of Contemporary Marketing Science*. – URL: <https://doi.org/10.1108/JCMARS-01-2019-0002> (дата обращения – 14.07.2019).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

ДАУЛЕТ Фатимабиби Ногайкызы – кандидат филологических наук, и.о. профессора кафедры китаеведения КазНУ им. Аль-Фараби, Республика Казахстан; докторант кафедры китайской филологии ИСАА МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация.

Fatimabibi N. DAULET – PhD (Philology), acting Professor of the Al Farabi Kazakh National University, Doctoral Candidate of the IAAS Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.