

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2022, №3, Том 13 / 2022, No 3, Vol 13 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2022.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/13FLSK322.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Сунь, В. Образ китайцев в туристических отзывах российских туристов / В. Сунь // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — Т. 13. — № 3. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/13FLSK322.pdf>

For citation:

Sun W. The image of the Chinese in the tourist reviews of Russian tourists. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 3(13): 13FLSK322. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/13FLSK322.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Сунь Вэйфан

ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина», Москва, Россия

Аспирант кафедры «Русской словесности и межкультурной коммуникации»

E-mail: aleksandravna91@bk.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2864-5516>

Образ китайцев в туристических отзывах российских туристов

Аннотация. Статья посвящена изучению лексико-репрезентативных особенностей китайского народа в отзывах российских туристов, размещенных на интернет-сайтах и в социальных сетях. Актуальность данной работы определяется недостаточной изученностью отзывов туристов, представленных в русских социальных сетях, в аспекте исследования лексико-стилистических средств данного вида текста. Цель статьи заключается в изучении лексико-репрезентативных особенностей китайского народа в отзывах российских туристов, размещенных на интернет-сайтах и в социальных сетях. Для достижения этой цели решаются следующие задачи: (1) определить понятие отзыва туриста; (2) проанализировать отзывы с точки зрения положительной/отрицательной коннотации; (3) выявить лексико-стилистические средства в интернет-отзывах туриста. Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные результаты могут быть использованы в преподавании уроков языкознания, страноведения, также результаты могут применяться в практической деятельности работников туристической фирмы.

Методами исследования послужили: описательный метод, включающий приёмы наблюдения, обобщения, контент-анализа и сравнения; метод сплошной выборки и анализа лексических единиц. В качестве материала исследования выступают отзывы российских туристов о поездке в Китай.

В работе исследованы такие критерии, как характер китайской национальности, особенности манеры одеваться, характеристики ценности семьи в китайской культуре, уникальность поведения китайцев, языковой барьер для российских туристов; представлена лексика, описывающая эти критерии; а также перечислены интересные аспекты китайской культуры, на которые обращают внимание российские туристы.

Статья представляет интерес для исследователей, изучающих Китай и его культуру. Результаты анализа, представленного в работе, могут быть использованы при подготовке лекционных курсов по лингвокультурологии и межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: лингвокультурология; межкультурная коммуникация; интернет-дискурс; туристический дискурс; интернет-отзыв; отзыв российских туристов; образ китайцев

В последнее время туристический дискурс чаще попадает в область внимания учёных, он уже не раз становился объектом описания (например, работы Е.И. Панченко, С.А. Погодаевой, Ф.Л. Косицкой, Н.В. Филатовой и других). Под туристическим дискурсом понимается речь, реализуемая в институциональных ситуациях общения в предметной области туризма¹. Отзыв туриста понимается как особый подвид туристического дискурса. С появлением онлайн-площадок туристы получили возможность выразить свое мнение о субъектах и объектах туристической сферы, и отзыв туриста стал наиболее перспективным туристическим жанром². Возникают самостоятельные веб-порталы, где туристы могут обмениваться мнениями и впечатлениями о туризме. В популярных социальных сетях, таких как «ВКонтакте», также возникают сообщества о туризме, где туристы активно обсуждают впечатления о своих поездках и ищут новые направления для путешествия. Исследование отзывов туристов становится все более актуальным.

Л.Ю. Говорунова определяет интернет-отзыв туриста как «оформленный тип высказывания, содержащий авторскую оценку туристических услуг или продуктов, размещенный в сети Интернет после путешествия или получения автором оцениваемой услуги» [1, с. 43]. По мнению И.В. Савельевой, интернет-отзыв — это сообщение о реальном событии из личной жизни субъекта, опосредованное электронным средством передачи, написанное автором, который, как правило, совпадает с субъектом сообщения, содержащее мнение данного субъекта об определенном товаре или услуге, и предназначенное для неограниченного числа адресатов [2, с. 334].

Ученые обращают внимание на разные аспекты речевого жанра в интернет-пространстве, анализируют его общие и национально-специфические характеристики [3; 4], семантическую структуру [5; 6], языковые и прагматические особенности [7]. Жители каждой страны — это представители ее культуры. При долговременном пребывании в стране человек может «полностью раскрыть присущий ему характер и многие культурные особенности своей страны» [8, с. 111]. Исследование национально-культурной специфики имеет большое значение в современной коммуникации и влияет на эффективность межкультурной коммуникации [3, с. 198]. Анализ отзывов российских туристов о путешествии в Китай способствует всестороннему пониманию специфического состояния представлений русскоговорящих о Китае и китайской культуре.

Источники материалов: официальные сайты туристических агентств: «Тонкости туризма» (<https://tonkosti.ru/>), «Туризм.ру» (<https://www.turizm.ru/>), ProvodniQ (<https://provodniq.com/>); официальный сайт для размещения отзывов Irecommend (<https://irecommend.ru/>), «Travel.ru. Туризм и путешествие» (<https://www.travel.ru/>); официальный сайт клуба путешественников Turtella (<https://turtella.ru/>); официальные сайты социальных сетей «ВКонтакте» (<https://vk.com/>).

В ходе исследования были проанализированы 145 отзывов в период с 2006 по 2021 годы. Отзывы отобраны из раздела «Отзывы о Китае» (https://tonkosti.ru/Отзывы_о_Китае) на официальном сайте туристического агентства «Тонкости туризма» и раздела «Отзывы туристов» (<https://www.turizm.ru/china/>) на сайте туристического агентства «Туризм.ру». Примеры взяты из сообществ «Туризм в Китае» из социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/tourisminchina>), «Вся информация о Чжанцзяцзе» (<https://vk.com/avatartrip>),

¹ Погодаева С.А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.05 — Иркутск, 2008. — 234 с.

² Липириди С.Х. Семантико-аксиологические и когнитивно-прагматические особенности сетевых английских неологизмов туристического дискурса: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 — Краснодар, 2021. — 221 с.

«Учебная поездка в Китай (г. Вэйхай)» (<https://vk.com/weihai>), «ТАРТУС ТУР — Горящие туры в Китай!» (<https://vk.com/tartustourhainan>), «Учеба в Китае! Курсы китайского языка! Языковой тур!» (https://vk.com/china_bao), «Китай» (<https://vk.com/kitay1>).

(Стиль, орфография и пунктуация респондентов сохранены).

Анализ отзывов показывает, что отношение русских туристов к китайцам нельзя назвать равнодушным. В отобранных нами примерах 61 % авторов отзывов дает положительную оценку: «китайцы добрая нация» (Вероника, 23 января 2014, turtella.ru); 22 % авторов — отрицательную оценку: «Хитрые китайцы очень предприимчивы, и делают деньги на всем, на человеческой глупости в том числе» (SCORPION84, 31 январь 2017, <https://irecommend.ru/>); и 17 % авторов — нейтральную: «Это на самом деле необычный народ. Я слышала там, что в Китае не воруют, не берут взятку, потому что сразу же чуть ли расстреливают на месте. Я лично не видела такого, но говорят, что там с этим все серьезно» (anfa, 23 апрель 2012, <https://irecommend.ru/>). Российские туристы характеризуют китайцев по таким аспектам, как характер, манеры, ценности семьи, поведение, язык.

Характер китайского народа

В отзывах российских туристов большую часть занимает оценка характера китайского населения. Лексика с положительной и отрицательной оценкой особенностей характера китайцев в отзывах распределена по частотности (табл. 1). Наиболее часто встречающимися прилагательными стали «добрый», «приветливый», «дружелюбный», «хитрый», «шумный».

Таблица 1

Лексика о характеристике китайцев

Положительная оценка	Отрицательная оценка
добрый (7)	хитрый (4)
приветливый (6)	шумный (3)
дружелюбный (4)	двуличный (2)
веселый (3)	грязный (2)
доброжелательный (3)	неопрятный (1)
общительный (2)	недружелюбный (1)
наивный (2)	бесчеловечный (1)
улыбчивый (2)	презрительный (1)
забавный (2)	
прекрасный (2)	
добродушный (1)	
скромный (1)	
терпеливый (1)	
простой (1)	
культурный (1)	
превосходный (1)	

Составлена автором на данных выборки

Результаты анализа отзывов говорят, что российские туристы много обращают внимание на характер китайского населения. Оценку характера китайцев можно разделить на две группы. С одной стороны, китайцы представляются российским туристам добрыми, приветливыми, дружелюбными; с другой стороны, русские туристы характеризуют китайцев как хитрых, шумных, двуличных.

Примеры из отзывов.

Положительная оценка:

1. *Лечиться можно и дышать, купаться и шопинговать, общаться с добрыми людьми (они приветливы, скромны). (Марина Слепухина, декабрь 2017, <https://tonkosti.ru/>).*
2. *Они забавные и дружелюбные, только нужно относиться к ним и их культуре с уважением. (Sjfi77, октябрь 2013, <http://tonkosti.ru/>).*
3. *Нас встречал русскоговорящий гид, веселый такой китаец:) (SCORPION84, 31 января 2017, <https://irecommend.ru/>).*
4. *Китайцы очень приветливые, доброжелательные, кое-что понимают по-русски. (Елена, 18 июня 2014, turtella.ru).*
5. *А женщины — простые, веселые и общительные. (BalyBaly, 8 августа 2019, <https://irecommend.ru/>).*
6. *С виду китайцы не очень общительны и холодны, но стоит им искренно улыбнуться и завести беседу, как они расплываются в улыбке как дети, на мой взгляд они даже наивные немного. (Анфиса, ноябрь 2013, <https://tonkosti.ru/>).*
7. *Китайцы очень добродушные люди, но только до того момента, пока их не обидят, а обижаются они как маленькие дети. (Sjfi77, октябрь 2013, <http://tonkosti.ru/>).*
8. *В большинстве случаев, китайцы добрые, отзывчивые и улыбчивые. (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).*

Отрицательная оценка:

1. *Хитрые китайцы очень предприимчивы, и делают деньги на всем, на человеческой глупости в том числе. (SCORPION84, 31 января 2017, <https://irecommend.ru/>).*
2. *Когда китайцев больше, чем один, они очень и очень шумные. Мне кажется, они вообще тихо не умеют разговаривать. (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).*
3. *Китайцы — очень двуличные и недружелюбные люди. (Павел, февраль 2016, <https://tonkosti.ru/>).*
4. *Сами китайцы грязные, неопрятные, хамы. (prostotak, 22 марта 2013, <https://irecommend.ru/>).*

Российские туристы описывают характер китайцев, разделяя мужчин и женщин. Российским туристам больше нравятся китайские женщины, они оказываются более веселыми, общительными, симпатичными по сравнению с мужчинами, а мужчины — хитрые, грубоватые. Например:

1. *Мне показалось, что девушки бывают довольно симпатичными, а вот мужчины как-то не очень, но это на мой вкус (Mama17, 4 июня 2020, <https://irecommend.ru/>).*
2. *На общее впечатление от Китая это не очень влияет, но надо сказать, что мужчины-китайцы мне не очень-то нравятся при ближайшем рассмотрении. Они — как китайская речь, — отрывистые, грубоватые, резкие в движениях, и хитрые. А женщины — простые, веселые и общительные (BalyBaly, 8 августа 2019, <https://irecommend.ru/>).*

Характер китайского населения описывается тем, как они относятся к иностранным туристам. Отношение китайцев к русским разделяется на две группы. Некоторые авторы считают, что китайцы презрительны, а другие думают, что китайцы добрые по отношению к русским:

Отношение к Русским — презрительное (Павел, февраль 2016, <https://tonkosti.ru/>); А в общей массе — все дружелюбные, особенно к русским (BalyBaly, 8 августа 2019, <https://irecommend.ru>).

Российские туристы узнают характер китайцев при общении с китайскими гидами. Гиды впечатляют российских туристов тем, что они стараются туристов понять, много разговаривают, отвечают на вопросы туристов. Китайские гиды представляются ответственными, профессиональными, готовыми прийти на помощь. Также впечатляет российских туристов то, что многие китайские гиды умеют говорить по-русски. Например:

1. *Там мы познакомились с нашим китайским гидом, хорошо говорящем на русском языке, но напрочь непонимающем нашего русского менталитета и колорита! (Вероника, 16 января 2014, Клуб путешественников. Портал о туризме Turtella, <https://turtella.ru/China/rasskazy/>).*
2. *Очень рекомендуем ответственного, пунктуального и внимательного экскурсовода для организации вашего досуга в городе Шанхай (Екатерина, дата не указана, <https://provodniq.com/>).*
3. *Лиза — отличный гид, профессиональная, готовая помочь, но самое главное — заражающая своей любовью к Китаю (Ольга, дата не указана, <https://provodniq.com/>).*

Российские туристы отмечают, что китайцы относятся к иностранцам добрыми, но с условиями:

Китайцы народ дружелюбный, если им что-то от вас надо, а по-другому лучше совсем на них не реагировать (Ирина, июль 2016, <https://www.tursvodka.ru/>).

Многие российские туристы характеризуют китайский народ словом «двуличный». Туристы думают, что китайцы относятся к ним по-доброму только в случаях, когда хотят получить что-то от них. Примеры из отзывов:

Китайцы — очень двуличные и недружелюбные люди. Улыбаются пока ты для них АТМ на ножках, но если ты им ничего не сулишь, даже не разговаривают, просто жестом показывают — уходи. В их культуре это нормально, так что не стоит удивляться (Павел, февраль 2016, <https://tonkosti.ru/>).

Российские туристы также описывают китайцев, используя определение «хитрые», потому что китайцы могут обманывать иностранцев:

1. *Хитрые китайцы очень предприимчивы, и делают деньги на всем, на человеческой глупости в том числе (SCORPION84, 31 января 2017, <https://irecommend.ru/>).*
2. *Китайцы хитрые, вдруг как раз такой попадетя и обманет? Очень легко передвигаться на рейсовом автобусе (BalyBaly, 8 августа 2019, <https://irecommend.ru>).*

Манеры китайцев

Российские туристы также характеризуют манеры китайцев. Относительно большое количество отзывов фиксирует внимание на манере одеваться. Оценивая внешний вид китайцев, российские туристы считают, что те одеваются странно — «кто во что хочет». Примеры:

1. *Китайцы, на мой взгляд, тааак странно одеваются))). Просто до невозможности. Дети одеты менее экстравагантно, хотя не все))), а вот взрослые. По моим ощущениям — в доме не было света, на ощупь достал из шкафа, все, что нашел, и натянул это сверху. И кроссовки, обязательно кроссовки, чтобы были (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).*
2. *Одеваются они конечно... будто сороки! Все яркое на себя оденут! Наверное, все яркое, что вообще было, и огромные начесы, что у девушек, что у парней))) (iamsuperwoman, 9 июня 2011, <https://irecommend.ru/>).*

В русской и китайской культурах в манере одеваться существует разница: китайцы больше внимания уделяют комфорту одежды. Поэтому российских туристов удивляет то, что китайцы ходят на улице в кроссовках, не думая о сочетании одежды и обуви.

Другое отличие в манере одеваться заключается в том, что китайцы из одной группы одеваются одинаково. Например:

Школьники, как правило, одеты в одинаковую одежду для группы (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).

В отличие от европейской диверсификации, в китайской культуре люди предпочитают нормализацию. Действие по одному стандарту считается красотой. Поэтому в Китае члены одной группы часто одеты в одинаковую одежду.

Российские туристы уделяют внимание отношению к деньгам в китайской культуре. Можно сказать, что деньги играют важную роль в жизни каждой национальности, но место денег в китайской культуре важнее, чем в русской. У российских туристов сформулирован стереотип, что китайцы стремятся только к деньгам и интересу, не обращая внимания на другие аспекты в жизни. Например:

Улыбаются пока ты для них АТМ на ножках, но если ты им ничего не сулишь, даже не разговаривают, просто жестом показывают — уходи. На границе и таможне, особенно на обратном пути — просто бесчеловечное отношение, как будто зэков на этап привезли, а не туристов (Павел, февраль 2016, <https://tonkosti.ru/>).

В китайской культуре традиционно считают, что деньги — это «ключ, который открывает все двери» [9, с. 99]. Деньги рассматриваются как огромный механизм, двигатель жизни, поэтому многие люди зарабатывают деньги всеми способами.

Отношение к деньгам также влияет на взгляд на брак. Российские туристы отмечают, что когда китайская девушка выбирает парня, то больше думает о том, какая у него работа и сколько он зарабатывает. Например:

Китаянки мечтают найти состоятельного мужа, китайцы грустят, что не могут заработать достаточно денег, чтобы обеспечить жену и все это приправлено айфоном последней модели + напиток на вынос юаней так за 20 (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).

Ценность семьи для китайцев

Российские туристы также обращают внимание на ценность семьи в китайской культуре. Китайцы ценят семью. Значимость семьи — это основа системы китайских ценностей. Российские туристы отмечают, что китайцы предпочитают ужинать с семьей. Например:

Ходят ужинать семьями или компаниями. Для этого установлены специальные круглые столы с вращающейся подставкой (Лариса, 29 марта 2018 г., <https://www.turizm.ru>).

Ужинать семьей — это самое простое отражение ценности семьи в китайской культуре. Согласно китайским традициям, люди, которые уходят из дома, считаются психически неуравновешенными и не понимающими ценность домашнего очага [10, с. 20].

Ценность семьи в китайской культуре состоит еще в том, как родители относятся к детям. Родители очень терпеливы со своими детьми, они всегда берут с собой ребенка независимо от того, куда они ходят. Пример из отзывов:

Любят детей, таскают их везде за собой (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).

В китайской традиции дети занимают центральное место в семье. Родители делают все возможное, чтобы удовлетворить материальные и духовные потребности своих детей.

Поведение китайцев

Российские туристы много внимания уделяют поведению китайцев.

1. Шумность.

С точки зрения российских туристов китайцы считаются шумными. По их мнению, китайцы — это люди, любящие сильно шуметь, поэтому находиться рядом с ними не очень приятно. Примеры:

- 1. Когда китайцев больше, чем один, они очень и очень шумные. Мне кажется, они вообще тихо не умеют разговаривать (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).*
- 2. В поезде шумно. Китайцы очень громко и эмоционально разговаривают. В какой-то момент я поняла, что пытаюсь вслушиваться и ищу родную речь в китайском лексиконе. Уши стали «опухать»! (Вероника, 16 января 2014, Клуб путешественников. Портал о туризме Turtella, <https://turtella.ru/China/rasskazy/>).*

Громкая речь не принята в русской культуре и негативно влияет на имидж человека. А в китайской культуре приветствуется громкий голос, он считается признаком величия человека. Китайцы громко говорят из-за особенности китайского языка: сложно и практически невозможно правильно выразить смысл сказанного, если говорить по-китайски тихо или шепотом [11, с. 152].

2. Сплевывание.

Китайцы отрицательно впечатляют российских туристов тем, что часто плюют на улице. Поэтому российские туристы описывают китайцев, используя слово «грязный»:

- 1. Плюют и харкают. У них, кажется, нет таких правил приличия как у нас (prostotak, 22 марта 2013, <https://irecommend.ru/>).*
- 2. Вода там очень грязная, т.к. китайцы чистоплотностью не особо грешат (SCORPION84, 31 января 2017, <https://irecommend.ru/>).*

3. Поведение за столом.

Российские туристы описывают китайцев так: они много едят и не обращают должного внимания на свое поведение во время приема пищи:

1. *Китайцы постоянно едят. Во-первых, из-за этого тоже хочется постоянно есть. Ну а во-вторых, китайцы едят абсолютно несовместимую с российским обонянием пищу (январь 2014, Клуб путешественников. Портал о туризме Turtella, <https://turtella.ru/China/rasskazy/>).*
2. *Даже в статусных ресторанах под столом можно обнаружить накиданные кости. Либо их складывают на стол (Лариса, 29 марта 2018, <https://www.turizm.ru>).*

Можно сказать, что за пятитысячную историю у китайцев осталось много плохих привычек, которые неприемлемы как для иностранцев, так и для современных китайцев.

Российские туристы также обращают внимание на питье водки за столом. Они считают, что по сравнению с русскими китайцы оказываются слабыми в этом:

Еще китайцы совершенно не умеют пить, у нас в отеле они заказывали на компанию из десяти человек пять бутылок пива и пели после этого песни так, как будто каждый выпил по бутылке водки (Sjfi77, октябрь 2013, <http://tonkosti.ru/>).

4. Долгожители.

С точки зрения российских туристов, китайский народ — это долгожители и жизнелюбцы. Китайцы ценят жизнь и активно участвуют в мероприятиях для здоровья. Российские туристы также отмечают возникающую тенденцию — в Китае в последнее время танец после ужина пользуется популярностью среди молодых и пожилых людей. Пример:

И еще, китайцы — долгожители. На пенсии они не сидят без дела, а активно занимаются физкультурой. Сами лично неоднократно это видели — в парках, на пляже. Такой подход к жизни мне тоже очень импонирует (BalyBaly, 8 августа 2019, <https://irecommend.ru>).

5. Фотографирование с иностранцами.

Дружелюбие китайцев также отражается в том, что китайцы горячо любят фотографироваться с иностранными туристами:

1. *Меня неоднократно просили сфотографироваться с их детьми и семьями. Очень радуются, когда соглашаешься на такое фото. Предлагают перебросить на телефон))) (Travelworld, 29 августа 2020, <https://irecommend.ru/>).*
2. *Воспоминаний осталось множество. особенно после прекрасных экскурсий... кстати, все китайцы любят фотографироваться со славянами (Seta-Liverpool, 26 июня 2011, <https://irecommend.ru/>).*

Причина такого явления состоит в том, что в прошлом китайцы мало встречались с большим количеством людей с европейской внешностью. Они гордились тем, что видели иностранцев своими глазами. Таким образом привычка фотографироваться с иностранцами осталась до сих пор.

Язык

Одной из главных проблем туристов во время поездок в Китай остается языковой барьер. Российские туристы отмечают, что у китайцев есть сложности с английским языком. С одной

стороны, в большом количестве отзывов авторы жалуются, что им трудно общаться с китайцами по-английски:

1. *Очень плохо с английским — не понимают, часто делают вид что не понимают (Павел, февраль 2016, <https://tonkosti.ru/>).*
2. *Молодежь еще как-то знает английский, но в целом в стране я этого не увидела (Mama17, 4 июня 2020, <https://irecommend.ru/>).*

С другой стороны, небольшое количество туристов также считает, что языковой барьер не оказывает влияние на впечатления о поездке:

Очередная самостоятельная поездка прошла отлично. Языка китайского не знаем, а китайцы не знают англ. (Detavi, 13 августа 2015, travel.ru, форум «Китай. Свежие цены и советы»).

Российские туристы радуются тому, что многие китайцы, особенно гиды и официанты в ресторане, умеют говорить по-русски, что делает поездку удобнее:

Само общение, сами люди, все было превосходно! Какие же там все добрые! Видя нас, все здоровались, причем, не поверите, на русском!!! Говорили «здравствуйте»! (iamsuperwoman, 9 июня 2011, <https://irecommend.ru/>).

Заключение

Проанализировав результаты исследования, мы пришли к следующим **выводам**:

1. Отзывы туристов в различных социальных сетях выполняют оценочную функцию. В них аккумулируется информация о специфике (отличиях по отношению к русской культуре) китайской культуры и китайской национальной картины мира, национального характера китайцев.
2. С точки зрения смыслового наполнения отзывов о китайцах российские туристы обращают внимание на такие особенности, как характер, манеры, ценность семьи, поведение и язык.
3. Отношение к китайцам в отзывах русских туристов нельзя назвать равнодушным. Наиболее частотными прилагательными для описания характера китайского народа стали «добрый», «приветливый», «дружелюбный», «хитрый», «шумный».
4. Между русской и китайской культурой существует разница в манере одеваться. Оценивая китайскую манеру одеваться, российские туристы считают, что китайцы одеваются «странно».
5. Ценность семьи как особенность китайской культуры также привлекает внимание российских туристов. «Ужинать с семьей» характеризуется как важное отражение ценности семьи в китайской культуре.
6. В отзывах по поведению китайцы характеризуются следующими эпитетами: «шумные», «грязные». Также китайцев называют «долгожителями». Туристы обращают внимание на то, что среди китайцев популярно «фотографироваться с иностранцами». Языковой барьер остаётся проблемой при общении с китайцами, у которых плохо с английским.

Исследование позволяет сделать выводы о фрагменте туристической картины мира представителей русской культуры в части представлений о китайцах, а также дает возможность сформировать представления о Китае русской языковой картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Говорунова Л.Ю. Речевой жанр «Интернет-отзыв туриста» в разных типах дискурса // Известия ВГПУ. 2014. № 2(87). — С. 43–47.
2. Савельева И.В. Отзыв туриста как вид коммуникативной практики (на материале отзывов о Кузбассе): Российский новый университет, 2020. — С. 332–343.
3. Говорунова Л.Ю. Отзыв туриста как новый речевой жанр туристического интернет-дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 1(292). — С. 198–203.
4. Юрко В.Е. Сопоставительный анализ жанра «Интернет-отзыв туриста об отелях» в англоязычной и русскоязычной лингвокультурах на лексическом уровне // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2016. № 12. — С. 155–158.
5. Коновалова Ю.О., Симакова М.В., Соловьева Д.П. Китайский национальный характер и этнические стереотипы // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2014. № 2(25). — С. 110–115.
6. Осетрова Е.В. Речевой жанр отзыва в коммуникативной практике интернет-сообщества // Медиалингвистика. 2014. № S3. — С. 200–204.
7. Терских М.В. Жанр интернет-отзыва в туристическом дискурсе (маркетинговый потенциал) // Политическая лингвистика. 2014. № 4. — С. 274–283.
8. Олеговна К.Ю., Владимировна С.М., Павловна С.Д. Китайский национальный характер и этнические стереотипы // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2014. № 2(25). — С. 110–115.
9. Лугинина А.Ю. Концепт «деньги» в китайской культуре (на материале китайских фразеологизмов) // Китай: история и современность. Екатеринбург, 2018.: Издательство Уральского университета, 2018. — С. 95–100.
10. 李宁宁, 高韶晗. 论中国人的家族观念 // 安阳师范学院学报. 2014. № 03. — С. 20–21.
11. Ли Ч., Владимирова Т.Л. Образ жителя Китая в русскоязычном туристическом дискурсе.: Изд-во ТПУ, 2015. — С. 150–156.

Sun Weifang

Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia

E-mail: aleksandravna91@bk.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2864-5516>

The image of the Chinese in the tourist reviews of Russian tourists

Abstract. The article is devoted to the study of lexico-representative features of the Chinese people in the reviews of Russian tourists posted on Internet sites and social networks. The relevance of this work is determined by the insufficient knowledge of tourist reviews presented in Russian social networks in the aspect of the study of lexical and stylistic means of this type of text. The purpose of the article is to study the lexical and representative features of the Chinese people in the reviews of Russian tourists posted on Internet sites and social networks. To achieve this goal, the following tasks are being solved: (1) define the concept of a tourist's review; (2) analyze reviews from the point of view of positive/negative connotation; (3) identify lexical and stylistic means in the tourist's online reviews. The practical significance of the research lies in the fact that the results obtained can be used in teaching lessons of linguistics, regional studies, and the results can also be applied in the practical activities of employees of a travel company.

The research methods were: descriptive method, including methods of observation, generalization, content analysis and comparison; method of continuous sampling and analysis of lexical units. The material of the study is the feedback of Russian tourists about a trip to China.

The paper examines such criteria as the nature of Chinese nationality, the peculiarities of the manner of dressing, the characteristics of the value of family in Chinese culture, the uniqueness of Chinese behavior, the language barrier for Russian tourists; vocabulary describing these criteria is presented; and also lists interesting aspects of Chinese culture that Russian tourists pay attention to.

The article is of interest to researchers studying China and its culture. The results of the analysis presented in the paper can be used in the preparation of lecture courses on linguoculturology and intercultural communication.

Keywords: linguoculturology; intercultural communication; internet discourse; tourist discourse; internet review; review of Russian tourists; image of Chinese