

**IMAGENS NACIONAIS DO MUNDO: COMPONENTES VERBAIS E VISUAIS DA CONSCIÊNCIA LINGUÍSTICA DOS CHINESES E RUSSOS (NO EXEMPLO DO CONCEITO “FERIADO”)**

***NATIONAL IMAGES OF THE WORLD: VERBAL AND VISUAL COMPONENTS OF THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF THE CHINESE AND RUSSIANS (ON THE EXAMPLE OF THE CONCEPT “HOLIDAY”)***

***IMÁGENES NACIONALES DEL MUNDO: COMPONENTES VERBALES Y VISUALES DE LA CONCIENCIA LINGÜÍSTICA DE CHINOS Y RUSOS (SOBRE EL EJEMPLO DEL CONCEPTO “VACACIONES”)***

Pei HAITONG<sup>1</sup>

Nina Leonidovna CHULKINA<sup>2</sup>

**RESUMO:** O objetivo do estudo é analisar os componentes verbais e visuais da consciência linguística de chineses e russos como componentes da imagem nacional do mundo. O estudo discute vários pontos de vista sobre o conceito “imagem nacional do mundo” e aponta alguns critérios para defini-lo. Várias interpretações do conceito de consciência linguística humana na linguística moderna são consideradas. O método de experimento de desenho foi usado. No primeiro estágio do experimento, os alunos foram solicitados a desenhar as primeiras coisas que vêm à mente como uma reação a palavras e frases que foram obtidas como reações a um estímulo FERIADO no estágio de um experimento associativo conduzido anteriormente. Na segunda etapa, esses desenhos foram mostrados a novos respondentes coletados. Eles receberam a seguinte tarefa: nomear as cinco primeiras palavras que surgem na mente ao olhar para a imagem. Os resultados do estudo confirmaram a hipótese de que representantes de diferentes nacionalidades apresentam semelhanças nos principais grupos temáticos de associações, mas a proporção desses grupos é diferente, o que leva a uma diferença nos campos conceituais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Experimento de desenho. Questionário. Linguocultura. Alunos.

**ABSTRACT:** *The purpose of the study is to analyze the verbal and visual components of the linguistic consciousness of the Chinese and Russians as components of the national image of the world. The study discusses various points of view on the concept “national image of the world”, and points to certain criteria for defining it. Various interpretations of the concept of human linguistic consciousness in modern linguistics are considered. The method of a drawing experiment was used. At the first stage of the experiment, students were asked to draw the first things that come to mind as a reaction to words and phrases that were obtained as reactions to a HOLIDAY stimulus at the stage of a previously conducted associative experiment. At the*

<sup>1</sup> Universidade da Amizade dos Povos da Rússia, Moscou - Rússia. Departamento de Linguística Geral e Russa, Faculdade de Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5031-6586>. E-mail: [haitong.pei@mail.ru](mailto:haitong.pei@mail.ru)

<sup>2</sup> Universidade da Amizade dos Povos da Rússia, Moscou - Rússia. Departamento de Linguística Geral e Russa, Faculdade de Filologia, Professor, Doutor em Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6758-4683>. E-mail: [n.l.chulkina@mail.ru](mailto:n.l.chulkina@mail.ru)

second stage, these drawings were shown to new respondents collected. They received the following task: to name the first five words that arise in mind when looking at this picture. The results of the study confirmed the hypothesis that representatives of different nationalities have similarities in the main thematic groups of associations, but the ratio of these groups is different, which leads to a difference in conceptual fields.

**KEYWORDS:** Drawing experiment. Questionnaire. Linguoculture. Students.

**RESUMEN:** El propósito del estudio es analizar los componentes verbales y visuales de la conciencia lingüística de los chinos y rusos como componentes de la imagen nacional del mundo. El estudio discute varios puntos de vista sobre el concepto de "imagen nacional del mundo" y apunta a ciertos criterios para definirlo. Se consideran varias interpretaciones del concepto de conciencia lingüística humana en la lingüística moderna. Se utilizó el método de un experimento de dibujo. En la primera etapa del experimento, se pidió a los estudiantes que dibujaran las primeras cosas que les vienen a la mente como reacción a palabras y frases que se obtuvieron como reacciones a un estímulo HOLIDAY en la etapa de un experimento asociativo realizado previamente. En la segunda etapa, estos dibujos se mostraron a los nuevos encuestados recopilados. Recibieron la siguiente tarea: nombrar las primeras cinco palabras que surgen en la mente al mirar esta imagen. Los resultados del estudio confirmaron la hipótesis de que representantes de diferentes nacionalidades tienen similitudes en los principales grupos temáticos de asociados, pero la proporción de estos grupos es diferente, lo que conduce a una diferencia en los campos conceptuales.

**PALABRAS CLAVE:** Experimento de dibujo. Cuestionario. Linguocultura. Estudiantes.

## Introdução

### Problema de pesquisa

Recentemente, nas páginas da literatura linguística, o conceito "consciência linguística" tem sido cada vez mais utilizado. Sem ele, é difícil explicar os fatos do comportamento da fala de indivíduos e comunidades nacionais e descobrir as causas externas de muitas mudanças linguísticas. No entanto, é difícil avaliar de forma confiável o grau de significância da consciência linguística, uma vez que esse permanece relativamente nova e mal desenvolvida.

As visões do mundo e da pessoa estão em constante movimento e suas mudanças dependem de vários fatores, que incluem espaço-temporal, etnográfico, filosófico, linguístico, etc. (OTPENOV *et al.*, 2019). Correspondentemente, todos os componentes acompanham essa mudança de conceito, que são imanentemente pesados em relação a uma comunidade separada. Em seu desenvolvimento, a imagem do mundo de qualquer grupo étnico percorre um longo caminho de formação, mantendo os sinais básicos de identificação. Também é óbvio que essas qualidades nacionais não são congeladas ou atemporais, mas têm um caráter histórico

(ZHONDOROVA, 2020). Assim, em contraste com a abordagem essencial baseada na crença de que as nações existem objetivamente e cada uma delas tem seu próprio caráter nacional, na segunda metade do século XX, difundiu-se uma abordagem discursiva, que considera as diferenças etnoculturais como sociocomunicativas, tradições e práticas do que entidades objetivas, em vez de formas de identificação do que identidade.

A capacidade de analisar criticamente o desenvolvimento cultural nacional constitui um importante sinal de uma compreensão dialógica de outras culturas e comunidades (a dicotomia "própria versus outra"). Diálogo e compreensão são interdependentes; no diálogo, a solidariedade das pessoas é formada em conformidade. O estudo de imagens nacionais do mundo é de importância prática para a compreensão mútua dos povos. No entanto, para que esse entendimento se torne o mais próximo possível da realidade, é necessário fazer "uma emenda ao sistema histórico-nacional de conceitos e valores, ou seja, considerar que um representante de outra nação pode perceber o mundo de forma um pouco diferente de mim" (GACHEV, 1988, p. 44), que determina a relevância do estudo da consciência linguística de diferentes povos, a imagem nacional do mundo.

## **Revisão da literatura**

O conceito mais completo de "imagem nacional" é apresentado nas obras de G. Gachev (1988), A. Kornilov (2003) e S. Smirnov (1985).

G. Gachev comprovou o conceito original de imagens nacionais (modelos) do mundo. Ele considera as imagens nacionais do mundo como uma unidade espiritual em uma variedade de variantes nacionais. Segundo ele, ao estudar a imagem nacional, é aconselhável proceder a partir da compreensão do Um Inteiro como a interação de diferentes membros em um organismo harmonioso da humanidade. Naturalmente, todos os povos interagem em um único processo histórico mundial, mas "caminham em diferentes terras", têm histórias e modos de vida diferentes. Consequentemente, os valores comuns a todos os povos (vida, pão, casa, família, palavra, etc.) têm relações diferentes; esta estrutura especial de elementos comuns a todos os povos (embora sejam compreendidos de diferentes maneiras e tenham sua própria ênfase) e formam uma imagem ou modelo nacional do mundo (GACHEV, 1988, p. 46-47).

Uma análise profunda e abrangente da essência da imagem nacional do mundo e sua reflexão na língua nacional podem ser encontradas na monografia por A. Kornilov. Ele observa que o conhecimento com qualquer cultura e seu estudo estará incompleto se o componente fundamental – a mentalidade da nação, a lógica nacional da percepção mundial e a perspectiva

mundial – não for considerado pelo pesquisador. Em sua opinião, uma espécie de "óculos" através do qual representantes de uma determinada cultura olham para o mundo e o veem de certa forma, como outros portadores dos mesmos "óculos", é a mentalidade nacional, que está fixada na língua nacional dos representantes dessa cultura (KORNILOV, 2003, p. 77). A princípio, as condições externas de existência (clima, natureza), tradições culturais e cotidianas e características fisiológicas e antropológicas formam qualidades específicas que formam a base do caráter nacional, temperamento e mentalidade nacional. Em seguida, essas características são exibidas e fixadas na língua nacional. Mais tarde, eles são passados para as próximas gerações de falantes nativos de uma forma verbalizada pronta, ou seja, eles se tornam socialmente herdados.

Portanto, a singularidade da reflexão verbal do mundo – a chamada "consciência linguística" é definida e determinada pelas peculiaridades da mentalidade nacional e das diferenças objetivas (às vezes bastante óbvias) entre o ambiente natural e a cultura material.

O termo "consciência linguística" muitas vezes recebe diferentes interpretações na literatura científica. Na linguística, os mecanismos mentais da fala que fornecem atividade da fala humana ainda não foram encerrados. Z.D. Popova e I.A. Sternin consideram que esses mecanismos e conhecimentos compõem a consciência linguística de uma pessoa e distinguem três tipos de consciência: cognitiva, linguística e comunicativa. A consciência cognitiva está associada à atividade cognitiva humana. A consciência linguística é considerada parte integrante, um aspecto da consciência comunicativa, que, por sua vez, é considerada um componente integral da consciência cognitiva da nação. A consciência linguística é um conjunto de mecanismos mentais para gerar e entender a fala, bem como armazenar a linguagem na consciência. Inclui a semântica dos sinais linguísticos, conteúdo semântico atribuído a sinais linguísticos. A atividade da fala humana é um componente de um conceito mais amplo – atividade comunicativa humana. A consciência comunicativa é formada por um conjunto de conhecimentos e mecanismos que garantem a atividade comunicativa de uma pessoa e incluem atitudes comunicativas, um conjunto de categorias comunicativas, bem como um conjunto de normas e regras de comunicação aceitas na sociedade (POPOVA; STERNIN, 2007).

I. Zimniaia (1993) define a consciência linguística como uma forma de existência de indivíduo, consciência cognitiva do homo sapiens, uma pessoa falando, uma pessoa se comunicando, uma pessoa como ser social, como indivíduo. N.V. Ufimtseva (2015) interpreta a consciência linguística como um sistema interiorizado de comportamento verbal.

Representantes da linguística cognitiva moderna concluíram que a consciência linguística é um mecanismo especial que garante a fusão, integração do conhecimento da língua

com o conhecimento do mundo. A consciência linguística surge como resultado da interação de unidades de conhecimento sobre o mundo com unidades linguísticas. Caracteriza-se por suas próprias unidades, que possuem uma estrutura binária, formada a partir de dois componentes – unidades de conhecimento e unidades de linguagem. De acordo com Iu, a definição de Sorokin, consciência linguística é uma formação dinâmica que opera com unidades elementares de conhecimento (figuras do conhecimento) e funções ativas (na direção do signo ao significado) e passivas (do significado ao sinal) (SOROKIN, 2007).

O objetivo do estudo é analisar os componentes verbais e visuais da consciência linguística dos chineses e russos como componentes da imagem nacional do mundo.

Os objetivos do estudo:

1. Conduzir uma análise teórica dos conceitos "imagem nacional do mundo" e "consciência linguística".
2. Realizar um estudo experimental dos componentes verbais e visuais da consciência linguística de representantes de diferentes nacionalidades (chinesas e russas).

A hipótese do estudo: representantes de diferentes nacionalidades têm semelhanças nos principais grupos temáticos de associados, mas a razão desses grupos é diferente, o que leva a uma diferença nos campos conceituais.

## **Métodos**

### **Ferramentas de pesquisa**

No estudo de imagens nacionais do mundo, verbalizadas por um conceito, um papel significativo pertence a um método de pesquisa como um experimento de desenho. Seus resultados são mais indicativos em combinação com outros métodos (em particular, com questionamento e interpretação de seus resultados), porém, o experimento de desenho em si mostra eficácia.

Sabe-se que a consciência do destinatário contém informações verbais e não verbais, e os desenhos ajudam a determinar as características deste último.

No entanto, a linguística ainda não está usando ativamente desenhos como método de pesquisa. Em maior medida, esse tipo de pesquisa é utilizada na psicologia. Todavia, entre os linguistas, podemos notar N.L. Chulkina e N.V. Koltsov (2019), que estudam os campos conceituais da "riqueza/pobreza" nas culturas linguísticas russas e chinesas; M.V. Zimina (2018), que explorou certos conceitos no quadro linguístico americano do mundo, inclusive através de um experimento de desenho. A especificidade do experimento de desenho como

método de estudo do conceito também é discutida em um dos estudos da N.V. Ufimtseva (2019).

É a ausência de um número significativo de trabalhos dedicados ao papel do experimento de desenho na linguística moderna que determina a relevância do nosso estudo.

## Procedimento

O experimento foi realizado em duas etapas.

Na primeira etapa (outubro de 2020), estudantes do primeiro e segundo ano de estudo (Amizade da Universidade Russa dos Povos) estavam envolvidos. Eles foram convidados a desenhar as primeiras coisas que vêm à mente como uma reação às seguintes palavras e frases: *comida deliciosa; viagem; compras; envelope vermelho; Ano Novo Chinês; férias/férias; partido; pessoas próximas; música; divertido.*

A escolha dessas palavras e combinações de palavras não foi acidental: foram essas construções que foram obtidas como reações ao estímulo de HOLIDAY na fase de nosso experimento associativo preliminar com reações contínuas na audiência chinesa.

Na primeira fase do experimento de desenho foram coletados 126 desenhos, dos quais 76 de estudantes russos, 50 de estudantes chineses foram coletados.

A segunda etapa do experimento foi realizada entre fevereiro e março de 2021. Nesta fase, os desenhos foram mostrados aos novos entrevistados. Aos estudantes russos foram mostrados os desenhos dos estudantes russos, mas de um grupo diferente, e aos chineses, respectivamente, foram mostrados os desenhos dos estudantes chineses. Para a pureza do experimento, todas as inscrições feitas pelos autores foram pintadas.

Os entrevistados receberam a seguinte tarefa: nomear as cinco primeiras palavras que surgem na mente ao olhar para a imagem. No total, foram processados 76 desenhos de estudantes russos e 50 de estudantes chineses.

## Resultados e discussão

Os desenhos obtidos na primeira fase do experimento variaram em sua técnica de execução: alguns entrevistados desenharam imagens coloridas com contornos claros e cores cuidadosamente selecionadas, outros se limitavam a desenhos esquemáticos a lápis. Houve também aqueles entrevistados que não se desenharam, mas procuraram os desenhos apropriados da internet. Em nossa opinião, tais respostas podem ser consideradas, uma vez que as fotos foram escolhidas não por acaso, mas como uma resposta a um estímulo.

Exemplos de desenhos são mostrados em Figuras 1-2.

**Figura 1** - Desenho de uma estudante chinesa



Fonte: Arquivo do autor

**Figura 2** - Desenho de uma estudante russa



Fonte: Arquivo do autor

Com base nas respostas recebidas nesta fase do experimento, atribuímos os desenhos em grupos temáticos. A primeira parte inclui desenhos de estudantes chineses. Os seguintes grupos são:

1. *Comida*: mesa com comida, bolinhos, hambúrguer.
2. *Relações familiares*: uma mesa com comida, em torno da qual as pessoas se sentam, 2 gerações de pessoas, netos se curvam aos avós.
3. *Diversão*: pessoas se divertindo na rua, pessoas andando pela rua festiva.
4. *Atributos do feriado*: fogos de artifício, dragão chinês, leão chinês, fogos de artifício, bandeiras.
5. *Viagens e outros tipos de recreação*: o mar, espreguiçadeiras no fundo do mar, uma garota com uma mala, fazendo compras.
6. *Versões chinesas de parabéns*: um envelope vermelho (em desenhos preto e branco, apenas um envelope).
7. *Temporada*: inverno, boneco de neve.

O maior número de desenhos representava uma mesa com comida ou pessoas sentadas à mesa.

Entre os desenhos dos estudantes russos (segunda parte), destacam-se os seguintes grupos:

1. *Atributos do Ano Novo*: árvore, mesa, guirlandas.
2. *Celebração*: pessoas na rua, festividades, fogos de artifício, garrafas, música (na forma de notas ou alto-falantes), concerto.
3. *Viagem*: mar, praia, avião.
4. *Relações familiares*: família na mesa ou perto da mesa, gato.
5. *Relacionamentos amorosos*: um casal na rua (ou em casa), um coração.
6. *Realidades chinesas*: pagodes, hieróglifos, lanternas chinesas, envelopes.
7. *Bom humor*: emoticons com um sorriso.

A comparação das duas partes com as respostas permite observar as seguintes características:

1) Desde o início, as realidades da cultura linguística chinesa foram estabelecidas nas palavras propostas e combinações de palavras (os desenhos foram criados com base em uma pesquisa de entrevistados chineses). Portanto, as realidades chinesas estavam presentes nos desenhos não só de estudantes chineses, mas também russos. Mas, neste caso, os estudantes russos não refletiram tanto seu conhecimento sobre as tradições chinesas como demonstraram sua compreensão geral da cultura chinesa.



2) As ideias sobre celebrar o Ano Novo foram exibidas pelos alunos, dependendo das peculiaridades de sua cultura linguística. Ou seja, nos desenhos dos estudantes russos, na maioria das vezes, uma árvore de Natal é representada, enquanto entre os estudantes chineses, um envelope vermelho, uma mesa com comida, um dragão, um leão e fogos de artifício são mais comuns.

3) Tanto os estudantes russos quanto os chineses tinham uma mesa com uma resposta não verbal de frequência. Mas aqui há uma diferença nas duas culturas linguísticas: se nos desenhos dos estudantes russos, a mesa é majoritariamente retangular, então para os estudantes chineses é redonda de acordo com as tradições chinesas.

4) Outra diferença entre as duas culturas linguísticas, reveladas com a ajuda de desenhos, é que muitos desenhos de estudantes chineses retratam bolinhos – parte integrante da celebração. Ao mesmo tempo, os estudantes russos não especificam os tipos de comida em seus desenhos.

5) Nos desenhos de estudantes russos e chineses, há uma família, mas ela é representada de formas diferentes. Para estudantes russos, a família é um casal, enquanto para os chineses há pais e filhos, e muitas vezes avós. Isso pode indicar um culto mais forte da característica familiar dos chineses.

Na segunda etapa do experimento, os desenhos foram mostrados aos novos entrevistados (estudantes russos e chineses), mas de um grupo diferente. Todas as inscrições pintadas foram feitas pelos autores (Fig. 3).

**Figura 3** - Desenho com legendas pintadas



Fonte: Arquivo do autor

Como resultado do processamento dos dados coletados entre os estudantes russos, obtivemos os seguintes indicadores (Tabela 1).

**Tabela 1** - Frequência de respostas de estudantes russos

Palavra	Número de respostas, unidades	Número de respostas, %
Alegria	27	7.1
Feriado	25	6.6
Divertimento	17	4.5
Ano Novo	14	3.7
Família	13	3.4
Fogo de artifício	12	3.2
Apresenta	10	2.6
Felicidade	10	2.6
Árvore de Natal	8	2.1
Lanternas	8	2.1
Comida saborosa	7	1.8
Música	7	1.8
Presente	6	1.6
Templo	6	1.6
Os hóspedes	5	1.3
Casa	5	1.3
Desejos	5	1.3

Estrelas	5	1.3
Amor	5	1.3
Romance	5	1.3
Sol	5	1.3
Jantar	5	1.3
China	4	1.1
Verão	4	1.1
Noite	4	1.1
Mar	4	1.1
Expectativa	4	1.1
Compras	4	1.1
Dança	4	1.1
Lanterna	4	1.1
Dragão	3	0.8
Sonhos	3	0.8
Par	3	0.8
Viagem	3	0.8
Calor	3	0.8
Rua	3	0.8
Reunião	2	0.5
Guirlanda	2	0.5
Noite	2	0.5
Garota	2	0.5
Bombom	2	0.5
Envelope vermelho	2	0.5
Beleza	2	0.5
Céu	2	0.5
Férias	2	0.5
Mesa festiva	2	0.5
Conversas	2	0.5
Mistério	2	0.5
Sorrir	2	0.5
Outras respostas * (94)	1 de cada	24.7

\* Outras respostas incluem: *Abacaxi. Anjo. Prato. Garrafa. Evento significativo. Grandeza. Fé. Partido. Doces*, e assim por diante.

Fonte: Idealizado pelos autores

Os resultados desta etapa do experimento indicam que a associação visual quando traduzida em verbal mostra a predominância de conceitos como *alegria e feriado*. Considerando que o tema da pesquisa é o conceito de HOLIDAY, não é de surpreender que uma palavra semelhante apareça nos resultados da pesquisa. Representa 6,6% das respostas. Contudo, entre

as respostas repetitivas, não é *o feriado* que leva, mas *a alegria*. Um pouco menos frequentes são respostas como *diversão, Ano Novo, família, fogos de artifício, presentes e felicidade*. Note-se que essas respostas foram obtidas como resultado da análise dos desenhos, e não como resultado de uma reação direta ao conceito. Entre os "líderes" da pesquisa, porém, há conceitos como *alegria e feriado*, que não podem ser diretamente refletidos nos desenhos. Conseqüentemente, essas palavras estão associadas às festividades exibidas nas fotos, abetos festivos, mesas com comida, fogos de artifício, e assim por diante.

Os temas das outras respostas recebidas são variados, está associado a feriados específicos, entre os quais o Ano Novo é mais frequentemente encontrado (árvores de Natal, guirlandas, o nome do próprio feriado). Talvez isso se deve ao fato de que a primeira etapa do experimento foi realizada em outubro, quando o próximo grande feriado é o Ano Novo. No entanto, também houve desenhos associados à estação quente, daí a aparição na segunda fase do experimento de palavras como *viagem e calor*.

Entre as respostas recebidas, não há uma única negativa, o que indica tanto associações positivas do feriado, quanto que os desenhos feitos na primeira fase do experimento carregavam apenas emoções positivas.

Os estudantes russos deram um número bastante grande de respostas individuais (94 de 380), o que indica uma variedade de associações causadas pelo conceito de HOLIDAY. Os desenhos feitos na primeira fase do experimento não diferem tanto.

Com base na análise da literatura, compilamos o campo conceitual do conceito de "HOLIDAY" baseado nos dicionários – Dicionário Associativo Russo (RAS), Dicionário Associativo Siberiano da Língua Russa (SIBAS), Dicionário Associativo Regional Russo- Thesaurus (EVRAS) (Fig. 4).

**Figura 4** - O núcleo e a periferia do conceito de *férias* na linguocultura russa baseada em RAS, SIBAS e EVRAS



Fonte: Idealizado pelos autores

O experimento de desenho mostrou dados ligeiramente diferentes: a camada base, a periferia próxima e distante permaneceu inalterada, mas o núcleo do conceito tornou-se diferente: se com base na seleção do dicionário o núcleo era *divertido*, então baseado no experimento de desenho é *a alegria*. No entanto, a palavra *diversão* também está presente entre os "líderes". Além disso, dicionários registram *a diversão* como um dos sinônimos de *alegria*. Tudo isso sugere que, em geral, os dados do experimento de desenho confirmam os dados coletados dos dicionários.

Como resultado do processamento dos dados coletados entre os estudantes chineses, obtivemos os seguintes indicadores (Tabela 2).

**Tabela 2** - Frequência de respostas de estudantes chineses

Palavra	Número de respostas, unidades.	Número de respostas, %
lanterna 笼灯	10	4
fogos de artifício 烟花	10	4
Festival 节 primavera 春	7	2.8
新年 Ano Novo	6	2.4
对联 versos	5	2
孩a criança	5	2
开 feliz	5	2
mesa de jantar 餐桌	4	1.6

包 envelope vermelho	4	1.6
晚餐 jantar	4	1.6
拜年 desejam feliz Ano Novo	3	1.2
放鞭炮 atearam fogos de artifício	3	1.2
欢 alegria	3	1.2
Família	3	1.2
bolinhos 饺	3	1.2
聚餐 ter um jantar	3	1.2
雪o boneco de neve	3	1.2
爸妈 pais	2	0.8
鞭炮 bombinha	2	0.8
餐se	2	0.8
华 agitado, florescendo	2	0.8
fogos de artifício de luz 放烟花	2	0.8
丰盛 rico, suntuoso, pródigo	2	0.8
"boa sorte" 字 oglióglifo significa "bênção", "boa sorte"	2	0.8
歌o canto	2	0.8
孤se sozinho, solidão	2	0.8
Família	2	0.8
jantar de Réveillon 年夜饭	2	0.8
fogos de artifício 炮	2	0.8
糖葫芦 tanghulu (fruta cristalada)	2	0.8
reunião 团圆	2	0.8
jantar de reunião 团圆饭	2	0.8
新春 Nova Primavera ( <i>primeiros dias após 春节Spring Festival</i> )	2	0.8
Dinheiro do Ano Novo 岁钱	2	0.8
Festival 节 Lanterna 宵	2	0.8
微笑 sorriso	2	0.8
Outras respostas * (131 palavras)	1 de cada	52.4

\* entre outras respostas estão: 表演 *desempenho*. 冰凌 *sorvete*. 踩 *passo na bola*. 菜肴 *pratos*. 餐 *louça*. 吃饭 *coma*, e assim por diante.

Fonte: Idealizado pelos autores

Neste caso, entre os principais associados, não conceitos abstratos, como entre os estudantes russos, mas nomes específicos dos atributos da celebração: *lanternas e fogos de artifício*, seguidos pelos nomes de feriados específicos (*Festival da Primavera e Ano Novo*).

Em comparação com as respostas dos entrevistados russos, notamos uma maior variedade de respostas entre os chineses. Há quase metade das respostas simples e não repetitivas (131 palavras de 250). Talvez os desenhos oferecidos aos alunos fossem mais simbólicos do que os desenhos dos estudantes russos, e a interpretação dos símbolos é sempre polissêmica, o que levou ao surgimento de várias associações.

Associações negativas, como nas respostas dos estudantes russos, não foram identificadas.

Se traçarmos paralelos entre as respostas dos estudantes russos e chineses, então notamos a semelhança dos principais grupos temáticos de associados: sentimentos causados por feriados; feriados específicos; atributos de celebração; comida, bebidas e presentes. No entanto, a proporção desses grupos temáticos entre representantes de diferentes nacionalidades também é diferente, o que levou a uma diferença nos campos conceituais que construímos no experimento anterior. Para a cultura linguística chinesa, este foi um campo desse tipo (Fig. 5), criado com base em uma pesquisa de questionário de alunos.

**Figura 5** - O núcleo e a periferia do conceito de *férias* na cultura linguística chinesa com base em uma pesquisa de beneficiários



Fonte: Idealizado pelos autores

Note o quanto o campo conceitual pode mudar após o experimento de desenho. Se considerarmos não apenas os "líderes" entre os associados repetitivos, mas também os temas de respostas únicas, bem como os próprios desenhos, concluímos que o núcleo e a camada base mudaram de lugar. Agora o núcleo é composto de feriados e viagens específicos, e a camada base é comida deliciosa e presentes. A periferia próxima e distante não mudou.

Em geral, as mudanças não são particularmente significativas, o que nos permite concluir: os dados do experimento de desenho não refutam os dados da pesquisa dos entrevistados, mas nos permitem corrigi-los.

## Conclusão

A base da percepção do mundo – a imagem do mundo – de cada nação é composta por um sistema de arquétipos imutáveis que estão incorporados nas tradições culturais de cada nação, sua expressão artística, crenças religiosas, ciência e afins. A singularidade da reflexão verbal do mundo, a chamada "consciência linguística" é definida e determinada pelas peculiaridades da mentalidade nacional e das diferenças objetivas (às vezes bastante óbvias) entre o ambiente natural e a cultura material.

Os resultados do experimento realizado em grupos de estudantes chineses e russos confirmaram a hipótese de que representantes de diferentes nacionalidades têm semelhanças nos principais grupos temáticos de associados, mas a razão desses grupos é diferente, o que leva a uma diferença nos campos conceituais.

O estudo é limitado pelo uso de um único conceito de HOLIDAY. Realizar experimentos semelhantes com conceitos de valor mais significativos VIDA, CASA, FAMÍLIA, etc., bem como conceitos negativos como MORTE ou GUERRA pode se tornar uma perspectiva para novas pesquisas.

**AGRADECIMENTOS:** Este estudo foi apoiado pela Fundação Russa de Pesquisa Básica, Grant No. 19-312-90035.

## REFERÊNCIAS

CHULKINA, N. L.; KOLTSOVA, N. V. Sopotavlenie kontseptualnykh polei "bogatstvo / bednost" v kitaiskoi i russkoi lingvokulturakh: analiz iazykovykh i risunochnykh assotsiatsii [The comparative analysis of the conceptual domain "wealth/poverty" in the language



consciousness of Russians and Chinese: a case study of language and picture associations]. **Journal of Psycholinguistics**, no. 1(39), p. 149-164, 2019 (in Russian).

GACHEV, G. D. **Natsionalnye obrazy mira** [National images of the world]. Moscow: Sovetskii pisatel, 1988. 448 p. (in Russian).

KORNILOV, O. A. **Iazykovye kartiny mira kak proizvodnye natsionalnykh mentalitetov** [Linguistic pictures of the world as derivatives of national mentality]. 2<sup>nd</sup> ed., revised and supplemented. Moscow: CheRo, 2003. 349 p. (in Russian).

OTPENOV, T.; SMAGULOV, K. N.; AL'MUHAMETOV, A. R.; AKIMHANOV, A.; ANARBAIEV, N. Ethnoconfessional conflict as a destructive way to resolve contradictions in social and religious relations. **European Journal of Science and Theology**, v. 15, no. 2, p. 179-190, 2019.

POPOVA, Z. D.; STERNIN, I. A. **Kognitivnaia lingvistika** [Cognitive linguistics]. Moscow: AST: "Vostok-Zapad", 2007. 226 p. (in Russian).

SMIRNOV, S. **Psikhologiya obraza: problema aktivnosti psikhicheskogo otrazheniia** [Image psychology: the problem of the activity of mental reflection]. Moscow: Izd-vo MGU, 1985. 231 p. (in Russian).

SOROKIN, Iu. A. Etnos, soznanie, kultura, iazyk [Ethnicity, consciousness, culture, language]. In: **Sotsialnaia psikholingvistika: Khrestomatiia**. Moscow: Labirint, 2007. p. 8-36 (in Russian).

UFIMTSEVA, N. V. Iazykovoe soznanie – obraz mira – iazykovaia kartina mira [Language consciousness – worldview – language picture of the world]. **Journal of Psycholinguistics**, no. 24, p. 115-119, 2015 (in Russian).

UFIMTSEVA, N. V. Assotsiativnyi eksperiment i kognitivnye strategii respondentov [Associative experiment and cognitive strategies of respondents]. **Kognitivnye issledovaniia iazyka**, no. 37, p. 920-925, 2019 (in Russian).

ZHONDOROVA, G. E. Culture-bound words used in everyday communication by Yakutian old-timers: ethnolinguistic aspect. **Revista Inclusiones**, v. 7, no. Especial, p. 293-302, 2020.

ZIMINA, M. V. **Spetsifika predstavleniia kontseptov Beauty, Home, Freedom v amerikanskoii iazykovoi kartine mira** [The specifics of the presentation of the concepts Beauty, Home, Freedom in the American language picture of the world]: the author's abstract of the dissertation of the Candidate of Philological Sciences: 10.02.04. Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov, Nizhny Novgorod, 2018. 25 p. (in Russian).

ZIMNIAIA, I. A. Sposob formirovaniia i formulirovaniia mysli kak realnost iazykovogo soznaniia [The method of forming and formulating thought as a reality of linguistic consciousness]. In: **Iazyk i soznanie: paradoksalnaia ratsionalnost**. Moscow: Prosveshchenie, 1993. p. 51-58 (in Russian).

### Como referenciar este artigo

HAITONG, P.; CHULKINA, N. L. Imagens nacionais do mundo: componentes verbais e visuais da consciência linguística dos chineses e russos (no exemplo do conceito “feriado”). **Rev. EntreLínguas**, Araraquara, v. 7, n. esp. 4, e021109, Nov. 2021. e-ISSN: 2447-3529. DOI: <https://doi.org/10.29051/el.v7iesp.4.15667>

**Submetido em:** 09/02/2021

**Revisões requeridas em:** 20/05/2021

**Aprovado em:** 05/09/2021

**Publicado em:** 10/11/2021