

Минь Туан УОНГ<sup>1</sup>

УДК 811.161.1(597)+81'27

## КОНЦЕПТ «ВЬЕТНАМ» В РУССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ: ЧТО РУССКИЕ ЗНАЮТ О ВЬЕТНАМЕ

<sup>1</sup> аспирант кафедры русского языка,  
общего языкознания и речевой коммуникации,  
Уральский федеральный университет (г. Екатеринбург)  
uongminhtuan@gmail.com

### Аннотация

Объектом данного исследования является ономастический концепт «Вьетнам». В работе доказывается, что исследуемый концепт может быть определен как концепт-минимум, когнитивная матрица знаний которого заполнена не полностью. Для определения объема воюго наполнения концепта в языковом сознании носителя русского языка был использован экспериментальный метод исследования — социолингвистический опрос, в котором приняли участие 457 респондентов разных возрастных групп.

Формат знания топонимического концепта представляет собой когнитивную матрицу, или многоаспектное знание, поэтому анкета содержала 15 вопросов, относящихся к геополитическим знаниям об объекте, а также знаниям о Вьетнаме как социоэтнокультурном феномене. Один вопрос носил оценочный характер и формулировался следующим образом: «*Вьетнамцы — какие они, с вашей точки зрения?*»

Анализ результатов опроса показал, что анализируемый концепт существует в языковом сознании русских, поскольку преобладающим большинством опрошенных (от 82% до 99%) ментально освоены ядерные когнитивные компоненты концепта «Вьетнам»: концептуальная единица помещена в сетку географических ориентиров, реципиенты знакомы с государственным устройством страны, основной религией, с именами известных политических деятелей. Более полным смысловым объемом информации о Вьетнаме владеет пожилая группа информантов.

**Цитирование:** Уонг Минь Туан. Концепт «Вьетнам» в русском языковом сознании: что русские знают о Вьетнаме / Минь Туан Уонг // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2018. Том 4. № 3. С. 52-64.  
DOI: 10.21684/2411-197X-2018-4-3-52-64

---

Концепт «Вьетнам» отражает динамику мировоззренческих представлений о Вьетнаме в коллективном сознании русских. Концептуализации информации о Вьетнаме, формированию положительной коннотативной зоны концепта способствовали советские СМИ, освещавшие военную помощь СССР Вьетнаму в борьбе против агрессии США. Современное наполнение когнитивной матрицы происходит в области культурных и экономических знаний.

**Ключевые слова**

Концепт, концепт-минимум, Вьетнам, когнитивная матрица, социолингвистический опрос.

**DOI: 10.21684/2411-197X-2018-4-3-52-64**

**Введение**

В отечественном языкознании сложился круг исследователей, определивших развитие российской когнитивной лингвистики, обращающейся к многоаспектным связям человека с миром, см. [4, 7-9, 11-13 и др.]. Одной из исследовательских задач когнитивистов является определение объема смыслового наполнения концепта в языковом сознании носителя языка. Данная работа посвящена выявлению представлений о Вьетнаме и вьетнамцах в русском языке.

Особенностью рассматриваемой единицы исследования является ее особый статус: концепт «Вьетнам» относится к типу ономастического концепта. Новые методы изучения имен собственных в последнее время переключают фокус «ономастических исследований на специфику вербализации знаний о человеке и пространстве», что «создает возможности для изучения различных способов формирования и представления ономастического знания» [16, с. 36].

Имя собственное как языковая вербализация ономастического концепта стало рассматриваться как корпус неязыковых, т. е. фоновых знаний исторического, этнографического и культурного плана. Проблема изучения имени собственного как экспликации концепта ставится и находит свое решение в диссертационных работах, посвященных, например, концептам «Советский Союз» [1], «Америка» [5], «Россия» [3, 17], «Германия» [10], «Китай» [15] и др. Ономастические концепты, становясь объектом изучения лингвистов, обычно обладают широкой интерпретационной зоной, богатым лингвокультурологическим содержанием. В отличие от концептов такого рода, концепт «Вьетнам» может быть определен как концепт-минимум, по А. Вежбицкой, реалии известной, но являющейся периферийной для жизненной практики [18, с. 212]. Действительно, Вьетнам для многих стран — в том числе и для сегодняшней России — остается далекой и малоизвестной страной.

Чтобы носитель русского языка обратился к поискам информации о небольшой азиатской стране, находящейся за тысячи километров от России, должны возникнуть убедительные информационные поводы. Такие поводы были в истории России. Концепт «Вьетнам» отражает динамику мировоззренческих представлений о Вьетнаме в коллективном сознании русских. Известно, какую

огромную роль сыграли военная помощь и политическая поддержка Советского Союза, оказанные героическому народу Вьетнама в его двух войнах Сопротивления — в 1946-1954 и 1964-1975 гг. — против внешних агрессоров, за независимость и свободу. Движение против агрессии США во Вьетнаме неизменно широко освещалось СМИ Советского Союза, которые транслировали положительный оценочный фон, воздействовали на процесс концептуализации информации. В возникшей тогда атмосфере человеческой солидарности общественное движение поддержки вьетнамского народа в короткий срок приобрело самый массовый, поистине всенародный характер.

Современные отношения России с Вьетнамом выходят на новый уровень сотрудничества. Сегодня Вьетнам в массовом сознании чаще связан не с темой войны, которая стала историей, а с экономическими отношениями. Современное состояние двустороннего сотрудничества России и Вьетнама во всех сферах, и особенно в области туризма, способствует смысловому наполнению концепта «Вьетнам», появлению новых концептуальных смыслов. В этом видится актуальность предпринятого исследования. Цель работы — охарактеризовать объем актуальных знаний о Вьетнаме на основе экспериментального исследования.

#### **Методика исследования**

Экспериментальное исследование представляется одним из эффективных инструментов, позволяющих определить объем знаний об определенном объекте. Эксперимент проводился в форме анонимного анкетирования. В социолингвистическом опросе приняли участие 457 жителей Екатеринбурга разного возраста и уровня образования. Респонденты были разделены на 3 основные психовозрастные (поколенческие) группы: юношеская группа (224 студента Уральского федерального университета в возрасте до 20 лет: 108 юношей и 116 девушек); средняя (зрелая) группа (159 респондентов в возрасте от 21 года до 50 лет: 61 мужчина, 98 женщин); пожилая группа (74 респондента в возрасте от 51 года и выше: 25 мужчин и 46 женщин, в 3 анкетах пол не указан).

Концепт «Вьетнам», как любой топонимический концепт, — это «единица знания о пространственных и их географических характеристиках, определяющая семантику имен собственных» [16, с. 15]. Данный формат знания получил в литературе наименование «когнитивной матрицы», фоном которого «является многоаспектное знание, предполагающее возможность многоаспектного осмысления» ономастических единиц [4, с. 63]. Поэтому анкета включала 15 вопросов, 5 из которых относились к блоку геополитических знаний об объекте с выбором готовых ответов (о местонахождении страны, государственном устройстве, религии, политических лидерах, сферах экономики). Остальные вопросы носили открытый характер и требовали от респондентов поделиться информацией, основанной на индивидуальных знаниях о Вьетнаме как социоэтнокультурном феномене: требовалось назвать столицу и несколько известных городов Вьетнама, денежную единицу, язык, вьетнамское национальное платье, блюда национальной кухни, вьетнамскую продукцию в России, фильмы о Вьетнаме, показать знание истории Вьетнама. Один вопрос носил оценочный характер и

формулировался следующим образом: «Вьетнамцы — какие они, с вашей точки зрения?»

### Обсуждение результатов исследования

Общий взгляд на результаты анкетирования позволяет сделать предварительный вывод, что концепт «Вьетнам» относится, по терминологии А. Вежбицкой, к категории концепта-минимума в русском языковом сознании, поскольку коэффициент пропусков, реакций «затрудняюсь ответить» занимает значительную долю (41%), коэффициент неверных ответов — 9%. Сосредоточимся на конкретных полученных результатах.

На представленном ниже рис. 1 приведены результаты ответов на конкретные вопросы о Вьетнаме, демонстрирующие уровень знаний респондентов разных возрастных групп.

Прокомментируем приведенные данные. Носители русского языка (97% респондентов) знают расположение Вьетнама на карте мира. Сопоставление знаний разных поколенческих групп показало высокий уровень знаний старших групп (99%), ниже процент юношеской группы (95%).

В качестве основной религии 82% испытуемых правильно выбрали вариант «Буддизм» (в частности, юношеская группа — 73%, зрелая — 87% и пожилая — 97%).

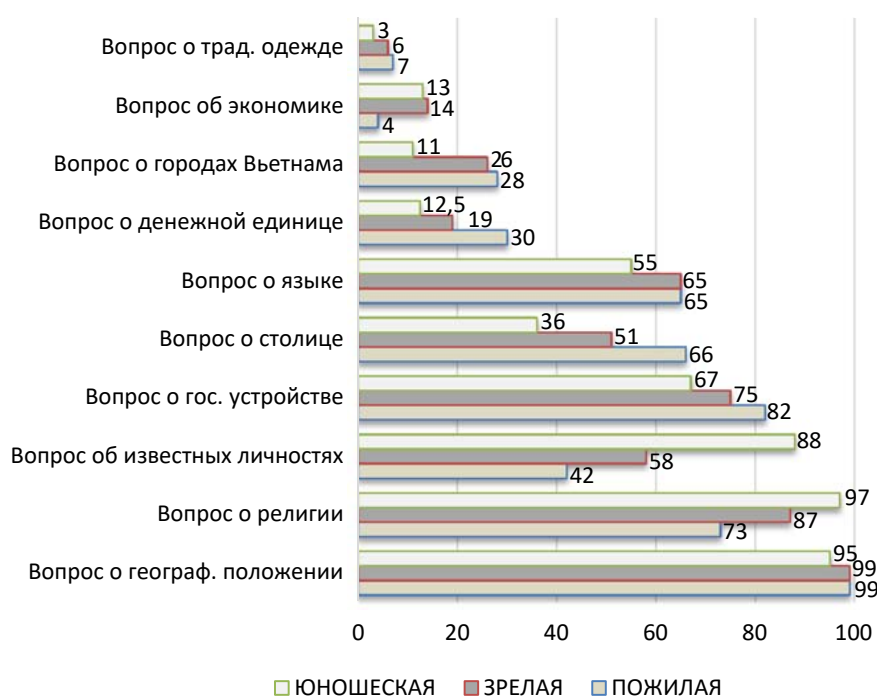


Рис. 1. Процентное соотношение уровня знаний о Вьетнаме респондентов разных возрастных групп

Fig. 1. Percentage of knowledge about Vietnam among respondents of different age groups

55% респондентов знают об известных исторических личностях Вьетнама: вьетнамском вожде Хо Ши Мине и легендарном генерале армии, вьетнамском «Жукове» Во Нгуен Зиане (юношеская группа — 42%, зрелая — 58%, пожилая — 88%). Отметим, что количество знающих о Хо Ши Мине больше, чем знающих о Во Нгуен Зиане. В числе редких ответов названы Чан Дай Куанг (сегодняшний президент страны), Нгуен Суан Фук (премьер-министр Вьетнама), Чан Дык Лыонг (президент Вьетнама с 1997 по 2006 г.), Нго Динь Зьем (первый президент Республики Вьетнам с 1955 по 1963 г.), Зыонг Ван Минь (военный и политический деятель Вьетнама). 45% респондентов не ответили на этот вопрос.

72% респондентов знают, что Вьетнам является социалистической республикой, 28% дали неправильные ответы либо оставили вопрос без ответа. При этом зрелая (75%) и пожилая (82%) группы занимают доминирующее положение по сравнению с юношеской (67%).

46% опрошенных знают, что столицей Вьетнама является Ханой, в том числе в юношеской группе правильно ответили 36%, в зрелой — 51% и в пожилой 66%. 246 человек (54%) дали неправильный ответ либо пропустили вопрос. Среди неправильных были названы Хошимин/Сайгон (крупнейший мегаполис Вьетнама), Пхеньян (столица Северной Кореи), Сеул (столица Южной Кореи), Бангкок (столица Таиланда).

60% претендентов правильно ответили на вопрос о языке вьетнамцев, при этом юношеская группа дала 55% правильных ответов, 65% респондентов зрелой и пожилой групп знают, что вьетнамцы говорят на вьетнамском языке. Среди неправильных ответов были китайский, японский, тайский, английский, французский, арабский и испанский языки, в части ответов респонденты отметили «не знаю».

Всего 20% респондентов правильно назвали денежную единицу Вьетнама — донг, в частности 12,5% в юношеской группе, 19% в зрелой группе и 30% в пожилой группе. 9% респондентов назвали денежные единицы соседних азиатских стран: бат (Таиланд), вона (Корея), юань (Китай), йена (Япония). Значительное количество опрошенных (72%) не дали ответа на вопрос.

19% респондентов (11% — юношеская, 26% — зрелая, 28% — пожилая группы) назвали известные им города Вьетнама. Указанные в анкетах города являются туристическими центрами в южном Вьетнаме: Вунгтау, Далат, Дананг, Кантхо, Муйне, Нячанг, Хойан, Хюэ, Хошимин (Сайгон), Фантхьет, Фукуок.

Вопрос о самых развитых сферах экономики Вьетнама получил следующее распределение: промышленность выбрали 10% респондентов, 88% опрошенных выбрали сельское хозяйство, 2% не ответили на этот вопрос. В экономике страны развитие той или иной сферы оценивается по вкладу данной сферы в ВВП. По данным 2016 г., промышленность Вьетнама занимала первое место (39%) в секторе экономики, сельское хозяйство — второе (17%), сфера услуг — 44%, туризм — 9,1% [1, с. 124-126].

Традиционную одежду Вьетнама *аозай* знают только 21 человек (4,6%), из них 3% юношеской, 5% зрелой и 6,5% пожилой группы. 3,5% ответили непра-

вильно, в перечислительном ряду названы *сабо* (особый вид обуви), *кимono*, *халатик с цветами*, *туника*, *балахон*, *сарафан*.

27,4% опрошенных (16,5% — юношеская, 27% — зрелая, 38,7% — пожилая группы) пробовали или знают вьетнамскую кухню, назвав некоторые типичные блюда, например: *рис с овощами*, *рис с рыбкой*, *с морепродуктами*, *бань куон*, *бань ми*, *бань хот*, *бань цео*, *бань чангкуон*, *фо*, *суп с лапшой*, *лапша с говядиной / фо-бо*, *лапша с курицей*, *лапша (ми саобо)*, *вьетнамские блинчики/роллы (нэм)*, *тофу*, *рыбный соус*. Среди перечисленных назывались экзотические блюда: *черепахи / суп из черепахи*, *собаки*, *мясо крокодила*, *змеи*, *суп из змеи / змеиный суп*, *насекомые*, *вкусные паучки и млекопитающие*, *морские ежи*, *кровавый суп*, *гнилые яйца*, *мясо крокодила*, *змея в водке*, *сушеные пчелы*, *жареные тараканы*, *разные деликатесы (тараканы, паучки)*, *чай*, *кофе / сладкий кофе с молоком*, *сушеные бананы*, *кафе «Вьетконг»*, *фрукты*.

59% респондентов (53% — юношеская, 63% — зрелая, 61% — пожилая группы) перечислили вьетнамские товары, которые экспортируются в Россию: *одежда*, *обувь*, *вьетнамки/сланцы/сланцы-вьетнамки*, *тапочки*, *техника*, *бальзам «Звездочка»*, *рис*, *рыбный соус*, *продукты*, *фрукты*, *кофе*, *жемчуг*, *шелк*, *декоративные изделия из соломы*, *шляпы из соломы*, *изделия народного творчества*, *хлопок*, *изделия из бамбука*.

46% респондентов не смогли продемонстрировать знания истории Вьетнама. 54% респондентов (из них 54% — юношеская, 45% — зрелая, 63% — пожилая группы) дали ответы, чаще всего связанные с военной темой.

Военная тематика ответов прежде всего отражает разные этапы военного конфликта в истории Вьетнама, получившего в мировой истории название Второй Индокитайской войны, начавшейся с гражданской войны в Южном Вьетнаме и пережившей интенсивный период 1957-1975 гг., когда в военный конфликт вступили силы США и СССР (*бомбардировка США и поддержка России*, *победа над США в XX веке*; *война Вьетнама с США 1957-1975 гг.*; *американцы сожгли деревню Сонгми*; *бомбили напалмом*). Кроме того, были названы и события Первой Индокитайской войны (*поражение французской армии под Дьен Бьен Фу*; *разделение на Северный и Южный Вьетнам*; *вьетнамская революция*; *создание Демократической республики Вьетнам*; *приход к власти Хо Ши Мина*), события Второй мировой войны (*захват страны японцами*), военные конфликты с Камбоджей и Китаем (70-е гг. XX в.), а также более ранние исторические факты (*французская колонизация*, *сопротивление монгольскому завоеванию*).

27% респондентов назвали фильмы о Вьетнаме, в перечислительный ряд вошли документальные фильмы о *вьетнамской войне*, американские художественные фильмы, которые основаны на реальных фактах войны во Вьетнаме либо посвящены ветеранам вьетнамской войны: *«Апокалипсис сегодня»*, *«Цельнометаллическая оболочка»*, *«Доброе утро, Вьетнам»*, *«Форрест Гамп»*, *«Рэмбо»*, *«Охотник на оленей»*, *«Взвод»*, *«Военные потери»*, *«Атака коммандос»*, *«Кто остановит дождь»*, фильм вьетнамских кинематографистов *«Мы хотим*



*жить»* или фильмы с их участием *«Тихий американец»*, *«Индокитай»*. В ответах названы документальные фильмы о кухне, истории, туристических местах, о природе Вьетнама по каналу ВВС, в программе «Вокруг Света». В ряду ошибочных ответов названы американские боевики: *«Хранители»*, *«Рейд»*, *«Орел и решка»*, *«Солдаты неудачи»*, *«Спассти рядового Райана»*, *«Гости»*.

Наконец, на вопрос о личной оценке вьетнамцев ответ дали 65% респондентов. 60% респондентов юношеской группы связали свою характеристику с особенностями **внешности**: *азиатская внешность (полная противоположность русским)* (3 ответа), *среднего роста* (2), *невысокого роста, маленькие* (13), *брюнет* (1), *загорелый, смуглые, смуглокожий* (6), *узкоглазый, с узкими глазами* (6); **происхождения**: *азиаты* (6); **занятий**: *хорошо ведут хозяйство* (1); особенностями **поведенческой манеры**: *громко говорят* (1), *любят собираться в группы* (1), *плохо знают ПДД* (1); **политических взглядов**: *коммунисты* (2); **отношения к религии**: *религиозный* (5), *верующий* (1); **вьетнамских обычаев и нравов**: *имеют глубокие традиции, со своими традициями и образом жизни* (2), *семейный, любят свою семью* (2), *скованные предрассудками (по их мнению, традициями)* (1), *едят собак, крыс, лягушек* (1), *едят совершенно необычную для европейцев еду* (1).

Большинство приведенных характеристик нейтрально, хотя встретились ответы со знаком плюс: *хорошо ведут хозяйство, любят свою семью*; шесть ответов с отрицательной семантикой — *узкоглазый*, распространенная уничижительная номинация лиц с азиатской внешностью. В качестве мотивировочного признака данного экспрессивного этнонима выступает деталь внешности — узкие глаза. В русском языке существует целый ряд этнонимов с презрительной окраской, например: *чучмек, чурка, кацан, фриц* и др., которые «используются как экспрессивные номинации отчуждающего характера, отражающие релевантность для говорящего оппозиции свой — чужой» [6, с. 175].

Кроме того, Вьетнам — небольшая страна в Юго-Восточной Азии, располагающаяся на полуострове Индокитай, с оригинальной культурой, малоизвестной в России. Внешний облик вьетнамцев, их психологические и культурные особенности не идентичны русским, поэтому во вторую группу определений входят единицы с модальностью странного: *таинственный* (1), *странный* (1), *непонятный* (1), *загадочный* (1).

Третью группу составляют частнооценочные прилагательные, характеризующие этническую общность прежде всего с положительной стороны: *добрый* (19), *дружелюбный* (11), *доброжелательный* (8), *гостеприимный* (9), *открытый* (6), *трудолюбивый* (23), *приветливый* (4), *спокойный* (8), *улыбчивый* (6), *могут постоять за себя* (1), *боевой народ, умеющий защищать родину* (1) и др. Отрицательная характеристика этнонима «вьетнамец» встречается в одиночных ответах: *суровый, хитрый, злой, жадный, воинственный, необразованный*.

70% респондентов зрелой группы также подчеркивают положительные характеристики вьетнамцев: *дружелюбные* (15), *доброжелательный, скромный* (6), *улыбчивый* (5), *спокойный* (5), *открытый, гостеприимный* (4), *веселые, общи-*

тельные, толерантные, терпеливые (3), отзывчивый, милый (2), доброжелательные, симпатичные, самые позитивные из азиатов; отличные люди с богатой историей и культурой; люди с патриотическим сознанием. Ряд отрицательных характеристик включает одиночные ответы: злой, жадный, хитрый, загадочный, шумный. Также им присущи этностереотипные представления о **внешности**: нежирные, желтые (1), темная кожа (2), маленький (4), невысокий, низкий, низкого роста (8), узкоглазый (1); **одежде**: носят конусообразные шляпы; треугольники, в шляпе с полями; **представления о жизни и обычаях**: курят табак; любят рыбу, религиозные, уважают традиции и предков; современные люди, которые чтят свои традиции; любят лодки и фонари; хорошее отношение к России; худые мужчины сидели с винтовками в траншеях; работаги (4).

68% полученных реакций пожилой группы связаны с особенностями **внешности**: маленький, маленького роста (5), желтый (2); **занятий**: любят ездить на велосипедах и байках (1), много хороших работников, специалистов в России (1); **характера**: никогда никому не сдаются (1), победили в войне с американцами (1), преданные своей стране и традиции (1); любят свои семьи, детей (1); **коммуникативного поведения**: театральные в речевом отношении, общительные, нет границ в общении, нарушение европейских коммуникативных норм; молчаливые; немногословные; **типичной одежды**: в национальной конусовидной шляпе, туника, шлепанцы, велосипед и мопед (1), конусные шапки от дождя (1). Частнооценочные прилагательные, характеризующие этническую общность, определяют вьетнамцев прежде всего с положительной стороны: замечательный народ (1), трудолюбивые (16), добрый (10), доброжелательный (5), добродушный (4), отзывчивый (2), гостеприимный, хлебосольный (4), улыбчивый (4), миролюбивый (3), хорошие, неторопливые, спокойные, скромные, сдержанные, открытые, надежные, веселые (2), мирные, щедрые, сильные, любознательные, толерантные, приличные, вежливые (1). С отрицательной оценкой встречаются одиночные ответы: хитроватые, малообразованные, закрытые, трусы, испуганные.

В целом ответы всех групп респондентов показали, что в сознании носителей русского языка нет проявления ксенофобии: большинство определений, характеризующих образ вьетнамца, имеет положительную коннотацию. Информанты проявили себя как языковые личности «с позитивно этнической идентичностью» [14, с. 97].

### Заключение

Проведенный анализ обнаружил характер бытования концепта «Вьетнам» в языковом сознании носителей русского языка. Подтверждена гипотеза, что концепт «Вьетнам» относится к типу концепта-минимума: Вьетнам для сегодняшней России является малоизвестной страной. Когнитивная матрица как единый формат знания заполнена не полностью. Но использование понятия «когнитивная матрица» позволяет представить концепт как массив знаний, для которых «наличие того или иного конкретного компонента является факультативным».



тивным» [4, с. 64]. Мы можем утверждать, что анализируемый концепт существует в языковом сознании русских, поскольку преобладающим большинством опрошенных (от 82% до 99%) ментально освоены ядерные когнитивные смыслы ономастического концепта «Вьетнам»: концептуальная единица помещена в сетку географических ориентиров, реципиенты знакомы с государственным устройством страны, основной религией, с именами известных политических деятелей. Меньше информации у опрошенных в области этнокультурной специфики страны: так, например, вьетнамская денежная единица донг была названа в одном ряду с номинациями денежной валюты соседних азиатских стран: корейской воной, тайландским батом, китайским юанем, японской йеной. Также вместо столицы Вьетнама были названы столицы соседних юго-восточных азиатских стран: Пхеньян (столица Северной Кореи), Сеул (столица Южной Кореи), Бангкок (столица Таиланда).

Причин неполного знания русских о стране в Юго-Восточной Азии можно указать несколько. В первом вопросе анкеты спрашивалось, был ли респондент во Вьетнаме. Только 7% опрошенных посещали Вьетнам (юношеская группа — 3,12%, зрелая — 6%, пожилая — 12,16%). Следовательно, представления респондентов о Вьетнаме связаны не с личным опытом, а почерпнуты из литературы и средств массовой коммуникации.

Концепт — многомерное ментальное образование, являющееся результатом познавательной деятельности языковой личности. Результаты анализа показали, что смысловое наполнение концепта в сознании старшего поколения богаче, чем у молодых. Освоению концепта «Вьетнам» способствовала пропагандистская политика советских СМИ, которая освещала военную помощь СССР в борьбе Вьетнама против агрессии США и таким образом влияла на процесс концептуализации информации. Шло формирование концепта Вьетнам как социокультурного феномена: актуальными и на сегодняшний день являются положительно «заряженные» коллективные представления о вьетнамцах как дружелюбной, трудолюбивой нации, способной отстаивать свою независимость.

Когнитивная матрица знаний о Вьетнаме пополняется компонентами экономического знания в области туризма и взаимного торгового сотрудничества. Культурный компонент пополняется за счет прямого контакта россиян с вьетнамцами, растущей популярностью в России вьетнамской кухни и знакомством с Вьетнамом с помощью телевизионных передач образовательного уровня.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Артамонов А. А. Экономика Вьетнама / А. А. Артамонов, К. Т. Буй, С. В. Пономарёв // Молодой ученый. 2017. № 25. С. 124-126.
2. Адясова Л. Е. Концепт *Советский Союз* и его языковая экспликация в современном российском медиадискурсе: дис. ... канд. филол. наук / Л. Е. Адясова. Нижний Новгород, 2015. 269 с.

3. Белоусова А. И. Ономастический концепт «Россия» в заголовочном комплексе газетного дискурса: лингвокогнитивный аспект: дис. ... канд. филол. наук / А. И. Белоусова. Череповец, 2011. 166 с.
4. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций / Н. Н. Болдырев. 4-е изд., испр. и доп. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2014. 236 с.
5. Гришина О. А. Актуализация концепта *Америка* в современном русском языке (на материале публицистических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. А. Гришина. Архангельск, 2004. 23 с.
6. Грищенко А. И. Экспрессивные этнонимы как примета языка вражды / А. И. Грищенко, Н. А. Николина // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности: коллективная монография. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2006. С. 175-187.
7. Демьянков В. З. Термин «концепт» как элемент терминологической культуры / В. З. Демьянков // Концепты культуры и концептосфера культурологии: коллективная монография. СПб.: Астерион, 2011. С. 9-28.
8. Карасик В. И. Языковая матрица культуры / В. И. Карасик. М.: Гнозис, 2013. 320 с.
9. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: когнитивные исследования / Е. С. Кубрякова. М.: Знак, 2012. 208 с.
10. Куданкина О. А. Актуализация концепта *Германия* в российской публицистике: дис. ... канд. филол. наук / О. А. Куданкина. Кемерово, 2005. 166 с.
11. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. М.: АСТ: Восток — Запад, 2007. 314 с.
12. Рахилина Е. В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость / Е. В. Рахилина. М.: Русские словари, 2008. 416 с.
13. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. 2-е изд. и доп. М.: Академический Проект, 2001. 990 с.
14. Хотинец В. Ю. Этническая идентичность и толерантность / В. Ю. Хотинец. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2002. 124 с.
15. Ши Ся. Концепт КИТАЙ в русском обыденном языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ши Ся. М., 2008. 24 с.
16. Щербак А. С. Региональная ономастика в когнитивном аспекте / А. С. Щербак. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина: ООО «Центр-пресс», 2008. 197 с.
17. Юрьева И. А. Концепт *Россия* как фрагмент русской национальной картины мира периода XX — начала XXI вв.: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. А. Юрьева. Челябинск, 2008. 22 с.
18. Wierzbicka A. Lexicography and Conceptual Analysis / A. Wierzbicka. Ann Arbor: Karoma, Publishers, Inc., 1985. 368 p.

**Minh Tuan UONG<sup>1</sup>**

UDC 811.161.1(597)+81'27

**THE CONCEPT “VIETNAM” IN RUSSIAN  
LINGUISTIC CONSCIOUSNESS:  
WHAT RUSSIANS KNOW ABOUT VIETNAM**

<sup>1</sup> Postgraduate Student, Department of Russian Language,  
General Linguistics and Speech Communication,  
Ural Federal University (Yekateriburg)  
uongminhtuan@gmail.com

**Abstract**

This article studies the onomastic concept “Vietnam”. The paper argues that the given concept can be defined as a concept-minimum, for which the cognitive matrix of knowledge is not completely filled. To determine the scope of the semantic content of the concept in the linguistic consciousness of a Russian native speaker, the author has used the experimental research method, i. e. a sociolinguistic survey for 457 respondents of different age groups.

The format of knowledge of a toponymical concept is a cognitive matrix or multidimensional knowledge. Thus, the questionnaire contains 15 points referring to geopolitical knowledge of the object as well as knowledge of Vietnam as a socio-ethnocultural phenomenon. Analysis of the survey results shows that the analysed concept exists in the Russian language consciousness since the predominant majority of respondents (82-99%) assimilate mentally the nuclear cognitive components of the concept “Vietnam”. The conceptual unit is placed in a grid of geographical landmarks, recipients are familiar with the governmental structure of the country, the main religion and names of prominent political figures. The older group of informants is more aware of Vietnam.

The concept “Vietnam” reflects the dynamics of the worldview of Vietnam in the collective consciousness of the Russians. The Soviet media covered the military aid by the USSR to Vietnam in the fight against the US aggression, which contributes to the conceptualization of information about Vietnam, the structuring of a positive connotative zone of the concept.

---

**Citation:** Uong Minh Tuan. 2018. “The Concept ‘Vietnam’ in Russian Linguistic Consciousness: What Russians Know about Vietnam”. Tyumen State University Herald. Humanities Research. Humanities, vol. 4, no 3, pp. 52-64.  
DOI: 10.21684/2411-197X-2018-4-3-52-64

---

Recent constituents of the cognitive matrix occur in the field of cultural and economic knowledge.

**Keywords**

Concept, concept-minimum, Vietnam, cognitive matrix, sociolinguistic survey.

DOI: 10.21684/2411-197X-2018-4-3-52-64

**REFERENCES**

1. Artamonov A. A., Buj K. T., Ponomarev S. V. 2017. “*Ekonomika V’etnama*” [Vietnam’s Economy]. *Molodoj uchenyj*, no 25.
2. Adyasova L. E. 2015. “*Koncept Sovetskij Soyuz i ego yazykovaya ehksplikaciya v sovremennom rossijskom mediadiskurse*” [The Concept of the Soviet Union and Its Language Explication in the Modern Russian Media Discourse]. Cand. Sci. (Philol.) diss. Nizhniy Novgorod.
3. Belousova A. I. 2011. “*Onomasticheskiy kontsept ‘Rossiya’ v zagolovochnom komplekse gazetnogo diskursa: lingvokognitivnyy aspekt*” [Onomastic Concept “Russia” in the Headline Complex of Newspaper Discourse: Linguocognitive Aspect]. Cand. Sci. (Philol.) diss. Cherepovets.
4. Boldyrev N. N. 2014. “*Kognitivnaya semantika. Vvedenie v kognitivnuyu lingvistiku: kurs lektsiy*” [Cognitive Semantics. Introduction to Cognitive Linguistics: A Course of Lectures]. 4<sup>th</sup> edition, revised. Tambov: Izdatelskiy dom TGU im. G. R. Derzhavina.
5. Grishina O. A. 2004. “*Aktualizatsiya kontsepta Amerika v sovremennom russkom yazyke (na materiale publitsisticheskikh tekstov)*” [Actualization of the Concept of America in Modern Russian (On the Material of Publicistic Texts)]. Cand. Sci. (Philol.) diss. Abstract. Arhangelsk.
6. Grishenko A. I., Nikolina N. A. 2006. “*Ekspressivnye ehthonimy kak primeta yazyka vrazhdy*” [Expressive Ethnonyms as a Sign of the Language of Enmity]. In: *Yazyk vrazhdy i yazyk soglasiya v sociokul’turnom kontekste sovremennosti: kollektivnaya monografiya*. Ekaterinburg: Izd-vo Ural’skogo universiteta.
7. Dem’yankov V. Z. 2011. “*Termin ‘koncept’ kak element terminologicheskoy kul’tury*” [The Term “Concept” as an Element of Terminological Culture]. In: *Koncepty kul’tury i konceptosfera kul’turologii: kollektivnaya monografiya*. Saint-Petersburg: Asterion.
8. Karasik V. I. 2013. *Yazykovaya matrica kul’tury* [Language Matrix of Culture]. Moscow: Gnozis.
9. Kubryakova E. S. 2012. “*V poiskakh sushchnosti yazyka: kognitivnye issledovaniya*” [In search of the Essence of Language: Cognitive Research]. Moscow: Znak.
10. Kudankina O. A. 2005. “*Aktualizatsiya kontsepta Germaniya v rossiyskoy publitsistike*” [Actualization of the Concept of Germany in Russian Journalism]. Cand. Sci. (Philol.) diss. Kemerovo.
11. Popova Z. D., Sternin I. A. 2007. “*Kognitivnaya lingvistika*” [Cognitive Linguistics]. Moscow: AST: Vostok – Zapad.
12. Rahilina E. V. 2008. “*Kognitivnyy analiz predmetnykh imen: semantika i sochetaemost’*” [Cognitive Analysis of Subject Names: Semantics and Combinability]. Moscow: Russkie slovari.

13. Stepanov Yu. S. 2001. “Konstanty: slovar’ russkoy kul’tury” [Constants: Dictionary of Russian Culture]. 2<sup>nd</sup> edition, revised. Moscow: Akademicheskij Proekt.
14. Hotinec V. Yu. 2002. “Etnicheskaya identichnost’ i tolerantnost’” [Ethnic Identity and Tolerance]. Yekaterinburg: Izdatelstvo Ural’skogo universiteta.
15. Shi Sya. 2008. “Koncept KITAY v russkom obydennom yazykovom soznanii” [The Concept of CHINA in the Russian Everyday Language Consciousness]. Cand. Sci. (Philol.) diss. Moscow.
16. Shcherbak A. S. 2008. “Regional’naya onomastika v kognitivnom aspekte” [Regional Onomastics in the Cognitive Aspect]. Tambov: Izd-vo TGU im. G. R. Derzhavina; Centr-press.
17. Yuryeva I. A. 2008. “Kontsept Rossiya kak fragment russkoy natsional’noy kartiny mira period XX – nachala XXI vv.” [The Concept of Russia as a Fragment of the Russian National Picture of the World the Period of 20<sup>th</sup>— Early 21<sup>st</sup> century]. Cand. Sci. (Philol.) diss. Chelyabinsk.
18. Wierzbicka A. 1985. *Lexicography and Conceptual Analysis*. Ann Arbor: Karoma, Publishers, Inc.