

сти лексико-семантический анализ словесных товарных знаков, проанализировать их с точки зрения соотношения языка и культуры, а также с точки зрения их восприятия на сознание потребителя.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Po-Ching. Y., Rimmington D. Chinese. A Comprehensive Grammar. – New York, 2016. – 657 p.
2. Chinese-Russian centre [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://www.chinese-russian.com/zd/zi/4e4b/> (дата обращения 10.03.2020)
3. Горелов В.И. Грамматика китайского языка. – М.: Просвещение, 1982. – 279 с.

Ван Цзялинь (КНР)

Владивостокский государственный университет  
экономики и сервиса (ВГУЭС), г. Владивосток

Научный руководитель: Борзова Татьяна Александровна,  
кандидат культурологии, доцент

### **ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ «ВЛАСТЬ» КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА В КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА**

Язык отражает национальную специфику видения мира: те явления, предметы, процессы, которые четко закрепляются и хранятся длительное время в языковых единицах, таково мнение ведущих российских специалистов современной лингвистики [1, с. 82].

Китайский исследователь Лю Хун считает, что языковая картина мира является отражением и воплощением языкового восприятия самих языковых пользователей. Каждая нация в мире осознает, познает мир и делит мир по-своему на своем родном языке и формирует свою уникальную систему мировоззрения. Язык является важным способом формирования и существования людей в мире, поэтому в культурном обмене, языковом мире и его национальности культурная концепция является неизбежной проблемой при его изучении [2].

Фразеология – это именно тот аспект изучения языка, в котором так или иначе, конкретно или в абстрагированной форме отражается сам человек. Человеческая деятельность, его совершенствование, самопо-