

СОДЕРЖАНИЕ АВТО- И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПОВ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ И КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ

Цзинь Чжи

Шэньянский политехнический университет (Шэньян, Китай)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8500-8110>

Доронина Е. Г.

Южно-Уральский государственный университет (Челябинск, Россия)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9990-4709>

А н н о т а ц и я . Статья посвящена анализу содержания авто- и гетеростереотипов у российских и китайских студентов. Цель исследования – выявить специфику образа «себя» и образа «другого» (авто- и гетеростереотипов) русских и китайцев в их языковом сознании для определения общего и различного в содержании образов. Актуальность исследования обусловлена тем, что в процессе межкультурного общения стереотипы могут привести к идеализации или, наоборот, к неприятию представителей другой культуры. Основным методом исследования является свободный ассоциативный эксперимент, а также анализ и классификация полученных реакций. В качестве стимулов были выбраны слова *Китай, китайцы, Россия, русские*. В эксперименте приняли участие 120 российских и 120 китайских студентов 18–25 лет. На первом этапе исследования были выявлены самые частотные ассоциации к словам-стимулам, затем все реакции были подвергнуты контент-анализу и распределены по тематическим группам «География», «Население», «Культура», «Язык», «Экономика», «История», «Люди (внешность, характер)», «Личное отношение к стране», «Другое». Затем был проведен сравнительный анализ авто- и гетеростереотипов русских и китайских студентов. В результате анализа тематических групп выявлено, что автостереотипы китайских студентов имеют исключительно положительный характер, а автостереотипы российских студентов – преимущественно положительный, поскольку они включают небольшое число отрицательных реакций. Автостереотипы русских и китайских студентов представлены большей широтой и разнообразием реакций, чем гетеростереотипы, что связано с более детальным знакомством с описываемым фрагментом действительности. В ходе эксперимента было получено почти в 2 раза больше реакций российских студентов, чем реакций китайских студентов, что говорит об оценочном характере русского сознания. Выявлены несовпадающие элементы содержания авто- и гетеростереотипов русских и китайцев. Результаты исследования могут быть использованы в учебных курсах межкультурной коммуникации, этнопсихолингвистики, в практической работе сотрудников центров социокультурной адаптации иностранных студентов.

К л ю ч е в ы е с л о в а : национальные стереотипы; автостереотипы; гетеростереотипы; межкультурные коммуникации; диалог культур; языковое сознание; китайские студенты; российские студенты; этносы; этнолингвистика

Д л я ц и т и р о в а н и я : Цзинь Чжи. Содержание авто- и гетеростереотипов современных российских и китайских студентов / Цзинь Чжи, Е. Г. Доронина. – Текст : непосредственный // Филологический класс. – 2022. – Том 27, № 2. – С. 172–185.

THE CONTENT OF AUTO- AND HETEROSTEREOTYPES OF MODERN RUSSIAN AND CHINESE STUDENTS

Zhi Jin

Shenyang Polytechnic University (Shenyang, China)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8500-8110>

Elena G. Doronina

South Ural State University (Chelyabinsk, Russia)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9990-4709>

Abstract. The article analyzes the content of auto- and hetero-stereotypes of Russian and Chinese students. The purpose of the study is to identify the specificity of auto- and heterostereotypes of the Russians and the Chinese in their linguistic consciousness in order to determine the common and different aspects in the content of the images. The urgency of the study arises from the fact that in the process of intercultural communication, stereotypes can lead to the idealization or, conversely, to the rejection of the representatives of another culture. The main research method is a free associative experiment, as well as analysis and classification of the responses obtained. The words *China*, *Chinese*, *Russia*, and *Russians* were chosen as stimuli. The experiment involved 120 Russian and 120 Chinese students aged 18–25. At the first stage of the study, the most frequent associations to the stimulus words were identified, then all responses were subjected to content analysis and divided into thematic groups “Geography”, “Population”, “Culture”, “Language”, “Economy”, “History”, “People (appearance, character)”, “Personal attitude to the country”, “Other”. Then a comparative analysis of auto- and heterostereotypes of Russian and Chinese students was carried out. As a result of the analysis of thematic groups, it was revealed that the autostereotypes of Chinese students are exclusively positive, and the autostereotypes of Russian students are predominantly positive, since they include a small number of negative responses. Autostereotypes of Russian and Chinese students are represented by a wider range and variety of responses than heterostereotypes, which is associated with a more detailed acquaintance with the described fragment of reality. During the experiment, almost 2 times more responses of the Russian students were received than the responses of the Chinese students, which indicates the evaluative nature of the Russian culture. Mismatched elements of the content of auto- and heterostereotypes of Russians and Chinese students were also revealed. The results of the study can be used in the training courses of intercultural communication, ethnopsycholinguistics, and in the practical work of employees of centres for sociocultural adaptation of foreign students.

Key words: national stereotypes; auto-stereotypes; hetero-stereotypes; intercultural communication; dialogue of cultures; linguistic consciousness; Chinese students; Russian students; ethnoses; ethnolinguistics

For citation: Zhi, Jin, Doronina, E. G. (2022). The Content of Auto- and Heterostereotypes of Modern Russian and Chinese Students. In *Philological Class*. Vol. 27. No. 2, pp. 172–185.

Введение

Национальные стереотипы играют большую роль в межкультурной коммуникации. В обыденном сознании слово «стереотип» имеет негативные коннотации, обозначая нечто шаблонное, косное, мешающее рациональному мышлению. В научном дискурсе понятие стереотипа лишено оценочных коннотаций, оно связано с определенными когнитивными схемами, упрощающими восприятие новой информации, без которых мыслительный процесс оказался бы более громоздким. При знакомстве с новой культурой человек опирается на имеющуюся у него определенную готовую схему, и это упрощает для него процесс вхождения в непривычную этнокультурную среду.

Проблема изучения и описания стереотипов как нельзя актуальна в настоящее время. Эпоха глобализации рождает и противоположные процессы – внимание к ценностям национальной культуры, своеобразный этнический ренессанс, что может привести к усилению и поляризации национализма в опасных его проявлениях. Как верно заметил Р. Хорт, «роль стереотипов и предрассудков возрастает во времена войн, общественных и экономических кризисов» [Hort 2007: 9]. Национализм

в качестве оружия использует предрассудок как предельно упрощенное негативное представление о представителе другой национальности. Примитивные, упрощенные, черно-белые представления становятся основой для расизма. Именно поэтому описание национальных авто- и гетеростереотипов, способствующее осознанию их наличия у общающихся сторон, необходимо для выстраивания бесконфликтной межкультурной коммуникации.

Начало изучения стереотипов традиционно связывают с именем американского журналиста У. Липпмана, заложившего методологические основы изучения стереотипов в своем труде «Общественное мнение» [Lippmann 2007]. Липпман связывал появление стереотипов со склонностью человека упрощать сложные явления окружающей действительности и считал процесс экономии умственных усилий, приводящий к появлению стереотипов, естественным и неизбежным. Кроме того, по мнению Липпмана, стереотипы устойчивы, потому что создают комфорт для человека и защищают социальные ценности.

Огромный вклад в эмпирическое изучение стереотипов внесли работы Д. Катца и К. Брейли [Katz 1933]. Разработанная ими методика «приписывания качеств» и сегодня с успехом

используется исследователями [Стефаненко 1999: 242].

Исследования стереотипов выполнялись в русле самых разных подходов, например Т. Адорно в рамках психоаналитического подхода, опираясь на теорию З. Фрейда, в 1950 г. связал стереотип с любовью-ненавистью к родителю и описал авторитарный тип личности, склонный к усвоению и распространению предрассудков [Адорно 1993]. Позже на смену психоаналитическому пришел социально-психологический подход [Кон 1971; Ядов 1975; Tajfel 1981; Нельсон 2003 и др.], затем лингвистический [Дейк 1989; Елизарова 2005; Прохорова 2008; Сорокина 2014 и др.], педагогический [Юнпин 2013].

Цель исследования

Целью данного исследования явилось изучение авто- и гетеростереотипов современных российских и китайских студентов. Потребность в разработке этой темы связана с процессами глобализации в области образования, развитием академической мобильности и теми трудностями, которые возникают при погружении в новую для студента культурную среду.

Методология исследования

Наше исследование выполнено в русле лингвистического подхода, который мы считаем наиболее плодотворным, поскольку стереотипы формулируются при помощи языка и усваиваются через язык. Мы считаем стереотип схематичным, устойчивым образом определенного фрагмента действительности, часто эмоционально окрашенным. По словам А. Н. Леонтьева, «образ может быть более или менее адекватным, более или менее полным, иногда даже ложным, но мы всегда „вычерпываем“ его из реальности» [Леонтьев 1983: 255]. Таким образом, стереотип всегда связан с реально существующими объективными характеристиками какого-либо объекта действительности, но значимость одних характеристик может быть преувеличена, могут игнорироваться другие, взаимодополняющие или противоположные характеристики, что приводит к искажению образов действительности.

Методы изучения стереотипов условно разделяют на «мягкие» и «жесткие», в зависи-

мости от того, создается или нет искусственная среда и влияет ли исследователь на объект исследования. Наиболее перспективным в лингвистических исследованиях является метод ассоциативного эксперимента, относящийся к «мягким» методам, поскольку респондент самостоятельно формулирует свой ответ, не получая «подсказок». Респондент чувствует себя более свободным и не чувствует давления со стороны этических норм, предписывающих скрывать негативные представления о людях другой национальности. Мы согласны с мнением Н. В. Сорокиной о том, что использование метода ассоциативного эксперимента «„подталкивает“ испытуемых к фиксации именно стереотипных представлений» [Сорокина 2014: 133].

На первом этапе эксперимента респондентам было дано задание: «Вы услышите слово. Запишите первое, что придет Вам в голову, не задумываясь». Затем предлагались стимулы **Китай, китайцы, Россия, русские**. Сначала были выявлены самые частотные ассоциации к данным стимулам, затем все реакции были подвергнуты контент-анализу и распределены по тематическим группам «География», «Население», «Культура», «Язык», «Экономика», «История», «Люди (внешность, характер)», «Личное отношение к стране», «Другое». Затем был проведен сравнительный анализ авто- и гетеростереотипов русских и китайских студентов.

В свободном ассоциативном эксперименте приняли участие 120 китайских студентов, обучающихся в Шэньянском политехническом университете, и 120 российских студентов, обучающихся в Южно-Уральском государственном университете, возраст – от 18 до 25 лет, как мужского, так и женского пола.

В результате эксперимента была получена 761 реакция от китайских студентов и 1406 реакций от российских студентов.

Обсуждение и результаты

Анализ частотности отдельных ассоциаций. Самые частотные ассоциации российских студентов приведены в таблице 1. В таблице указан процент людей, у которых возникла такая ассоциация, в отношении к общему числу респондентов.

Таблица 1. Наиболее частотные ассоциации российских студентов

Ассоциации к слову Китай	%	Ассоциации к слову китайцы	%	Ассоциации к слову Россия	%	Ассоциации к слову русские	%
много людей	39	трудолюбие	22	большая	35	язык	42
красный	19	невысокий	21	Родина	31	человек	38
коммунизм	14	народ	19	Путин	29	единство	25
страна	13	узкие глаза	19	Держава	14	нация	19
иероглифы	10	много	17	великая страна	14	сильный	14
коронавирус	9	умный	13	сила	12	мощь	14
культура	8	вежливый	10	лес	11	красивые	13
производство	8	Китай	10	духовность	8	патриот	7
рис	8	скромный	9	медведь	8	грубые	5
технологии	8	сплоченные	5			суровые	4

Можно выделить два типа реакций: категориальные, относящие предмет или явление к определенной категории, например Китай – страна, и характеризующие ассоциации, приписывающие определенные качества своему или чужому народу, например китайцы – трудолюбивые. У русских студентов категориальные ассоциации встречаются чаще, чем у китайских.

Китай ассоциируется у российских студентов с большим количеством людей, красным

цветом, Коммунистической партией, иероглифами, рисом и технологиями. Китайцы представляются русским как невысокие, трудолюбивые и работоспособные, с узкими глазами, умные, вежливые и сплоченные.

Важнейшие символы России и русских для российских студентов – это русский язык, большая страна, Родина, Путин, единство, сила / мощь, леса.

Таблица 2. Наиболее частотные ассоциации китайских студентов

Ассоциации к слову Россия	%	Ассоциации к слову русские	%	Ассоциации к слову Китай	%	Ассоциации к слову китайцы	%
русский язык	12	боевой народ	30	китаец	13	Китай	11
Путин	11	русский язык	11	китайский	12	единство	11
медведь	11	Путин	10	великая страна	9	дружелюбный	10
Москва	10	русский	8	Великая Китайская стена		гордый	9
боевой народ	7	сильный	7	панда	9	добрый	8
россиянин	7	Россия	6	красный	8	трудолюбивый	7
большая	10	красивые	5	фарфор	6	приветливый	6
великая страна	7	приветливые	5	мир	6	честный	5
российский	7	дружелюбные	5		6	несгибаемый	5
		мало	5			умный	5

Таблица показывает, какими предстают Россия и русские в глазах китайских студентов.

Россию и русских в глазах китайцев символизирует русский язык, президент России В. В. Путин (в сумме 21% опрошенных), русские – это боевой народ. Боевой народ – это устойчивая характеристика русских в Китае.

Китай у китайцев ассоциируется с Великой китайской стеной, пандой, единством, красным цветом; а себя они считают дружелюбными, добрыми, умными и честными, но при этом волевыми, несгибаемыми.

Интересно, что совпали реакции китайцев и русских на стимулы **Россия** – Путин, большая, медведь; на стимул **русские** – русский язык, сильные; на стимул **Китай** – красный; на стимул **китайцы** – Китай, трудолюбивые, приветливые/вежливые. Это может служить подтверждением того, что стереотипы, являясь упрощенным образом какого-либо фрагмента действительности, тем не менее верно отражают некоторые ее детали.

Контент-анализ полученных данных. На следующем этапе полученные данные были подвергнуты контент-анализу, чтобы выявить,

какие стороны действительности наиболее важны для респондентов. Все реакции были распределены по следующим категориям (тематическим группам): «География», «Население», «Политика», «Культура», «Экономика», «Язык», «Люди (характер, внешность)», «Еда и напитки», «Личное отношение к стране», «Безопасность».

На предыдущем этапе было выявлено, что стимулы **Китай** и **китайцы** вызывают сходные ассоциации, например у российских респондентов: **Китай** – много людей, **китайцы** – много. Аналогично у китайских респондентов: **Россия** – Путин, **русские** – Путин. В таких случаях считаем целесообразным объединять реакции в одну группу. Подавляющее большинство реакций на стимулы **русские** и **китайцы** вошли в соответствующие тематические группы «Люди», остальные реакции были распределены по разным категориям.

Анализ автостереотипов китайских студентов. Реакции на стимулы **Китай**, **китайцы**.

В результате эксперимента выявлено, что самая большая категория – «Люди» (113 реакций), включающая характеристики, связанные с представлениями о национальном характере и внешности. В тематической группе «Люди» выделены следующие подгруппы:

1. Подгруппа «Характер» (95 реакций) объединяет реакции, которые связаны со следующими чертами:

Дружелюбие / уважение к людям (27 реакций): *友好的 дружелюбный 10, 热情 приветливый 6, 温和 теплый 2, 和平 мир 2, 尊老爱幼 уважать старших людей и любить младших 2, 有礼貌 вежливый, 值得尊敬 достойный уважения, 礼尚往来 в этикете ценится взаимность, 包容 относиться снисходительно, 交朋友 дружить.*

Сплоченность (14 реакций): *团结 единство 6, 万众一心 все как один человек 2, 乐于助人 охотно приходить на помощь 2, 众志成城 единство – великая сила 2, 中国人不骗中国人 китайцы не обманывают китайцев, 人民当家作主 народ как хозяин страны.*

Доброта (10 реакций): *善良 добрый 8, 可爱 милый, 博爱 всеобщая любовь.*

Интеллект (10 реакций): *聪明 умный 4, 勤俭持家 рачительно вести домашнее хозяйство 2, 文明 культурный, 创新 выступать с новыми идеями, 认真 серьезный, 锐意进取 стремительно двигаться вперед.*

Воля / смелость (10 реакций): *勇敢 смелый 3, 钢铁意志 железная воля 2, 自信 уверенность в себе 2, 刻苦 выносливый, 坚强 упорный, 不屈不挠 несгибаемый.*

Трудолюбие / бескорыстие (9 реакций): *勤劳 трудолюбивый 7, 无私奉献 бескорыстно вносить вклад, 9–9–6.*

Необычная реакция 9–9–6 связана с реалиями современной китайской жизни. Это система работы, при которой рабочий день начинается в 9 утра и заканчивается в 9 вечера, с перерывом в один час в полдень и вечером, и так шесть дней в неделю. Эта система отражает культуру сверхурочной работы, распространенную в китайских интернет-компаниях.

Гордость / независимость (8 реакций): *骄傲 гордый 5, 独立 держаться самостоятельно, 不屈不挠 несгибаемый, 伟大的 великий.*

Честность (5 реакций): *诚实 честный 4, 正直 правдивый.*

Скромность / послушание (4 реакции): *谦虚 скромный 2, 听话 быть послушным, 守法 соблюдать закон.*

Отдельно выделим реакцию, которая представляет собой устойчивое выражение *不惹事也不怕事 не наделат хлопот и не бояться хлопот*. В этой фразе сформулирован постулат поведения китайца: не доставлять неприятностей себе и другим и уметь позитивно реагировать на возникающие проблемы.

2. Подгруппа «Нация / народ» (18 реакций): *中华民族 китайская нация 3, 民族 нация 1, 56 个民族 56 национальностей, 汉族人 ханец 3, 黄种人 желтая раса 2, 国人 народ этой страны, 人民 народ, 中国人民 китайский народ, 人 человек, 华裔 этнический китаец, 龙的传人 потомки Дракона, 黄皮肤 желтокожий, 炎黄子孙 потомки первых китайских императоров (Яня и Хуана).*

Яркое своеобразие составляют реакции, указывающие на древнее происхождение (*потомки первых императоров, потомки дракона*) и на этнический состав китайской нации. Китай – страна с большим населением, состоящим из многих этнических групп. Китайская нация – это общий термин для всех этнических групп в Китае. Центральная конференция по этнической работе 2005 г. подчеркнула, что в течение долгого исторического процесса люди всех этнических групп в нашей стране находились в тесном контакте, взаимозависимости и разделяли радость и горе.

Следующей по количеству реакций является группа «Личное отношение к стране» (72 реакции). В этой группе выделяются следующие подгруппы:

1. «Гордость великой страной» (28 реакций): **Китай** – 强国 великая страна 13, 富强 богатство и могущество 5, 自豪 гордость 4, 气壮河山 сила как у гор и рек 2, уверенность в себе 2, 中国力量 китайская сила, 自信榜样 пример.

2. «Высокая скорость развития» (14 реакций): **Китай** – 发展中国家 развивающаяся страна 5, 中国速度 китайская скорость 2, 发展迅速 быстро развиваться 2, 新时代 новая эпоха 2, 新中国 новый Китай, 引领未来 вести в будущее, 基建狂魔 инфраструктурный демон («инфраструктуры строятся быстро и качественно»).

3. «Вечные ценности» (14 реакций): **Китай** – 和平 мир 6, 历史悠久 иметь долгую историю 2, 博大精深 глубокий и многогранный 2, 传统 традиционный, 团结 единство, 诚信 честность, 敬业 преданность работе.

4. «Демократическая страна» (9 реакций): **Китай** – 平等 равенство 3, 自由 свобода 2, 公正 справедливый 2, 民主 демократия, 有话语权 иметь право говорить.

5. «Красивая страна» (7 реакций): Китай – 繁华 цветущий 3, 风景如画 пейзаж, как на картинке 2, 漂亮 красивый 2.

В категории «Личное отношение к стране» частотными ассоциациями являются 强国 великая страна и 和平 мир. Общеизвестно, что за последние годы Китай значительно развился во всех областях. Китай постепенно становится сильнее, и это отражается в таких сферах, как экономика, национальная оборона, наука и техника, промышленность. Повышается уровень жизни каждого человека, начиная с еды и заканчивая электронными продуктами. Китайская концепция мира, выраженная в словах председателя Си Цзиньпина «Пусть семена идеи мира пустят корни в сердцах людей всего мира», стала крылатым выражением. Кроме того, патриотизм и гордость за свою страну – это традиционные ценности китайской культуры.

Третья по численности группа реакций на стимул **Китай** – это тематическая группа «Культура» (54 реакции, 21,7% от общего количества реакций). Все ассоциации этой группы связаны с традиционной китайской культурой: 长城 Великая Китайская стена 9, 熊猫 панда 8,

红色 красный цвет 6, 瓷器 фарфор 6, 春节 Праздник весны 3, 故宫 Гугун 3, 天安门 Тяньаньмень 2, 书法 каллиграфия 2, 中国结 китайское узловое плетение 2, 四大名著 Четыре Великих Творения, 礼仪之邦 страна церемоний, 京剧 пекинская опера, 中秋节 Праздник середины осени, 五千年 пять тысяч лет, 文明 цивилизация, 古老的文化 древняя культура, 筷子 палочки для еды.

В категории «Культура» частотными реакциями являются 长城 Великая Китайская стена и 熊猫 панда. Великая Китайская стена – древнее китайское военное укрепление, длинная, прочная и непрерывная стена. 4 марта 1961 года Великая Китайская стена была объявлена Государственным советом одной из первых национальных ключевых единиц охраны культурных реликвий, а в декабре 1987 года она была внесена в список объектов Всемирного культурного наследия.

Отнесение реакции панда к тематической группе «Культура» обусловлено следующими факторами: панда живет на Земле не менее 8 миллионов лет и известна как «живое ископаемое» и «национальное сокровище Китая», или «национальное животное». Панда является послом WWF и флагманским видом для сохранения биоразнообразия во всем мире. Особое отношение к этому животному – часть культуры Китая.

Следующая по значимости область действительности представлена группой «Политика» (35 реакций, 14%): 五星红旗 пятизвездный красный флаг 4, 习近平 Си Цзиньпин 4, 中国特色社会主义 социализм с китайской спецификой 3, 共产党 Коммунистическая партия 3, 中华人民共和国 Китайская Народная Республика 3, 中华民族 китайская нация 3, 国家 государство 3, 国旗 национальный флаг 2, 法治 управление на основе законов 2, 社会主义 социализм, 民族复兴 национальное омоложение, 和平共处五项原则 Пять принципов мирного сосуществования, 共产主义 коммунизм, 命运共同体 Сообщество судьбы, 少数民族 национальное меньшинство, 革命 революция, 反制裁 антисанкция.

Ряд реакций этой группы представляют собой устойчивые выражения, понятные всем современным китайцам: 民族复兴 национальное омоложение – это стратегическое направление развития партии и страны, связанное в первую очередь с развитием системы образования и омоложением кадров. 和平共处五项原

则 *Пять принципов мирного сосуществования* – это принципы, выдвинутые в 1953 г. премьер-министром Китая Чжоу Эньлаем: взаимное уважение территориального суверенитета, ненападение, невмешательство во внутренние дела друг друга, равенство и взаимная выгода, мирное сосуществование. *命运共同体 命运共同体 命运共同体 命运共同体 命运共同体* – это внешнеполитическая концепция Китая, предложенная Си Цзиньпином, которая направлена на достижение интересов Китая с учетом разумных интересов других стран и которая способствует общему развитию всех стран.

Остальные группы представлены меньшим количеством реакций: «География» (20 реакций, 7,2%): 北京 Пекин 7, 上海 Шанхай 5, 广州 Гуанчжоу 2, 俄罗斯 Россия 2, 沈阳 Шэньян, 成都 Чэнду, 中原 центральная равнина, 东方 восток.

В категории «География» наиболее частотными реакциями являются 北京 Пекин и 上海 Шанхай – два самых значимых города в Китае и самые развитые города Китая с точки зрения туризма, значительно опережают другие города по данным о туризме. Пекин и Шанхай далеко впереди в рейтинге городов по трудоустройству выпускников вузов.

Группа «Еда и напитки» включает 14 реакций (4,8%): 美食 деликатес 5, 饺子 пельмени 3, 茶叶 чай 3, 中餐 китайская кухня 2, 火锅 китайский самовар.

Группа «Экономика» включает 5 реакций (1,6%): 富裕 богатый 2, 中国制造 сделано в Китае, 华为 Хуawei, 中国人寿保险 АО «Китайская страховая (жизни) компания».

В группе «Безопасность» 3 реакции (1,2%): 中国军队 китайская армия, 海军舰队 военно-морской флот, 保护 защита.

К категории «Население» относится только одна реакция – 人口大国 большая по населению страна.

Если принять во внимание частотность отдельных ассоциаций, то типичный китаец в представлении китайцев в первую очередь дружелюбный, добрый и трудолюбивый, чувствующий единство с другими китайцами, умный и образованный, честный, смелый и гордый, скромный, любящий родину. Китай – это красивая, стремительно развивающаяся демократическая страна, сохраняющая традиционную культуру, стремящаяся к миру и сотрудничеству со всеми странами.

Анализ гетеростереотипов китайских студентов. Сtimул **Россия** вызвал 190 реакций, стимул **русские** – 157 реакций. Все эти реакции мы распределили по нескольким тематическим группам.

1. Группа «Люди» – наиболее многочисленная группа. Она включает 122 реакции. Одна из самых частотных реакций – 普京 Путин – находится на пересечении групп «Политика» и «Люди». Выделены следующие подгруппы:

Люди (27): 俄罗斯的 русский 8, 俄罗斯人 россиянин 7, 普希金 Пушкин 3, 叶卡捷琳娜二世 Екатерина Вторая 2, 加加林 Гагарин, 人 человек, москвич 莫斯科人, 列夫托尔斯泰 Лев Толстой, 老奶奶 бабушка, 体操运动员 гимнаст, 俄罗斯族 этнические русские.

Внешность (11): 漂亮 красивый 5, 美女 красавица, 帅哥 красавец, 金发碧眼 светловолосый и голубоглазый, 大鼻子 большой нос, 白皮肤 белая кожа, 发美女 блондинка.

Характер (84): 战斗民 боевой народ 30, 强壮的 сильный 7, 热情 приветливый 5, 友好 дружественный 5, 勇敢 смелый 3, 诚信 честный 3, 直爽 чистосердечный 3, 豪放 широта и неудержимость 3, 剽悍 скорый на руку и смелый до дерзости 2, 简单 простой 2, 高大 возвышенный 2, 冷漠 равнодушный 2, суровый 2, 英勇 доблестный, 严肃厉害 крутой, 真诚的 искренний, 善良 добрый, 有爱 любящий, 有礼貌的 вежливый, 开放 открытый, 不笑 не улыбаться, 高冷 высокомерный, 工作效率不高 невысокая эффективность работы, 吵架 ссора, 好战 воинственный, 有趣 интересный, 可怕 страшный.

Другое: 留学 обучаться за границей.

Наиболее частотной реакцией является 战斗民族 боевой народ. Это устойчивое выражение, широко распространенное в Интернете. Оно относится к русским людям, которые совершают безрассудные поступки, не боятся держать дома диких животных, совершают рискованные автомобильные трюки, в том числе в состоянии алкогольного опьянения. В Интернете можно найти и другие объяснения смысла этого выражения, например рассуждения о том, что русский народ с момента своего формирования находился в состоянии борьбы. Носители китайского языка утверждают, что выражение *боевой народ* не является оскорбительным или саркастическим.

2. Группа «Культура» (39): 熊 медведь 12, 红场 Красная площадь 4, 谢肉节 масленица 3, 俄语歌

曲 *русские песни* 3, 艺术 *искусство* 3, 套娃 *матрешка* 3, 文化 *культура* 2, 花样滑冰 *фигурное катание* 2, 文学作品, *литература* 2, 诗歌 *стихи*, 剧院 *театр*, 喀秋莎 *Катюша*, 战争与和平 *Война и мир*, 复活 *Воскресение*.

В группе «Культура» наиболее частотной реакцией оказалась реакция 熊 *медведь*. Как и в случае с реакцией панда, мы относим эту реакцию не в раздел «География», а в раздел «Культура», так как это своеобразный символ страны. В процессе развития человечества многие народы ассоциируются с образами животных, которые в большей или меньшей степени отражают характер народа. Например, Китай известен как «китайский дракон», США – как «американский орел», а Индия – как «индийский слон». Россию в Китае часто называют «русским медведем» или «белым медведем», а россиян – «медвежьим народом». В России существует множество сказок и историй о медведях. Российский мультфильм «Маша и Медведь» очень известен в Китае и даже набрал 1 миллиард подписчиков.

Частотной реакцией является также 俄语歌曲 *русские песни*. Многие русские песни популярны в Китае, и большинство китайцев могут напеть несколько строк. На вечеринках по телевидению выступают актеры, которые поют русские песни, например «Подмосковные вечера», «Катюша».

3. Группа «География» включает в себя 38 реакций, распределенных в четыре подгруппы: «Россия – большая и богатая ресурсами страна»: 面积大 *большая площадь* 10, 地大物博 / 资源丰富 *обширная и богатая природными ресурсами* 4.

«Суровый климат»: 寒冷 *холодный* 3, 天气多变 *капризная погода*, 大雪 *сильный снегопад*, 雪地 *снежное поле*, 严肃 *суровый*.

«Топонимы»: 莫斯科 *Москва* 10, 圣彼得堡 *Санкт-Петербург* 6, 伏尔加河 *Волга*, 托木斯克 *Томск*.

«Географическое положение»: 邻国 *сосредельная страна*; 中国 *Китай* 2.

В категории «География» частотными реакциями являются 莫斯科 *Москва* и 圣彼得堡 *Санкт-Петербург*. Москва как столица Российской Федерации всегда привлекает иностранцев. Москва является политическим, экономическим, культурным, финансовым и транспортным центром России, а также

крупнейшим интегрированным городом и международным мегаполисом. В 1995 году Пекин и Москва установили отношения города дружбы и сотрудничают уже 25 лет. Санкт-Петербург является вторым по величине городом России и занимает важное место в российской экономике как крупный, интегрированный промышленный город. Санкт-Петербург часто называют самым западным городом России, он является окном России в Европу. В Санкт-Петербурге расположены многие иностранные консульства, многонациональные компании, банки и другие деловые центры, а также это космополитический город с высоким уровнем научного, технологического и промышленного развития. Санкт-Петербург и Шанхай являются городами-побратимами.

4. Группа «Политика» (28 реакций) представлена следующими подгруппами:

президент 普京 *Путин* (11);

государственное устройство (7): 联邦 *федерация* 2, 国家 *государство* 2, 白蓝红国旗 *Флаг красный, белый, синий*, 俄罗斯联邦政府 *Правительство Российской Федерации*, 双头鹰 *двуглавый орел*;

текущая политическая ситуация (10): 俄乌战争 *российско-украинская война* 2, 乌克兰 *Украина* 2, 战争 *война* 3, 国家车臣部队 *Чеченские войска*, 战斗 *бой*, 经济制裁 *экономическая санкция*.

В категории «Политика» частотной реакцией является 普京 *Путин*. В Китае у В. В. Путина очень высокий рейтинг. Согласно опросу, проводимому в течение нескольких лет в разделе «Сегодняшние темы» сайта Tencen, рейтинг одобрения и популярности Путина среди китайской общественности превысил рейтинг популярности в самой России, достигнув ошеломляющих 90%.

Реакции подгруппы «Текущая политическая ситуация» указывают на то, что китайцы следят за последними событиями в российско-украинском конфликте, и эти события накладывают отпечаток на образ русских.

3. Рубрика «Население» (5): 少 *мало людей* 3, 多民族 *много наций*, 男女比例失衡 *дисбаланс между мужчинами и женщинами*.

Последняя реакция требует комментария: согласно обыденным представлениям китайцев, в России сейчас много женщин и мало мужчин, поэтому трудно увеличить численность населения, и многие русские девушки

не могут найти себе парня и хотят выйти замуж за китайца.

4. Группа «Еда и напитки» (28): *面包 хлеб 5, 伏特加 водка 3, 巧克力 шоколад 3, 俄餐 русская кухня 3, 好酒 вкусный алкоголь, 酸黄瓜 маринованные огурцы, 提拉米苏 тирамису, 啤酒 пиво, 肠 колбаса, 美食 деликатес, 格瓦斯 квас, 蜂蜜 мед, 糖果 конфеты, 紫皮糖 конфеты «Крокант», 俄罗斯食品 русские продукты, 红菜汤 борщ.*

В категории «Еда и напитки» встречаются реакции, наличие которых можно легко объяснить: *酸黄瓜 маринованные огурцы, 提拉米苏 тирамису, 啤酒 пиво, 肠 колбаса, 格瓦斯 квас, 蜂蜜 мед, 糖果 конфеты, 紫皮糖 конфеты «Крокант».* Все эти продукты наиболее популярны среди китайцев. Новая эпидемия коронавирусной инфекции оказала серьезное влияние на глобальную цепочку поставок. Впервые продовольственные товары стали вторым по величине экспортом России в Китай после нефти. Посольство Китая в России провело анкетный опрос на тему «Мои любимые российские товары» для тех, кто путешествовал по России, и тех, кто знает Россию, и получило 1800 достоверных ответов. На основе полученных ответов посольство определило несколько российских товаров, которые наиболее популярны среди китайцев и имеют наибольший экспортный потенциал в Китай. В целом китайцы считают, что русские очень разборчивы в еде.

5. Группа «Язык» (17): *俄语 русский язык 14; Ура! 2; Здравствуйте!*

6. Группа «Экономика» (6): *经济衰退 экономический спад, 矿产 минеральное сырье, 能源 энергоресурсы, 卢布 рубль, 工艺 технология, 武器技术 领先 лидерство в технологической области оружия.*

7. Группа «Личное отношение к стране» (4): *我爱俄罗斯 я люблю Россию, 美丽 красота, 友谊 дружба, 中俄友谊 Китайско-российская дружба.*

8. Группа «Безопасность» (4): *核弹 ядерная бомба, 军事力量 вооруженные силы, 年度大游行 ежегодный парад.*

Реакция *ежегодный парад* не случайна: парад на Красной площади всегда привлекает большое количество зрителей со всего мира. До и после парада СМИ разных стран публикуют свои мнения и оценки. Китайцы любят смотреть российский парад и оружие на Красной площади, который каждый год 9 мая транслируется по китайскому телевидению. Кроме того, участие китайских солдат в параде

на Красной площади в Москве свидетельствует об углублении отношений между Россией и Китаем.

На стимулы **Китай** и **китайцы** от китайских студентов в совокупности было получено 414 реакций, из них 95 приходится на подгруппу «Характер», что составляет 23%. На стимул **Россия** и **русские** от китайских студентов было получено 347 реакций, из них на подгруппу «Характер» приходится 81 реакция, что тоже составляет 23%. Но стимул **китайцы** вызвал более разнообразные ассоциации у респондентов, причем реакции являются частотными (подгруппы «Уважение» 27, «Сплоченность» 14, «Доброта» 10, «Интеллект» 10, «Воля» 10, «Трудолюбие» 9, «Гордость» 8, «Честность» 5, «Скромность» 4), а стимулы **русские** и **Россия** вызвали лишь одну частотную реакцию – *большой народ 30*, остальные реакции являются единичными. Можно сделать вывод, что образ китайца в сознании китайцев (автостереотип) более детализирован, реалистичен, ярок, образ же русского (геторостеротип) схематичен, «не прорисован».

Автостереотипы русских студентов. В российской аудитории на стимул **русские** было получено 318 реакций. Самой многочисленной оказалась тематическая группа «**Люди**» (158 реакций). Самая частотная реакция на стимул **русские** – *люди* (38 реакций). Это так называемая категориальная реакция. Остальные полученные реакции разбиты на две подгруппы:

Характер: *сильный 14, мощь 14, патриот 7, суровый 4, стойкий 3, смелый 3, великая нация 3, дерзкий 2, дух 2, победители, правда, выживший, грозные, честь, богатыри, твердость, скорость, упорство, доблесть.* Всего получено 62 реакции, связанные смыслом «сила, стойкость».

Другие положительные характеристики (15 реакций): *добрый 4, терпеливый 2, умный, образованный, отзывчивый, скромный, верный, мастер на все руки, богатый, щедрая душа, душевный.*

Реакции, характеризующие отрицательные черты характера или негативные состояния (23 реакции): *грубый 5, пассивный 2, пьющий 2, хмуры 2, хитрый, ворчливый, холодный, ругань, скандал, разобщенность; грустный 3, бедный, работага, обманутый – 6 негативных характеристик состояния.*

Внешность: *красивый 13, высокий 2, голубые глаза, белый, борода, грустный взгляд, счастливый.*

На стимул **Россия** было дано 404 реакции. Самой представленной в количественном отношении оказалась тематическая группа «Личное отношение к стране» (114): *родина 31, держава 14, великая страна 14, дом / место, где меня ждут 9, семья 7, любовь 7, свобода 3, грусть 3, бедная 3, красота 2, справедливость 2, несправедливость 2, гордость 1, будущее 1, депрессивность / депрессия, прекрасная и ужасная, матушка, серость, трудная жизнь, злора, беспомощность, печаль, тоска, родственники, чистота, деградация, радость, страна с большим (огромным), но нереализованным потенциалом, безразличие.*

Следующая по численности рубрика – «География» (79 реакций). В нее входят характеристики страны по разным основаниям, например размеры: *большая страна / большая 35; природа: леса / лес / береза / тайга 11, природа / красивая природа 3, горы 5, поле 3, сад 2, волк 1, земля, зелень, лето, ветер, вода, реки; топонимы: Москва 4, Челябинск, Волга, Байкал; погода: холод 3, зима 2; населенные пункты: дороги 2, село, карта, разбитая дорога.*

Тематическая группа «Политика» (60 реакций) включает следующие разделы: *государственные символы: орел 15; политическое устройство: Путин 29, Единая Россия 3, многонациональная сверхдержава 3, государство 3, власть 2, Государственная Дума, Конституция, депутаты; внешняя политика: Крым 4, Донбасс, демократия: органы, цензура, режим, Магадан, демократия, псевдодемократия, дискриминация.*

Родная культура представлена в ответах русских студентов 54 реакциями, связанными с духовными ценностями: *духовность 8, традиции, культура; артефактами материальной культуры: панельные дома / хрущевка, старые здания 3, жигули, эмалированное, окошко, избушка, колосок, тумбочка, кровать; современной популярной культурой: Олег Газманов 2, парад, традиционной культурой: медведь 8, балалайка 2, матрешка, чашушки, гармошка, Кремль, искусством: поэзия, роспись, фольклор, архитектура.*

Рубрика «Язык» представлена одной ассоциацией русский язык (44 реакции). Это предсказуемая, всегда появляющаяся реакция.

В группе «История» русские респонденты упоминают 29 слов, связанных с важными событиями в жизни страны, видными историческими деятелями, историческими понятиями: *история / величие истории прошлого 7, Петр I 4,*

СССР 3, Русь 2, происхождение 2, Романовы, предки, держава, постсоветское пространство, Великая Отечественная война, империя, лапти, самовар, наследие, СССР, пропавшее величие нации.

Группа «Еда и напитки» (18): *водка 7, окрошка 2, алкоголь, еда, пирожки, уха, блины, мед, свежий хлебушек, пельмени, борщ.*

Три наименее представленные группы – это группы «Население» (17), «Безопасность» (11) и группа «Экономика» (2).

Принципиальным отличием автостереотипов русских студентов является наличие отрицательных характеристик, в то время как у китайских студентов образ себя и своей страны исключительно положительный. Важно отметить наличие противоречивых характеристик у одного и того же респондента: **Россия** – *прекрасная и ужасная; великая страна и трудная жизнь, справедливость и дискриминация; русские* – *щедрая душа и злора.*

Гетеростереотипы стереотипы русских студентов. Ассоциации российских студентов на стимул китайцы.

Наибольшее количество ассоциаций российских студентов на стимул **китайцы** связано с тематической группой «Люди» (328 реакций). Ассоциации этой рубрики представлены широким спектром слов-реакций. Во-первых, в русской аудитории традиционно широко представлены «категориальные ассоциации»: **китайцы** – *народ / люди 21.*

Внешность китайцев ассоциируется с такими признаками, как *низкий рост 21, узкие глаза 19, соломенная шляпа 3, черные волосы 2, желтый 2, стильные 2, одинаковые, двойное веко, очки, маски, высокий, одежда, прически.* Низкий рост китайцев – это стереотипное представление об их внешности, но мы видим и единичную реакцию *высокий*, показывающую динамику образа. Действительно, российские студенты, встречаясь с китайцами, все чаще отмечают, что стереотипные представления об их низком росте оказываются неверными. Интересно сочетание реакций в одном из ответов: *узкоглазый, милый.* На наш взгляд, это также говорит о разрушении стереотипа восприятия типичных особенностей азиатской внешности.

Характеристики внешности китайцев в восприятии российскими студентами оказываются менее значимыми, чем особенности характера. Среди оценочных ассоциаций

русских студентов преобладают позитивные, например: *трудолюбивый* 22, *умный / интеллигентный* 13, *вежливый* 11, *скромный* 9, *сплоченные* 5, *дружелюбность* 4, *дисциплинированный* 4, *патриот* 4, *общительный* 3, *находчивый* 2, *веселый* 2, *аккуратный* 2, *спокойствие* 2, *сдержанный* 2, *добрый* 2, *упорство / целеустремленный* 2, *мудрые* 2, *дальновидность* 2, *активный* 2, *честные*, *способный*, *усидчивый*, *открытый*.

Отрицательные характеристики представлены ассоциациями *хитрый* 5, *обманщик* 2, *малообразованный* 2, *бескультурные*, *глупый*, *высокомерный*, *откладывающий заключение договора*, *самолюбие*.

Ряд характеристик показывают восприятие китайцев как «чужих, непонятных»: *неизвестный* 4, *необычные люди*, *странный*, *закрытый в себе*, *странный юмор*.

Тематическая группа «**Культура**» (85 реакций), в отличие от подобной группы, описывающей автостереотипы китайцев, включает в равной мере ассоциации, связанные с традиционной и современной китайской культурой.

Традиционная культура: *красный* 10, *иероглифы* 10, *богатая культура* 8, *Великая Китайская стена* 7, *дракон* 4, *кунг-фу* 4, *нефритовый* 3, *традиции* 3, *панда* 2, *монахи* 2, *Конфуций* 2, *Лу Синь* 2, *колорит*, *многосторонний*, *конфуцианство*, *Конфуций*; *мечи*, *нунчаки*, *ниндзя*.

Современная культура: *Джеки Чан* 6, *Брюс Ли* 2, *девочка-кошка* (персонаж аниме и компьютерных игр) 2, *Genshin Impact* (компьютерная игра, созданная в Китае) 2, *социальный рейтинг* 2, *Чин Чопа* 2 (персонаж компьютерной игры), *кунг-фу Панда*, *По* (имя главного героя мультфильма «Кунг-фу Панда»), *дома*, *неоновые вывески*, *Чан-Ши* (фильм), *хие hua riao riao* (лирическая песня).

Тематическая группа «**Население**» (62 реакций) демонстрирует большую номинативную плотность: более половины реакций приходится на одну ассоциацию – *много людей* 39. Остальные ассоциации этой группы не столь многочисленны: *монголоид* 6, *национальность* 5, *китайцы* 3, *демография* 3, *ханец* 2, *ограничения по количеству детей*, *езде*, *население*, *азиат*.

Внимание российских студентов очень привлекает экономика Китая, в отличие от китайских респондентов. В этой группе 55 реакций: *производство* 8, *технологии* 6, *экономика* 6, *товары* 5, *промышленность* 4, *айфон/телефон* 4,

дешевые товары 3, *фабрики* 2, *быстрое развитие* 2, *Али-экспресс* 2, *прогресс* 2, *made in China* 2, *работа*, *бизнес*, *косметика*, *техника*, *качество*, *торговля*, *будущий экономический гегемон*, *деньги*, *пластик*, *инновационные*.

В группе «**География**» (47 реакций) можно выделить категориальные ассоциации *страна* 13, *житель Китая* 10; *топонимы Пекин* 6, *Шанхай* 4, *Гонконг* 2, *площадь Тяньаньмэн*, *Хайнань*, *Россия*, *ЮУрГУ*; характеристики размера Китая *большой* 4, *огромный*; *природа*: *горы* 2, *лотос*, *серость (пейзаж)*, *деревья*, *зеленый*, *небо* и др.

В рубрике «**Личное отношение**» (45 реакций) подавляющее большинство реакций связано с положительным отношением к Китаю и китайцам: *друг* 9, *великая страна* 5, *интересно* 5, *перспективы* 5, *продвинутые* 4, *союзники* 2, *милый* 2, *неизвестный* 2, *лидеры*, *мощь*, *авторитет*, *брат*, *партнеры*, *маленький да удаленький*.

Но есть единичные отрицательно окрашенные реакции: *враг*, *непонятность*, *некрасиво*, *отсталость*, *чужой*.

Группа «**Политика**» (40) не очень широко представлена, но мы видим значительную частотность некоторых ассоциаций: *коммунист / Коммунистическая партия* 14, *партия* 7, *социализм* 5, *Си Цзиньпин* 4, *звезды* 2, *влиятельный*, *строй*, *союз*, *товарищ*, *флаг*, *идеология*; *армия* 2, *война* 2, *Тайвань*, *США*, *противостояние*; *танк*; *VPN*. Состав реакций говорит о том, что российские студенты внимательно следят за политической ситуацией в Китае, их внимание направлено на острые вопросы внешней политики Китая.

Следующие две группы говорят о знакомстве российских студентов с историей и традиционной кухней Китая.

Группа «**Еда и напитки**» (36 реакций): *рис* 8, *суши* 6, *лапша* 4, *еда / необычная еда* 3, *рис* 3, *чай* 2, *миска риса* 2, *еда* 2, *кухня*, *пельмени*, *китайская капуста*, *дайкон*, *лапша*, *много едят*, *острая еда*.

Группа «**История**» (30): *Мао Цзедун* 8, *Дэн Сяопин* 3, *империя / император* 3, *Синьский* 2, *огромная история / богатая история* 3, *изоляция*, *Сыма Цянь*, *Срединное государство*, *Поднебесная*, *Эрлитоу-Эрлиган*, *династия Чжоу*, *происхождение*, *Цзян Цзэминь*, *Ху Цзиньтао*, *житель Поднебесной*, *династии*.

Оставшиеся две рубрики не очень широко представлены, но они показывают направленность внимания студентов при восприятии информации о Китае.

Безопасность (21): ПЦР-тест 9, плохая экология 5, коронавирус 3, мир, защита, жизнь, спокойствие.

Язык (13): китайский язык 7, язык этой страны хотелось бы изучить, сложный язык, древний, неразборчивая речь, нихао, быстро говорят.

В целом можно согласиться с Г. У. Солдатовой, что «автостереотипы более неоднородны в том смысле, что почти всегда включают в себя относительно самостоятельные внутриэтнические прообразы» [Солдатова 1998: 29].

Сравнивая содержание автостереотипов китайских студентов и гетеростереотипов российских студентов, нельзя не отметить некоторые значимые расхождения. В содержании гетеростереотипа российских студентов отсутствует компонент «воля, несгибаемость», представленный в автостереотипе. Представление о милых, послушных, добродушных китайцах не соответствует их собственным представлениям о гордости и железной воле своего народа. Потенциально конфликтным может быть и несоответствие авто- и гетеростереотипа о честности китайцев. Автостереотип русских о своей силе и удали может привести к ситуациям, которые китаец хотел бы избежать, руководствуясь рациональным принципом *не доставлять хлопот и не бояться хлопот*.

В целом можно отметить, что и китайские, и российские студенты хорошо осведомлены о культуре, политике, истории двух стран, считают друзьями друг друга, что обуславливает отсутствие предрассудков о русских и китайцах.

Выводы

В результате исследования выявлено, что автостереотипы китайских студентов имеют исключительно положительный характер, а автостереотипы российских студентов – преимущественно положительный, поскольку они включают небольшое число отрицательных реакций. Так, автостереотип реализует одну из своих важнейших функций – функцию под-

держания положительной этнической идентичности.

Автостереотипы представлены большей широтой и разнообразием реакций, чем гетеростереотипы, что связано с более детальным знакомством с описываемым фрагментом действительности.

В ходе эксперимента было получено почти в 2 раза больше реакций российских студентов, чем реакций китайских студентов. Возможно, это говорит об «оценочности» русской культуры [Уфимцева 1996]. Этим же можно объяснить, что отрицательно окрашенные реакции получены в подавляющем большинстве от российских студентов.

Стереотипы являются устойчивыми ментальными образованиями, но вместе с тем они имеют свойство трансформироваться под влиянием изменений окружающей среды. Единичные реакции, полученные в ходе ассоциативного эксперимента, показывают динамику сложившихся образов.

Выявленные авто- и гетеростереотипы могут сыграть как положительную, так и отрицательную роль в межкультурной коммуникации. Негативные реакции могут стать шоком для представителя другой культуры, поэтому необходимо, чтобы коммуниканты знали о существовании определенных стереотипов и были готовы спокойно реагировать на их проявления. Кроме того, зная о негативных стереотипах, представители той или иной культуры могут сознательно выстраивать межкультурную коммуникацию таким образом, чтобы опровергать негативные представления о своем народе.

Заключение

Совместные исследования авто- и гетеростереотипов представителей разных культур, выполненные учеными-носителями этих культур, помогают более точно определить содержание, структуру, оценочные компоненты стереотипов. Все это доказывает необходимость продолжения такого рода исследований.

Литература

- Адорно, Т. Типы и синдромы. Методологический подход (фрагменты из «Авторитарной личности») / Т. Адорно // Социологические исследования. – 1993. – № 3. – С. 75–85.
 Дейк ван, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
 Кон, И. С. К проблеме национального характера / И. С. Кон // История и психология / под ред. Б. Ф. Поршнева, Л. И. Анцыферовой. – М.: Наука, 1971. – С. 122–158.
 Леонтьев, А. Н. Образ мира / А. Н. Леонтьев // Избранные психологические произведения: в 2 т. Т. 2. – М.: Педагогика, 1983. – С. 251–261.

- Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман ; пер. с англ. Т. В. Барчуновой ; редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
- Нельсон, Т. Психология предрешений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения / Т. Нельсон. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.
- Прохоров, Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю. Е. Прохоров. – Изд-е 5-е. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 224 с.
- Солдатова, Г. У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова. – М. : Смысл, 1998. – 389 с.
- Сорокина, Н. В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации / Н. В. Сорокина. – М. : РИОР ; ИНФРА-М, 2014. – 265 с.
- Стефаненко, Т. Г. Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. – М. : Ин-т психологии РАН ; Академический проект, 1999. – 320 с.
- Уфимцева, Н. В. Русские: опыт еще одного самопознания / Н. В. Уфимцева // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М., 1996. – С. 139–162.
- Ядов, В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В. А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. – 1975. – С. 89–105.
- Hort, R. Vorurteile und Stereotype. Soziale und dynamische Konstrukte / R. Hort. – Saarbrücken : Verlag Dr. Müller, 2007. – P. 7–12.
- Katz, D. Racial stereotypes of 100 college students / D. Katz, K. W. Braly // Journal of Abnormal and Social Psychology. – 1933. – Vol. 28. – P. 280–290.
- Lippmann, W. Public Opinion / W. Lippmann. – USA : BN Publishing, 2007. – 127 p.
- Tajfel, H. Social identity intergroup behavior / H. Tajfel // Social Science psychology. – Cambridge University Press, 1981.
- 赵永萍 刻板印象信息沟通的特点及影响因素 博士学位论文 教育学 西南大学 01.12.2013 / Юнпин, Ч. Характеристики и факторы влияния стереотипной коммуникации сообщений : докторская диссертация, педагогика / Ч. Юнпин ; Юго-Западный университет. – 2013.

References

- Adorno, T. (1993). Typy i sindromy. Metodologicheskii podkhod (fragmenty iz «Avtoritarnoi lichnosti») [Types and Syndromes. Methodological Approach (Fragments from the “Authoritarian Personality”)]. In *Sotsiologicheskie issledovaniya*. No. 3, pp. 75–85.
- Dyck van, T. A. (1989). *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow, Progress. 312 p.
- Hort, R. (2007). *Vorurteile und Stereotype. Soziale und dynamische Konstrukte*. Saarbrücken, Verlag Dr. Müller, pp. 7–12.
- Katz, D., Braly, K. W. (1933). Racial Stereotypes of 100 College Students. In *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 28, pp. 280–290.
- Kon, I. S. (1971). K probleme natsional'nogo kharaktera [To the Problem of National Character]. In Porshnev, B. F., Antsyferova, L. I. (Eds.). *Istoriya i psikhologiya*. Moscow, Nauka, pp. 122–158.
- Leontiev, A. N. (1983). Obraz mira [Image of the World]. In *Izbrannyye psikhologicheskie proizvedeniya: v 2 t. Vol. 2*. Moscow, Pedagogika, pp. 251–261.
- Lippman, U. (2004). *Obshchestvennoe mnenie* [Public Opinion] / transl. by T. V. Barchunova, ed. by K. A. Levinson, K. V. Petrenko. Moscow, Institut Fonda «Obshchestvennoe mnenie». 384 p.
- Lippmann, W. (2007). *Public Opinion*. USA, BN Publishing. 127 p.
- Nelson, T. (2003). *Psikhologiya predubezhdenii. Sekrety shablonov myshleniya, vospriyatiya i povedeniya* [The Psychology of Prejudice. Secrets of Patterns of Thinking, Perception and Behavior]. Saint Petersburg, Praym-Evroznak. 384 p.
- Prokhorov, Yu. E. (2008). *Natsional'nye sotsiokul'turnye stereotipy rechevogo obshcheniya i ikh rol' v obuchenii russkomu yazyku inostrantsev* [National Socio-Cultural Stereotypes of Speech Communication and Their Role in Teaching Russian to Foreigners]. 5th edition. Moscow, Izdatel'stvo LKI. 224 p.
- Soldatova, G. U. (1998). *Psikhologiya mezhetnicheskoi napryazhennosti* [Psychology of Interethnic Tension]. Moscow, Smysl. 389 p.
- Sorokina, N. V. (2014). *Natsional'nye stereotipy v mezhkul'turnoi kommunikatsii* [National Stereotypes in Intercultural Communication]. Moscow, RIOR, INFRA-M. 265 p.
- Stefanenko, T. G. (1999). *Etnopsikhologiya* [Ethnopsychology]. Moscow, Institut psikhologii RAN, Akademicheskii proekt. 320 p.
- Tajfel, H. (1981). Social Identity Intergroup Behaviour. In *Social Science psychology*. Cambridge University Press.
- Ufimtseva, N. V. (1996). Russkie: opyt eshche odnogo samopoznaniya [Russians: The Experience of Yet Another Self-Knowledge]. In *Etnokul'turnaya spetsifika yazykovogo soznaniya*. Moscow, pp. 139–162.
- Yadov, V. A. (1975). O dispoziionnoi regulyatsii sotsial'nogo povedeniya lichnosti [On the Dispositional Regulation of the Social Behavior of the Individual]. In *Metodologicheskie problemy sotsial'noi psikhologii*, pp. 89–105.
- Yongping, C. (2013). *Kharakteristiki i faktory vliyaniya stereotipnoi kommunikatsii soobshchenii* [Characteristics and Influences of Stereotyped Message Communication]. Doktorskaya dissertatsiya.

Данные об авторах

Цзинь Чжи – кандидат филологических наук, доцент, Шэньянский политехнический университет (Шэньян, Китай).

Адрес: 110159, Китай, Шэньян, Наньпин Миддл-роуд, № 6.

E-mail: azhio226@mail.ru.

Доронина Елена Геннадьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка как иностранного, Южно-Уральский государственный университет (Челябинск, Россия).

Адрес: 454080, Россия, Челябинск, пр-т Ленина, 78-б.

E-mail: Doroninaeg@susu.ru.

Authors' information

Jin Zhi – Candidate of Philology, Associate Professor, Shenyang Polytechnic University (Shenyang, China).

Doronina Elena Gennadievna – Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Russian as a Foreign Language, South Ural State University (Chelyabinsk, Russia).

Дата поступления: 14.05.2022; дата публикации: 29.06.2022

Date of receipt: 14.05.2022; date of publication: 29.06.2022