



DOI 10.22363/2312-8011-2018-15-1-59-66

УДК 81

## УСТОЙЧИВОСТЬ И ВАРИАТИВНОСТЬ СОДЕРЖАНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА «КИТАЙЦЫ ГЛАЗАМИ РУССКИХ»)

Ж. Чжан

Институт языкознания РАН

*Российская Федерация, 125009, Москва, Большой Кисловский пер., 1, стр. 1*

Данная статья посвящена исследованию устойчивости и вариативности этнокультурных стереотипов о китайцах в обыденном русском сознании, которое проводилось в течение десяти лет. Выводы сделаны на материале экспериментальных исследований, проведенных в 2017 г. с носителями русского языка по методике О.А. Леонтович. Полученные данные сравнивались с данными опроса, проведенного ФОМ в 2007 г. («Китай и Россия»). Сравнение результатов, полученных в 2007 г. и 2017 гг., показало, что этнокультурные стереотипы включают положительную и отрицательную оценку китайцев русскими; стереотипы устойчивы во времени, хотя они постепенно обогащаются новым содержанием; между стереотипами имеются причинность и противоречие. Таким образом, для того чтобы способствовать оптимизации межкультурного общения, необходимо проникнуть в изучение проблематики стереотипов.

**Ключевые слова:** устойчивость, вариативность, этнокультурные стереотипы, обыденное сознание русских, эксперимент, межкультурная коммуникация

### 1. ВВЕДЕНИЕ

Этнокультурный стереотип представляет собой «обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих какой-либо народ» [1. С. 18]. По мнению этнопсихологов, этнокультурные стереотипы образуются из-за несовпадений в системах двух культур, которые становятся явными в процессе межкультурных контактов и «затем сами становятся особой, автономной величиной в сознании людей, начиная воздействовать на процесс межкультурного общения» [2. С. 3].

Стереотип апеллирует и к культуре, и к языку, иными словами, он является культурно-языковым явлением и фрагментом национально-культурной картины мира. Для исследования и описания различных языковых явлений в лингвистике применяется полевой подход, задачей которого является описание ядра и периферии обозначений исследуемого объекта. Мы предпринимаем выявление ядра и периферии этнокультурных стереотипов по принципу полевого подхода.

Поскольку «этнокультурные стереотипы имеют безусловную связь с традициями, ритуальной символикой, мифами, укорененными в общественном сознании обычаями и нравами того или иного народа» [3. С. 80], среди членов определен-

ной группы людей имеется высокая степень единства этнокультурных стереотипных представлений. Однако, как замечает Т.Г. Стефаненко, «стереотип... не означает их полного тождества у отдельных индивидов или осознания всеми представителями группы в одинаковой степени» [4. С. 242].

Что касается динамики изменения этнокультурных стереотипов, то она в основном определяется двумя факторами. Во-первых, тем, что скорость обновления информации становится более быстрой, чем раньше, особенно в высокотехнологическом веке: каждый день человек получает поток информации посредством интернета, книг, журналов и рекламы и т.д. Во-вторых, на отношение между странами влияет политика: так, восприятие украинцами русских сильно изменилось под воздействием политических процессов.

Необходимо особо упомянуть об устойчивости содержания стереотипа по отношению к новой информации. Исследователи утверждают, что стереотипы могут оставаться неизменными в течение долгого времени, они выступают как «устойчивые объяснения определенных фактов и критические интерпретации вещей» [5].

Мы полагаем, что признаваемая устойчивость содержания стереотипа является относительной. Например, когда отношения между двумя народами развиваются стабильно в течение долгого времени, существенного изменения содержания стереотипов не будет. В данной статье мы изложим результаты анализа устойчивости содержания этнокультурных стереотипов о китайцах в течение десяти лет, используя экспериментальный и сравнительный методы.

## 2. ОБСУЖДЕНИЕ

**Методы исследования.** В книге О.А. Леонтович [6] представлены результаты психолингвистического эксперимента, проведенного с целью выявления содержания этнокультурных стереотипов о русских и американцах. Мы использовали методику О.А. Леонтович в нашем исследовании для формирования опросника в форме открытых вопросов.

**Цель и задачи исследования.** Целью является определение устойчивости стереотипов носителей русского языка о китайцах в течение десятилетнего периода развития русско-китайских отношений.

Задачи исследования:

- 1) выявление содержания этнокультурных стереотипов носителей русского языка о китайцах в 2017 г.;
- 2) сравнение содержания стереотипов носителей русского языка о китайцах в 2007 и 2017 г.;
- 3) описание языковой репрезентации содержания стереотипов о китайцах, имеющих у носителей русского языка.

**Выборка.** В опросе приняли участие граждане России (Москва), в основном студенты и аспиранты, в возрасте от 17 до 40 лет. Было получено 50 анкет. Отметим, что полученные результаты дают представление о содержании современных этнокультурных стереотипов только русских данного возраста и не могут быть распространены на этнокультурные стереотипы всех русских.

**Процедура исследования.** Анкета предъявлялась на родном языке испытуемых. Паспорт анкет включал данные о возрасте, поле, родном языке, пребывании в других странах. Основной опросник представлял собой совокупность открытых и косвенных вопросов. Первый вопрос был ориентирован на получение общих характеристик (атрибуций) представителей китайской культуры. Остальные вопросы имели вид незаконченных предложений (стимулов), где предполагалось указание испытуемыми типичных действий китайцев или действий и объектов действий, которые выражаются определенными средствами языка.

1. Какими вам кажутся китайцы? Какими вам показались китайцы? Опишите свое впечатление от китайцев.
2. Китайцы любят: <что?> <делать что?> <когда...(происходит) что?>
3. Китайцы не любят: <что?> <делать что?> <когда...(происходит) что?>
4. Китайцы всегда: <делают что?> <какие?>
5. Китайцы иногда: <делают что?> <какие?>
6. Китайцы никогда не: <делают что?> <какие?>

Таким образом, в вопросах 2–6 испытуемым предлагалось дописать недостающую часть предложения. В небольшой части ответов, однако, прослеживалось нарушение грамматических связей с первой частью предложения, т.е. испытуемые строили свою отдельную предикацию. При обработке таких ответов устанавливались смысловое соотношение со стимулом.

**Обсуждение результатов.** Данные обрабатывались с помощью компьютерной программы Excel. Все ответы были проанализированы, аналогичные варианты были распределены по категориям и подсчитаны.

Ответы приводятся в порядке убывания частотности:

*Китайцы такие:* трудолюбивые (50%); добрые (28%); дисциплинированные (20%); дружелюбные (18%); общительные (18%); шумные (18%); целеустремленные (16%); маленькие (16%); вежливые (16%); непредсказуемые (16%); скромные (14%); позитивные (10%); мудрые (10%); любознательные (10%); веселые (8%); отзывчивые (8%); тихие (8%); улыбочивые (6%); смешные (6%); стеснительные (6%); хитрые (6%); ответственные (6%); многочисленные (6%); спортивные (4%); финансисты (4%); принимающие (4%); разные (4%); толкаются и лезут везде (4%); быстрые (4%); изобретательные (4%); расчетливые (4%); терпеливые (4%); открытые (4%); нечистоплотные (4%).

*Китайцы любят:* кушать (56%); путешествовать (42%); рис (22%); семью (22%); работать (20%); фотографировать (16%); традицию (14%); чай (12%); громко разговаривать (10%); игры (8%); общаться (8%); подарки (8%); праздники (8%); спорт (8%); иностранцев (8%); бренды (6%); улыбаться (6%); суши (6%); Россию (6%); боевые искусства (6%); экономить (4%); четкость (4%); порядок (4%); поэзию (4%); природу (4%); гулять (4%); Китай (4%); здоровый образ жизни (4%); рожать детей (4%); учиться (4%); пользоваться мобильными устройствами (4%); европейскую внешность (4%); панд (4%).

*Китайцы не любят:* европейскую и русскую еду (16%); загорать (8%); спорить (8%); алкоголь (8%); оплошность (6%); каждый человек индивидуальный (6%); неуважение (6%); Америку (6%); мясо (6%); японцев (6%); ложь/обман (6%); непорядок (4%); шум (4%); несправедливость (4%); опаздывать (4%); безделье (4%); сладкое (4%); молчать (4%); безответственность (4%); очереди (4%).

*Китайцы всегда:* едят палочками (20%); улыбаются (20%); работают (16%); учатся (12%); дружелюбные (8%); пьют (8%); готовы помочь (8%); вежливые (8%); долго живут (8%); шумят (8%); стремятся к успеху (6%); молчат (6%); сидят в гаджетах (6%); общаться (6%); непонятно разговаривают (6%); путешествуют (6%); фотографируют (6%); изучают иностранные языки (6%); отмечают праздники (4%); собраны (4%); сохраняют лицо (4%); чтут традиции (4%); уважают взрослое поколение (4%); здороваются (4%); любопытные (4%); хитрят (4%).

*Китайцы иногда:* путешествуют (10%); ссорятся (10%); едят европейскую кухню (8%); смешно шумят (8%); опаздывают (6%); курят (6%); молчаливы (4%); плюются на улице (4%); отдыхают (4%); грубят (4%); пьют алкоголь (4%).

*Китайцы никогда не:* грубят (8%); курят (6%); наводят порядок (4%); спешат (4%); бросят свою родину (4%); примут православие (4%); пропустят обед (4%); ругаются (4%).

Полученные нами данные показывают, что китайцы наделяются качествами, связанными с работой, учебой, трудолюбием, и в этом представляются целеустремленными, дисциплинированными, любознательными, позитивными и ответственными. Китайцы трудолюбивы, поэтому они любят работать и всегда работают. Китайцы любят учиться и всегда учатся и стремятся к успеху, потому что они целеустремленные. Так как китайцы любят порядок и не любят беспорядок, они дисциплинированы.

Китайцы относятся к человеку по-доброму, дружелюбно и вежливо, потому что они всегда готовы помочь, любят иностранцев, уважают взрослое поколение и вообще не любят неуважение. Однако китайцы могут обманывать иностранцев, поэтому у русских сформировался образ «хитрых» китайцев.

Во внешности китайцев отмечается прежде всего маленький рост, а в поведении — привычка улыбаться. Характер китайцев описывается противоречиво: они общительные, скромные, непредсказуемые, замкнутые, тихие, веселые. Очевидно, что эти характеристики китайцев соотносятся с их поведением и привычками в обычной жизни. Например, китайцы всегда общаются и непонятно разговаривают, не любят молчать, любят общаться, поэтому у русских создается впечатление о том, что китайцы общительны.

### **Сравнение содержания этнокультурных стереотипов 2007 г. и 2017 г.**

В феврале 2007 г. в 100 населенных пунктах 44 областей, краев и республик России был проведен опрос, в котором приняли участие 1500 респондентов [7]. Испытуемые отвечали на вопрос: «По вашему мнению, чем, кроме внешности, китайцы отличаются от россиян, жителей России?»

В результате опроса русские отметили:

*Положительные качества китайцев:* трудолюбивые, работающие (26%), умные, мудрые (5%), энергичные, упорные, целеустремленные (4%), практичные, предприимчивые, хозяйственные (3%), неприхотливые, выносливые, терпеливые, сдержанные (3%), дисциплинированные, ответственные (2%), доброжелательные, общительные (1%).

*Отрицательные качества:* хитрые, изворотливые (4%), наглые, назойливые, самоуверенные (2%), грязные, нечистоплотные (1%), злые, жестокие, агрессивные (1%).

*Другие характеристики:* культура, традиция, уклад, менталитет, национальный характер (11%); многочисленность, высокая рождаемость (5%); сплоченность, патриотизм (2%); разный уровень жизни у нас и у них (2%); повсеместная экспансия китайских товаров, в том числе некачественных, стремление проникнуть в Россию (2%); долгожители, ведут здоровый образ жизни (1%); рост, внешность (1%); разные языки (1%); политический строй, коммунизм (1%); стремление жить лучше, быстрое развитие страны (1%); нет различий (4%); нет ответа (31%)

Сравнивая результаты исследований, проведенных ФОМ в 2007 г., и наши данные 2017 г., можно сделать следующие выводы.

Этнокультурные стереотипы включают положительную и отрицательную оценку китайского народа, однако положительные качества упоминаются примерно в 80% случаев (%): *трудолюбивые* (26/50)<sup>1</sup>, *мудрые* (5/10), *целеустремленные* (4/16), *сдержанные* (3/16), *дисциплинированные* (2/20), *ответственные* (2/6). В числе отрицательных качеств: *хитрые* (4/6), *нечистоплотные* (1/4). Данная группа составляет ядро содержания стереотипа о китайцах.

В связи с тем, что в 2007 г. в ходе исследования устанавливалось в основном отличие китайского народа от русского, не были получены такие характеристики китайцев, как «добрые» и «вежливые». По результатам 2017 г. качества *добрые* (20%) и *вежливые* (16%) приписываются не только китайцам, но и русским. Соответственно, эти два качества могут быть включены в число основных характеристик китайского народа.

*Многочисленность* (%) (5/6) представляет собой постоянный признак, входящий в содержание стереотипа о китайцах. Таким же постоянным признаком является и *маленький рост*.

Периферия содержания стереотипа представлена характеристиками *китайцы любят здоровый образ жизни*, *китайцы не бросают родину*, *китайцы чтут традиции* и т.д.

Интересным моментом является то, что в 2017 г. испытуемые упомянули такое качество китайцев, как *шумные* (18%). Безусловно, это связано с тем, что межкультурная коммуникация становится более интенсивной и русские все ближе знакомятся с особенностями обыденного поведения китайского народа.

### **Языковая репрезентация нового образа китайцев (*шумные*)**

Причины устойчивости этнокультурных стереотипов неразрывно связаны с механизмом социального восприятия. Механизмом социального восприятия, особенно межгруппового, служит стереотипизация, которая выполняет следующие функции: 1) классификация форм поведения аутгруппы и выявление его причин; 2) объяснение этих причин с помощью уже известных или кажущихся известными категорий; 3) формирование совокупности признаков-характеристик аутгруппы. Показано, что каждый признак, характеризующий членов группы, коррелирует с их действиями и обусловлен процессом приписывания явлениям или объектам причин, по которым совершаются эти действия. Чтобы изменить содержание стереотипов, люди должны изменить свое поведение и образ жизни.

<sup>1</sup> Первая цифра означает процент всех ответов 2007 г., вторая – процент ответов 2017 г.

Поскольку социально одобренное поведение и образ жизни в каждой культуре связаны со стандартными способами совершения действия, изменение поведения и образа жизни является чрезвычайно трудным. Этим и объясняется устойчивый характер стереотипа. Еще одной причиной того, что стереотип очень трудно преодолевать, является тот факт, что большинство людей не старается прилагать усилия в оценке каждого явления (и человека) в каждой конкретной ситуации. Это может произойти только при наличии определенной мотивации [8. РР. 16—20].

Однако содержание стереотипа со временем может дополняться. Так, в 2017 г. русские респонденты указывали, что китайцы *любят громко разговаривать, не любят молчать, всегда шумят, китайцы иногда смешно шумят*. Можно объяснить это явление следующим образом. Во-первых, в русской культуре существует ценность «личного пространства», определяющая этику поведения человека: надо вести себя так, чтобы не мешать окружающим. В китайской культуре нет понятия личного пространства применительно к общественным местам, поэтому китайцы просто не замечают, что своим поведением мешают другим.

Во-вторых, китайский язык имеет специфическую интонацию, которая русскими воспринимается как агрессивная.

### 3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом содержание этнокультурных стереотипов является устойчивым во времени, хотя оно может дополняться и изменяться. Рассматривая содержание стереотипов как систему, мы замечаем, что между признаками существует не только причинность, но и противоречие: *китайцы шумные, потому что они громко разговаривают и любят шуметь; китайцы тихие — китайцы шумные*. В содержании стереотипов на основе количественного и качественного анализа может быть выявлено ядро (устойчивые характеристики) и периферия (вариативные характеристики) по принципу лингвистического полевого подхода.

Этнокультурные стереотипы — это фрагмент национально-культурной картины мира. Их роль неоднозначна. С одной стороны, они помогают человеку упрощать процесс познания окружающего мира и быстро адаптировать новый объект или явление к той картине, которая имеется у него в сознании; с другой стороны, стереотипы содержат слишком обобщенные характеристики, что лишает нас возможности познания реальных свойств индивидуального объекта и может стать барьером в межкультурном общении.

Таким образом, этнокультурные стереотипы в межкультурной коммуникации играют важную роль. Безусловно, отрицательные представления о том или ином народе мешают конструктивному межкультурному диалогу. И первым шагом для изменения таких представлений может стать более глубокое изучение содержания и функционирования современных этнокультурных стереотипов.

© Чжан Ж., 2017

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001.
2. Славяне и их соседи. Этнопсихологический стереотип в средние века: сборник тезисов. М.: Институт славяноведения и балканистики, 1990.

3. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: КомКнига, 2006.
4. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М.: Прогресс, 1999.
5. Психологические механизмы формирования социальных стереотипов. URL: <http://finddiplom.ru/Psikhologicheskie-mekhanizmih-formirovaniya-socialjnihkh-stereotipov.html> (дата обращения 11.06.2017).
6. Леонтович О.А. Россия и США: Введение в межкультурную коммуникацию. Волгоград: Перемена, 2003.
7. Отчет опроса «Китай и Россия». URL: <http://bd/fom/ru/report/map/d070624> (дата обращения 11.06.2017).
8. Affect, Cognition, and Stereotyping Interactive Processes in Group Perception. Edited by David L. Hamilton, Diane M. Mackie, Academic Press, Inc., Harcourt Brace Jovanovich Publishers. 1993. Print.

**История статьи:**

Поступила в редакцию: 24.08.2017

Принята к публикации: 25.11.2017

Модератор: В.П. Синячкин

**Конфликт интересов:** отсутствует

**Для цитирования:**

Чжан Ж. Устойчивость и вариативность содержания этнокультурных стереотипов (на материале ассоциативного эксперимента «Китайцы глазами русских») // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2018. Т. 15. № 1. С. 59–66. DOI 10.22363/2312-8011-2018-15-1-59-66

**Сведения об авторе:**

Чжан Жуньмэй — аспирант отдела психолингвистики Института языкознания РАН.  
E-mail: runmei.zhang@yandex.com

**STABILITY AND VARIABILITY OF ETHNO-CULTURAL  
STEREOTYPES' TRANSFORMATIONS  
(ON THE MATERIAL OF ASSOCIATIVE EXPERIMENT  
"THE CHINESE IN RUSSIAN IMAGINARY")**

**Zhang Runmei**

The Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences  
1/1, Bolshoi Kislovsky lane, Moscow, 125009, Russian Federation

The article investigates the stable and variable character of ethno-cultural stereotypes about the Chinese in Russian popular consciousness during ten years. The research material was obtained from two ways. First, relying on the method of O.A. Leontovch the first material was obtained in the experiment from Russian speakers. In 2007 the Government of Russia had taken a questionnaire named as "The China and Russia" and gotten much information; the results are included in this paper. We've chosen

the one question answer to be second section of our research. By comparing materials of 2007 and 2017, we can make the conclusions: 1) ethno-cultural stereotypes involve good and bad judgment about Chinese people; 2) they are stable; 3) as time goes by new stereotypes come up; 4) between stereotypes there are causal relationship and contradiction. So, for promoting intercultural communication, we should deeper investigate the problem of stereotype.

**Key words:** stability, variability, ethno-cultural stereotypes, Russian popular consciousness, experiment, intercultural communication

## REFERENCES

1. Maslova, V.A. 2001. Lingvokul'turologija [Cultural Studies in Language]. Moscow: Akademija. Print. (in Russ.)
2. Slavjane i ih sosedi. Etnos-psihologicheskij stereotip v srednie veka: sbornik tezisev [The Slavs and Their Neighbors. Ethnopsychological Stereotype in the Middle Ages: collection of abstracts]. Moscow: Institute of Slavic Studies and Balkan Studies, 1990. Print. (in Russ.)
3. Prohorov, Ju.E. 2006. Nacional'nye sociokul'turnye stereotipy rechevogo obshhenija i ih rol' v obuchenii russkomu jazyku inostrancev [National Socio-Cultural Stereotypes of Verbal Communication and Their Role in Teaching Foreigners Russian Language]. Moscow: KomKniga. Print. (in Russ.)
4. Stefanenko, T.G. 1999. Jetnopsihologija [Ethnopsychology]. Moscow: Progress, 1999. Print. (in Russ.)
5. Psihologicheskie mehanizmy formirovaniya social'nyh stereotipov [Psychological Mechanisms of the Formation of Social Stereotypes]. URL: <http://finddiplom.ru/Psihologicheskie-mekhanizmi-formirovaniya-socialjnihkh-stereotipov.html> Web.
6. Leontovich, O.A. Rossiya i SShA: Vvedenie v mezhkul'turnuju kommunikaciju [Russia and the USA: Introduction to Intercultural Communication]. Volgograd: Peremena, 2003. Print. (in Russ.)
7. Otchet oprosa "Kitai i Rossiya" ["China and Russia" Report]. URL: <http://bd/fom/ru/report/map/d070624> Web.
8. Affect, Cognition, and Stereotyping Interactive Processes in Group Perception. Edited by David L. Hamilton, Diane M. Mackie, Academic Press, Inc., Harcourt Brace Jovanovich Publishers. 1993. 389 p. Print.

### Article history:

Received: 24.08.2017

Accepted: 25.11.2017

Moderator: V.P. Sinyachkin

**Conflict of interests:** none

### For citation:

Zhang, R. 2018. "Stability and Variability of Ethno-Cultural Stereotypes Transformations (On the Material of Associative Experiment "The Chinese in Russian Imaginary")". *RUDN Journal of Language Education and Translingual Practices*, 15 (1), 59—66. DOI 10.22363/2312-8011-2018-15-1-59-66

### Bio Note:

Zhang Runmei is a Graduate Student of Department of Psycholinguistics of Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences. E-mail: runmei.zhang@yandex.com