

УДК 811.161.1

М. Е. Винник, Ю. Г. Лозовский**РУССКИЕ ГЛАЗАМИ КИТАЙЦЕВ:
СТЕРЕОТИПЫ ВОСПРИЯТИЯ**

Статья посвящена некоторым теоретическим вопросам, связанным со стереотипами восприятия. Рассматриваются основные понятия, касающиеся формирования этнических стереотипов представления китайцев о русских. Интерпретация поведения представителей одной культуры представителями другой способствует возникновению стереотипов — представлений об образе жизни, обычаях, нравах, привычках, т. е. о системе этнокультурных свойств того или иного народа. В основе таких представлений находятся упрощенные ментальные представления различных категорий людей, преувеличивающие сходство между ними и игнорирующие различия. В ситуации межкультурных контактов стереотипы бывают эффективны только тогда, когда они используются как первая и положительная догадка о человеке или ситуации, а не рассматриваются как единственно верная информация о них. Предложена модель описания коммуникативного поведения русских, которая включает комментарий о стереотипах восприятия русских китайцами. Приводятся практические результаты стереотипных представлений о русских. Исследование может быть использовано в работе с представителями другой культуры.

Ключевые слова: русские, китайцы, стереотип, менталитет, стереотипы восприятия, коммуникативное поведение, интерпретация поведения, этнические стереотипы.

Восприятие мира и коммуникативное поведение человека складываются на основании тех представлений и ценностей, которые диктует родная культура. Суждения людей о мире зависят от того, в какой культуре человек вырос. Поэтому восприятие образа человека также зависит от ожиданий, установок, требований, существующих в обществе, а соответственно на его оценку также будут влиять устойчивые, стандартизированные представления и мнения, эталоны поведения и нравственные, морально-этические категории, принятые в данном обществе, то есть стереотипы [1].

Стереотипы — представления об образе жизни, обычаях, нравах, привычках, т. е. о системе этнокультурных свойств того или иного народа. В их основе, как правило, лежат упрощенные ментальные представления различных категорий людей, преувеличивающие сходство между ними и игнорирующие различия. В. Н. Телия в статье «Культурные коннотации фразеологизмов (от мировидения к миро-

Винник Маргарита Евгеньевна — магистрант, (Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема, Биробиджан); e-mail: vinnikmargo@mail.ru

Лозовский Юрий Геннадьевич — кандидат филологических наук, доцент (Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема, Биробиджан); e-mail: lozovskii.yurii@mail.ru

© Винник М. Е., Лозовский Ю. Г., 2014

пониманию)» высказывает мнение, что видение мира имеет лингвистическую детерминированность, поскольку базируется на стереотипных для определенной языковой культуры образах, связанных с мифологическими, религиозными представлениями нации, с социально-историческим, духовно-нравственным и практическим, бытовым жизненным опытом [5].

В повседневной жизни наибольшее распространение получили этнические стереотипы – устойчивые суждения о представителях одних национальных групп с точки зрения других. Такого рода стереотипы-клише становятся основными детерминантами общения для представителей соответствующих групп, где эти стереотипы распространены. Например, стереотипны представления о вежливости и худобе англичан, об эксцентричности итальянцев, легкомысленности французов или «загадочной славянской душе» [3].

Процесс формирования стереотипов основывается на действии второй сигнальной системы и включает в себя три фазы.

Начальная фаза предполагает последовательное воздействие отдельных словесных или зрительных раздражителей на органы чувств второй сигнальной системы и взаимодействие комплексных раздражителей от слов и зрительных образов в высших отделах головного мозга, что завершается возникновением в сознании целостного представления, актуализацией имеющихся ассоциаций и уже готовых символов и форм сознания.

Затем наступает фаза поисковой реакции, когда слышимое или видимое отождествляется с представлениями и опознается как искомое, заданное. При этом общее схематическое представление обогащается деталями и приобретает конкретный характер.

Заключительной фазой всего процесса является узнавание. Исходная информация для стереотипа хранится в мозге в виде ассоциаций. Здесь функциональные элементы восприятия и памяти, обладающие разной специализацией, возбуждаются и вызывают различные чувства, символы и образы, которые в своей совокупности и образуют соответствующий стереотип [3].

В ситуации межкультурных контактов стереотипы бывают эффективны только тогда, когда они используются как первая и положительная догадка о человеке или ситуации, а не рассматриваются как единственно верная информация о них.

Стереотипы становятся неэффективными и затрудняют коммуникацию, когда, ориентируясь на них, ошибочно относят людей не к тем группам, некорректно описывают групповые нормы, когда смешивают стереотипы с описанием определенного индивида и когда не удается модифицировать стереотипы, основанные на реальных наблюдениях и опыте. В таких случаях стереотипы могут стать серьезной помехой при межкультурных контактах.

Нас заинтересовал вопрос о влиянии стереотипов на общение. Мы решили выяснить, какие стереотипы распространены среди китайцев, обучающихся в нашем университете.

Чтобы иметь реальное представление о том, какими видят русских китайцы, нами было проведено анкетирование среди китайских студентов 1–2 курсов, изучающих русский язык. Им была предложена анкета, которая состояла из 2-х частей: вопросы, касающиеся их представлений о русских до приезда в Россию, и вопросы о том, как они видят русских и их жизнь после приезда в Россию. Это исследование проводилось для того, чтобы выявить, какие стереотипные представления о русских существуют у китайских студентов. За основу были взяты методики анкетирования иностранных студентов, предложенные И. А. Стерниным.

Представления о русских до приезда в Россию складывались у китайских студентов из разных доступных им источников. Эти знания носят различный характер. Так, для кого-то (4 респондента) Россия ассоциировалась с кулинарными пристрастиями ее жителей (хлеб, колбаса, шашлык), кто-то (3 респондента) отмечал черты национального характера (откровенные, веселые, живые), а кому-то (7 респондентов) важны были характеристики внешности (светловолосые, голубоглазые, высокие). Лишь незначительное количество респондентов (по 2 в каждом случае) отметили любовь русских к искусству и говорили даже не о русских, но о стране в целом (большая, чистая страна).

Почти 100 % респондентов ответили, что до поездки в Россию представляли «портрет» русского человека следующим образом: высокий рост, золотистые волосы, синие глаза. Некоторые студенты отмечали другие особенности облика: бородатые (1), курносые (1), модные (1), крепкого телосложения (2), красивые (2).

По рассказам других китайцев, русские представляли в глазах опрашиваемых как любящие выпить (5) и вкусно поесть (4), занимающиеся спортом (1), прямолинейные, но любящие пошутить (4), кому-то рассказывали о красоте русских девушек (1), а кто-то искренне верил, что в России существует мафия, поэтому нельзя выходить на улицу по вечерам (1).

После посещения России их представления о русских немного изменились.

Первые встретившиеся студентам русские были таможенники (у 3) – серьезные люди. Они произвели крайне негативное впечатление, в отличие от преподавателей, которые показались приветливыми людьми (7), а одна из них еще и красивой (кстати, русские девушки произвели на них сильное впечатление). Русские преподаватели серьезные (5), хорошие (2), внимательные (1), умные (1), помогают китайским студентам (1), веселые и интересные (1), любопытные, культурные (1), достойные (1), контактные (1), терпеливые (1), добросовестные (1).

В целом русские предстали хорошими, приличными и отличными (4), красивыми (2), хорошо выглядящими (2), умными и образован-

ными (3), сердечными (1), добрыми (3), приветливыми (1), хотя где-то их действия показались китайцам противоречивыми.

Так, с одной стороны, русские студенты относятся уважительно к преподавателям (5), дружелюбно (3) и хорошо (6), вежливо (2), считают преподавателей достойными людьми (1). Но с другой — они очень странные люди (1), которые ночью не спят (1) или поздно ложатся спать и при этом мало едят (1).

Говорят русские, по их мнению, либо тихо и быстро (9), либо быстро и громко (7), либо просто громко (2), некоторые отмечают, что «с нами медленно» (1). Русские в речи используют жесты (14), но только если что-то непонятно (5).

Также респонденты отметили, что русские пьют пиво на улице (4), что продавцы не уважают покупателей (1), их шокировали курящие дети (1).

К этому можно добавить следующее. По мнению китайских студентов, русские друзья и преподаватели любят поговорить. До приезда в Россию они представляли себе русских педагогов умными и строгими. В России китайцы увидели, что наши преподаватели не только образованные и культурные, но и веселые, любопытные и внимательные. Нашли подтверждение стереотипы о красоте русских девушек, как и любовь русских к алкоголю, их доброта и веселый нрав.

В заключение следует отметить, что многие представления о русских в целом совпали с реальным положением вещей, некоторые — дополнились или оказались противоречивыми.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лозовский Ю. Г. Языковые средства создания известной личности (на примере СМИ Приморского края): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Владивосток, 2009. 24 с.
2. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. М.: Флинта: Наука, 2006. 328 с.
3. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: Высшая школа, 2005. 310 с.
4. Сергеева А. В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. М.: Флинта: Наука, 2006. 320 с.
5. Телия В. Н. Культурные коннотации фразеологизмов (от мировидения к миропониманию) // Славянское языкознание. 11-й международный съезд славистов. М.: Наука, 1993. С. 302–314.

* * *

Vinnik Margarita E., Lozovskiy Yuri G.
THE RUSSIANS IN PERCEPTION OF CHINESE: STEREOTYPE OF PERCEPTION
 (Sholom-Aleichem Priamursky State University, Birobidzhan)

The article is devoted to some theoretical questions related to stereotypes of perception. It discusses basic concepts related to the formation of ethnic stereotypes of Chinese representations of the Russians. The interpretation of the behavior of one culture members by the representatives of the

other contributes to stereotypes — beliefs about the lifestyle, customs, habits, i. e., on the system of ethno-cultural characteristics of a certain people. In the basis of such ideas are simplified mental representations of various categories of people overestimating the similarity between them and ignoring the differences. In situations of intercultural contact stereotypes are effective only when they are used as a first good guess about the person or situation, rather than being viewed as the only true information about them. A model describing the communicative behavior of the Russians is proposed, which includes a commentary on the stereotypes of perception of Russians by Chinese. It gives the examples of stereotypes about Russians. The study can be used in the work with the representatives of another culture.

Key words: Russian, Chinese, stereotype, mentality, stereotype of perception, communicative behaviour, interpretation of behaviour, ethnic stereotype.

REFERENCES

1. Lozovskij Ju. G. *Yazykovye sredstva sozdaniya izvestnoy lichnosti (na primere SMI Primorskogo kraya)* (Language Means of Creating Well-known Personalities (Primorsky Region Media, RF, as a sample)) dissertation thesis ... PhD in Philology Sciences, Vladivostok, 2009, 24 p.
2. Prohorov Ju. E., Sternin I. A. *Russkie: kommunikativnoe povedenie* (Russians: Communicative Behavior), Moscow, Flinta: Nauka, 2006, 328 p.
3. Sadohin A. P. *Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoy kommunikatsii* (Introduction to Intercultural Communication), Moscow, Vysshaja shkola, 2005, 310 p.
4. Sergeeva A. V. *Russkie: stereotipy povedeniya, traditsii, mental'nost'* (Russians: Patterns of Behavior, Traditions, Mentality), Moscow, Flinta: Nauka, 2006, 320 p.
5. Telija, V. N. Cultural Connotations of Phraseology (From Worldview to Understanding the World) [Kul'turnye konnotatsii frazeologizmov (ot mirovideniya k miroponimaniyu)], *Slavjanskoe jazykoznanie. 11-j mezhdunarodnyj s"ezd slavistov* (Slavic Linguistics. 11-th International Congress of slavists), Moscow, Nauka, 1993, pp. 302 – 314.

* * *