

На правах рукописи



ЧЭНЬ Яо

**ЭТНОГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КИТАЙЦЕВ И РУССКИХ:
КРОСС-ГРУППОВОЕ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ**

Специальность 10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Пермь 2022

Работа выполнена на кафедре теоретического и прикладного языкознания Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет»

Научный руководитель: **Ерофеева Елена Валентиновна,**
доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретического и прикладного языкознания Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет»

Официальные оппоненты: **Гриценко Елена Сергеевна,**
доктор филологических наук, профессор, руководитель департамента прикладной лингвистики и иностранных языков Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – Нижний Новгород

Кропачева Марина Александровна,
кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и удмуртской филологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Глазовский государственный педагогический институт имени В. Г. Короленко»

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет»

Защита диссертации состоится «22» сентября 2022 г. в __:__ на заседании диссертационного совета Д 212.189.11 в ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет» по адресу: 614068, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15, зал заседаний Ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет» по адресу: 614068, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.

Электронная версия текста диссертации доступна на сайте ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»: <http://www.psu.ru>. Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ: <https://vak.minobrnauki.gov.ru> и на сайте ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»: <http://www.psu.ru>

Автореферат разослан «__» _____ 2022 г.

Ученый секретарь диссертационного совета, доктор филологических наук, профессор

С. В. Шустова

Общая характеристика работы

Настоящая диссертационная работа посвящена кросс-групповому исследованию этногендерных стереотипов китайцев и русских и выполнена в рамках социопсихолингвистического подхода к стереотипизации, согласно которому социальные стереотипы выражаются языковыми средствами и ими же поддерживаются. В работе стереотипы китайских и русских женщин и мужчин рассматриваются с точки зрения трех аспектов – внешности, характера и интеллекта.

Стереотип, определяемый как упорядоченные, упрощенные и детерминированные культурой представления о явлениях и предметах действительности [Липпман 2004], стал предметом изучения многих гуманитарных наук, в том числе психологии, социологии, лингвистики, этнографии и т. д., в которых понятие «стереотип» получило разные интерпретации. Дальнейшее изучение стереотипов привело к выделению социальных (разделяемых крупными социальными группами, народами), групповых (разделяемых более мелкими социальными группами внутри народов), а также индивидуальных стереотипов [Кон 1966; Нельсон 2003; Семендяева 1986; Стефаненко 1999; Шихирев 1971 и др.].

Этнический стереотип является одним из видов социального стереотипа – «схематизированным образом своей или чужой этнической общности» [Крысько 2002: 133], имеющим сложную структуру, зависящим от многих параметров и эмоционально окрашенным. Исследованию этнических стереотипов посвящены работы таких ученых, как Ю.В. Арутюнян [1984], Е. Бартминьский [2005], О.В. Белова [2005], И.Б. Гасанов [1994], С.В. Гладких [1999], Е.Ю. Горшунова [2009], Е.В. Ерофеева [2014], Г.М. Кондратенко [1968], И.С. Кон [1968], В.В. Красных [2003], Л.П. Крысин [2003, 2008], В.Г. Крысько [2002], О.А. Леонтович [2005], В.А. Маслова [2001, 2008], К. Михайлова [1999], Е.С. Мучкина [2010], А.А. Налчаджян [2004], Ю.Е. Прохоров [2008], В.А. Рыжков [1978, 1986], З.В. Сикевич [2016], Г.У. Солдатова [1998], О.К. Степанова [1999], Т.Г. Стефаненко [1987, 1999, 2006], Н.В. Уфимцева [1994], С.С. Шляхова, Л.А. Белова [2013, 2014], А. Кала [Cala 1982], В. Зайденшпиннер [Seidenspinner 1996] и мн. др.

Гендерные стереотипы как сложный социальный феномен тесно связаны с социальными ролями и статусами, приписываемыми мужчинам и женщинам. У каждого человека в сознании сформировались представления о социальных различиях между мужчинами и женщинами и об их устойчивых моделях поведения. Исследованием гендерных стереотипов занимались Т.В. Бендас [2006], О.А. Воронина [2015], М.В. Гаранович [2011, 2020 и др.], Е.В. Глазанова [2008], Т.П. Дежина [2007], А.В. Кирилина [1999 и др.], И.С. Кон [2001], Н.А. Коноплева [2002], Т.Е. Ломова [2004], Д.В. Осипова [2009], О.Н. Прокудина [2002], Т.Б. Рябова [2000], Р. Ашмор, Ф. Дель Бока, А. Уоленрс [Ashmore, Del Boca, Wohlers 1986], А. Игли [Eagly 1987], С. Фэлпс и Н. Остин [Phelps, Austin 1988], К. Ренцетти и Д. Каррэн [Renzetti, Curran 1995], Д. Таннен [Tannen 1990], Е. Томпсон и Дж. Плек [Thompson, Pleck 1986] и мн. др.

В настоящей работе рассматриваются этногендерные стереотипы, учитывающие этническую специфичность социокультурного проявления пола, его национальную детерминированность. Под этногендерными стереотипами в работе понимаются социальные стереотипы относительно гендерных групп внутри

определенного народа/этноса, а также стереотипы, сформированные в сознании таких групп относительно иных социальных групп или других объектов. В диссертации изучаются следующие этногендерные группы: китайские женщины, китайские мужчины, русские женщины и русские мужчины.

В наши дни исследования, посвященные разным аспектам стереотипов **актуальны** по многим причинам. Стереотипы, будучи феноменом культуры, в последнее время вызывают возрастающий интерес ученых, поскольку изучение стереотипизации вносит вклад в осмысление процессов познания действительности. Являясь мощным средством воздействия на сознание социальных общностей, стереотипы проявляются на всех его уровнях: при действиях с любыми объектами, при оперировании социальными образами, при понимании природных и культурных связей, при непосредственных контактах с людьми и при формировании поведения в любых сферах деятельности. Помимо этого, изучение таких подвидов социальных стереотипов, как этнические и гендерные, а также стереотипов, формирующихся на пересечении этноса и гендера, представляется очень важным, поскольку эти стереотипы являются наиболее значимыми параметрами социальной идентичности человека. Актуальность данного исследования связана также и с общей обстановкой в современном мире, а именно – с углублением взаимодействия Китая и России на государственном и культурном уровнях, что требует более детального изучения функционирования стереотипов китайцев и русских по отношению друг к другу.

Гипотеза исследования: на формирование и функционирование социальных стереотипов влияют не только отдельные социальные параметры, такие как этнос (культура, язык) или гендер, но и их взаимодействие, поэтому структуры авто- и гетеростереотипов разных этногендерных групп будут различаться.

Объектом исследования в работе послужили стереотипы разных этногендерных групп – женщин и мужчин Китая и России – относительно внешности, характера и интеллекта друг друга.

Предмет исследования – структуры этногендерных стереотипов, функционирующих в представлениях китайских и русских женщин и мужчин, а также зависимость структуры стереотипов от социальных факторов респондентной группы: этноса, гендера и опыта контакта с противопоставленной культурой.

Структура стереотипа рассматривается в работе как набор признаков, приписываемых социальной группой оцениваемому объекту, и иерархия этих признаков по степени их актуализации в сознании социальной группы. Наиболее частотные для группы признаки формируют семантическое поле стереотипа, в котором можно выделить ядро и предъядерную зону; признаки, отражающие индивидуальные представления об оцениваемых объектах, не являются стереотипными. Такое понимание структуры социального стереотипа сформулировано в работах Пермской школы социопсихолингвистики (см., например: [Ван Минь 2018; Гаранович 2011, 2020 и др.]). Структура стереотипа анализировалась с точки зрения детализированности и яркости: детализированность определяется количеством признаков, включенных в ядро и предъядерную зону стереотипа; яркость признаков зависит от степени единообразия ответов респондентов (чем единообразнее реакции, тем ярче стереотипные представления в группе).

Целью данной работы являются изучение варьирования структур стереотипов относительно внешности, характера и интеллекта китайских и русских женщин и мужчин в зависимости от таких социальных факторов, как гендер и этнос в их взаимодействии, а также от опосредованного опыта контакта с культурой (изучение языка) и непосредственного опыта контакта с культурой (пребывание в стране). Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) разработать методику кросс-группового изучения авто- и гетеростереотипов этногендерных групп;
- 2) провести социопсихолингвистический эксперимент для определения стереотипных признаков внешности, характера и интеллекта китайских и русских женщин и мужчин в представлениях разных этногендерных групп;
- 3) на основе выделенных стереотипных признаков внешности, характера и интеллекта построить модели авто- и гетеростереотипов разных этногендерных групп;
- 4) сопоставить автостереотипы и гетеростереотипы разных групп информантов, проанализировать сходства и различия между ними и выявить ведущий социальный фактор (гендер или этнос), влияющий на ингрупповой фаворитизм;
- 5) проанализировать влияние факторов «изучение языка» и «пребывание в стране» на структуры гетеростереотипов;
- 6) с помощью метода семантического дифференциала исследовать значимость выявленных признаков для разных этногендерных групп и проследить устойчивость полученных результатов.

Материалом исследования стали реакции информантов, полученные в двух кросс-групповых социопсихолингвистических экспериментах: 1) эксперименте на определение стереотипных признаков, приписываемых внешности, характеру и интеллекту китайских и русских женщин и мужчин; 2) эксперименте, направленном на оценку набора признаков тех же групп методом семантического дифференциала. Информантами в обоих экспериментах стали 120 человек (60 китайцев и 60 русских), выборка которых была сбалансирована по этническому и гендерному факторам, а также по опыту контакта с противопоставленной культурой (изучению языка и пребыванию в стране). Всего получено и проанализировано 18 962 реакций (6 482 – в первом эксперименте и 12 480 – во втором).

В работе использовался **комплекс методов**, который включает методы сбора материала (кросс-групповой социопсихолингвистический эксперимент, анкетирование, метод семантического дифференциала), методы представления и анализа материала (описание, классификация и интерпретация языкового материала, сопоставление, семантический анализ), количественные и статистические методы. Примененный в данной работе комплекс методов позволил всесторонне исследовать стереотипы с точки зрения социолингвистики.

Достоверность полученных результатов обеспечивается методологическим дизайном исследования: кросс-групповым характером исследования, комплексом применяемых методов, объемом рассмотренного материала, а также повторяемостью результатов в двух типах проведенных экспериментов.

Научная новизна исследования состоит в том, что в работе впервые 1) в рамках социопсихолингвистического подхода исследуются этногендерные стереотипы; 2) моделируются структуры этногендерных авто- и гетеростереотипов китайцев и русских относительно друг друга; 3) рассматривается взаимодействие гендерного и этнического факторов при формировании социального стереотипа; 4) учитывается влияние изучения языка противопоставленной по этносу группы и знакомства со страной изучаемого языка на структуру стереотипа.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в ней вносится существенный вклад в развитие понятия социального стереотипа, изучение формирования и варьирования структуры стереотипа в зависимости от взаимодействия факторов «этнос» и «гендер». Получены данные о стереотипизируемых признаках: признаки внешности и интеллекта стереотипизируются в большей степени, чем характер. Уточнены представления об ингрупповом фаворитизме в этногендерных группах: ингрупповой фаворитизм характерен для китайцев и для женщин, но не характерен для русских мужчин. Полученные результаты важны для таких отраслей современной лингвистики, как социолингвистика, этнолингвистика, гендерная лингвистика, психолингвистика, когнитивная лингвистика, а также для смежных областей науки – социологии, социальной психологии, культурологии.

Практическая ценность настоящей диссертационной работы заключается в том, что результаты исследования этногендерных стереотипов китайцев и русских могут быть использованы в курсах по социолингвистике, гендерной лингвистике, межкультурной коммуникации. Результаты эксперимента могут применяться в практике масс-медиа, а также для анализа коммуникативных неудач, возникающих при общении не только между китайцами и русскими, но и между мужчинами и женщинами. Кроме того, набор методов, разработанных и апробированных для изучения стереотипов разных этногендерных групп, можно применять для изучения этнических и гендерных стереотипов в других культурах.

Положения, выносимые на защиту:

1. Этногендерные стереотипы, сформированные в представлениях разных социальных групп, варьируют под влиянием социальных факторов (гендера, этноса и опыта контакта с культурой); результатом этого варьирования является формирование различающихся авто- и гетеростереотипов у разных социальных групп. Образ китайских женщин является наиболее стереотипизированным и при этом оказывается самым положительным на фоне образов всех остальных оцениваемых групп. Образ русских мужчин, напротив, является самым размытым и негативным.

2. У китайцев, по сравнению с русскими, сформированы более четкие стереотипы оцениваемых этногендерных групп, в том числе и автостереотипы.

3. Образы информантов-женщин (вне зависимости от этноса) в большей степени стереотипизируются, и в то же время сами женщины оценивают другие социальные группы более стереотипно, чем информанты-мужчины.

4. При описании этногендерных групп китайские и русские информанты в разной степени опираются на разные признаки: при описании внешности ки-

тайцы уделяют больше внимания привлекательным сторонам внешности (признак «красота»), а русские – конкретным физическим признакам (признаки «рост», «глаза», «волосы», «стройность»); оценивая интеллект, китайцы подчеркивают творческие способности (признак «талант»), а русские – рациональность (признак «здравомыслие»).

5. Эффект ингруппового фаворитизма может проявляться не во всех социальных группах: данный эффект не свойствен русским мужчинам ни как этнической, ни как гендерной группе.

6. Проведенное исследование показало, что при кросс-групповой оценке этногендерных групп взаимодействие этнического и гендерного факторов носит сложный характер: этнический фактор оказывается более значимым для китайцев; гендерный фактор – для русских женщин; ни этнический, ни гендерный фактор не значимы для русских мужчин.

7. Факторы «изучение языка» и «пребывание в стране» по-разному воздействуют на формирование стереотипных представлений разных групп: для русских изучение китайского языка без посещения Китая усиливает степень детализации стереотипов и степени яркости стереотипных признаков, однако пребывание в Китае размывает стереотипы, сформированные в представлениях русских на основе изучения китайского языка; для китайцев влияние факторов «изучение языка» и «пребывание в стране» незначительно.

Работа прошла **апробацию** на трех конференциях: II Всероссийской научно-практической конференции «Всероссийский филологический форум» (г. Петрозаводск, 24 июня 2021 г.); XIV Международной научно-практической конференции «Россия – Китай: история и культура» (г. Казань, 11–13 ноября 2021 г.); Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Филология в XXI веке» (г. Пермь, 13–14 мая 2022 г.).

Автор диссертации имеет 6 публикаций по теме настоящего исследования, в том числе 3 статьи в изданиях из перечня ВАК РФ.

Структура работы. Диссертация состоит из Введения, трех глав, Заключения, Библиографического списка (230 наименований) и четырех Приложений; текст диссертации включает 36 таблиц и 56 рисунков. Объем основного текста работы – 246 страниц.

Основное содержание работы

Во **Введении** обосновывается актуальность работы, выдвигается гипотеза, определяются объект и предмет исследования, формулируются цель и задачи исследования, анализируются методы и материал исследования, раскрываются научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы, излагаются основные положения, выносимые на защиту, описывается структура диссертационной работы.

Первая глава «Стереотипы и их исследование в социолингвистике» содержит обзор основных точек зрения на понятие «стереотип», описание разновидностей социальных стереотипов (авто- и гетеростереотипов, этнических, гендерных и этногендерных стереотипов), а также лингвистические подходы к исследованию стереотипов.

В настоящее время стереотип как социокультурный феномен вызывает возрастающий интерес ученых из разных научных областей. По мере интенсификации взаимодействия Китая и России изучение этногендерных авто- и гетеростереотипов, функционирующих в представлениях народов двух стран, оказывается очень важным.

На изучение стереотипа обращали внимание такие ученые, как В.С. Агеев [1986, 1987, 1990], Т.Е. Васильева [1988], У. Квастхофф [2013], И.С. Кон [1966], В.Н. Куницына [1971], У. Липпман [2004], Г.С. Мельник [1996], Л. Росс, Р. Нисбет [1999], П.А. Сорокин [1992], Т.Г. Стефаненко [1987, 1999], В.П. Трусов [1980], Т. Шибутани [1999], П.Н. Шихирев [1971], В.А. Ядов [1960], В. Дуаз [Doise 1978], Д. Форгас [Forgas 1981], Д. Гамильтон, Р. Гиффорд [Hamilton, Gifford 1976], М. Хьюстон [Hewstone 1996], О. Клейнберга [Klineberg 1950], К. Макколи, К. Ститт [McCauley, Stitt 1978], О'Хара [O'Hara 1961], Г. Тэджфел [Tajfel 1984], Э. Вайнеки [Vinacke 1957] и мн. др. Активно исследовались разновидности стереотипов, выделенные по разным основаниям: социальные, культурные (общественные) и индивидуальные стереотипы [Семендяева 1986; Стефаненко 1999; Нельсон 2003]; событийные стереотипы и антропостереотипы [Донец 2001; Сорокина 2013]; отрицающие и утверждающие стереотипы [Демьянков 1996]; дедуктивные и индуктивные стереотипы [Елизарова 2005]; заостренные и гибкие [Quasthoff 1989], или устойчивые и подвижные, стереотипы [Гладких 2001]; стереотипы поведения и стереотипы-сознания [Викентьев 2007, Меренков 2001] и т. д.

Особое внимание уделялось изучению авто- и гетеростереотипов – разновидности стереотипов, выделенной по отношению «свой»/«чужой» [Леонтович 2005; Castano, Paladino, Coull 2002; Солдатова 1998; Здравомыслов 2001; Стефаненко 2009 и др.] Раскрывая сущность и взаимообусловленность авто- и гетеростереотипов, исследователи указывали на явление «ингруппового фаворитизма», под которым понимается формирование более позитивного образа своей социальной группы на фоне других групп [Садохин 2005; Самнер 1998].

Будучи важными разновидностями социальных стереотипов, этнические и гендерные стереотипы также стали объектом внимательного изучения. Результаты исследования этнических стереотипов, механизмов их формирования, их характеристик и функций в межкультурной коммуникации отражены в работах [Бартминьский 2005; Гасанов 1994; Гладких 1999; Горшунова 2009; Крысько 2002; Леонтович 2005; Маслова 2001, 2008; Мучкина 2010; Стефаненко 1987, 1999, 2006; Уфимцева 1994 и мн. др.]. Результаты изучения понятий «гендер» и «гендерные стереотипы», разработка гендерной ролевой теории, рассмотрение гендерной социализации и механизмов формирования гендерных стереотипов представлены в работах [Воронина 2015; Гаранович 2011, 2020; Дежина 2007; Кирилина 1999; Коноплева 2002; Ломова 2004; Осипова 2009; Ashmore, Del Boca, Wohlers 1986; Eagly 1987; Gangnon, Henderson 1985; Komarovskiy 1946, 1950; Linton 1936; Parsons 1951; Parsons, Bales 1955; Renzetti, Curran 1995 и мн др.]. Этногендерными исследованиями как «темой пересечения этноса и гендера» занимались А.В. Кирилина [2002], Л.В. Копоть [2018], С.В. Латина [2014], М.В. Лескинен [2012, 2014], А.В. Олянич [2016], Н.Л. Пушкарева [2007],

Ю.Г, Семикина [2012], З.Ю. Тугуз [2012], Р.А. Ханаху [2001], О.М. Холомеенко [2021] и др.

В последние годы значительно вырос интерес к исследованию лингвистических аспектов социальных стереотипов и был разработан комплекс методов их изучения с социолингвистической точки зрения: анкетирование [Беликов, Крысин 2001], шкалирование [Лебедева 2011; Петренко 1963; Сикевич 2005, 2016], анализ текста/дискурса [Геннадьевна 2013; Митина, Евдокименко 2010], ассоциативный эксперимент [Залевская 2005; Золотова 2007; Караулов 1994, 1996; Леонтьев 1977; Уфимцева 2003; Черкасова 1996, 2000 и др.], семантический анализ [Ван Минь 2018; Гаранович 2011; Кобозева 2000 и др.] и т. д. Эти методы позволяют исследователям выявить и описать стереотипы, функционирующие в сознании информантов.

При исследовании лингвистических аспектов этнических и гендерных стереотипов анализируются проблемы лингвистических подходов к изучению этно-стереотипов [Крысин 2003]; исследуются этнонимы, т. е. лексические единицы, фиксирующие этнические стереотипы [Арутюнов 1971; Никонов 1970]; изучаются коннотации слов-этнонимов [Буряковская 2000; Кобозева 2000]; рассматривается языковое выражение этностереотипов [Голубовская 2018; Жерновая, 2011; Крысин 2003; Маслова 2001; Фролова 2003]; конструируются понятия «маскулинность» и «фемининность» и содержание стереотипов маскулинности и фемининности [Бендас 2006; Гаранович 2020; Козлов, Шухова 2010; Кон 2001; Крысин 2008; Рябова 2000; Phelps, Austin 1988 и др.]; рассматриваются речевые гендерные стереотипы и выявляются различия в стереотипах речевого поведения мужчин и женщин [Гаранович 2020; Горошко 1996; Кирилина, Томская 2005; Пермякова, Гаранович 2009; Прокудина 2002; Tannen 1990 и др.]. Изучение этнических и гендерных стереотипов в лингвистическом аспекте дает интересные результаты, которые имеют теоретическую и практическую значимость для современной науки.

Во **Второй главе «Предмет, материал и методы исследования»** описывается предмет исследования, рассматриваются изучаемые социальные факторы и выборка информантов, обосновываются изучаемые стереотипные признаки, дается полная характеристика материала, а также применяемых методов сбора и анализа материала.

Образ человека охватывает множество черт, из которых внешность, характер и интеллект чаще всего становятся объектами стереотипизации, поэтому стереотипы именно этих черт исследовались в данном случае. Предмет исследования в настоящей работе содержит несколько аспектов: во-первых, изучаются структуры этногендерных стереотипов внешности, характера и интеллекта, функционирующих в представлениях китайских и русских женщин и мужчин; во-вторых, исследуется зависимость структуры стереотипов от этноса и гендера респондентной группы; в-третьих, анализируется варьирование структуры стереотипов относительно этногендерной группы в зависимости от того, рассматриваются авто- или гетеростереотипы.

Предмет изучения определяет набор социальных факторов, которые необходимо учесть в настоящем исследовании: этнос, гендер, изучение языка и пребывание в стране. В проведенных экспериментах выборка информантов была сбалансирована по вышеупомянутым факторам среди китайских и русских студентов: всего в исследовании приняло участие 120 чел. (60 китайцев и 60 русских); каждая этническая группа включала равное количество мужчин и женщин. Таким образом были сформированы четыре основные группы информантов: китайские женщины, китайские мужчины, русские женщины и русские мужчины (по 30 чел. в каждой группе). Внутри каждой из этих групп выделяются 3 подгруппы (по 10 чел. в каждой): информанты, которые не учат язык противопоставленного этноса и не были в стране; информанты, которые учат язык, но не были в стране; информанты, которые учат язык и были в стране.

В рамках настоящего исследования было проведено два социолингвистических эксперимента. В первом эксперименте в качестве метода сбора материала использовалось анкетирование, в котором информантам было предложено письменно описать внешность, характер и интеллект своей этногендерной группы и остальных трех групп (задание было сформулировано следующим образом: «Напишите 5 слов или словосочетаний, характеризующих внешность/характер/интеллект китайских/русских женщин/мужчин»). Во втором эксперименте, проведенном с помощью метода семантического дифференциала, тем же группам информантов предлагалось оценить китайских и русских мужчин и женщин по 26 пятибалльным шкалам, сформированным антонимичными прилагательными, основанными на выделенных в первом эксперименте признаках внешности, характера и интеллекта.

Для обработки и анализа полученного материала были применены семантический анализ реакций и статистические методы. Реакции, полученные при анкетировании, были объединены в семантические группы по общности выраженных в них семантических признаков. Полученные таким образом семантические группы имеют разный объем (количество реакций, включенных в данную группу), который свидетельствует о стереотипизированности признаков, положенных в основу группы.

Ядро и предъядерная зона стереотипа определялись на основе анализа распределений объемов семантических групп с помощью метода каменистой осыпи. Границы зон определялись по месту «слома» распределения. При анализе конкретных распределений выяснилось, что почти во всех случаях нижняя граница ядерной зоны оказывалась выше 20 реакций, а нижняя граница предъядерной зоны – выше 10 реакций (учитывались только семантически однородные реакции; реакции с противоположным значением исключались из объема группы при определении места признака в структуре стереотипа).

В качестве меры центральной тенденции распределений оценок, полученных с помощью метода семантического дифференциала, использовалась медиана; для расчета степени сходства распределений оценок разных групп респондентов использовался критерий ранговой корреляции Спирмена.

Сочетание вышеупомянутых методов позволило выявить этногендерные стереотипы разных оценивающих групп и вариативность структур стереотипов

в зависимости от различных социальных факторов, воздействующих на представления респондентов.

В Третьей главе «**Этногендерные авто- и гетеростереотипы китайцев и русских**» представлены результаты анализа полученного материала.

В разделе 3.1. «**Авто- и гетеростереотипы китайцев и русских**» представлены различные семантические группы, в которые объединены реакции относительно внешности, характера и интеллекта китайских и русских женщин и мужчин. На основе анализа объемов данных групп построены и сопоставлены структуры авто- и гетеростереотипы изучаемых этногендерных групп, а также выявлен ведущий фактор, действующий на проявление ингруппового фаворитизма.

На основе семантического анализа, реакции, данные респондентами при описании, были объединены в семантические группы. Перечислим наиболее объемные группы. По признаку «внешность» выделились следующие группы: «красота», «рост», «стройность», «волосы», «глаза», «кожа», «лицо», «спортивность», «оценка», «одежда и аксессуары» и др.; по признаку «характер» – «общительность», «сдержанность», «доброта», «заботливость», «трудолюбие», «мягкость», «воспитанность», «скромность», «настойчивость», «оптимизм» и др.; по признаку «интеллект» – «ум», «сообразительность», «здравомыслие», «талант», «образованность», «оценка», «креативность» и др.

Анализ распределений объемов семантических групп методом каменистой осыпи позволил выделить стереотипизированные семантические признаки – ядро и предъядерную зоны стереотипов (см. табл. 1; в таблице жирным шрифтом даны ядерные признаки, а обычным шрифтом – признаки предъядерной зоны).

На основе проведенного анализа структур авто- и гетеростереотипов, сформированных в сознании каждой оценивающей группы, было выявлено, что в китайской и русской культурах стереотипные представления относительно внешности, характера и интеллекта строятся на разных признаках. Например, при описании внешности китайцы приписывали всем группам признак «красота», а русские относили этот признак только к женщинам; русские уделяли большее внимание признакам, описывающим телесность («глаза», «кожа», «волосы» и т. д.). При оценке интеллекта, кроме общих признаков «ум» и «сообразительность», китайцы подчеркивали творческие способности («талант»), а русские обращали большее внимание на рациональность («здравомыслие»).

Автостереотип китайских женщин относительно своего образа совпадает с гетеростереотипом относительно них китайских мужчин, при этом сильно отличается от гетеростереотипов русских (особенно русских мужчин) и является наиболее ярко выраженным на фоне всех стереотипов. Образ китайских женщин положительно оценивается всеми группами респондентов, однако при описании разных аспектов этого образа эффект ингруппового фаворитизма срабатывает по-разному: при оценке характера китайских женщин ингрупповой фаворитизм проявляется внутри гендерной группы, а при оценке интеллекта – внутри этнической группы.

**Таблица 1. Структуры авто- и гетеростереотипов разных этногендерных групп:
анкетирование**

При знак	Оцениваемая группа	Оцениваемая группа			
		Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Внешность	Китайские женщины	красота стройность	красота	стройность рост волосы красота	рост глаза волосы
	Китайские мужчины	красота оценка стройность	красота	рост волосы стройность кожа	глаза рост стройность волосы кожа
	Русские женщины	красота рост кожа	красота стройность рост	красота рост волосы стройность	красота волосы стройность
	Русские мужчины	рост спортивность красота кожа	рост спортивность красота стройность	рост спортивность	рост волосы спортивность
Характер	Китайские женщины	мягкость доброта заботливость	мягкость доброта заботливость	общительность	
	Китайские мужчины		сдержанность	трудолюбие воспитанность заботливость	общительность доброта трудолюбие
	Русские женщины	общительность доброта	общительность активность независимость	трудолюбие доброта сдержанность заботливость независимость	доброта заботливость бережливость
	Русские мужчины	общительность смелость прямота юмор	несдержанность общительность смелость	общительность	доброта лень сила
Интеллект	Китайские женщины	сообразительность ум	сообразительность ум красота талант	сообразительность образованность ум здоровымыслие	ум здоровымыслие сообразитель- ность
	Китайские мужчины	ум сообразительность талант оценка образованность	ум сообразительность талант	образованность сообразительность ум здоровымыслие	ум сообразительность здоровымыслие
	Русские женщины	сообразительность ум	ум сообразительность	сообразитель- ность образованность ум здоровымыслие	ум здоровымыслие
	Русские мужчины	ум сообразительность талант	ум сообразительность талант	здоровымыслие ум сообразительность образованность	сообразительность ум здоровымыслие

Автостереотип китайских мужчин о своих внешности и интеллекте совпадает с гетеростереотипом китайских женщин, однако весьма отличен от гетеростереотипов русских. Представления о характере китайских мужчин у всех оценивающих групп стереотипизированы слабо. Описывая внешность китайских мужчин, китайцы дают больше отрицательных реакций, чем русские, но при описании характера и интеллекта китайских мужчин в рамках этнической группы наблюдается явление ингруппового фаворитизма, который проявляется в большем количестве положительных реакций при описании своей этнической или гендерной группы.

Автостереотип русских женщин не похож на гетеростереотипы относительно них других оценивающих групп и при этом наиболее детализирован (включает больше признаков) на фоне всех стереотипов, однако частота всех ядерных признаков у китайцев выше, чем у русских, поэтому стереотипный образ русских женщин в представлениях китайцев ярче, чем в представлениях русских. При описании внешности русских женщин ингрупповой фаворитизм проявляется внутри этнической группы, а при оценке характера и интеллекта – внутри гендерной группы.

Автостереотип русских мужчин относительно своей внешности похож на представления о них русских женщин, однако автостереотип об интеллекте больше схож с представлениями китайцев о русских мужчинах. Представления относительно своего характера у русских мужчин стереотипизированы слабо, кроме того, у разных групп информантов стереотипы характера русских мужчин значительно отличаются. Стереотипы относительно русских мужчин наиболее негативны в сознании всех этногендерных групп, в том числе самих русских мужчин.

Характеризуя внешность, информанты, особенно китайские, давали реакции, описывающие черты характера или поведения, однако сам характер, как значимый элемент для восприятия образов китайцев и русских, был стереотипизирован весьма слабо.

Китайцы более стереотипно воспринимают не только себя, но и других: при оценке образов разных рассматриваемых групп частота актуализации стереотипных признаков у китайцев значительно выше, чем у русских.

Кроме того, информанты-женщины, по сравнению с мужчинами, дают больше стереотипных реакций при оценке образов разных этно-гендерных групп, что демонстрирует их ориентацию на устоявшиеся социально-разделяемые представления; в то же время сами женщины подвергаются стереотипному восприятию чаще, чем мужчины. При описании разных аспектов образов эффект ингруппового фаворитизма по-разному работает в отношении разных этногендерных групп.

В разделе 3.2. «Зависимость стереотипов китайцев и русских от изучения языка и пребывания в стране» проанализировано влияние степени контакта с китайской/русской культурой на формирование гетеростереотипных представлений у русских и китайских информантов.

По факторам «изучение языка» и «пребывание в стране» внутри каждой этнической группы также были выделены три подгруппы: внутри группы китайских информантов – 1) китайцы, изучающие русский язык и бывавшие в России; 2) китайцы, изучающие русский язык, но не бывавшие в России; 3) китайцы, не изучающие русский язык и не бывавшие в России; внутри групп русских информантов – 1) русские, изучающие китайский язык и бывавшие в Китае; 2) русские, изучающие китайский язык, но не бывавшие в Китае; 3) русские, не изучающие китайский язык и не бывавшие в Китае. Рассмотренные два фактора в разной степени влияют на представления этнических групп информантов при описании образа противопоставленного этноса (см. табл. 2).

Таблица 2. Структуры гетеростереотипов китайцев и русских в зависимости от факторов «изучение языка» и «пребывание в стране»: анкетирование

Признаки	Оцениваемая группа	Оценивающая группа		
		изучают язык и были в стране	изучают язык, но не были в стране	не изучают язык и не были в стране
Внешность	Русские	красота стройность рост кожа лицо спортивность	красота рост глаза кожа спортивность	красота рост глаза спортивность кожа
	Китайцы	рост волосы стройность глаза кожа красота	рост стройность волосы глаза кожа красота	рост стройность волосы глаза
Характер	Русские	общительность прямота эгоизм	общительность активность смелость	общительность смелость
	Китайцы	сдержанность заботливость доброта	доброта общительность воспитанность сдержанность трудолюбие	общительность трудолюбие заботливость
Интеллект	Русские	ум сообразительность талант	сообразительность ум талант креативность	ум сообразительность талант любопытность
	Китайцы	ум здравомыслие сообразительность	здравомыслие образованность сообразительность ум	ум образованность здравомыслие сообразительность

Внешность. Фактор «пребывание в стране» влияет на формирование стереотипа относительно внешности русских у китайцев, изучающих русский язык: изучение русского языка с посещением России в небольшой степени способствует детализации стереотипа. При описании внешности русских фактор «изучение языка» мало влияет на представления китайцев, не бывавших в России: структуры стереотипов у групп, изучающих русский и не изучающих его, почти одинаковы. Изучение китайского языка без посещения Китая способствует детализации и стереотипизации представлений о внешности китайцев у русских, но посещение Китая делает стереотипные признаки менее выраженными.

Характер. При описании характера русских китайцами факторы «пребывание в стране» и «изучение языка» незначительно влияют на стереотипы: расхождения стереотипных признаков встречаются только в предъядерной зоне. Для русских информантов изучение китайского языка без посещения Китая, как и в случае с внешностью, способствует детализации и стереотипизации представлений о характере китайцев, а посещение Китая делает стереотипы более размытыми.

Интеллект. Фактор «изучение языка» незначительно влияет на стереотипы относительно интеллекта русских у китайцев, изучающих русский язык. Однако данный фактор способствует степени стереотипизированности представлений у русских: у группы, не посещавшей Китай, но изучающей китайский язык, больше ядерных признаков, чем у информантов, которые не учат китайский. В то же время и у китайцев, и у русских непосредственный контакт с культурой (пребывание в стране), столкновение с реальными людьми в рамках данной культуры, размывает стереотипы, сформированные на основе изучения языка. Стоит отметить, что влияние данного фактора гораздо заметнее в случае с русскими информантами.

Таким образом, фактор «изучение языка» оказывает незначительное влияние на формирование стереотипного образа русских в представлениях китайцев. Однако влияние данного фактора на восприятие стереотипного образа китайцев русскими весьма заметно: изучение китайского языка без посещения Китая способствует детализации стереотипа и степени выраженности стереотипных признаков. Фактор «пребывание в стране» нестабильно «работает» в процессе формирования стереотипного образа русских в представлениях китайцев: при описании внешности данный фактор усиливает степень детализации, при описании интеллекта размывает стереотипы, а при оценке характера приводит к расхождениям в предъядерной зоне. Однако данный фактор стабильно функционирует в представлениях русских о стереотипном образе китайцев: пребывание в стране размывает стереотипы, образованные на основе изучения языка.

В разделе 3.3. «Стереотипные признаки при оценке методом семантического дифференциала» проанализированы распределения оценок, поставленных разными этногендерными группами своим и чужим группам в биполярных шкалах, на основе чего выявлены наиболее выраженные признаки, формирующие авто- и гетеростереотипные представления каждой оценивающей группы.

При проведении эксперимента методом семантического дифференциала были использованы следующие 26 антонимичных шкал: некрасивые – красивые, низкие – высокие, толстые – худые, неспортивные – спортивные, грязные – чистые, неаккуратные – аккуратные, злые – добрые, закрытые – открытые, шумные – тихие, грубые – вежливые, негостеприимные – гостеприимные, жадные – щедрые, ленивые – трудолюбивые, безрассудные – здравомыслящие, хитрые – простодушные, пассивные – активные, нескромные – скромные, неуверенные – уверенные, необщительные – общительные, нецелеустремленные – целеустремленные, нечестные – честные, хмурые – улыбчивые, глупые – умные, безграмотные – грамотные, бестолковые – понятливые, некреативные – креативные. Информанты оценивали этногендерные группы (свою и другие) по пятибалльным шкалам от 1 до 5.

Результаты анализа распределений оценок (см. табл. 3) показали, что при оценке разных этногендерных групп женщины дают больше стереотипных оценок, чем мужчины, что говорит о большей солидарности женщин между собой и их склонности ориентироваться на социальный опыт при решении когнитивных задач. В то же время и сами стереотипы относительно женщин являются более проработанными и включают большее количество устойчивых признаков, чем стереотипы относительно мужчин. Варьирование авто- и гетеростереотипов продемонстрировало, что автостереотипы не всегда являются более детализированными: автостереотипы мужчин содержат меньшее количество признаков, чем гетеростереотипы женщин относительно мужчин вне зависимости от этноса.

**Таблица 3. Стереотипы восприятия разных этногендерных групп:
семантический дифференциал**

Оценивающая группа	Оцениваемая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Китайские женщины	красивые чистые аккуратные добрые вежливые гостеприимные щедрые трудолюбивые скромные честные улыбчивые	добрые щедрые трудолюбивые активные уверенные общительные целеустремленные креативные	красивые высокие чистые аккуратные открытые щедрые	высокие
Китайские мужчины	красивые чистые аккуратные добрые общительные	добрые гостеприимные трудолюбивые скромные общительные	красивые высокие чистые открытые грамотные	высокие открытые общительные
Русские женщины	красивые чистые аккуратные добрые вежливые гостеприимные трудолюбивые здоровымыслящие умные грамотные понятливые улыбчивые	добрые вежливые трудолюбивые здоровымыслящие умные грамотные понятливые	красивые чистые аккуратные добрые открытые гостеприимные трудолюбивые здоровымыслящие умные грамотные понятливые общительные целеустремленные креативные	высокие уверенные
Русские мужчины	красивые аккуратные гостеприимные трудолюбивые улыбчивые креативные	щедрые трудолюбивые целеустремленные	красивые чистые гостеприимные активные уверенные улыбчивые креативные	красивые понятливые уверенные

При анализе характера признаков, видно, что признаки внешности в основном стереотипизируются по отношению к женщинам, что говорит о большей степени социальных ожиданий к внешности женщин. Оценивая разные группы, китайские информанты больше опираются на признаки внешности и характера, а русские информанты – на признаки интеллекта.

Образ русских мужчин слабо стереотипизирован и оказывается наиболее размытым в представлениях всех оценивающих групп. Это может быть связано как с разным социальным опытом информантов при общении с русскими мужчинами, так и с высокой неоднородностью данной этногендерной группы.

В таблицах 4–5 показаны коэффициенты корреляции между распределениями оценок разных этногендерных групп, позволяющие судить о схожести оценок разных групп информантов.

Таблица 4. Коэффициенты корреляции распределений авто- и гетерооценок этногендерных групп

Оцениваемая группа		Оцениваемая группа			
		Китайцы		Русские	
		женщины	мужчины	женщины	мужчины
Китайцы	женщины		0,71	0,81	0,60
	мужчины	0,70		0,64	0,56
Русские	женщины	0,45	0,51		0,70
	мужчины	0,36	0,56	0,87	

Таблица 5. Коэффициенты корреляции распределений самооценок этногендерных групп

Группы	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины
Китайские женщины			
Китайские мужчины	0,66		
Русские женщины	0,54	0,44	
Русские мужчины	-0,14	0,09	0,46

Данные показывают, что взаимодействие этнического и гендерного факторов при кросс-групповой оценке носит сложный характер. Этнический фактор оказался более важен для китайских испытуемых (как мужчин, так и женщин): оценки у китайских женщин и мужчин о разных этногендерных группах оказались довольно близкими и противопоставленными оценкам русских. В группе русских информантов женщины показали большую солидарность в оценках с китайскими женщинами, что говорит в данном случае о ведущем характере гендерного фактора. Таким образом, этнический фактор оказывается ведущим при формировании автостереотипов для китайцев, а гендерный для русских женщин.

Сопоставление результатов экспериментов по описанию признаков внешности, характера и интеллекта этногендерных групп и эксперимента по оценке этих же групп методом семантического дифференциала показывает их устойчивость, что свидетельствует о достоверности полученных выводов.

В Заключение подводятся итоги проведенного исследования.

Полученные в экспериментах данные позволили заключить, что структуры этногендерных стереотипов и внутренние иерархии стереотипных признаков

у каждой оценивающей группы разные; наборы и иерархия признаков стереотипов, сформированных в представлениях разных групп информантов, варьируют под влиянием социальных факторов, учтенных в эксперименте: гендера, этноса и опыта контакта с культурой. Результатом этого варьирования является формирование различающихся авто- и гетеростереотипов у разных этногендерных групп.

И авто-, и гетеростереотипы оказались в данном исследовании в целом положительными (положительно окрашенные реакции преобладают над отрицательными). Самым положительным, на фоне образов всех остальных оцениваемых групп, оказался образ китайских женщин, а самым негативным – образ русских мужчин.

Описывая образы разных этногендерных групп китайские и русские информанты в разной степени опираются на разные признаки. Внешность, как важный элемент образа человека, оценивается воспринимающими более положительно и стереотипизируется в большей степени, чем характер и интеллект.

По сравнению с русскими, китайцы более стереотипно воспринимают все оцениваемые группы. Женщины, на фоне мужчин, также более стереотипно воспринимают рассмотренные социальные группы; при этом и сами женщины чаще, чем мужчины, становятся объектом стереотипизации.

Анализ взаимодействия гендерного и этнического факторов при формировании стереотипных представлений относительно образов китайцев и русских показывает, что это взаимодействие носит сложный характер, что проявляется, в частности, при анализе эффекта ингруппового фаворитизма.

Факторы «изучение языка» и «пребывание в стране» по-разному воздействуют на формирование стереотипных представлений разных этнических групп. Фактор «изучение языка» оказался более важен для русских респондентов: изучение китайского языка (без посещения Китая) усиливает степень детализации стереотипов и выраженности стереотипных признаков; однако пребывание в Китае вновь размывает стереотипы, сформированные в сознании русских на основе изучения китайского языка. Для китайцев влияние изучения русского языка (без посещения России) на структуру стереотипов о русских незначительно, а пребывание в России оказывает разнонаправленное воздействие при оценке разных аспектов образа русских.

Таким образом, изучение стереотипов при взаимодействии нескольких социальных параметров показывает интересные результаты, которые не всегда совпадают с результатами, полученными при изучении стереотипизации в группах, образованных одним социальным фактором. Полученные результаты свидетельствуют о том, что в каждом конкретном случае социальной категоризации приписывание стереотипных признаков разным группам представляет собой сложный когнитивный процесс, определяемый уникальным сочетанием различных факторов и, очевидно, зависящий не только от разного социального опыта групп, но и от внутригрупповых установок.

Основные положения диссертационного исследования отражены в 6 публикациях.

Научные статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Чэнь Яо, Ерофеева Е.В. Авто- и гетеростереотипы китайских мужчин и женщин // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 3. С. 204–219. (1,0 п.л.; авторский вклад – 0,7 п.л.)

2. Чэнь Яо. Представления о характере у китайских женщин и мужчин: кросс-групповое исследование // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Вып. 8, № 1. С. 186–201. (1,2 п.л.; авторский вклад – 0,9 п.л.)

3. Чэнь Яо. Этнокультурные и гендерные стереотипные представления об интеллекте: китайцы и русские // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2022. Т. 14, вып. 1. С. 81–95. (0,8 п.л.)

Статьи, опубликованные в других изданиях:

4. Чэнь Яо. Аспекты изучения феномена стереотипа // Всероссийский филологический форум: сборник статей II Всерос. научн.-практич. конф. (24 июня 2021 г.). Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2021. С. 211–217. (0,5 п.л.)

5. Чэнь Яо. Стереотипные представления китайцев о внешности русских женщин // Россия – Китай: история и культура: сб. статей и докладов участников XIV Междунар. научн.-практич. конф. Казань: Издательство АН РТ, 2021. С. 370–377. (0,6 п.л.)

6. Ерофеева Е.В., Чэнь Яо. Влияние факторов «изучение языка» и «пребывание в стране» на стереотипные представления об интеллекте у китайцев и русских относительно друг друга // Евразийский гуманитарный журнал. 2022. № 2. С. 25–37. (1,0 п.л.; авторский вклад – 0,7 п.л.)

