

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Пермский государственный национальный исследовательский университет»

Кафедра теоретического и прикладного языкознания

ЧЭНЬ Яо

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

Специальность 10.02.19 – Теория языка

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель
доктор филологических наук,
профессор Е. В. Ерофеева

Пермь 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. СТЕРЕОТИПЫ И ИХ ИССЛЕДОВАНИЕ В СОЦИОЛИНГВИСТИКЕ	12
1.1. Понятие «стереотип», разновидности стереотипов	12
1.2. Авто- и гетеростереотипы	27
1.3. Стереотипы разных социальных групп	30
1.3.1. Этнические стереотипы	30
1.3.2. Гендерные стереотипы	33
1.3.3. Этногендерные стереотипы	38
1.4. Лингвистические аспекты изучения стереотипов	41
1.4.1. Методы изучения стереотипов в социолингвистике	41
1.4.2. Лингвистические аспекты изучения этнических стереотипов	48
1.4.3. Лингвистические аспекты изучения гендерных стереотипов	55
1.5. Выводы	65
Глава 2. ПРЕДМЕТ, МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	67
2.1. Предмет исследования	67
2.2. Изучаемые социальные факторы. Выборка информантов	67
2.3. Изучаемые стереотипные признаки	71
2.3.1. Внешность	71
2.3.2. Характер	72
2.3.3. Интеллект	74
2.4. Методы получения материала	75
2.4.1. Анкетирование	76
2.4.2. Метод семантического дифференциала	77
2.5. Методы анализа материала	79
2.5.1. Семантический анализ реакций	79
2.5.2. Статистические методы	81
2.6. Выводы	82
Глава 3. ЭТНОГЕНДЕРНЫЕ АВТО- И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПЫ КИТАЙЦЕВ И РУССКИХ	84
3.1. Авто- и гетеростереотипы китайцев и русских	84
3.1.1. Авто- и гетеростереотипы китайцев	84
3.1.1.1. Внешность	84
3.1.1.2. Характер	101
3.1.1.3. Интеллект	114
3.1.2. Авто- и гетеростереотипы русских	129
3.1.2.1. Внешность	129
3.1.2.2. Характер	147
3.1.2.3. Интеллект	162
3.1.3. Сопоставление стереотипных черт у китайцев и русских	175

3.2. Зависимость стереотипов китайцев и русских от изучения языка и пребывания в стране	178
3.2.1. Стереотипы, сформированные у китайцев относительно русских, в зависимости от изучения русского языка и пребывания в России	179
3.2.2. Стереотипы, сформированные у русских относительно китайцев, в зависимости от изучения китайского языка и пребывания в Китае	189
3.2.3. Сопоставление влияния факторов «изучение языка» и «пребывание в стране» на гетеростереотипы у китайцев и русских	199
3.3. Стереотипные признаки при оценке методом семантического дифференциала	204
3.3.1. Оценки разных этногендерных групп китайскими женщинами	205
3.3.2. Оценки разных этногендерных групп китайскими мужчинами	207
3.3.3. Оценки разных этногендерных групп русскими женщинами	209
3.3.4. Оценки разных этногендерных групп русскими мужчинами	211
3.3.5. Сопоставление распределений оценок разных групп респондентов	212
3.4. Выводы	216
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	220
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	227
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. АНКЕТЫ	247
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. РЕАКЦИИ ИНФОРМАНТОВ ОТНОСИТЕЛЬНО КИТАЙЦЕВ	257
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. РЕАКЦИИ ИНФОРМАНТОВ ОТНОСИТЕЛЬНО РУССКИХ	283
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. МЕДИАНЫ ОЦЕНОК ПО ПРИЗНАКАМ	309

ВВЕДЕНИЕ

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 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 уровнях сознания: 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 двух параметров: детализированности и яркости. Детализированность стереотипа определяется количеством признаков, включенных в ядро и предъядерную зону стереотипа (чем больше стереотипных признаков актуализируется в ответах информантов, тем более детализированным оказывается стереотип); 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 методiku 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 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 (как китайских, так и русских), но не характерен для русских мужчин. Полученные данные 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 также 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 применить 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 китайцы 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, Заключение, Библиографического списка (230 наименований) и четырех Приложений; текст диссертации включает 36 таблиц и 56 рисунков. Объем основного текста работы (без Приложений) – 246 страниц.

Глава 1. СТЕРЕОТИПЫ И ИХ ИССЛЕДОВАНИЕ В СОЦИОЛИНГВИСТИКЕ

1.1. Понятие «стереотип», разновидности стереотипов

В процессе изучения и исследования законов функционирования общественного знания американский политолог, журналист, социолог Уолтер Липпман впервые ввел в науку термин «стереотип». В своей книге «Общественное мнение», вышедшей в свет в 1922 г. У. Липпман разъясняет свою теорию стереотипа. По мнению У. Липпмана, стереотип является упорядоченным, схематичными, упрощенными и обусловленными культурой представлениями о явлениях и предметах действительности [Липпман 2004]. Такие представления возникают не из собственного опыта человека, а из воспринятого им заранее сформированного мнения социума.

У. Липпман утверждает, что реальный внешний мир слишком велик и объемён, вследствие чего человеку трудно воспринять его непосредственно. Если у человека в сознании заранее сформированы системы восприятия явлений и предметов действительности, то они становятся когнитивными моделями, которые доминируют в процессе принятия и обработки информации. То, что человек видит и слышит, он пытается понять с помощью этих существующих в голове когнитивных моделей. И это позволяет человеку быстрее обрабатывать полученную информацию. Таким образом, человек экономит усилия в процессе восприятия. Стереотипы являются именно такими когнитивными моделями. Иными словами, стереотипизация выполняет функцию экономии или минимизации когнитивных усилий.

Итак, У. Липпман указывает на две причины формирования стереотипов: первая причина – это экономия усилий при восприятии сложных социальных явлений; вторая – закрепление ценностей и позиций человека в обществе [там же].

В книге «Общественное мнение» У. Липпманом были выделены четыре характеристики стереотипов [там же]. Во-первых, стереотипы всегда проще реальности, отражая далеко не все свойства и черты действительности. Во-

вторых, человек получает стереотипы в готовом виде через масс-медиа, коммуникацию с другими людьми и т. д., а не формулирует их из собственного опыта. Например, почти все китайцы думают, что русские мужчины пьянствуют потому что в китайском интернет-сегменте довольно часто пишут, что русские мужчины чрезмерно употребляют алкоголь. В-третьих, стереотипы в большей или меньшей степени ложны, они всегда приписывают конкретному человеку черты, которыми он обязан обладать лишь из-за своей принадлежности к определенной группе [Липпман 2004]. Примером этого аспекта стереотипов может являться представление иностранцев о том, что все китайцы хорошо разбираются в математике. В-четвертых, стереотипы характеризуются устойчивостью. Даже если человек узнает, что его стереотипы о конкретной социальной группе далеко не соответствуют действительности, он все-таки не отказывается от этих стереотипов, считая, что существует исключение.

Долгое время стереотипы рассматривались как отрицательное социальное явление. В то же время в своей работе У. Липпман утверждает, что стереотип двойственен: он может быть как позитивной, так и негативной установкой [там же]. При анализе негативных сторон стереотипов мы должны и учитывать и их позитивные стороны, а именно, то что стереотипы включают формирование и поддержание групповых ценностей, идентификацию социальных групп, экономию усилия. Главное знать, что сущность стереотипов (как позитивных, так и негативных) зависит от конкретной ситуации.

Положительные стереотипы помогают человеку прийти к решению или сделать какой-то выбор. Человеку не надо тратить лишнее время и усилия на обдумывание проблемы, стереотип уже включает в себя решение. Например, в наше время принято уважать пожилых людей, защищать детей и быть доброжелательно настроенным по отношению к другим людям, помогать им. Такая модель поведения давно уже стала стереотипными правилами поведения человека. Никто не думает о необходимости и закономерности этого поведения. Можно сказать, что стереотипы такого типа ускоряют реакцию человека и очень полезны для прогнозирования поведения других людей.

Говоря об отрицательных стереотипах, нельзя не указать, что социальные стереотипы, основанные на ложных представлениях, усиливают неадекватные, антисоциальные модели поведения. Такого рода стереотипы могут вводить человека в заблуждение и даже способствовать проявлению у человека негативного отношения к другим людям. Например, существует предвзятое отношение к представителям мусульманских стран, и стереотип, что они могут оказаться связанными с террористическими организациями, ведет к ограничению общения людей немусульманских стран с мусульманами.

У. Липпман подчеркивает, что стереотипы заставляют человека однотипно, клишированно оценивать предметы и явления в обществе, из-за чего он игнорирует различные детали сложных вещей и событий. У. Липпман призывает людей не торопиться делать выводы, быть бдительными, не допускать «онемения» и «тупости» [Липпман 2004: 139], поскольку, когда человек не наблюдает, не мыслит, он теряет способность проникать в суть вещей. То есть, по мнению У. Липпмана, человек должен сам прийти к выводу после наблюдения и размышления.

В то же время У. Липпман выдвигает тезис о том, что «общественное сознание поставляет информацию в виде цельных, внутренне не дифференцированных стереотипов нормативно ориентирующего поведения, благодаря чему осуществляется стабилизирующая функция социального контроля, функция преемственности культуры» (цит. по [Гаранович, 2011: 14]). У. Липпман особо подчеркивает важность средств массовой информации, так как СМИ не только являются главным создателем «псевдо-окружающей среды», но и оказывают огромное влияние на формирование, поддержание и изменение социальных стереотипов. По мнению подавляющего большинства ученых, распространять стереотипы очень просто, их можно навязывать с помощью средств массовой информации.

Существует три этапа в формировании стереотипа. В своей книге «Средства информации для миллионов» американский ученый Р. О'Хара подробно определил «эти три этапа – это выравнивание (leveling), усиление (sharpening)

и ассимиляция (assimilation). В результате указанных этапов сложный объект превращается в определенную схему с уже известными признаками. После этого определенным характеристикам объекта приписывается особое значение по сравнению с тем, которое они имели в составе данного объекта. Затем выбираются «выравненные» и «усиленные» признаки объекта для построения наиболее близкого и понятного для конкретного человека образа. Реакция его в данном случае будет автоматической. По мнению Р. О'Хара, интенсивность этой реакции пропорциональна силе эмоционального воздействия» [O'Hara, 1961: 295].

Социальные стереотипы часто используются как эталон оценки и восприятия того или иного социального объекта, однако они не представляют собой адекватных представлений, так как категоричны и в немалой степени субъективны. По утверждению У. Липпмана, стереотипы разделяют все окружение человека на две части – «знакомое» (значит априори «хорошее») и «незнакомое» (соответственно, что-то «плохое»). Кроме того, «стереотип предполагает эмоционально окрашенную оценку окружающей действительности, он в высшей степени заряжен чувствами» [Питерова, Тетерина, 2016: электр. ресурс]. Социальные стереотипы всегда отражают групповые ценности и чувства, соотносятся с системой ценностей и поведения социальных групп. Такого рода объяснение социальных стереотипов широко распространено, что показывает важную функцию стереотипов в обществе. Можно сказать, что теория У. Липпмана о стереотипах заложила основу для исследований стереотипизации, которые продолжаются и сегодня.

Изначально исследователи рассматривали социальные стереотипы как ложные, предвзятые суждения, которые лишены логики (см., например [Адорно 2001]). Сформировалось негативное отношение к стереотипу: он интерпретировался как ошибочная оценка или предвзятые представления о социальных явлениях или группах. Только после выдвижения гипотезы американского психолога О. Клейнберга стали популярными суждения о существовании некоего «зерна истины» в стереотипе [Klineberg 1950]. По мнению исследователя, доля истинных знаний в стереотипе превышает долю ложных.

Позднее стереотипизация воспринималась как важный и необходимый когнитивный процесс, который значимо сказывается на поведении индивида. Исследователи считали, что стереотипы являются неотъемлемым признаком психики человека, а стереотипные суждения и оценки определяются накопленным общественным опытом и повторяющимися явлениями и свойствами общественного сознания [Агеев 1986; Куницына 1971; Росс, Нисбет 1999; Трусов 1980; Шихирев 1971; Forgas 1981; Hamilton, Gifford 1976; Hewstone 1996; McCauley, Stitt 1978 и др].

В начале 60-х гг. прошлого века были раскрыты новые аспекты изучения социальных стереотипов. Исследователи начали обращать внимание на «влияние личностно-психологических особенностей человека на механизмы процесса стереотипизации, анализ главных структурно-динамических особенностей социальных объектов и ситуаций и способ формирования социальных стереотипов» [Мельник 1996: 159]. Однако ученые не имеют единого мнения относительно природы и сущности стереотипов. Одни считают, что стереотипы общественного сознания всегда организованы и функционируют в соответствии с определенным социальным порядком и зависят от условий социализации, а не от элементов чувственной природы восприятия. Другие, напротив, особо подчеркивают роль чувственного опыта в процессе формирования стереотипов. Третьи согласны с тем, что стереотипы возникают стихийно, но отмечают, что стереотипы сознательно поддерживаются с помощью априорных суждений, которые внедряются в повседневное сознание. Такие априорные суждения проникают во все аспекты нашей жизни и, в конце концов, приобретают силу нравственных правил [там же].

На изучение социальных стереотипов в значительной степени повлияли теории О'Хара и Г. Тэджфел. Согласно этим двум исследователям, индивид принимает активное участие в процессе стереотипизации как представитель некой социальной группы. И О'Хара, и Г. Тэджфел утверждают, что формирование стереотипов в сознании индивида зависит от представлений той социальной группы, к которой он принадлежит [О'Хара 1961; Tajfel 1984]. При

этом О'Хара акцентирует внимание на том, что стереотип является не только и не столько продуктом социализации, сколько следствием воздействия на социальную сферу средств массовой коммуникации [О'Хара 1961: 45–76].

Г. Тэджфел, представитель социального конструктивизма, рассматривал процесс стереотипизации в связи с социальной идентичностью. По мнению Г. Тэджфела, социальная идентичность является частью «Я-концепции» человека, т. е. идентичность человека проистекает из его осознания своей принадлежности к одной или нескольким социальным группам вместе с эмоциональной и ценностной значимостью, придаваемой данной принадлежностью. Существует три шага в формировании социальной идентичности: первый шаг – социальная категоризация (индивид сам определяет, к какой социальной группе принадлежит, например, определяет свою национальность); второй шаг – социальная идентификация (индивид усваивает нормы и стереотипы поведения социальной группы, к которой он принадлежит); третий шаг – социальная идентичность (индивид приписывает себе усвоенные нормы и стереотипы социальной группы, затем эти усвоенные нормы и стереотипы становятся внутренним регулятором социального поведения индивида) [Tajfel 1984]. Анализируя эти три шага в формировании социальной идентичности, Г. Тэджфел делает следующие выводы:

- индивид получает социальную идентичность через категоризацию и идентификацию (здесь социальная идентичность становится частью «Я-концепции»);
- индивид стремится к положительной «Я-концепции»;
- социальная группа, к которой индивид себя приписал, должна осуществлять полезный вклад в «Я-концепцию», что вызывает дифференцирование категорий данной социальной группы от других категорий;
- индивид сравнивает свою группу с другими на основании своих предпочтений, в результате чего появляется дифференциация социальных групп [там же].

Эта теория не только помогает выявить механизм формирования социальной идентичности, но и закладывает основы современной теории стереотипов, которая объясняет причины дискриминационных стереотипов.

В книге “Intergroup behavior” («Межгрупповое поведение») Г. Тэджфел подводит итоги исследований в сфере социальных стереотипов:

- 1) люди с легкостью проявляют готовность характеризовать обширные человеческие группы (или социальные категории) недифференцированными, грубыми и пристрастными признаками;
- 2) такая категоризация отличается стабильностью в течение очень длительного времени;
- 3) социальные стереотипы в некоторой степени могут изменяться в зависимости от социальных, политических или экономических изменений, но этот процесс происходит крайне медленно;
- 4) социальные стереотипы становятся более отчетливыми («произносимыми») и враждебными, когда возникает социальная напряженность между группами;
- 5) они усваиваются очень рано и используются детьми задолго до возникновения ясных представлений о тех группах, к которым они относятся;
- 6) социальные стереотипы не представляют большой проблемы, когда не существует явной враждебности в отношениях групп, но в высшей степени трудно модифицировать их и управлять ими в условиях значительной напряженности и конфликта

(цит. по [Агеев 1986: 95–96]).

Особого внимания заслуживает исследование швейцарского психолога В. Дуаза, посвященное психологическим и социальным особенностям процессов стереотипизации. В своих работах В. Дуаз выделяет четыре уровня стереотипов – личностный, межличностный, социальный и идеологический. На первом уровне личностно-психологические особенности действуют в индивидуальном сознании, затем в сознании индивида формируются представления о

своей социальной среде. Согласно В. Дуазу, формирование отношений к окружающей среде неизбежно подвергается влиянию со стороны различных социальных факторов. Поэтому образование социальных стереотипов на первом уровне имеет отношение к представлениям, образующимся на втором уровне, т. е. в ситуации межличностного общения. На третьем уровне в межгрупповой коммуникации образуются коллективные представления. На четвертом уровне формируются идеологические представления, которые находятся под влиянием исторических условий. Здесь идеология выступает в качестве интегрирующего фактора всего общества [Doise 1978]. В целом, В. Дуаз уделяет много внимания исследованиям стереотипов, формирующихся на первом и втором уровнях, и рассматривает третий уровень, где важное место занимают этнические стереотипы.

На изучение соотношения индивидуального и социального в стереотипе также обращает внимание Э. Вайнеки, который полагает, что в целях выявления специфики формирования стереотипа об объекте необходимо различать представления об интенциональных и экстенциональных свойствах объекта [Vinacke 1957]. Интенциональные свойства, по мнению исследователя, являются свойствами объекта, приписываемыми субъектом и имеющими для него важное значение в конкретной ситуации, которое может отличаться от того значения, которое придают этому свойству другие люди. А экстенциональные свойства представляют собой свойства, имеющие всеобщее, универсальное значение для всех людей. Э. Вайнеки утверждает, что стереотип может основываться как на интенциональных, так и на экстенциональных свойствах [там же].

Соотношение индивидуального, группового и общественного в стереотипе может рассматриваться с другой точки зрения. Например, Т. Шибутани под социальным стереотипом понимает «популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей, с точки зрения какого-то легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей» [Шибутани 1999: 101]. По концепции

Т. Шибутани, эти абстракции образуются на основе сочетания типичных форм поведения определенной части представителей социальной группы.

У. Квастхофф определяет социальный стереотип как «вербальное выражение убеждения, касающегося социальной группы или представителей социальной группы. Стереотип имеет логическую форму оценочного суждения, которое в упрощенном и обобщенном виде приписывает группе те или иные свойства или модели поведения или отказывает группе в наличии тех или иных свойств или моделей поведения» [Квастхофф 2013: 116]. По этому определению выделяются два существенных признака стереотипов: способность к упрощению и обобщению и тенденция к оценочности и эмоциональности. У. Квастхофф придерживается мнения о том, что стереотип может лингвистически описываться как высказывание/предложение. Такая трактовка важна для лингвистической интерпретации понятия «социальный стереотип», поскольку, чтобы быть стереотипом, определенные слова и словосочетания должны его выражать и постоянно повторяться в речи представителей всего языкового и культурного сообщества [Гаранович 2020].

Итак, большинство исследователей рассматривает социальный стереотип как склонность воспринимающих субъектов легко и быстро классифицировать воспринимаемые объекты по определенным категориям в зависимости от их гендера, возраста, этноса, профессии и т. д. и приписывать объектам те качества, которые считаются для них типичными [Агеев 1986: 95].

До конца 50-х гг. прошлого века в российской науке не употреблялось понятие «стереотип», однако уделялось внимание проблеме шаблонов поведения человека. В своих трудах П.А. Сорокин, используя вместо термина «стереотип» термин «шаблон поведения», отмечал, что многие процессы и формы поведения предварительно зафиксированы в той или иной форме и исполняются большинством представителей социальной группы [Сорокин 1992: 13]. Кроме этого, шаблоны поведения образуются на основе определенного типа взаимодействия членов группы [там же]. Однако П.А. Сорокин описывал

только механизм функционирования стереотипов в социокультурных группах, не объясняя причину этого механизма.

В 60-х гг. прошлого века российские ученые начали обращать внимание на исследование стереотипа как социального феномена и попытались объяснить «стереотип» как научное понятие. Так, В.А. Ядов определял стереотип как «чувственно окрашенные социальные образы» [Ядов 1960: 47-58]; И.С. Кон считал, что стереотип является накопленным групповым опытом и регулирует поведение человека в процессе социализации [Кон 1966: 3–5]. П.Н. Шихирев выделял четыре аспекта исследования социального стереотипа: 1) когнитивный аспект, т. е. рассмотрение стереотипа как составной части когнитивного процесса и результатов стереотипизации; 2) аффективный аспект, т. е. изучение стереотипа как оценочно-эмоционального явления; 3) социально-психологический аспект, т. е. исследование стереотипа как образа представителя какой-то социальной группы; 4) социологический аспект, т. е. рассмотрение стереотипа как важного фактора, влияющего на становление и деятельность социальных групп [Шихирев 1971].

В целом в начале исследования стереотипа в российской науке чаще всего определяли стереотип как «образ» или «набор качеств», как эмоционально-оценочные образы, необъективно отражающие социальную действительность. Однако на сегодняшний день российские ученые стали подходить к понятию «стереотип» более осторожно, отмечая, что стереотип является комплексным образованием и его нельзя оценивать только с отрицательной стороны [см.: Агеев 1986, 1987, 1990; Васильева 1988; Сорокин 1992; Стефаненко 1987, 1999 и др.]. В современной социологии принято считать, что стереотип вполне объективно выполняет необходимую функцию, позволяя быстро и достаточно надежно совершать категоризацию, тем самым упрощать восприятие человеком социального окружения.

На протяжении всей истории исследований стереотипов ученые выявляли множество разновидностей стереотипов на основе различных критериев классификации. Цель такого описания стереотипов заключается в углублении

научного понимания этого явления и систематизации представлений о различных видах стереотипов.

Рассмотрим классификации стереотипов по различным основаниям.

1. По субъекту стереотипизации.

Классификация стереотипов по субъекту процесса стереотипизации, т. е. по носителям стереотипа, предполагает два типа стереотипов – общественные и индивидуальные. Первые в американской социальной науке определяются как «культурные стереотипы» [Нельсон 2003]. В отличие от американских ученых, российские исследователи употребляют термин «социальные стереотипы» [Семендяева 1986; Стефаненко 1999].

По утверждению американских ученых, культурные (общественные) стереотипы – это всеми принимаемые и общие для всех представителей данной культуры паттерны представлений и убеждений [Нельсон 2003: 21]. Нам кажется, что такого рода определение слишком генерализировано. Существуют такие стереотипы, которые все члены социальных групп знают, однако не все члены общества принимают эти стереотипы и используют их как эталон поведения. Можно сказать, что стереотипы «разделяемы достаточно большим числом индивидов в пределах социальных общностей» [Стефаненко 1999: 244]. Значит, общественные стереотипы отличаются высоким уровнем согласованности. Отнесение какого-либо стереотипа к общественным не обозначает, что данный стереотип соответствует представлениям всех членов определенной социальной общности. Поскольку в обществе существуют различные группы, выделим еще стереотипы, отражающие вариацию внутри общественных стереотипов – коллективные (или групповые) стереотипы.

Под индивидуальными стереотипами понимается набор качеств, приписываемых представителям группы конкретным человеком. Индивидуальные стереотипы могут совпадать с общественными стереотипами, или противоречить им, поскольку формирование индивидуальных стереотипов находится под влиянием личностно-психологических особенностей, функционирующих в индивидуальном сознании. В связи с этим, индивидуальные стереотипы

также называют социально-психологическими стереотипами [Семендяева 1986].

Различие между общественными и индивидуальными стереотипами состоит в их распространенности. Индивидуальные стереотипы разных людей менее похожи друг на друга, чем их общественные стереотипы. Изучение общественных стереотипов позволяет узнать о распространенности каких-либо стереотипных представлений, а выявление индивидуальных стереотипов – прогнозировать поведение конкретного человека. Разделение стереотипов на общественные, коллективные (групповые) и индивидуальные отражает философские категории общего, особенного и частного.

Стоит указать, что в научной литературе стереотипы не так часто подразделяются по субъекту стереотипизации. Однако такая классификация стереотипов очень важна не только с теоретической, но и с методологической точки зрения. Ученым следует четко понимать, исследуют ли они общественные, или коллективные стереотипы определенной группы, или их проекцию на личностно-психологическом уровне. Определив объект исследования, ученые подбирают подходящий метод исследования.

2. По объекту стереотипизации.

Классификации по объекту процесса стереотипизации позволяет выделить несколько типологий стереотипов разных порядков.

Типология первого порядка основана на широком диапазоне возможных объектов стереотипизации, которыми могут стать любой предмет, явление или фактическое событие. Такую типологию поддерживает, например, П.Н. Донец. Он предлагает группировать стереотипы на «личностные, имеющие отношения к лицам как членам определенных социальных сообществ, и вещественные, событийные и т. д» [Донец 2001: 183–188]. Событийные стереотипы основаны на восприятии конкретных событий; так, П.Н. Донец проводит следующий пример событийного стереотипа: «11-е сентября 2001 года – исламский терроризм» [там же].

Антропостереотипы являются стереотипами, относящимися к человеку. Их можно разделять на два подвида, принадлежащих типологии второго порядка. Первый подвид – стереотипы персоналий, для которых приписываются отдельному человеку. Например, говоря о Джеки Чане, мы вспоминаем китайское боевое искусство. Второй подвид – социальные стереотипы, касающиеся какой-либо социальной группы или человека как члена данной группы.

«Наряду с антропостереотипами следует выделить предметные стереотипы, относящиеся к предметам в самом широком, философском смысле слова» [Сорокина 2013: 125]. В этом случае объектами стереотипизации могут быть физические предметы (с точки зрения П.Н. Донца, это вещественные стереотипы) и понятие (стереотипы о понятиях также называются понятийными стереотипами). Следуя за П.Н. Донцом, также выделяем событийные стереотипы, касающихся конкретных событий.

Как известно, исследованиям социальных стереотипов всегда уделяется много внимания. Рассмотрим выделение разнообразных видов социальных стереотипов. С учетом социальных групп, подвергающихся стереотипизации, выделены такие часто встречаемые социальные стереотипы: гендерные, национальные (этнические), возрастные, профессиональные, расовые, религиозные, региональные, политические, классовые и т. д. По сути дела, сколько социальных групп существует в обществе, столько видов социальных стереотипов можно выделить.

3. По эмоционально оценочным компонентам.

Классификация стереотипов, основанная на эмоционально-оценочных компонентах содержания стереотипов, позволяет подразделить позитивные и негативные стереотипы. Термины, используемые разными авторами для данных типов стереотипов, могут варьировать. Так, У. Квастхофф по данному параметру предлагает классификацию стереотипов на отрицающие (агрессивное содержание) и утверждающие (безобидное содержание) [цит. по: Демьянков 1996: 177].

Стоит подчеркнуть, что стереотипы с разным эмоционально-оценочным содержанием могут обладать одинаковыми когнитивными компонентами и предполагать одно и то же качество, придаваемое какой-либо группе. Иначе говоря, когнитивные компоненты стереотипов совпадают, а эмоционально-оценочные отличаются друг от друга.

4. По типу процесса формирования.

С позиции процесса формирования стереотипов они могут подразделяться на «дедуктивные и индуктивные» [Елизарова 2005]. Первые «формируются у индивида в процессе социализации в виде готового образа, затем абстрактное обобщенное представление прилагается к каждому без исключения носителю некоторой культуры» [там же: 162]. Индуктивные стереотипы образуются в зависимости от непосредственного контакта человека с представителями другой группы.

5. По степени вариативности.

Стереотипы могут варьироваться от таких социальных параметров человека, как гендер, возраст, уровень образования, специальность и т. д. [Гаранович 2020]. Таким образом, степень изменяемости стереотипов также может служить критерием для их классификации. Базируясь на данном критерии, ученые предлагают одинаковые по сути классификации, но используют разные названия видов стереотипов: У. Квастхофф делит стереотипы на «закостенелые и гибкие» [Quasthoff 1989]; С.В. Гладких предлагает классификацию стереотипов на «устойчивые и подвижные» [Гладких 2001] и т. п.

6. По степени адекватности отражения действительности.

Еще один значимый параметр для классификации стереотипов, который играет большую роль в эффективности коммуникации, – это степень адекватности отражения действительности. По данному параметру стереотипы разделяют на истинные и ложные. Если стереотипы в целом точны, то они помогают людям избегать проблем в коммуникации, в том числе и в межкультурной. Если, наоборот, стереотипы содержат ложные части, то они могут провоцировать враждебные отношения между коммуникантами. Необходимо учитывать,

что истинность и ложность стереотипов зависит от конкретной ситуации. В целом истинный стереотип, в определенной ситуации может оказаться неадекватным отражением действительности. Кроме этого, нет абсолютно истинного стереотипа, поскольку, будучи упрощенным или обобщенным представлением, стереотип никогда не может отвечать каждому конкретному факту реальности.

7. По сфере функционирования.

Кроме вышеназванных, существует классификация стереотипов, основанная на сфере их функционирования. Это стереотипы поведения и стереотипы сознания. Стереотипы поведения – «это устойчивое, регулярно повторяющееся поведение социокультурной группы и принадлежащих к ней индивидов, которое зависит от функционирующей в этой группе ценностно-нормативной системы» [Викентьев 2007: 65]. Они очень тесно связаны со стереотипами сознания, которые являются основой для образования стереотипов поведения, и в которых фиксируются разные представления, содержащиеся в ценностно-нормативной системе какой-либо группы. Именно поэтому, стереотипы сознания предоставляют модели поведения, а стереотипы поведения вводят данные модели в деятельность человека.

Для социологического исследования этих двух видов стереотипов применяются разные методы. Главным методом изучения стереотипов поведения является наблюдение, цель которого состоит в выделении повторяющихся действий [Меренков 2001]. Существуют также методы, направленные на исследование стереотипов сознания: «метод углубленного интервью, использования вопросов-ответов, метод полярных профилей, метод семантического дифференциала, ассоциативная методика и рисуночная методика» [там же].

Итак, существует большое количество критериев для классификации стереотипов, на основании которых выделяется большое количество разновидностей стереотипов. Разработанная типология стереотипов выявляет структурную вариативность стереотипов, их объективные и субъективные элементы, процесс формирования и функционирования в социуме, а также разнообразие характеристик стереотипов.

1.2. Авто- и гетеростереотипы

В настоящем исследовании будут исследоваться представления китайских и русских женщин и мужчин относительно себя и друг друга, поэтому в данном разделе подробно рассмотрим классификацию социальных стереотипов по отношению «свой»/«чужой». По этому критерию стереотип разделяется на автостереотип и гетеростереотип.

Автостереотип является представлением какой-то социальной группы о самой себе, а гетеростереотип – оценочные взгляды данной группы о других социальных группах. Ученые предлагают разные термины: О.А. Леонтович использует термины эндостереотипы и экзостереотипы [Леонтович 2005], английский ученый Э. Кастано употребляет термины in-group (внутригрупповой) и out-group (внегрупповой) стереотип [Castano, Paladino, Coull 2002].

Природу авто- и гетеростереотипов с точки зрения этнических стереотипов раскрывает Г.У. Солдатова, рассматривая их как систему в этническом самосознании. В книге «Психология межэтнической напряженности» она выдвигает свою концепцию и пишет: «Автостереотип и гетеростереотип – не автономные единицы, а структурно взаимосвязанные компоненты единого целостного образования личностного и группового самосознания» [Солдатова 1998: 70]. В процессе контактов этносов автостереотипы как представления, интегрирующие этносы, и гетеростереотипы как представления, дифференцирующие этносы, взаимно способствуют формированию. Эта трактовка также совпадает с релятивистской теорией нации А.Г. Здравомыслова: «“Мы” – данная нация – обнаруживаем свое бытие прежде всего в отношении к “ним”, к “другим”. И то, как “нас” воспринимают другие, оказывается одним из самых важных моментов для нашего собственного мироощущения» [Здравомыслов 2001: 104]. Иными словами, каждая этническая группа соотносится с рядом этнических сообществ, с которыми всегда идет сравнение в сфере культуры и психологии. Это сравнение представляет собой часть содержания этнического самосознания. В сознании каждого человека имеется образ своего народа и об-

разы других народов. Своя этническая группа более или менее противопоставляется другим группам, например, китайцы трудолюбивые, а русские ленивые, китайцы улыбочивые, а русские суровые. Таким образом, выполняется функция этнических стереотипов – поддержание и защита положительной коллективной идентичности и дифференциации этнических групп.

Разное количество гетеростереотипов у разных народов показывает категорию «они» или «чужие». Этнический стереотип отражает далеко не две, а больше этнических действительностей. Количество гетеростереотипов в системе этнического стереотипа находится под влиянием не только истории межэтнических отношений, но и наличия среды прямого контакта между народами. При этом не только количество, но и значимость гетеростереотипов в разной степени поддается влиянию вышеперечисленных факторов.

Взаимообусловленность автостереотипов и гетеростереотипов связана также с явлением «ингруппового фаворитизма». А.П. Садохин в работе «Введение в теорию межкультурной коммуникации» пишет, что «ингрупповой фаворитизм подразумевает формирование более позитивного образа собственной культуры по сравнению с другими» [Садохин 2005: 236]. Иначе говоря, человек сознательно или несознательно предпочитает свою группу, а не другие группы. Если говорится о национальной общности, то чаще используется термин «этноцентризм», который был введен американским исследователем У. Самнером в 1906 г. [Самнер 1998]. По мнению У. Самнера, люди склонны смотреть на мир таким образом, чтобы их группа находилась в центре всего, а все остальные группы оценивались, ссылаясь на нее. Отсюда видно, что структура авто- и гетеростереотипов выполняет важную функцию в поддержании механизма этноцентризма в восприятии и взаимодействии между группами.

Однако, важно понять, что авто- и гетеростереотипы не обязательно показывают противоположные образы. По результатам исследования, проведенного в 1987 г., Т.Г. Стефаненко установила, что образы своей и чужой групп дополняют друг друга. В ее исследовании московские студенты характеризовали типичного советского человека и типичного американца. В результате и

«свой» образ (советского человека), и «чужой» образ (американца) получились довольно позитивными.

Тем не менее большинство ученых замечают более положительную окраску автостереотипа, чем гетеростереотипа. Г.У. Солдатова отмечает, что «автостереотипы в большинстве случаев монотонно позитивны, а гетеростереотипы имеют гораздо более широкий эмоциональный диапазон. Если отношение к собственной группе, как правило, колеблется в рамках приязни, то отношение к другим этническим группам может варьировать от почитания до ненависти» [Солдатова 1998: 74].

Кроме эмоционально-оценочной окраски авто- и гетеростереотипов, стоит выделять еще одно важное их различие. Г.У. Солдатова указывает, что «по содержанию гетеростереотипы более гомогенны и монолитны, а автостереотипы более разнообразны и комплексны» [там же: 74], причина чего заключается в дефиците информации при формировании гетеростереотипов и детализированном знании в автостереотипах. Чем более интенсивный контакт имеют группы, тем разнообразнее гетеростереотипные образы. Кроме этого, автостереотипы неоднородны в связи с внутриэтническим делением, что объясняется влиянием таких факторов, как территориальные, этнокультурные, религиозные, языковые и т. п. факторы, действующие внутри «своего» социума [там же].

Отметим еще одно различие между авто- и гетеростереотипами: гетеростереотипы более проективны [там же]. В автостереотипах содержатся те характеристики, которые одобрены в данной этнической общности, а в то же самое время, как утверждают Р.А. Ливайн и Д.Т. Кэмпбелл, «гетеростереотип служит резервуаром для отрицательных качеств, нежелательных в собственной культуре и поэтому отчуждаемых» (цит. по: [Солдатова 1998: 75]). Ссылаясь на результаты социологических исследований Л.Д. Гудкова, Г.У. Солдатова пишет также: то, что «неприятно и болезненно воспринимается у себя, усиливается у других», но и то, что «ценится у себя, приумножается у других» [там же]. Отсюда имеется основание полагать, что гетеростереотипы в какой-то степени являются проекцией автостереотипов.

Различия между автостереотипами и гетеростереотипами отражают уровень взаимопонимания между этническими группами и уровень их этнической идентичности, что «включает осознание человеком своей принадлежности к определенной этнической общности» [Стефаненко 2009: 9]. Это очень важный критерий, потому что чем выше уровень идентичности, тем больше вероятности роста этнической терпимости.

Вышеуказанные характеристики авто- и гетеростереотипов будут использоваться нами для исследования и анализа результатов анкетирования, содержащих автостереотипы китайцев и русских, и гетеростереотипов двух этносов друг о друге.

1.3. Стереотипы разных социальных групп

1.3.1. Этнические стереотипы

Этнические стереотипы, будучи одним из видов социального стереотипа, являются «схематизированным образом своей или чужой этнической общности», они представляют собой «упрощенное (иногда одностороннее или неточное, искаженное) знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа», и на его основе «складывается устойчивое и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или о самой себе» [Крысько 2002: 133]. Иными словами, этнические стереотипы характеризуются упрощенностью, устойчивостью, повышенной оценочно-эмоциональной окраской и чаще всего неточностью. Кроме этого, В.Г. Крысько отмечает и такие признаки этнических стереотипов, как образность, символичность и субъективность [там же].

В.А. Маслова под этническими стереотипами понимает «представления о качествах своего собственного и чужого народов», констатирует, что они характеризуются «полярностью оценок, жесткой их фиксацией, интенсивной аффективной коннотацией, устойчивостью» [Маслова 2008: 32]. Н.В. Уфимцева отмечает, что «этнические стереотипы недоступны саморефлексии “наивного”

члена того или иного этноса и являются фактами поведения и коллективного “бессознательного”, им невозможно специально обучать» [Уфимцева 1994: 97].

Этнические стереотипы являются результатом специфических интерпретаций внешнего мира с ориентацией на собственную культуру. Они формируются на основе действия механизма упрощения, т. е. выделения и обобщения устойчивых свойств внешнего мира, выявления простых основных признаков для раскрытия сложных явлений, а также на основе механизма конкретизации, т. е. объяснения абстрактных понятий через конкретные образы, которые доступны всем членам данного этноса [Мучкина 2010: 110].

Этнические стереотипы функционируют в общественном, коллективном и индивидуальном сознании, и обладают разными механизмами образования, укрепления и проявления. По этим механизмам этнические стереотипы можно делить на этнические стереотипы поведения и этнические стереотипы мышления. С.В. Гладких, рассматривая этнические стереотипы в связи с проблемами межкультурного общения, утверждает, что первая группа стереотипов возникает в течение долгой истории и проверена на опыте. Эти стереотипы являются инструментом передачи нравственного и социального опыта этноса. Такие стереотипы устойчивы и не поддаются влиянию культурных изменений. Вторая группа стереотипов образуется стихийно в ходе межкультурной коммуникации, контакта между этносами и с помощью средств массовой коммуникации. Такого рода стереотипы чаще неустойчивы, изменчивы и испытывают влияние таких внешних факторов, как политические, экономические, социальные и культурные [Гладких 1999: 59–60]. Большинство стереотипов второй группы негативны, однако они имеют как положительные, так и отрицательные стороны. Положительные стороны проявляются в защите этнических ценностей, а отрицательные стороны приводят к формированию барьера в общении между этносами, что может вызывать конфликты.

Этнические стереотипы выступают опорой человека в диалогах между разными культурами. В межкультурной коммуникации они выполняют следующие функции:

- 1) познавательную функцию, которая заключается в том, что этнические стереотипы формируют образы внешнего мира и образ своего мира [Стефаненко 2006: электр. ресурс];
- 2) защитную функцию, которая проявляется в сохранении традиционных ценностей по отношению как к своей группе (автостереотипы), так и к другим группам (гетеростереотипы) [там же];
- 3) коммуникативную функцию, которая состоит в обмене информацией между представителями «своего» и «чужих» сообществ [там же];
- 4) функцию социально-этнической интеграции, которая заключается в том, что, с одной стороны, этнические стереотипы поддерживают внутреннюю связь общности и оппозицию к другим общностям, с другой стороны, удовлетворяют потребность экономить когнитивные усилия [Бартминьский 2005];
- 5) манипулирующую функцию, которая состоит в том, что в определенных случаях этнические стереотипы могут использоваться как орудие, оказывающие воздействие на массы для достижения идеологических и политических целей [Михайлова 1999; Cala 1992; Seidenspinner 1996].

Некоторые ученые указывают, что нужно различать понятия «национальные» и «этнические» стереотипы [Гасанов 1994; Степанова 1999; Налчаджян 2004]. Считается, что национальные стереотипы отражают характеристики только сформировавшихся наций, а этнические стереотипы являются более широким понятием, чем национальные стереотипы. Они включают в себя характеристики многих этносов, на которых основываются нации [Горшунова 2009: 48]. А.А. Налчаджян утверждает, что национальные стереотипы являются результатом функционирования национальных традиций, обычаев и нравов, в которых накоплен исторический опыт наций. Игнорировать их – значит не учитывать естественные различия между этническими общностями [Налчаджян 2004: 197]. Однако в данной работе национальные и этнические стереотипы не разграничиваются, поскольку традиционно социокультурные стереотипы, связанные с выражением культуры народа, в социолингвистике принято называть этническими.

Итак, как один из видов социальных стереотипов – этнические стереотипы – представляют собой схематизированные и упрощенные представления о своей или чужих этнических общностях, характеризующиеся устойчивостью, повышенной оценочно-эмоциональной окраской. Этнические стереотипы образуются на основе действия механизмов упрощения и конкретизации с ориентацией на собственную этническую культуру. Они действуют в общественном, коллективном и индивидуальном сознании и выполняют ряд функций.

1.3.2 Гендерные стереотипы

В науку термин «гендер» был введен впервые американским психологом Р. Столлером в его работе «Пол и гендер: к развитию маскулинности и феминности», вышедшей в свет в 1968 г. Хотя «пол» и «гендер» часто считаются синонимами и неразрывно связаны в повседневной жизни, согласно У. Столлеру, «гендер – это понятие, которое базируется на психологических и культурных пояснениях, достаточно независимых от тех, которые толкуют биологический пол» (Stoller 1968. цит. по: [Гаранович, 2011: 26]). У. Столлер полагает, что пол представляет собой биологический, а гендер – психологический, культурный феномен. Отличаясь от пола, понимаемого как совокупность биологических и анатомических характеристик, понятие «гендер» в дальнейшем используется для определения психологических, социальных и культурных характеристик мужчины и женщины.

На сегодняшний день гендер трактуется как «параметр самоидентификации индивида» [Гриценко 2021: 60]. В процессе социализации у индивида формируется гендерная идентичность [Gagnon, Henderson 1985], что подразумевает принятие индивидом определений маскулинности и феминности в его культурных рамках. В ходе социализации человек усваивает гендерную роль, что в итоге определяет его поведение в обществе при разных ситуациях. На ролевую теорию внимание обращают немало исследователей, например

Р. Линтон [Linton 1936], Т. Парсонс [Parsons 1951; Parsons, Bales 1955], М. Комаровски [Komarovsky 1946], Э. Игли [Eagly 1987] и др. Эта теория подчеркивает динамическую сторону конструирования ролей мужчин и женщин.

Понятие «гендер» включает в себя целый ряд аспектов:

- 1) «социальный пол, то есть половые роли, сконструированные и создаваемые обществом» [Гаранович 2011: 26];
- 2) «совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола» [там же: 26];
- 3) «социальный статус мужчин и женщин, занимающих различное (как правило иерархическое) положение в обществе» [там же: 26];
- 4) «сущностные черты гендера – полярность, противопоставление, неравенство» [там же: 26].

Итак, понятие «гендер» – это способ, путем которого человек, как представитель современного развивающегося общества и изменяющейся культуры, познает себя, воспринимает события и обстоятельства, происходящие вокруг него. Помимо этого, понятие «гендер» также является способом группирования и систематизирования социальных ролей, статусов и поведения, определенных как биологическими, так и социальными и культурными факторами [Гендерные аспекты языка, сознания и коммуникации, 2022].

Согласно Н.Л. Пушкаревой, гендерные исследования прошли четыре этапа развития. Первый этап, начавшийся с 1970-е гг., Н.Л. Пушкарева называет феноменологическим – для него было характерно введение «женского фактора» в гуманитарную науку: историю, философию, литературоведение, лингвистику, психологию и т. п. [Пушкарева 2007]. Второй этап развития изучения гендерных закономерностей характеризуется параллельным «женских» и «мужских» исследованием, т. е. не простым, механическим, введением фактора «гендер» в исследования, а качественного сопоставления мужского и женского индивидуального и социального поведения и его основ. На третьей

стадии (в 1990-е гг.) содержание гендерных исследований расширилось. Внимание стало уделяться проблемам маскулинности и сексуальности. От анализа патриархата и его политики дискриминации и подавления исследователи перешли к рассмотрению гендерных систем, пытаясь выявить различные аспекты общества и культуры в гендерном измерении. В этот период под концепцией гендера стали понимать систему отношений, лежащую в основе социальной стратификации по половому признаку. Четвертый этап развития гендерных исследований характеризуется масштабным и системным изучением всех типов социальной практики женских сообществ [там же].

На последние два этапа развития гендерных исследований включили в сферу интересов ученых и гендерные стереотипы. В наше время существует много стереотипов, возникающих на основе асимметрии женского и мужского гендеров. В любом обществе есть деление на мужчин и женщин, на основе чего конкретное ролевое поведение приписывается гендерным группам. Гендерные стереотипы имеют тесную связь с социальными ролями мужчин и женщин. Американский психолог Э. Игли выдвинул теорию социальных ролей, согласно которой социальные роли порождают гендерные различия. Данные социальные роли сохраняют или подавляют в мужчинах и женщинах поведенческие нормы, влияющие на их восприятие, навыки, установки и опыт [Eagly 1987].

Гендерная социализация проходит в два взаимосвязанных этапа: «а) освоение принятых в обществе моделей мужского и женского поведения, отношений, норм, ценностей и гендерных стереотипов мужчины и женщины; б) воздействие общества, социальной среды на индивида с целью привития ему определенных правил и стандартов поведения, социально приемлемых для мужчин и женщин» [Осипова 2009: 201]. В результате гендерной социализации в сознании индивида формируются определенные обобщенные представления об особенностях социально-разделяемого поведения для мужчин и женщин, о социальных ожиданиях от мужчин и женщин и о видах деятельности, прием-

лемых только для мужчин или женщин [Воронина 2015]. М.В. Гаранович отмечает, что гендерная стереотипизация осуществляется наряду с процессом социализации индивида и касается многих сфер деятельности индивида, например, социальная дифференциация, образованность, культурный фон, уровень научного знания и т. д. [Гаранович 2011: 30–31].

В определении понятия «гендерные стереотипы» пока нет единства. Исследователи рассматривают гендерные стереотипы с разных точек зрения и делают акцент на их разных аспектах. Под гендерными стереотипами понимают личностные характеристики и типичные образы мужчин и женщин [Ashmore, Del Boca, Wohlers 1986].

Для дефиниции гендерных стереотипов К. Ренцетти и Д. Каррэн разрабатывали концепцию и рассматривали их как схематизированные образы маскулинности и фемининности [Renzetti, Curran 1995]. Развивая эту концепцию, М.В. Гаранович добавляет, что образы маскулинности и фемининности социально разделяемы и носят оценочно-эмоциональный характер [Гаранович 2011: 32]. «Гендерные стереотипы – это социально конструируемые категории “маскулинность” и “фемининность”, которые подтверждаются различным в зависимости от пола поведением, различным распределением в обществе социальных ролей и статусов мужчин и женщин, которые поддерживаются психологическими потребностями человека вести себя в социально желаемой манере и ощущать свою целостность, непротиворечивость» [Basow 1992 (цит. по: Гаранович 2011: 32–33)]. Данное определение не только включает основное содержание гендерных стереотипов, т. е. социальные представления о приписываемых мужчинам и женщинам свойствам, но и объясняет факторы социализации и психологии индивида, под влиянием которых формируются гендерные стереотипы.

Н.А. Коноплева определяет гендерные стереотипы как «сформировавшиеся в культуре обобщенные представления (убеждения) о том, как действительно ведут себя мужчины и женщины» [Коноплева 2002: 62]. А.В. Кирилина

понимает под гендерными стереотипами «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [Кирилина 1999: 98–99]. Иными словами, гендерные стереотипы тесно связаны с выражением оценки и оказывают влияние на формирование ожиданий от мужчин или женщин какого-то типа поведения.

Таким образом, в понятие «гендерные стереотипы» должны включаться представления о социальных различиях между мужчинами и женщинами, о достаточно устойчивых, стандартизированных моделях мужского и женского поведения, о социальных ролях и статусах, приписываемых мужчинам и женщинам.

Вопреки мнению исследователей, утверждающих, что гендерные стереотипы формируются не на основе личного опыта человека, а заимствуются в готовом виде в результате процесса социализации старшего поколения [Дежина 2007], Т.Е. Ломова выделяла два уровня в структуре гендерных стереотипов: индивидуальный и социокультурный [Ломова 2004: 29–30]. Индивидуальный уровень, как личностный уровень социального стереотипа в концепции В. Дуаза, включает личные представления о «мужском» и «женском», а социокультурный – социально разделяемые представления. Однако каждый человек включен в деятельность одной или нескольких социальных групп, естественно, является носителем определенных атрибутов и представлений, разделяемых социальной группой, поэтому выделение индивидуального уровня в структуре гендерных стереотипов весьма условно. По этой причине следует скорее называть данный уровень индивидуально-групповым: индивид в первую очередь разделяет представления, сформировавшиеся в социальной группе, которую он представляет [Гаранович 2011: 33].

Данный методологический подход соответствует определению гендера как социокультурного конструкта, указывающего, что гендерные параметры поведения находятся под влиянием других социальных параметров индивида. Это позволяет не только анализировать проблему воспроизводства гендерных

стереотипов, но и выявлять их трансформации в результате деятельности людей в пределах той или иной социокультурной среды или в социальных группах. Таким образом, можно выдвинуть тезис, что характер и содержание гендерных стереотипов в значительной степени определяется не собственно биологическими различиями между мужчинами и женщинами, а набором различных социокультурных факторов, например, полом, возрастом, этносом, профессией и т. д. В силу этого у представителей общества с разными социокультурными характеристиками могут формироваться разные взгляды на «мужское» и «женское», которые называются этногендерными стереотипами.

1.3.3. Этногендерные стереотипы

А.В. Кирилина в работе «Возможности гендерного подхода в антропоориентированном изучении языка и коммуникации» отмечает, что проведенные в рамках гендерных исследований эксперименты выявили наличие гендерных компонентов в этнических представлениях: гендерный концепт отражается в когнитивном и языковом сознании представителей каждой культуры [Кирилина 2002: 141]. В разных культурах гендерные стереотипы могут различаться, что обусловлено разными историческими условиями развития общества и разными концепциями мужественности и женственности [Семикина 2012: 123]. Таким образом, по мере интенсивного развития межкультурной коммуникации изучение отражения этнических представлений в гендерных стереотипах представляется перспективным [Кирилина 2002: 141].

Сегодня проблема изучения гендерных аспектов речевой деятельности чаще увязывается с этноспецифическими особенностями говорящего социума и требует системного описания. Наряду с термином «гендер» набирает силу его производное «этногендер», которое является довольно новым и пока малоизучаемым понятием в российской науке.

А.В. Олянич понимает «этногендер» как «этническую специфичность социокультурного проявления пола, его “региональную” детерминированность» [Олянич 2016: 64]. По его мнению, универсальное понятие «гендер»

представляет собой переплетение ряда конкретных этнокультурных воплощений, определяемых национальными традициями, историческими условиями, этическими и эстетическими предписаниями, нормами поведения и отношения того или иного народа к гендеру. Гендерные картины мира разных стран различаются и не могут быть равны. В этом контексте оказывается актуальным и более продуктивным исследование модификационных этнокультурных вариантов гендера в разных этнических мирах [там же: 64–65].

К выделенным Н.Л. Пушкаревой этапам развития гендерных исследований (см. пункт 1.3.2) А.В. Олянич добавил пятый этап – этногендерные исследования. А.В. Олянич указывает, что в начале пятого этапа исследователи делали акцент на анализе художественного текста, который рассматривался как источник этногендерных знаний [Олянич 2016: 66]. Значимой работой этого этапа стала монография Л.Ф. Хараевой, З.А. Кучуковой «Гендер и этногендер (на материале кабардинской женской прозы)» [Хараева, Кучукова 2018], однако крупных лингвистических работ в данной области пока нет.

Сфера этногендера изначально изучалась только в социокультурном контексте. З.Ю. Тугуз провела социологическое исследование, направленное на описание этногендерных аспектов семейных, брачных, личностных и хозяйственных отношений номинального населения Республики Адыгея. В результате исследования З.Ю. Тугуз выявила особенности семейной гендерной иерархии, гендерного разделения домашних дел, этнических традиций и норм этикета в процессе формирования семьи и межличностного общения [Тугуз 2012].

В процессе изучения гендерно-маркированного коммуникативного поведения в сообществах Северного Кавказа Р.А. Ханаху связал этногендерные отношения с семьей, в которой происходят два типа гендерно-ориентированной социализации – современная, снимающая доминантность мужского начала, и традиционная, по-прежнему подразумевающая подчинение женщин мужчинам [Ханаху 2001].

Этногендер как социальная категория также исследовался с точки зрения стереотипизации представлений об этносоциумах в восприятии их представителей как мужчин, так и женщин. Например, М.В. Лескинен изучила конструирование стереотипных образов о поляках и польках, отраженных в русской этнографической литературе [Лескинен 2012, 2014]. О.М. Холомеенко рассмотрела особенности вербализации этногендерных стереотипов в тексте травелога и выявила их содержание в сознании представителей определенной лингвокультуры, в том числе российского культурного пространства [Холомеенко 2021]. Л.В. Копоть исследовал механизмы конструирования этногендерных стереотипов в рекламных текстах и проанализировал специфику воплощения национальной культуры в гендерных представлениях социума [Копоть 2018]. На основе проведенного анализа Л.В. Копоть определил этногендерные стереотипы как «полифункциональные знаки, с помощью которых можно подобрать ключ к национальной культуре, способствующий формированию интереса к другим культурам, взаимопонимания и уважения к культуре собственного народа» [там же: 60].

Исследуя взаимодействие между культурой, этногендером и властью, С.В. Латина утверждает, что «при проведении этногендерных исследований чаще всего рассматриваются роли, нормы, ценности, черты характера, которые этносоциум предписывает женщинам и мужчинам через системы социализации, разделения труда, культурные ценности и символы для того, чтобы охарактеризовать традиционную гендерную асимметрию и иерархию власти. Понятие о том, что этногендер включает социокультурное разделение между мужчинами и женщинами, устоялось в различных этнокультурных практиках, которые, войдя в повседневную жизнь, укрепляют мнение о естественности главенствующего положения мужчины в этнокультуре и этносоциуме. Использование этногендерного подхода применительно к исследованию культуры помогает обнаружению и анализу иерархического разделения между мужчинами и женщинами, прочно вошедшего в современную жизнь и укорен-

нившегося в институтах различных этносоциумов. Применение этногендерного подхода в науках о культуре (культурологии, антропологии, истории и др.) также позволяет изучить установки, стереотипы, формы дискриминации, предрассудки, социальное восприятие, связанные с понятиями мужского (маскулинного) и женского (феминного)» [Латина 2014: 1134].

Таким образом, этногендер является совсем новым понятием, под которым понимается этническая специфичность социокультурного проявления пола. Как «тема пересечения этноса и гендера», этногендерные исследования имеют недолгую историю, однако оказываются самой интересной и перспективной темой в современных гендерных исследованиях [Пушкарева 2014: электр. ресурс].

В социолингвистике начиная с классических работ У. Лабова изучалось взаимодействие гендерного и этнического факторов [Labov 1966, 1972], в настоящее время в лингвистике появился интерес и собственно к этногендеру (см., например: [Кожанова 2019]), однако исследований, посвященных этногендерным стереотипам до сих пор нет.

1.4. Лингвистические аспекты изучения стереотипов

1.4.1. Методы изучения стереотипов в социолингвистике

Социолингвистика как научная дисциплина возникла на стыке социологии и лингвистики. Она исследует широкий круг вопросов, посвященных социальной природе и функциям языка, и роли языка в общественной жизни, поэтому методы социолингвистики являются синтезом социологических и лингвистических процедур. В целом методы, применяемые в социолингвистике, можно подразделить на методы получения материала, методы обработки материала и методы оценки достоверности полученных данных [Беликов, Крысин 2001: 190]. В первую группу методов входят методы, большинство из которых заимствованно из социологии и социопсихологии. Во второй и третьей группах методов важное место занимают методы математической

статистики. В последнее время стереотип как сложное социальное и психологическое явление стал объектом исследования социолингвистики. Данные три группы методов также активно применяются исследователями в изучении феномена стереотипа.

В целом стереотипы исследуются с помощью следующих методов:

- 1) анкетирование;
- 2) шкалирование;
- 3) анализ текста/дискурса;
- 4) ассоциативный эксперимент.

Анкетирование представляет собой один из самых популярных методов для сбора социолингвистического материала. Данный метод прежде всего используется в исследовании большого количества говорящих. При анкетировании информантам предлагаются анкеты с вопросами. Вместе с анкетированием, как правило, рассматривается проблема отбора информантов. Задачи, стоящие перед социолингвистами, всегда связаны с определенным социумом, членов которого социолингвисты называют генеральной совокупностью.

В.И. Беликов и Л.П. Крысин определяют генеральную совокупность как «множество всех индивидов, чьи языковые особенности являются объектом конкретного социолингвистического анализа» [там же: 191]. Размер этой совокупности может изменяться в зависимости от поставленных задач. Когда трудно обозреть всю генеральную совокупность, исследователи отбирают некоторых типичных представителей генеральной совокупности для формирования выборки. Естественно, маленькая выборка требует меньше времени и материальных ресурсов, но с учетом изучаемого явления выборка должна быть представительной как в количественном, так и в качественном отношении для генеральной совокупности.

Для изучения списка черт, характерных определенным этническим группам, Д. Кац и К. Брейли использовали метод анкетирования. На основе полученного списка ученые в 30-х гг. прошлого века провели опрос, в котором разработали методику «приписывание качества» [Katz, Braly 1933]. Вслед за

Д. Кацом и К. Брейли в 1987 г. социолог из МГУ Т.Г. Стефаненко применила такой же метод для исследования стереотипов о типичном русском и типичном американце [Стефаненко 1999]. В целях изучения взаимовосприятия русских, башкир и коми-пермяков в аспекте внешности и характера С.С. Шляхова и Л.А. Белова провели подобный эксперимент среди молодых людей в Пермском крае [Шляхова, Белова 2013, 2014].

В рамках анкетирования нередко применяется метод шкалирования. За долгое время развития эмпирических социологических исследований было предложено большое количество шкал, которые количественно представляют социальные явления. В целях выявления стереотипов в социолингвистическом аспекте из этого ряда шкал часто применяются номинальные и порядковые шкалы, которые являются эффективными методами в фиксации и измерении когнитивной составляющей стереотипов в высказываниях информантов. Номинальная шкала иначе называется шкалой наименований; с ее помощью можно классифицировать объекты и отличать одни объекты от других. Порядковая шкала – это ранговая шкала, содержащая числовую оценку и указывающая на иерархию данных и их количественное значение.

Кроме того, существует биполярная шкала, которая позволяет выявить не только высоко оцениваемые качества, но и антистереотипные характеристики объекта. Данная шкала содержит противоположные полюса, т. е. антонимы. Данный метод особенно эффективен в сравнительном исследовании стереотипных представлений двух групп, в первую очередь, своей и чужой этнических групп [Лебедева, Татарко 2011, Петренко 1963, Сикевич 2005]. Для изучения соотношения авто- и гетеростереотипов русских, американцев и узбеков З.В. Сикевич неоднократно применяла биполярную шкалу [Сикевич 2016]. Особенность данной шкалы заключается в том, что «по одному и тому же набору биполярных семичленных шкал респондент сравнивает свою этническую группу (автостереотип) с другой этнической группой (гетеростереотип)» [там же: 120], отмечая в шкалах ответы разными знаками. Для каждой

биполярной шкалы рассчитывается средний балл и выводится общий средний балл по всем шкалам.

Для изучения стереотипов применяется и метод анализа текста, направленный на сбор, отбор, систематизацию и оценку информации, анализ и диагностику событий и явлений. Будучи разновидностью метода анализа текста, дискурс-анализ рассматривается как «совокупность методик и техник интерпретации текстов или высказываний как продуктов речевой деятельности, осуществляемой в конкретных общественно-политических обстоятельствах и культурно-исторических условиях» [Митина, Евдокименко 2010: 29–33]. Дискурс-анализ является комплексным социолингвистическим подходом, направленным на исследование соотношением языковых/речевых средств и определенных видов социально-коммуникативных практик, т. е. дискурсов. Дискурс-анализ используется в целях выявления скрытых значений текста, контекста создания текста и возможной интерпретации читателем или слушателем. В дискурс-анализе анализируются слова. Исследователь может сочетать эти слова, делить их на подгруппы или разделить на семиотические сегменты, на основе чего исследователь может сравнивать, анализировать и строить некие модели, а затем давать им разные интерпретации. Метод дискурс-анализа состоит в последовательности операций: фиксация материала; выделение формальных характеристик; выбор стратегии анализа; определение единиц анализа; проверка системы категорий в материале; дескрипция, реконструкция и интерпретация материала; фиксация и обобщение результатов. Например, О.Г. Орлова в диссертационной работе разработала дискурсивную теорию стереотипа и исследовала стереотипы о России и русских в американском дискурсе XIX–XXI вв. [Орлова 2013].

В целях выявления стереотипных представлений о других этносах нередко используется ассоциативный эксперимент [Залевская 2005; Золотова 2007; Караулов 1994, 1996; Леонтьев 1977; Уфимцева 2003; Черкасова 1996, 2000 и др.]. Он представляет собой метод реконструкции языкового сознания индивида. В психолингвистике ассоциативный эксперимент рассматривается

как метод, направленный на анализ словесных ассоциаций представителей разных этносов. Как утверждает Ю.Е. Прохоров, «стереотипность реакции – уже сам по себе факт, связанный с определенной культурой» [Прохоров 2008: 119], поэтому реакции информантов на определенное стимулирующее слово (в первую очередь это этнонимы) дают исследователям возможность изучить языковое сознание информантов, отражающее их этнокультурные компоненты. Н.В. Уфимцева отмечает, что «получаемое в результате проведения такого эксперимента ассоциативное поле того или иного слова-стимула – это не только фрагмент вербальной памяти человека, но и фрагмент образа мира того или иного этноса, отраженного в сознании среднего носителя той или иной культуры, его мотивов и оценок и, следовательно, его культурных стереотипов» [Уфимцева 2003: 104].

В психолингвистических и лингвистических исследованиях ученые выделяют несколько вариантов ассоциативного эксперимента (см.: [Агибалов 1995; Белоусов, Ерофеева Е.В. 2015; Белянин 2004; Горошко 2001; Ерофеева Е.В. 2014; Караулов 1994, 1996; Леонтьев 1977; Лещенко 2006; Маклакова, Стернин 2013; Уфимцева 2003]).

1. Свободный ассоциативный эксперимент, в котором информантам нужно написать любое слово в ответ на слово-стимул. При помощи данного эксперимента выявляются этнокультурная специфика образов представителей разных этносов в оперативной памяти информантов.

2. Направленный ассоциативный эксперимент, который проводится с определенными ограничениями. Информантам предлагается написать слова определенных семантических или грамматических классов. Данный эксперимент помогает воссоздать образы этносов в глубинном сознании информантов.

3. Цепной ассоциативный эксперимент, под которым понимается разновидность первого варианта с созданием цепи ответов и продолжающимися реакциями. В данном эксперименте информантам следует быстро реагировать на слово-стимул и написать первые пришедшие в голову слова в ответ на стимул.

При помощи данного эксперимента могут быть зафиксированы спонтанные и неуправляемые элементы в процессе реконструкции сознания информантов.

4. Направленный ассоциативный эксперимент с множественным количеством реакций, особенность которого заключается в том, что информанты обращаются к своему языковому сознанию и называют особенно важные для них реакции. Это дает возможность выделять компоненты значений, актуализованных на основе различных социальных факторов.

5. Эксперимент по выявлению актуального лексикона – один из видов ассоциативного эксперимента с множественным количеством реакций, отличие которого заключается в том, что информантов просят написать 100 или более слов, которые он чаще всего использует в своей речи.

Данные варианты ассоциативного эксперимента применялись многими российскими социолингвистами в исследованиях стереотипов. В.Г. Крысько в работе «Этническая психология» рассказала об исследовании, в котором был использован метод свободного ассоциативного эксперимента [Крысько 2002]. В целях выявления соотношения авто- и гетеростереотипов в представлениях русских и американцев О.А. Леонтович провела направленный ассоциативный эксперимент [Леонтович 2005]. С помощью направленного цепного ассоциативного эксперимента М.В. Гаранович исследовала гендерные стереотипы и их речевое воплощение в сознании русских в зависимости от разных социальных параметров [Гаранович 2011]. Для изучения социальных идентичностей и ценностей русских, коми-пермяков и татар Е.В. Ерофеева применила направленный ассоциативный эксперимент с множественным количеством реакций, а также метод актуального лексикона [Ерофеева Е.В. 2014: 90-102].

Кроме описанных ранее экспериментальных методов, в социолингвистике также применяются ряд методов анализа, например, метод анализа документов, описательный анализ, сравнительно-сопоставительный метод, метод семантического анализа и т. д.

Метод анализа документов также позволяет исследователю фиксировать стереотипы. Суть данного метода заключается в анализе уже существующей

информации, запечатленной «в печатном или рукописном тексте, магнитной ленте, фото- или видеопленке» [Ядов 1995: 131]. Например, данный метод был применен Э. Гоффманом в целях выявления стереотипных образов мужчины и женщины в рекламе [Goffman 1979].

При обработке полученных материалов нужно использовать комплекс методов, самым распространенным из которых является описательный анализ. Описательный анализ есть система, состоящая из процедуры сбора, первичного анализа и изложения данных и их характеристик. В данном методе важным этапом выступает распределение полученных данных по категориям. В изучении стереотипов данный метод употребляется в описании информантов и конкретных реакций от информантов.

Наряду с методом описательного анализа часто используется сравнительно-сопоставительный метод. В социолингвистике данный метод позволяет исследователю выявить сходство и различие между авто- и гетеростереотипами в сознании информантов. Например, данный метод был применен О.А. Леонтович в исследовании о соотношении авто- и гетеростереотипов в представлениях русских и американцев [Леонтович 2005:]. Н.В. Сорокина также использовала данный метод для изучения национальных стереотипов в межкультурной коммуникации: исследователь сопоставила авто- и гетеростереотипы русских и немцев; кроме этого, она сравнила автостереотип русских с разными автостереотипами русских у других исследователей [Сорокина 2014].

При обработке материала в лингвистике при анализе стереотипов часто используется метод семантического анализа, направленный на содержательную интерпретацию реакций. Данный метод предполагает два этапа. На первом этапе исследователь относит семантически однородные слова в одну группу, называемую «единым дескриптором», который понимается И.М. Кобозевой как «заглавное слово тематической группы тезауруса» [Кобозева 2000: 133]. Например, в исследовании гендерных стереотипов в сознании китайцев Ван Минь приписала дескриптор «красивая» не только таким реакциям

на стимул «женщина», как *красивая, стремление к красоте, красавица*, но и таким реакциям, как *симпатичная, прелестная, очаровательная, изящная*, связанным с красотой женщины. Поэтому можно расширять объем дескрипторов в зависимости от взаимосвязей лексического значения реакций [Ван Минь 2018].

Таким образом, для изучения стереотипов в социолингвистическом аспекте нужно применять комплекс методов, большинство из которых заимствовано из социологии и/или психологии. Набор методов получения материала, методов обработки материала и методов оценки достоверности полученных данных позволяет исследователю зафиксировать и выявить стереотипы, функционирующие в сознании информантов.

1.4.2. Лингвистические аспекты изучения этнических стереотипов

В последнее время лингвистами много внимания уделяется этническим стереотипам: этнические стереотипы становятся объектом лингвокогнитивных и лингвокультурных исследований. В создание лингвистической теории этнических стереотипов большой вклад внесли такие исследователи, как Ю.В. Арутюнян [Арутюнян 1984], И.С. Кон [Кон 1968], Г.М. Кондратенко [Кондратенко 1968], В.В. Красных [Красных 2003], В.А. Маслова [Маслова 2001], Ю.Е. Прохоров [Прохоров 2008], Г.У. Солдатова [Солдатова 1998], В.А. Рыжков [Рыжков 1978, 1986] и мн. др.

По мнению Л.П. Крысина, этнические стереотипы можно изучать, подходя к ним от плана содержания или от плана выражения. Изучение плана содержания стереотипов заключается в выявлении сфер жизни народа, личностных свойств людей и в оценке интеллектуальных, психических, антропологических особенностей представителей данного народа. Изучение плана выражения состоит в выделении языковых единиц, интерпретируемых как средства выражения этностереотипов [Крысин 2003: 450].

Учеными отмечается, что язык играет значительную роль в формировании этнических стереотипов. Ребенок с детства воспринимает стереотипы в

результате того, что авторитетный для ребенка человек многократно повторяет какие-либо клишированные фразы, которые со временем стабилизируются на уровне языка и остаются в памяти. Формируя конкретные образы различных этносов и отношения к их представителям, эти фразы воспринимаются человеком как действительность и укрепляются в сознании. Сформированные этнические стереотипы трудно модифицируются, в связи с чем они характеризуются устойчивостью. Однако, это не значит, что этнические стереотипы не претерпевают никаких изменений. Как язык в целом, они подвергаются изменениям, которые происходят медленно, по мере того как человек получает новые знания и накапливает опыт.

По мнению О.В. Беловой, стереотипы являются «установленными конвенционально семантическими, а также формальными конструкциями, составляющими культурно-языковой образ объекта» [Белова 2005: 13]. Являясь представителем какой-либо речевой культуры и носителем какого-то языка, человек принимает свою этническую самобытность, с помощью чего ориентируется в окружающем мире.

Язык фиксирует этнические стереотипы, что проявляются на разных уровнях языка. Лексическая единица, которая фиксирует этнические стереотипы, называется этнонимом. Термин «этноним» понимается как «названия различных видов этнических общностей: наций, народов, народностей, племен, племенных союзов, родов и так далее» [Нерознак 1990: электр. ресурс]. В.А. Никонов рассматривает этнонимы шире и считает, что к ним относятся также «названия жителей городов, регионов, исторически сложившихся провинциальных обозначений групп населения и названий этнических групп» [Никонов 1970: 8]. С.А. Арутюнов утверждает, что, несмотря на отсутствие общей территории, этноним может использоваться для обозначения представителей одного народа, которые живут в разных странах мира [Арутюнов 1971: 130-133].

И.М. Кобозева отмечает, что при анализе стереотипов о национальных характерах необходимо рассмотреть коннотации слова-этнонима, особенно

следует обратить внимание на несущественные семантические признаки данного слова-этнонима, несущие информацию о чертах характера представителей народа [Кобозева 2000: 185-196]. В этом плане В.А. Буряковская пишет об «оценочном компоненте значения этнонима», под которым понимаются как коннотации, реализуемые этнонимами в их вторичных и переосмысленных значениях, закрепленные в сознании человека как устойчивые стереотипные представления [Буряковская 2000]. Итак, можно сказать, что этнические стереотипы реализуются в различных импликациях, получающих семантическое расширение к исходному значению слова-этнонима.

Этнофолизмы являются примером коннотированных этнонимов. Они понимаются как названия представителей разных этнических групп с негативными коннотациями, которые часто встречаются в аргументации, жаргонах, просторечии и разговорной речи, а также нередко распространяются в литературном языке. По степени «жесткости» коннотации этнофолизмов может варьироваться от иронического презрения до уничижительного, презрительного и оскорбительного.

Вместо термина «этнофолизмы» зарубежные исследователи употребляют разные термины: *ecthronym* (эктроним) [Ericson 1939] и *achthronym* (ахтроним) [Mencken 1984], *ethnie / racial slur* (этническая кличка) [Allen 1983; Hill 2008; Smythe, Seidman 1957], *ethnie label* (этнический ярлык) [Hill 2008; Kirkland, Greenberg, Pyszczynski 1987; Oboler 1995; Simon, Greenberg 1996], *ethnie epithet* (этнический эпитет) [Hill 2008; Motley, Craig-Henderson 2007]. Русские лингвисты в качестве синонимичных к «этнофолизму» употребляют термины «прозвищные этнонимы» [Березович, Гулик 2002], «пейоративные/экспрессивные псевдоэтнонимы» [Архипова 2006], «экспрессивные этнонимы» [Грищенко, Николина 2006]. В последнее время некоторые ученые ввели новые понятия: «национально-расовые оскорбления/пейоративы» [Карасик 2002], «этнические инвективы» [Жельвис 1985], ксенэтнонимы [Свирковская 2005].

Из вышеперечисленных этнофолизмов наиболее частотными в употреблении выступают «прозвищные этнонимы». Прозвищные этнонимы, как правило, имеют информативно-концептуальную внутреннюю форму, в которой отражается наиболее характерная черта этноса, следовательно, они являются выражением этностереотипов [Березович, Гулик 2002]. В основном существует два типа ассоциаций, основывающихся на функционировании этнических стереотипов, фиксирующихся в прозвищных этнонимах: 1) тип ассоциации с внешними отличиями, например, *узкоглазый* – китаец, кореец, японец; 2) тип ассоциации, основанной на особенностях этнической культуры, например, итальянцев называют *макоронниками*, а французов – *лягушатниками* по их гастрономическим привычкам. Прозвищные этнонимы в русском языке часто образуются посредством словообразовательных морфем.

В процессе рассмотрения семантики этнонимов отмечается, что «лексемы-этнонимы заключают в себе лексикографические знания, т. е. они указывают на государственную или национальную принадлежность человека, а также знания энциклопедического характера, которые отражены в этнических стереотипах» [Мучкина 2010: 114]. Эти знания объясняют первичное значение лексем-этнонимов, давая им различные оценки.

Согласно Л.П. Крысину, языковыми единицами для обозначения этностереотипов выступают слова, фразеологизмы и синтаксические конструкции, в которые входят: 1) слова, содержащиеся оценку характерных черт представителей другого этноса; 2) атрибутивные и генитивные словосочетания; 3) сравнительные обороты; 4) фразеологизмы [Крысин 2003: 450]. Изучение фразеологизмов может предоставить различные материалы для исследования этнических стереотипов с лингвистической точки зрения. Так, В.А. Маслова утверждает, что «фразеологические единицы, отражая в своей семантике длительный процесс развития культуры народа, фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки и стереотипы, эталоны и архетипы» [Маслова 2001: 82].

Языковое выражение этнических стереотипов фиксируется и в анекдотах. Анекдоты – это разновидность современного городского фольклора, короткие и смешные рассказы. Этнические анекдоты, по мнению Е.А. Голубовской, являются «ключевым способом выражения стереотипизированных представлений о какой-либо этнической группе на уровне речи» [Голубовская, Бутылов, Хорохорина 2018: 296]. О.Р. Жерновая считает, что «этнические анекдоты полностью базируются на стереотипных представлениях о том или ином народе» [Жерновая 2011: 42]. Расхожие представления о каком-то этносе являются компонентом, образующим сюжет этнических анекдотов. Существует два типа этнических анекдотов: анекдоты, в которых сопоставляются представители двух этносов, и анекдоты, в которых говорится о представителях одного этноса. По содержанию данные два типа этнических анекдотов получают названия «сопоставительные» и «внутриэтнические» анекдоты [Фролова 2003: 227].

Ниже проводим краткий обзор исследований этнических стереотипов, которые наиболее близки по духу нашему исследованию.

В анкетировании Д. Каца и К. Брейли опрошенным было предложено выбрать наиболее характерные для 10 этнических групп (белых американцев, чернокожих американцев, китайцев, англичан, немцев, итальянцев, ирландцев, японцев, евреев и турок) из 84 черт в списке. После выбора черт опрошенным было предложено отметить в составленных ими списках пять самых типичных для членов каждой этнической группы [Katz, Braly 1933]. Обобщив ответы опрошенных, ученые выделили 12 черт, которые чаще всего приписываются каждой этнической группе. Например, результаты анкетирования показали, что американцы предприимчивы, способны, материалистичны, честолюбивы и прогрессивны. Немцы трудолюбивы, флегматичны, обладают научным мышлением [там же].

Эксперимент, проведенный Т.Г. Стефаненко в 1987 г., был направлен на конструирование образа «типичного американца» и «типичного советского человека». Опрошенными были московские студенты. По результатам эксперимента

Т.Г. Стефаненко установила, что типичный американец деловой, коммуникабельный, стремится к успеху, обладает высокой самооценкой; «типичный советский человек» гостеприимный, дружелюбный, добрый и отзывчивый. Кроме этого, в целом «типичный советский человек» оценивался московскими студентами выше «типичного американца», что доказало феномен «этноцентризма» [Стефаненко 1999].

В проведенном С.С. Шляховой и Л.А. Беловой анкетировании, нацеленном на изучение авто- и гетеростереотипов русских, башкир и коми-пермяков было опрошено 217 информантов в возрасте от 15–35 лет (101 русский, 64 коми-пермяка и 52 башкира). Опрошенным была предложена анкета с вопросами «Типичный русский/коми-пермяк/башкир внешне какой и по внешности/характеру какой?» [Шляхова, Белова 2013, 2014]. Изучение реакций о внешности позволило авторам сделать вывод, что стереотипные представления русских и башкир о себе опираются на традиционные этнические представления, а автостереотипы коми-пермяков характеризуются размытостью этнической самоидентификации. Реакции, попавшие в ядро авто- и гетеростереотипов трех групп информантов, в целом совпадают: внешность башкир есть монголоидный антропотип, внешность коми-пермяков является европеоидным антропотипом, а внешность русских представляет собой европеоидный антропотип с особенными чертами и средний европейский вариант [Шляхова, Белова 2013]. На основе анализа полученных реакций о характере, авторы установили, что молодое поколение всех трех групп недостаточно осознает основные ценности своей культуры. Кроме этого, гетеростереотипы только частично соответствуют автостереотипам. По поводу взаимоотношений между опрошенными группами было установлено, что русские относятся к башкирам и коми-пермякам дружелюбнее, чем они к русским [Шляхова, Белова 2014].

Метод биполярных шкал неоднократно использовался З.В. Сикевичем для изучения соотношения взаимовосприятия русских, американцев и узбеков [Сикевич 2016]. Результаты проведенного в 1992 г. эксперимента показали,

что самооценка в автостереотипе подвергается влиянию оценок в гетеростереотипе. Например, сравнивая себя с американцами, русские почти по всем критериям оценили себя ниже американцев, а сравнивая себя с узбеками, русские оценили себя значительно выше узбеков. В эксперименте 2004 г., в котором участвовали только русские и американцы, оценки опрошенных претерпели изменения. По шести показателям русские оценили себя выше американцев (средний балл для русских – 5,1, для американцев – 4,7), что доказывает динамику стереотипных представлений под влиянием социальной ситуации [там же].

Рассмотрим ассоциативный эксперимент, упомянутый В.Г. Крысько в работе «Этническая психология» [Крысько 2002]. В данном эксперименте словами-стимулами являлись наименования цветов: *красный*, *белый*, *желтый* и *синий*, а испытуемыми – представители 12 этносов (русские, украинцы, белорусы, словаки, поляки, англичане, американцы, немцы, французы, казахи, киргизы, узбеки). Результаты эксперимента показали, что основная взаимосвязь между словом-стимулом и реакцией национально обусловлена и специфична. Частота подведения первоначального обозначения цветов в рамках общей концепции (например, цвет «белый») сильно различается между разными этническими группами: у немцев, американцев, поляков, словаков, русских, украинцев и белорусов частота подведения первоначального обозначения цветов в рамках общей концепции значительно выше, чем у тюркоязычных информантов, особенно у казахов и киргизов. Кроме этого, информанты разных этнических групп по-разному ассоциируют слово-стимул с объектами окружающего мира. Например, стимул *желтый* у россиян ассоциирован с одуванчиками, у украинцев – с подсолнухами, у французов – с золотом и яичным желтком, у американцев, казахов, киргизов – с маслом, у узбеков – с пшеном.

О.А. Леонтович в целях выявления соотношения авто- и гетеростереотипов в представлениях русских и американцев провела психологический эксперимент, в котором был применен метод направленного ассоциативного эксперимента. Участниками эксперимента были 100 русских и 100 американцев от

18 до 82 лет с высшим образованием или еще обучающихся в вузах. Им было предложено написать по 10 характерных черт русских и американцев, а также окончить фраз типа «Русские выглядят/любят...», «Американцы всегда/никогда...» (по пять вариантов). Результаты эксперимента показали несовпадения во взаимовосприятии русских и американцев. Например, русские считают себя добрыми, дружелюбными и умными, а американцы отмечают, что русские серьезные, грустные и свирепые. Русские считают, что американцы любят кока-колу и нездоровую пищу, а американцы думают, что русские любят деньги и власть [Леонтович, 2005: 243–244]. На основе полученных результатов О.А. Леонтович пришла к выводу, что эти несовпадения во взаимовосприятии русских и американцев будут создавать помехи в межэтнической коммуникации между русскими и американцами, и исходя из действующих в сознании стереотипов русские и американцы будут ожидать от партнера по коммуникации конкретного поведения [там же: 245].

Итак, из вышесказанного сделаем вывод, что этноним является лексической единицей, фиксирующей этнические стереотипы. Он реализуется в различных импликациях, получающих семантическое расширение к исходному значению слова-этнонима. При изучении этностереотипов лингвисты уделяют внимание анализу фразеологизмов и этнических анекдотов. Методы анкетирования, биполярной шкалы и ассоциативного эксперимента также эффективны в сборе эмпирических данных и реконструкции языкового сознания индивида.

1.4.3. Лингвистические аспекты изучения гендерных стереотипов

В исследовании гендерных стереотипов с лингвистической точки зрения необходимо уделить внимание терминам «маскулинность» и «фемининность», которые использованы для обозначения символического и культурного смысла «мужского» и «женского» и понимаются как нормативные представления о физических, психологических и поведенческих характеристиках мужчин и женщин [Берн 2001]. Как система в целом, образы маскулинности и фемининности обладают исторической и этнической спецификой. При исследовании этих образов

необходимо учитывать асимметрию гендерных ролей и то, чья точка зрения (мужская или женская) выражается в этих стереотипах.

Согласно Т.В. Бендас, маскулинность является набором личностных и поведенческих черт, соответствующим образу «настоящего мужчины»: уверенности в себе, мужественности, властности и т. д., а фемининность – набором личностных и поведенческих черт, соответствующих образу «настоящей женщины»: мягкости, нежности, заботливости, слабости и т. д. [Бендас 2006]. И.С. Кон считает, что значение понятий маскулинности и фемининности можно описать следующим образом:

- 1) понятия «маскулинность» и «фемининность» представляют собой психологические и поведенческие атрибуты и характеристики, маскулинность объективно присуща мужчинам, а фемининность – женщинам;
- 2) понятия «маскулинность» и «фемининность» включают различные социальные представления, точки зрения о том, какими должны быть мужчины и женщины, какими качествами они обладают;
- 3) понятия «маскулинность» и «фемининность» воплощают нормативные стандарты идеальных мужчины и женщины

[Кон 2001: 571–572].

Таким образом, под стереотипами маскулинности/фемининности понимаются оценочные представления носителей языка о качествах мужчин и женщин, отраженные в языке. По сути дела, это лексемы, отражающие социальные и психологические характеристики человека. Они не только несут назначенную смысловую нагрузку, но и имеют свои коннотации. Как утверждает Л.П. Крысин, «понятие стереотипа тесно связано с понятием коннотации, которое определяется как стандартная, устойчивая ассоциация, которую вызывает в языковом сознании носителей языка употребление того или иного слова в данном значении» [Крысин 2008: 9]. В этом плане стереотипы маскулинности/фемининности можно рассматривать как стереотипную коннотацию, вызванную в сознании индивида употреблением определенного слова по отно-

шению к мужчине или женщине. Оценочное отношение говорящего к человеку, представляющему определенный пол, закодировано в языковых формах и их коннотациях. Употребление языковых единиц с гендерной маркировкой нацелено на сохранение различий между мужчинами и женщинами. В результате ассоциирования носители языка приписывают мужчинам и женщинам разные черты, типичные для их культуры. Таким образом, в рамках определенной социальной группы возникают представления, отражающиеся в языковой картине мира с помощью набора оценочных смыслов, которые отражаются в стереотипах маскулинности/фемининности [Гаранович 2020: 30].

Рассмотрим содержание стереотипов маскулинности, в которое входит несколько групп качеств. Первая группа качеств связана с физическими данными мужчин. Принято считать, что мужчины выносливые, обладают физической силой и высокой активностью, мужчины должны постоянно проявлять и доказывать наличие этих качеств. Личностные качества, включенные в содержание стереотипов маскулинности, прежде всего характеризуют мужчин как активных и деятельных людей. Мужчинам приписываются такие качества, как решительность, целеустремленность, независимость, уверенность, стремление к успехам и т. п. [Козлов, Шухова 2010: 27].

Мужчины, кроме того, обладают лидерскими качествами, среди которых выделяются влияние, стремление к лидерству, ум, объективность и способность стать лидером. Данные качества отражаются на всех уровнях власти (политическом, социальном и семейном) [Рябова 2000].

Мужчины проявляют свои интеллектуальные способности как здравомыслящие, компетентные и знающие. Считается, что ум мужчин быстрее, чем ум женщин. Мужчинам характерно абстрактное мышление и креативность. В эмоциональной сфере маскулинность характеризует мужчин как способных самостоятельно разрешать свои эмоциональные проблемы, сдержанных, рациональных людей. Из негативных характеристик маскулинности в эмоциональной сфере выделяются холодность, бесчувственность и бессердечность и т. п. [Козлов, Шухова 2010: 27].

С характеристиками мужчин в области эмоциональной сферы также связаны стереотипы о поведении мужчин в межличностных отношениях. В коммуникации мужчины обладают, с одной стороны, прямоотой, с другой, грубостью и бестактностью.

Стереотипизации подвергается идея о социальных ролях, статусе и успешности мужчин. Считается, что мужчины должны активно участвовать в общественной жизни, добиваться успехов в карьере, обеспечивать семью [там же]. Для мужчин самой значимой ролью в обществе является профессиональная роль. Кроме того, мужчины должны стремиться к достижению высокого социального статуса и уважения других людей [Thompson, Pleck 1986]. Норма статуса и успешности как элемент содержания стереотипов маскулинности утверждает, что социальная ценность мужчин зависит от их успехов в карьере и размера заработной платы.

Итак, в общественном сознании образ идеального мужчины включает набор таких качеств, как ум, выносливость, активность, решительность, целеустремленность, независимость, уверенность, стремление к лидерству и достижению высокого социального статуса и т. д. В целом маскулинность наполняется положительными характеристиками.

Чтобы описать содержание стереотипов фемининности, можно начать с физических особенностей женщин. В соответствии с гендерными нормами и гетеронормативным подходом женщины должны быть физически привлекательными, ухаживать за собой и сохранять фигуру. Выражение *слабый пол* описывает представления о женщинах как о слабых: они легко заболевают, не так выносливы, как мужчины, и нуждаются в заботе и защите.

В эмоциональной сфере фемининность оценивается по-разному, причем преобладают отрицательные оценки. Принято считать, что женщины крайне эмоциональны, тревожны, капризны и истеричны, часто жалуются. Из положительных характеристик можно выделить чувствительность и отзывчивость [Козлов, Шухова 2010: 31]. Из-за большого количества отрицательных характеристик женщин в эмоциональной сфере интеллектуальные способности

женщин в целом оцениваются негативно. Считается, что поддаваясь эмоциям, женщины не могут логично мыслить и рационально рассуждать [там же].

Представления о поведении и качествах женщин в межличностных отношениях формируют полярный образ женщин. С одной стороны, оцениваются как позитивные такие качества, как доброта, заботливость, вежливость, тактичность, склонность к выражению чувств, нежность, мягкость, любовь к детям, умение жертвовать своими интересами ради детей и семьи и т. д. С другой стороны, выделяются такие негативные качества, как несдержанность, болтливость, хитрость, ворчливость и т. д. [там же].

Женщинам приписываются и определенные социальные роли. Считается, что в соответствии с ожидаемой ролью в обществе, замужество и материнство остаются главными целями женщин. Однако нужно указать, что в настоящее время данное стереотипное представление постепенно изменяется в связи с тем, что все больше и больше женщин предпочитают работать, а не быть домохозяйками.

В содержание фемининности входит также набор представлений о профессиональных способностях женщин. Поскольку фемининность в основном связана с пассивностью, нерешительностью, осторожностью и конформизмом, считается, что женщины не могут занимать руководящие должности и заниматься работой, связанной с контролем ресурсов и решением серьезных производственных проблем. Согласно С. Филпсу и Н. Остину, в настоящее время существует точка зрения, что женщины менее способны справляться с задачами, требующими точного анализа, планирования и задачами обработки цифр и бюджета [Phelps, Austin 1988]. В связи с природными качествами женщины лучше занимаются гуманитарными профессиями и социальной работой.

Таким образом, стереотипы фемининности в основном содержат негативные качества женщин: слабость, эмоциональность, иррациональность, несдержанность, болтливость и т. д. Ожидаемая социальная роль женщин заключается в замужестве и материнстве. Кроме этого, существуют представления о том, что женщины с трудом добиваются профессиональных успехов.

Помимо стереотипов маскулинности/фемининности, вербализированных в языке, в языковом сознании мужчин и женщин функционируют также речевые гендерные стереотипы [Гаранович 2020: 31]. Как разновидность гендерных стереотипов, речевые гендерные стереотипы представляют собой «культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражения в языке» [Коноплева 2002]. Биологические, психологические и социальные факторы обуславливают гендерную дифференциацию речи говорящего и оказывают влияние на его речевое поведение.

Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин реализуют социальные стереотипы, под которыми подразумеваются устойчивые представления, сформированные на основе прошлого опыта социальной группы и однозначно понимаемые большинством членов группы. В процессе социализации, т. е. в процессе принятия социальных норм и ролей, человек усваивает социальные стереотипы [Одарюк 2004]. В данном процессе человек усваивает не только стереотипы поведения, типичные для своего пола, но и получает знание о речевом поведении, характерном для другого пола.

Безусловно, стереотипы речевого поведения мужчин и женщин в определенной степени служат своеобразной коммуникативной нормой, под которой понимается соответствие ожиданиям социума. Нормы взаимодействия подразумевают правила речевого поведения, характерные для мужчин и женщин и носящие социально-нормативный характер: «Как известно, всякое речевое действие эмоционально мотивировано, речь говорящего постоянно подвергнута социальному контролю: коммуникативные партнеры, общаясь друг с другом, постоянно координируют свои действия, изменяя или прекращая их в ходе актуального разговора» [Прокудина 2002: 39].

Взаимодействуя с такими социальными параметрами, как возраст, профессия, семейное положение и т. д., гендер играет важную роль в формировании социальной идентичности говорящего. В области исследования мужского и женского речевого поведения заключается научный интерес американского

лингвиста Д. Таннен. В работе «Ты меня просто не понимаешь. Мужчины и женщины в диалоге» Д. Таннен рассматривает коммуникативные неудачи людей разного пола, которые, по ее мнению, случаются из-за разных требований к мужчинам и женщинам и разного опыта в процессе социализации на разных этапах жизни [Tannen 1990]. Под влиянием этих факторов у мужчин и женщин формируются разные мотивы поведения и разные коммуникативные стратегии. Обычно в общении мужчины стремятся к достижению и сохранению независимой позиции и высокого статуса. По социальным ожиданиям женщины должны проявлять мягкость, покорность и эмоциональность. Согласно мнению Д. Таннен, эти различия приводят к разным целям общения и разной интерпретации одних и тех же высказываний лиц разного пола [там же]. В этом аспекте Д. Таннен утверждает, что стереотипы речевого поведения мужчин и женщин, существующие в языковом сознании индивида, регулируют его поведение в лингвистическом и культурном сообществе.

Стоит отметить, что в ходе анализа стереотипов речевого поведения мужчин и женщин необходимо учесть социальное расслоение языкового коллектива и характерные для него социальные отношения. Поскольку в любой анализируемой социальной группе нормы речевого поведения будут в определенной степени отличаться от норм, действующих в языковом сознании других социальных групп. Например, если женщины отклоняются от стереотипов речевого поведения, то это обычно приводит к негативным комментариям со стороны мужчин. Так, если грубая манера мужчин не считается нарушением норм общения, такая манера общения женщин будет рассматриваться мужчинами как отклонение от норм речевого поведения, приписываемых женщинам [Пермякова, Гаранович 2009]. Иначе говоря, в сознании каждой личности существуют представления о нормах речевого поведения мужчин и женщин, а также о различных качественных характеристиках «мужского» и «женского» стилей общения. Однако при определении этих характеристик, составляющих стереотипы речевого поведения мужчин и женщин, необходимо принять во внимание, что языковая личность является носителем не только социального

и группового, но и индивидуального сознания. Следовательно, даже у членов одной и той же группы наблюдаются расхождения между представлениями о речевом поведении мужчин и женщин.

В современной гендерной лингвистике и стилистике принято считать, что разница в использовании языковых средств между мужчинами и женщинами не абсолютна, а относительна [Гаранович 2020; Горошко 1996; Кирилина, Томская 2005]. Женщины чаще предпочитают один языковой вариант, мужчины – другой, однако могут употреблять и варианты, обыкновенно предпочитаемые противоположной гендерной группой. В то же время их предпочтения зависят от социальных ожиданий, а также психологических характеристик индивида.

Таким образом, в языковом сознании формируются нормы и правила речевого поведения, которые детерминирует гендер. Когда человек усваивает эти нормы и правила, он вырабатывает привычки говорить «как мужчина» или «как женщина» и соответственно приобретает навыки в интерпретации высказываний чужих людей [Maltz, Borker 1982].

В итоге стереотипы речевого поведения мужчин и женщин служат не только критериями оценки мужского и женского речевого поведения, функционирующими в языковом сознании общества, социальных групп и отдельных лиц, но и социальными моделями речевого поведения, регулирующими речевое поведение человека в разных ситуациях. Они в конечном счете представляют собой социальные ожидания мужского и женского речевого поведения.

Ниже приводится краткий обзор некоторых работ российских ученых, посвященных проблемам гендерных стереотипов в языковом сознании мужчин и женщин, которые наиболее близки по духу нашему исследованию.

Для изучения динамики гендерных стереотипов, А.В. Кирилина провела эксперимент методом свободных ассоциаций, участие в котором приняли 30 мужчин и 32 женщины, проживающих в Москве, с высшими или незаконченным высшим образованием, чьим родным языком является русский язык. В

эксперименте было четыре стимула-слова: русский мужчина, русская женщина, немец и немка. Установлено, что в представлениях информантов русская женщина имеет более положительный образ, чем русский мужчина: они сильные, красивые, решительные, умные и выносливые. Среди реакций не было черт, стереотипно приписывающих негативные качества женщинам. Русский мужчина оценивается информантами-женщинами ниже, чем самими мужчинами. Наблюдается больше отказов информантов от реакций на стимул русский мужчина, что говорит о трудности с определением типичных черт русских мужчин [Кирилина 1999: 146–161]. По сравнению с описанием русских, гендерная дифференцированность при описании реакций на стимулы *немец* и *немка* очень маленькая. Многие русские информанты приписывают одни и те же черты немцам и немкам. Кроме этого, русские информанты обо-его пола низко оценивают внешность немки и эмоциональность немцев [там же].

Е.В. Глазанова провела исследование, посвященное изучению стереотипных представлений русских студентов (25 юношей и 25 девушек) о характере и внешности типичного мужчины и типичной женщины [Глазанова 2008: 63–64]. В эксперименте информантам было предложено два списка прилагательных, описывающих характер и внешность человека с заданием ранжировать прилагательные, описывающие характер, по параметрам мужественность-женственность и положительность-отрицательность, а прилагательные, описывающие внешность – лишь по параметру мужественность-женственность. Результаты эксперимента показали, что среди информантов обнаруживается большее согласие относительно характера типичной женщины, чем типичного мужчины. Мнения о характере типичной женщины совпадают, мнения о характере типичного мужчины в целом сходны, но информанты-мужчины и информанты-женщины по-разному оценивают качества характера, например, «агрессивный» и «угрюмый» для женщин есть крайне отрицательные характеристики, а для мужчин они более или менее нейтральны. При ранжировании характеристик внешности ситуация прямо противоположная:

внешность типичного мужчины представляется информантам более отчетливой, чем внешность типичной женщины [там же].

Для выявления гендерных стереотипов в представлениях носителей русского языка, М.В. Гаранович в своей диссертационной работе провела два эксперимента. Общий объем выборки информантов составил 144 человека; выборка была сбалансирована по таким параметрам, как «гендер», «возраст» (17–39 лет и 40–65 лет), «образование» (высшее и среднее), «специальность» (гуманитарная и негуманитарная). В первом эксперименте о стереотипах маскулинности и фемининности установлено, что ядром стереотипов маскулинности в общественном и групповом сознаниях выступают представления о силе мужчины, а ядром стереотипов фемининности – представления о красоте женщин [Гаранович 2011: 88-164]. Результаты второго эксперимента о стереотипах речевого поведения мужчин и женщин показали, что стереотипы эмоционального/неэмоционального и многословного/немногословного речевого поведения существуют в общественном сознании, и прежде всего формируются в сознании самих женщин. Стереотип вежливого/невежливого речевого поведения функционирует в сознании мужчин более молодого поколения. Стереотип доминирующего/недоминирующего речевого поведения действует в сознании информантов с высшим образованием, людей в возрасте 17–39 лет и негуманитариев [там же:165–212].

Вышесказанное позволяет нам сделать вывод, что стереотипы маскулинности/фемининности являются вербализированными в языке оценочными представлениями носителей языка о качествах мужчин и женщин. В целом стереотипы маскулинности содержат положительные характеристики, а стереотипы фемининности – более отрицательные качества. Речевые гендерные стереотипы понимаются как культурно и социально обусловленные представления об атрибутах и нормах речевого поведения мужчин и женщин, соответствующих социальным ожиданиям. Изучение стереотипов маскулинности/фемининности и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин служит

главным содержанием исследования гендерных стереотипов в социолингвистическом аспекте.

1.5. Выводы

Данная глава посвящена теоретическим основаниям изучения социальных стереотипов на Западе и в России. По мнению У. Липпмана, стереотипы возникают из воспринятого человеком заранее сформированного мнения социума. Они выполняют функцию экономии или минимизации когнитивных усилий и функцию защиты групповых ценностей. Стереотипы бывают и положительные, и отрицательные. Их легко распространять и можно навязывать с помощью СМИ.

После У. Липпмана, стереотипизация воспринималась как необходимый когнитивный процесс, который значимо сказывается на поведении индивида. В начале 60-х гг. XX в. ученые начали уделять внимание тому, как личностно-психологические особенности человека влияют на механизмы процесса стереотипизации (Г.С. Мельник) и утверждали, что формирование стереотипов в сознании индивида зависит от представлений той социальной группы, к которой он принадлежит (Р. О'Хара, Г. Тэджфел, М.В. Гаранович). В силу динамического подхода к раскрытию сущности процесса стереотипизации в структуре стереотипа выделялись уровни индивидуальных, коллективных и групповых представлений (В. Дуаз, Э. Вайнеки).

Существует большое количество критериев для классификации стереотипов, на основании которых выделяется большое количество разновидностей стереотипов. В частности, выделяют различные виды стереотипов по объекту стереотипизации: этнические, гендерные, возрастные, профессиональные и т. п.

Как один из видов социальных стереотипов, этнические стереотипы представляют собой схематизированные и упрощенные представления о своей или чужих этнических общностях, характеризующиеся устойчивостью, повы-

шенной оценочно-эмоциональной окраской. Этнические стереотипы образуются на основе действия механизмов упрощения и конкретизации с ориентацией на собственную этническую культуру.

Гендерные стереотипы представляют собой сложный социальный феномен, в определении которого нет единства. В отличие от ученых, утверждающих, что гендерные стереотипы заимствуются в готовом виде, и от исследователей, признающих важную роль активной познавательной деятельности индивида в процессе формирования гендерных стереотипов, М.В. Гаранович выделяет индивидуально-групповой и социокультурный уровень в структуре гендерных стереотипов.

В связи с тем, что гендерный концепт отражается в когнитивном и языковом сознании представителей каждой культуры, было разработано новое научное понятие «этногендер», под которым понимается этническая специфичность социокультурного проявления пола. Этногендерные исследования, в частности изучения этногендерных стереотипов, оказываются интересной и перспективной темой в современных гендерных исследованиях.

На основе отношения к группе выделяют авто- и гетеростереотипы. Автостереотип является представлением какой-то социальной группы о самой себе, а гетеростереотип – оценочные взгляды данной группы о других социальных группах. Взаимобусловленность автостереотипов и гетеростереотипов связана с явлением «ингруппового фаворитизма», т. е. автостереотип более положителен, чем гетеростереотип, при этом по содержанию автостереотип более разнообразен, а гетеростереотип более гомогенен.

Для изучения стереотипов (этнических и гендерных в том числе) в социолингвистическом аспекте нужно применять комплекс методов, большинство из которых заимствовано из социологии и/или психологии. Набор методов получения материала, методов обработки материала и методов оценки достоверности полученных данных позволяет исследователю зафиксировать и выявить стереотипы, функционирующие в сознании информантов.

ГЛАВА 2. ПРЕДМЕТ, МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Предмет исследования

Предмет настоящего исследования в целом заключается в изучении стереотипов разных этногендерных групп (китайцев и русских, мужчин и женщин) относительно себя и друг друга. Однако такая формулировка предмета является слишком общей, названный предмет исследования является комплексным и в нем можно выделить несколько отдельных аспектов.

Во-первых, изучаются структуры этногендерных стереотипов, функционирующих в представлениях китайских и русских женщин и мужчин, а именно, формирующие стереотипные представления семантические признаки, актуализированные в сознании указанных социальных групп, и иерархия этих признаков.

Во-вторых, исследуется зависимость структур стереотипов от этноса и гендера респондентной группы. Этот аспект исследования предполагает построение иерархии социальных признаков, на основе которых формируется социальная группа (этнических или гендерных), по важности их влияния на структуру стереотипа. Помимо этого, дополнительно учитывается влияние на структуру стереотипа изучения языка противопоставленной по этносу группы (китайского для русских или русского для китайцев) и знакомства со страной изучаемого языка (т. е. факт посещения России для китайцев и Китая для русских).

В-третьих, анализируется варьирование структур стереотипов относительно этногендерной группы в зависимости от того, рассматриваются авто- или гетеростереотипы.

2.2. Изучаемые социальные факторы. Выборка информантов

Для социолингвистических экспериментов необходимо определить социальные параметры, оказывающие влияние на формирование социальных

стереотипов. В.П. Тимофеев считает, что существует три вида социолингвистических факторов – физические, психические и социальные [Тимофеев 1971: 9]. Однако все факторы, «будучи включенными в контекст функционирования общества и в процессы социальной коммуникации, могут переосмысливаться социально» [Ерофеева Е.В. 2005: 122] и работают как социальные факторы. На практике разные социолингвисты выбирают для своих исследований различные социальные параметры (см: [Ерофеева Е.В. 2005; Ерофеева Т.И. 2004, 2008, 2009; Ерофеева Т.И., Глазова 2009; Labov 1971, 1998; Trudgill 1974 и др.]). В настоящей работе исследуются этногендерные стереотипы четырех групп информантов, собранных с учетом таких социальных факторов, как «этнос», «гендер», «изучение языка» и «пребывание в стране». Рассмотрим эти факторы.

Этнос. Этнос – «исторически сложившаяся на определенной территории устойчивая совокупность людей, обладающая общими чертами и стабильными особенностями культуры и психологического склада, а также сознанием своего единства и отличия от других подобных образований (самосознанием)» [Бромлей 1983]. Как уже говорилось, стереотипы являются культурно детерминированными представлениями, поэтому этнический фактор значительно влияет на эмоционально-оценочные представления китайцев и русских друг о друге. В данном случае речь идет именно об этносе, а не о национальности (понимаемой как принадлежность человека к национальному государству), поскольку к экспериментам в качестве информантов привлекались люди, относящие себя в ханьцам (китайцы) или русским (россияне).

Гендер. Гендер – это совокупность психологических, социальных и культурных характеристик мужчины и женщины. Являясь в своей основе биологическим параметром, в процессе социализации биологический пол трансформируется в социальный гендер, и у индивида формируется гендерная идентичность, которая является результатом социального конструирования [Ярская-Смирнова 1998]. В этом процессе индивид получает представления о мас-

кулиности и феминности в рамках своей культуры и регулирует свое поведение в обществе как представитель пола и носитель определенных полоспецифических характеристик [Клецина 2004]. Гендерный фактор оказывает значительное влияние на формирование авто- и гетеростереотипов разных социальных групп [Киммел 2006; Гаранович 2020 и др.].

Изучение языка. Социальный фактор «образование» играет важную роль в когнитивных процессах. В нашем исследовании этот фактор учитывается в виде изучения языка – китайского русскими и русского китайцами. Человек, изучающий иностранный язык, приобретает больше знаний о стране изучаемого языка, о ее культуре и жителях, поэтому данный фактор может оказывать влияние на формирование социальных стереотипов. Естественно, уровень владения языком также влияет на восприятие страны изучаемого языка и ее жителей, но, к сожалению, учесть этот фактор в нашем случае не представлялось возможным, так как не все респонденты сдавали тесты на знание языка, однако все респонденты владели соответствующим языком на уровне возможности вести простой бытовой диалог в языковой среде.

Пребывание в стране. Как известно, стереотипы характеризуются динамичностью [O'Hara 1961]. После пребывания в стране и личных контактов с носителями языка, стереотипы, заложенные в сознании человека, могут измениться, при этом некоторые признаки, приписываемые данной стране и ее жителям в структуре стереотипа, могут исчезать или нивелироваться, а другие, напротив, возникать или усиливаться.

В настоящем исследовании информанты экспериментов отбирались по вышеупомянутым параметрам среди китайских и русских студентов (бакалавры, магистры и аспиранты). В выборке респондентов, привлеченных к исследованию, фактор «этнос» имел две градации – «китаец» и «русский»; фактор «гендер» – градации «женщина» и «мужчина»; фактор «изучение языка» – градации для китайцев «изучать русский язык» и «не изучать русский язык», градации для русских «изучать китайский язык» и «не изучать китайский язык»; фактор «пребывание в стране» – градации для китайцев – «посещение

России» и «отсутствие опыта посещения России», градации для русских – «посещение Китая» и «отсутствие опыта посещения Китая».

В целях выявления различий в стереотипных представлениях разных групп использовался принцип балансировки выборки информантов, суть которого заключается в том, что выборка состоит из одинакового количества информантов по любому фактору и его рангу, указанному в эксперименте [Штерн 1992]. Балансировка выборки охватывает все изучаемые в данном исследовании социальные группы и позволяет сформировать количественно и качественно репрезентативную выборку. Схема балансировки информантов представлена на рисунке 1.

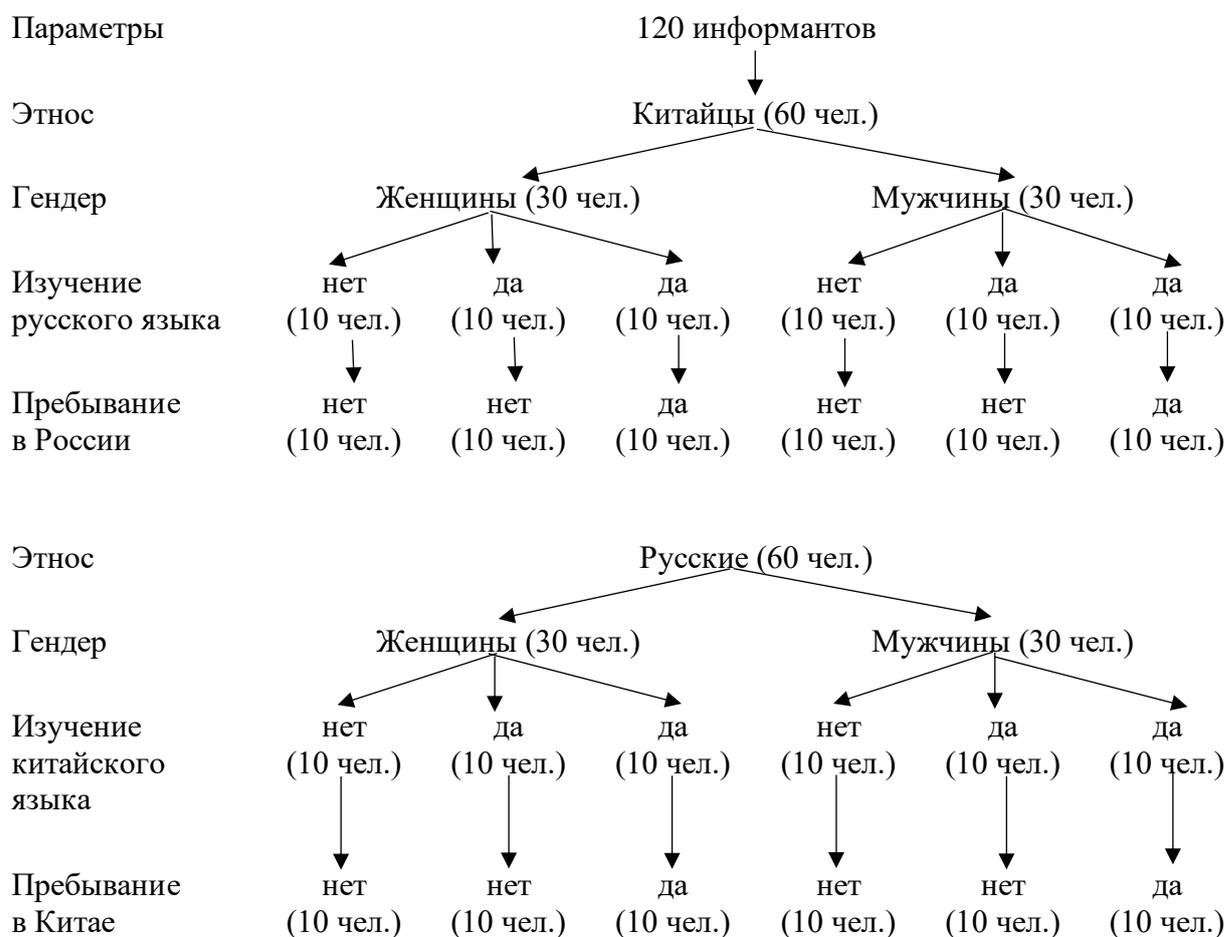


Рисунок 1. Схема балансировки выборки информантов

Итак, объем выборки информантов – 120 человек, 60 китайцев и 60 русских. Каждая этническая группа делится по фактору «гендер» на мужчин и женщин, таким образом получаем четыре основные группы информантов –

китайские женщины, китайские мужчины, русские женщины и русские мужчины (по 30 чел. в каждой группе). Внутри каждой из этих групп также выделяются еще 3 группы (по 10 чел. в каждой): информанты, которые не изучают язык и не были в стране; информанты, которые изучают язык, но не были в стране; информанты, которые изучают язык и были в стране.

2.3. Изучаемые стереотипные признаки

2.3.1. Внешность

Внешность – «выразительное средство коммуникации, обращенное к другим людям» [Кон 1978]. Включенность внешности в межличностную коммуникацию, т. е. ориентация людей на внешность собеседника, служит едва ли не самой значимой социальной функцией внешности, определяющей его существование как члена общества.

Внешность представляет собой социально-исторический и культурный стереотипизированный образ [Богуславский 2004]. Для оценок внешности человека важное значение имеют признаки, которые свидетельствуют о его социальной принадлежности и его положении в обществе. Эти признаки также фиксируются обыденным сознанием, в котором находят отражение особенности внешности представителей различных социальных слоев, классов и групп. Сознание стереотипизирует социально-психологические образы представителей разных социальных групп и формирует стереотипные представления о внешности, общении и поведении человека. И в самих образах, отражающих историческое развитие той или иной социальной группы, и в их детализации (внешность, поведение, манеры, выражение лица, жесты, одежда и т. п.) реализуется видение мира.

Внешность также является средством национальной идентификации [там же]. Особенности внешнего образа позволяют человеку отличать представителей одного этноса от другого, и при этом дают возможность людям идентифицировать себя как представителей одной историко-этнической общности,

на основе чего создается психологический образ «своего». Данный образ положительно эмоционально-оценочно окрашен. В процессе складывания образа «своего» происходит не только типизация, но и идеализация характеристик внешности человека, поскольку человек имплицитно реализует идею самоутверждения и превосходства над другими людьми.

В системе ценностей важное место занимают представления о наиболее типичном для этноса телесном облике человека – «этническом телесном образе», под которым понимаются «представления о внешнем облике человека, о его телесной выразительности, типичной для данного этноса, и о поведении этого человека» [Яременко 1997: 49].

У разных этносов собственные эталоны внешности. Представления об эталонах внешности человека являются иерархически сложным комплексом признаков и свойств, выработанным в течение длительного исторического периода, по которому оценивается внешность человека в этой национальной культуре [Богуславский 2004]. Отбор важных ценностных характеристик внешности зависит от исторического процесса развития, образа жизни, климато-географических факторов, психологии и традиций этноса, а также его опыта культурного взаимодействия с другими этносами. Понятие привлекательной внешности является одной из форм хранения и передачи познавательного опыта, отражающего особенности взглядов того или иного этноса на человека.

2.3.2. Характер

Характер является «психическим складом человека, определяющим индивидуальный стиль его поведения и переживания» [Дубровский, Черносвитов: электр. ресурс]. Он складывается и проявляется в деятельности человека и общении с другими людьми, оказывает влияние на типичные образцы поведения человека. Существенные черты характера заключаются в стабильности, целостности и стереотипности [там же].

Формирование характера происходит в различных по характеристикам и уровню развития социальных группах (семья, возрастная группа, профессия и т. д.). В зависимости от референтной для человека группы и ее социально-культурной деятельности у человека развиваются соответствующие черты характера. Под чертами характера понимаются психологические признаки человека, регулирующие его поведение в типичных обстоятельствах. Например, смелость или робость проявляются в опасной ситуации, общительность или замкнутость – в ситуации общения и т. д.

Существует множество классификаций черт личности. По мнению многих российских ученых, все черты характера связаны с психическими процессами, так что выделяются волевые, эмоциональные и интеллектуальные черты. В волевые черты характера включены такие черты, как целеустремленность, настойчивость, независимость, активность, предприимчивость и др. Эмоциональные черты характера включают импульсивность, впечатлительность, энтузиазм, апатию, отзывчивость и т. д. Интеллектуальные черты характера есть здравомыслие, находчивость, сообразительность, любознательность и т. п. [Маклаков 2005].

Наиболее важными моментами в формировании характера является то, как человек относится к своему окружению, к себе и к другим людям. Эти отношения и лежат в основе классификации основных черт характера, предложенной А.Я. Петровским и М.Г. Ярошевским [Петровский, Ярошевский 2000], по мнению которых характер человека проявляется в четырех аспектах: во-первых, характер человека прежде всего проявляется в отношении человека к другим: родным и близким, товарищам по учебе или работе, знакомым и незнакомым и т. д. Общительность и замкнутость, честность и лживость, воспитанность и грубость, заботливость и равнодушие – все это проявляется в отношении человека к другим. Во-вторых, черты характера обнаруживаются в отношении человека к себе: гордость и стыд, уверенность и неуверенность в себе, бескорыстие и эгоизм и т. д. В-третьих, характер отражается в отношении человека к делу. Наиболее ценными чертами характера являются трудолюбие,

добросовестность, энтузиазм, ответственность, серьезность и т. п. В-четвертых, характер находит отражение в отношении человека к вещам: аккуратность и небрежность, бережливость и расточительность и мн. др.

В целом можно сказать, что референтная для человека социальная группа оказывает значительное влияние на формирование характера человека. Черты характера человека в основном проявляются в четырех аспектах и определяют типичные для человека образцы поведения в соответствующей ситуации.

2.3.3. Интеллект

Интеллект как психологическое понятие может трактоваться по-разному. Например, по мнению Л. Полани, интеллект представляет собой один из способов приобретения знания [Полани 1985]; М.К. Акимова полагает, что основа интеллекта – это умственная активность [Акимова 1999]; Д. Векслер отмечает, что «интеллект – это глобальная способность разумно действовать, рационально мыслить и хорошо справляться с жизненными обстоятельствами» [Wechsler 1958]. Р. Стернберг рассматривает интеллект как умственную деятельность, нацеленную на сознательную адаптацию к окружающей среде и ее преобразованию. Это набор мыслительных навыков, используемых для решения повседневных или абстрактных проблем [Sternberg 1987].

В целях выявления структуры интеллекта Р. Стернберг разработал триархическую теорию интеллекта, согласно которой существуют три типа интеллекта, объясняющих обработку информации внутри, снаружи и взаимодействие между ними [там же]. Р. Стернберг разделяет интеллект на аналитический, практический и творческий. Аналитический интеллект включает в себя способность собирать, хранить, изменять и обрабатывать информацию. Обладая аналитическим интеллектом, человек может выполнять умственные операции, например, получение информации, принятие решений и т. д. Практический интеллект также называется «контекстным» интеллектом. Этот интеллект относится к способности людей приспосабливаться к окружающей их среде обитания или вносить

изменение в нее. Творческий или называемый «опытный» интеллект, представляет собой способность интеграции информации и применения знаний и навыков для решения незнакомых задачи [там же]. На основе анализа экспериментальных данных Р. Стернберг также выявил три основных фактора, которые, по представлениям людей, формируют интеллект: 1) способность решать практические житейские проблемы, 2) вербальная способность и 3) социальная компетентность [Стернберг 2002].

В сознании каждого отдельного человека существуют определенные представления об интеллекте, и соответственно, сформированы разные образы интеллектуального человека. Результаты многолетних кросс-культурных исследований показали, что культурное окружение оказывает влияние на представления людей об интеллекте [Berry 1984]. Возникли вопросы о том, как следует определить и измерять интеллект [Goodnow 1984]. Для изучения интеллекта с учетом культурного фактора было применено много теорий, например, имплицитные теории [Sternberg 1990], народные представления об интеллекте [Berry 1984], модели повседневного поведения [Goodnow 1984] и т. д. В имплицитных теориях предметом исследования являются представления об интеллекте определенных социальных групп, обычно в форме определений, синонимов к слову «интеллект», списков свойств, характерных для интеллектуальных людей и т. д. [Ружгис 1992]. Таким образом, кросс-культурные имплицитные теории направлены на изучение представлений конкретной социально-культурной группы относительно интеллекта.

2.4. Методы получения материала

Задачи научного исследования решаются с помощью соответствующих данной проблеме методов и методик. Для решения задачи выявления авто- и гетеростереотипов в представлениях китайцев и русских об их внешности, характере и интеллекте необходимо применить комплекс методов. В целях получения материала исследования – реакций, представляющих стереотипные признаки, были использованы методы социолингвистического анкетирования

и семантического дифференциала. Для анализа и интерпретации полученных данных был применен метод семантического анализа. Кроме этого, использовались количественные и статистические методы, направленные на выявление частотности изучаемых признаков, анализ распределений реакций у разных групп информантов и выявление различий и сходств между структурами стереотипов. Рассмотрим подробнее примененные в работе методы.

2.4.1. Анкетирование

Для изучения стереотипных образов разных этногендерных групп, сформированных в сознании китайцев и русских, был проведен социолингвистический эксперимент, который состоял из двух частей. Первая часть эксперимента проходила в виде анкетирования. Анкетирование часто используется в социолингвистических исследованиях и дает возможность получить представительные данные. Большое количество социолингвистов считают анкетирование важнейшим методом среди всех методов сбора лингвистических материалов [Аврорин 1975: 248; Бондалетов 1987: 146; Беликов, Крысин 2001; Вахтин, Головкин 2004; Швейцер, Никольский 1978: 179]. Метод анкетирования эффективен при социолингвистических исследованиях, потому что позволяет работать непосредственно с участником изучаемого явления, а получаемая при его применении информация имеет непосредственную связь с опытом и интересами информанта.

При проведении анкетирования в настоящем исследовании информантам было предложено оценить 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» (см. анкету в Приложении 1). Задание выполнялось письменно.

В результате проведения анкетирования было получено в целом 6 482 реакции: 3 425 – от китайцев и 3 057 от русских информантов. Из всего мас-

сива реакций относительно признаков внешности было получено 1 196 реакций от китайцев и 1 095 реакций от русских, относительно признаков характера 1 172 реакции от китайцев и 1 117 реакций от русских, относительно признаков интеллекта – 1 057 реакций от китайцев и 845 реакций от русских.

2.4.2. Метод семантического дифференциала

В целях выявления стереотипизированности конкретных признаков во втором социолингвистическом эксперименте тем же группам информантов (китайским женщинам, китайским мужчинам, русским женщинам, русским мужчинам) предлагалось оценить китайских и русских мужчин и женщин по 26 пятибалльным шкалам, сформированным антонимичными прилагательными. Таким образом, использовался метод семантического дифференциала.

Метод семантического дифференциала предполагает, что каждый оцениваемый объект получает оценку по набору антонимичных шкал, что позволяет выявить важные признаки объекта в семантическом пространстве. Основное преимущество семантического дифференциала заключается в том, что он может стандартизировать результаты и процедуры сопоставления результатов. Поэтому данный метод широко используется в социологии, психологии, лингвистике, социопсихологии, социолингвистике и т. д. [Osgood et al, 1957] (см. также: [Баранова 1994; Григорьева 2013; Дмитриева 2006; Королева 2009; Komorita, Bass 1967; Mitsos 1961; Terwilliger 1962; Yasumasa et al, 1963]). По мнению Ч. Осгуда и его сотрудников, семантический дифференциал является объективным, практичным и надежным методом и может быть применен в сравнительных кросс-культурных исследованиях [Osgood 1960, Yasumasa et al, 1963].

При проведении эксперимента методом семантического дифференциала были использованы следующие шкалы:

- 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, поставив отметку напротив соответствующего балла на шкале (см. Анкету в Приложении 1); оценка «1» соответствовала отрицательному признаку (левый антоним в паре), а оценка «5» – положительному (правый антоним в паре).

В результате эксперимента по семантическому дифференциалу было получено 12 480 реакций-оценок информантов: 6 240 реакций-оценок от китайцев и 6 240 – от русских.

Перейдем к описанию методов обработки материала.

2.5. Методы анализа материала

2.5.1. Семантический анализ реакций

Изучая реакции, полученные в экспериментах, лингвисты обычно обращают внимание только на актуализации стереотипов в наиболее частотных реакциях, не учитывая малочастотные реакции [Гасица 1990; Залевская 1999; Новикова 1998 и др.]. В данном исследовании мы исходили из убеждения, что все реакции информантов взаимосвязаны [Гаранович 2011, 2020], поэтому при анализе необходимо рассматривать не только самые частотные реакции, но их семантические группы реакций, учитывая объем, что позволяет построить более точные модели стереотипов.

Поэтому обработка результатов анкетирования по выявлению стереотипных мнений разных этногендерных групп о внешности, характере и интеллекте китайцев и русских заключалась в выявлении семантических признаков, которые стереотипизируются в представлениях изучаемых социальных групп. Изучение семантических признаков позволяет рассматривать полученные реакции как модели, репрезентирующие содержание слов, и инструменты для анализа содержания стереотипов. Выделение семантических признаков в массиве реакций служит эффективным методом исследования содержания и функционирования стереотипов в сознании информантов [Гаранович 2011: 78].

Как упоминалось выше, материалом исследования служили реакции о внешности, характере и интеллекте, данные китайскими и русскими информантами в социолингвистическом эксперименте. Среди этих реакций были не только слова, но и реакции-словосочетания и даже высказывания. Все реакции

(лексемы и выражения), характеризующие образы китайцев и русских со сторон внешности, характера и интеллекта, были объединены в семантические группы по общности выраженных в них семантических признаков. Семантические группы, полученные на основе объединения реакций по семантическим признакам, имеют разный объем (количество конкретных реакций, включенных в группу) в структуре массива реакций, что дает возможность построить полевые модели стереотипов, в которые выделяются ядро, предъядерная и периферийная зоны. Одна и та же реакция могла быть отнесена к разным семантическим группам одновременно, если в ее семантике присутствовали два или более семантических признака (что особенно актуально для словосочетаний и высказываний).

Итак, 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 считаются стереотипными (они могут входить в структуру индивидуального стереотипа, но не группового). Такое понимание структуры социального стереотипа сформулировано в работах Пермской школы социопсихолингвистики (см., например: [Ван Минь 2018; Гаранович 2011, 2020 и др.]).

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.

Однако при рассмотрении конкретных реакций, объединенных в группу по семантическому признаку, нередко обнаруживается, что в группу вошли се-

мантически противоречивые реакции. Их наличие может поменять статус данного признака в структуре стереотипа: если доля таких реакций превышает треть реакций или значительно снижает показатель объема группы, то место признака в структуре стереотипа может переместиться из ядра в предъядерную зону или из предъядерной зоны в периферию.

Структура стереотипа, реализованная как иерархия стереотипизированных признаков, анализировалась с точки зрения двух параметров: детализированности и яркости. Детализированность стереотипа определяется количеством признаков, включенных в ядро и предъядерную зону стереотипа: чем больше стереотипных признаков актуализируется в ответах информантов, тем более детализированным оказывается стереотип. Яркость признаков зависит от степени единообразия ответов респондентов: чем единообразнее реакции, тем ярче стереотипные представления в группе.

Таким образом, анализ семантической близости реакций позволяет объединить характерные для рассматриваемых групп информантов признаки образов китайцев и русских. Эксперименты, нацеленные на изучение стереотипов в сознании информантов, дают возможность раскрыть механизм стереотипизации представлений китайских и русских женщин и мужчин об их внешности, характере и интеллекте на примере не только отдельных реакций, но и на материале более широкой семантической структуры – семантических признаков.

2.5.2. Статистические методы

Большую роль в представлении и обработке результатов исследования играют количественные методы, поскольку, как уже упоминалось выше, полевая структура стереотипов строится на основе объема семантических групп реакций. Именно объем группы говорит о ее стереотипности, т. е. типичности для информантов.

Обработка результатов эксперимента, проведенного методом семантического дифференциала, осуществлялась статистическими методами. Для распределений оценок в качестве меры центральной тенденции (усредненной

оценки по группе респондентов) использовалась медиана, которая рассчитывалась по формуле Р.М. Фрумкиной [Фрумкина 1971]:

$$Me = L_i + k_i \frac{\frac{N}{2} - N_1}{N_2},$$

где

i – категория, содержащая искомую Me ;

L_i – нижняя граница i -ой категории;

k_i – ширина категорий (в нашем случае 1);

N – общий объем реакций;

N_1 – количество реакций, помещенных ниже L_i ;

N^2 – количество реакций, попавших в категорию i .

Данный метод расчета медианы позволяет представить ее как дробное число и в результате более корректно сравнивать оценки между собой.

Как стереотипные признаки в данном эксперименте рассматривались такие, у которых медиана оценок оказалась ≥ 4 или ≤ 1 . Остальные – нейтральные или слабо выраженные признаки – при анализе стереотипных представлений не учитывались.

Для расчета степени сходства распределений оценок разных групп респондентов использовался критерий ранговой корреляции Спирмена [Сидоренко 2000]:

$$r = 1 - 6 \frac{\sum d^2}{N(N^2 - 1)},$$

где

d – разница между сопряженными оценками признаков (Me) разными группами информантов;

N – количество сравниваемых пар Me .

2.6. Выводы

Итак, для исследования стереотипных образов китайцев и русских был использован комплекс методов получения и обработки материала.

Выборка информантов, от которых был получен материал, строилась с учетом социальных параметров, оказывающих влияние на представления информантов (этнос, гендер, изучение языка, пребывание в стране); при этом выборка была сбалансирована по учтенным в ней социальным факторам, что повышает валидность полученных результатов.

Исследование проведено как кросс-групповое, в котором все группы информантов (китайские женщины, китайские мужчины, русские женщины, русские мужчины) оценивали все группы, как свою, так и иные, что позволило проанализировать структуры и авто-, и гетеростереотипов.

Использованный в работе метод анкетирования является основным методом для получения языкового материала в социолингвистических исследованиях, часто используется при изучении стереотипов и позволяет получить качественно и количественно репрезентативные данные. Метод семантического дифференциала применяется в работе с целью выявления степени выраженности оценок информантов относительно признаков внешности, характера и интеллекта китайцев и русских.

Метод семантического анализа, примененный при обработке результатов анкетирования, эффективен тем, что при его использовании осмысляются не отдельные реакции, а семантические группы реакций, что позволяет более точно моделировать содержание и структуру стереотипов китайцев и русских.

Количественные методы, использованные при анализе материала, позволяют учесть активность семантических признаков в ответах информантов, их типичность, т. е. стереотипность, и построить полевую модель стереотипов. Статистические методы применялись для выявления величины средней оценки признака по группе информантов, а также степени близости между распределениями оценок разных социальных групп.

Сочетание социолингвистических, психолингвистических и количественных методов представляется продуктивным для исследования этногендерных стереотипов и вариативности их структуры в зависимости от социальных параметров информантов.

ГЛАВА 3. ЭТНОГЕНДЕРНЫЕ АВТО- И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПЫ КИТАЙЦЕВ И РУССКИХ ¹

3.1. Авто- и гетеростереотипы китайцев и русских

Анализ данных проведенного анкетирования позволил построить полные модели авто- и гетеростереотипов относительно внешности, характера и интеллекта китайцев и русских. Перейдем к представлению полученных результатов.

3.1.1. Авто- и гетеростереотипы китайцев

В результате семантического анализа полученного материала было выделено большое количество семантических признаков по каждому из них, относительно которых были вопросы в анкете: внешности, характера и интеллекта.

3.1.1.1. Внешность

Реакции по признаку внешность были объединены в 21 семантическую группу. Перечислим основные (наиболее частотные) группы и приведем примеры включенных в них реакций.

«Красота». В эту группу вошли реакции, в которых актуализированы значения, описывающие красивую или некрасивую внешность китайцев, например: *красивые, милые, нежные, ухоженные*, 美丽漂亮 ‘красивые’, 秀气 ‘прелестные’, 温柔 ‘нежные’, 闭月羞花 ‘затмить луну и посрамить цветы’ и др.

«Рост». Данная группа содержала реакции, которые указывают на рост китайцев, например: *высокие, невысокие, низкие, среднего телосложения*, 高 ‘высокие’, 不高 ‘невысокие’, 矮 ‘низкие’, 身高中等 ‘среднего роста’, 骨架小 ‘маленького телосложения’, 娇小 ‘изящные’ и др.

«Стройность». В данную группу включены реакции, в которых описывается стройность китайцев, например: *худые, стройные, среднего телосложения*,

¹ Материалы данной главы частично опубликованы в следующих статьях: [Ерофеева Е.В., Чэнь Яо 2022; Чэнь Яо 2021, 2022а; 2022б; Чэнь Яо, Ерофеева Е.В. 2021].

толстые, изящные, 瘦小 ‘худые’, *亭亭玉立/修长* ‘стройные’, *胖* ‘толстые’, *中等身材* ‘среднего телосложения’, *娇小* ‘изящные’ и др.

«**Волосы**». В данную группу объединены реакции, в которых описываются волосы китайцев, например: *темноволосые, длинные волосы, густые волосы, брюнеты, короткие волосы, 黑发* ‘черные волосы’, *长发* ‘длинные волосы’, *浓眉* ‘густые брови’ и др.

«**Глаза**». Данная группа включала реакции, связанные с глазами китайцев, например: *узкоглазые, кареглазые, темноглазые, 黑眼睛* ‘черные глаза’, *大眼睛* ‘большие глаза’ и др.

«**Кожа**». В данную группу вошли реакции, указывающие на кожу китайцев, например: *смуглые, белокожие, желтокожие, 皮肤白* ‘белокожие’, *黄皮肤* ‘желтокожие’ и др.

«**Лицо**». Данная группа содержала реакции, описывающие лицо китайцев, например: *круглолицые, широкие скулы, бледное лицо, 五官端正* ‘правильные черты лица’, *眉清目秀* ‘тонкие черты лица’, *五官扁平* ‘плоское лицо’ и др.

«**Спортивность**». В данную группу вошли реакции, в которых описываются в основном спортивная фигура китайских мужчин, например: *спортивные, неспортивные, 运动的* ‘спортивные’ и др.

«**Оценка**». В данную группу включены реакции, содержащие общую оценку внешности китайцев, например: *необычные, азиатская внешность, 一表人才* ‘необыкновенные’, *大众化* ‘обыкновенные’, *不同凡响* ‘незаурядные’ и др.

«**Одежда и аксессуары**». В данную группу объединены реакции, указывающие на одежду и аксессуары китайцев, например: *модные, необычный стиль одежды, макияж, стильные, очки, 时髦* ‘модные’, *衣冠楚楚* ‘изящно одеты’, *朴实* ‘нероскошные’ и др.

«**Опрятность**». Данная группа включала реакции, в которых описывается опрятность китайцев, например: *опрятные, подтянутые, 干净* ‘чистые’, *整洁* ‘опрятные’ и др.

«Нос». В данную группу вошли реакции, в которых описывается нос китайцев, например: *маленький нос, курносые*, 鼻梁低 ‘низкая переносица’, 鼻子矮 ‘плоский нос’ и др.

«Воспитанность». В данную группу включены реакции, значения которых содержат указание на вежливое поведение и хорошие манеры китайцев, например: 翩翩君子 ‘джентльмены’, 貌似端庄 ‘благопристойные’, 文质彬彬 ‘приличные’ 得体 ‘пристойные’ и др.

Другие, менее частотные, семантические группы и реакции, вошедшие в них, представлены в таблицах 1–8 Приложения 2.

Частоты признаков внешности, актуализированных в ответах разных этногендерных групп информантов по отношению ко всем группам, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Частота актуализации семантических признаков в реакциях информантов при описании внешности китайских женщин и мужчин, абс.

ПРИЗНАКИ	Китайцы				Русские			
	женщины		мужчины		женщины		мужчины	
	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.
красота	74	37	73	35	17	12	9	3
рост	8	17	6	11	27	23	23	21
стройность	17	12	12	11	30	17	13	22
волосы	3	6	2	3	18	20	20	21
глаза	9	6	4	6	7	14	20	26
кожа	3	4	9	6	8	8	10	15
лицо	4	4	5	12	7	8	7	4
спортивность	1	3	0	2	0	6	4	4
оценка	3	13	3	16	7	4	0	0
одежда и аксессуары	2	5	9	3	4	10	9	4
опрятность	3	5	0	4	3	3	3	1
нос	0	0	0	2	1	2	2	4
воспитанность	5	5	9	6	0	0	0	0
улыбчивость	0	0	0	0	3	2	3	3
независимость	3	6	0	6	0	0	0	0
сдержанность	0	0	4	3	0	0	0	0
поведение	0	7	0	5	0	0	0	0
оптимизм	0	3	0	3	0	0	0	0
зубы	5	0	3	0	1	0	0	0
губы	0	1	3	0	2	0	0	1
правильность	3	1	0	0	0	0	0	0
другие	9	11	11	17	15	15	6	6
всего	149	144	151	147	146	140	127	133

Таблица содержит группу «другие», в которую были включены индивидуальные, сложно квалифицируемые реакции (см. таблицы 1–8 Приложения 2).

На основе данных, представленных в таблице были построены стереотипные образы китайских женщин и мужчин в сознании китайцев и русских.

3.1.1.1.1. Стереотипные представления о китайских женщинах

Китайские женщины о китайских женщинах (автостереотип)

Как видно из рисунка 2, внешность китайских женщин в представлении женщин прежде всего характеризуется через признак «красота». Из 149 реакций половина (74) – это реакции, описывающие с разных сторон красоту женщин: 美丽漂亮 ‘красивые’ (24), 秀气 ‘прелестные’ (8), 温柔 ‘нежные’ (8), 出水芙蓉 ‘прекрасные’ (6), 可爱 ‘симпатичные’ (6). Соответственно, признак «красота» составляет у китайских женщин ядро автостереотипа относительно их внешности.

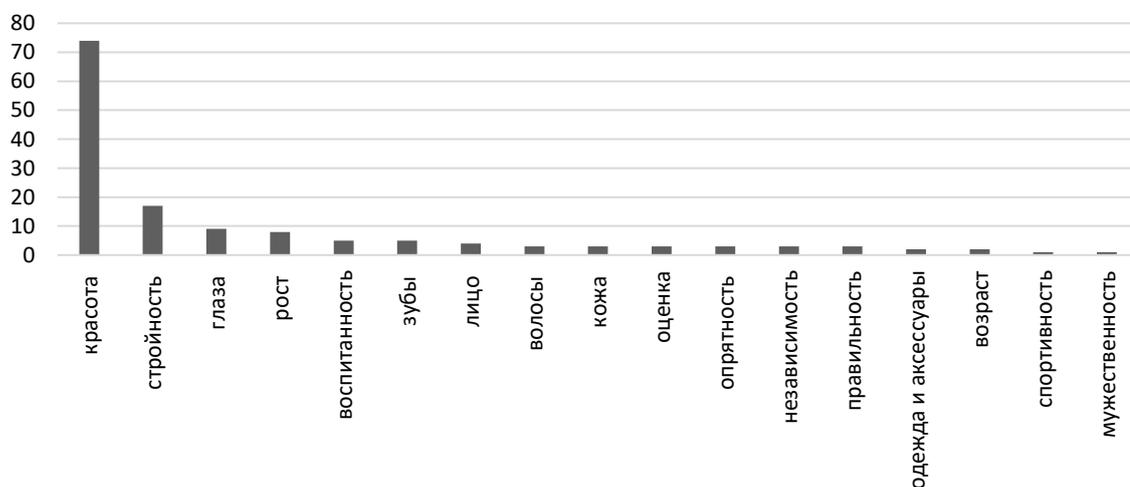


Рисунок 2. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских женщин о себе, абс.

Значительно уступает по частоте, но все же является важным для формирования стереотипного представления китайских женщин о самих себе такой признак, как «стройность» (17). Информанты-женщины отмечают, что китайские женщины имеют стройную фигуру: 亭亭玉立 ‘стройные’ (7), 瘦 ‘худые’ (6). Признак «стройность» включен в предъядерную зону автостереотипа.

Остальные признаки, представленные на рисунке, формируют периферию автостереотипа и встречаются в корпусе реакций от 9 до 1 раза. Это признаки «глаза», «рост», «зубы», «волосы», «кожа» и т. д., т. е. признаки, описывающие «телесность».

Кроме того, в периферийную зону попадают признаки «воспитанность», «независимость», «правильность», «мужественность», которые связаны с характером и поведением, но информанты воспринимают их как проявляющиеся в том числе и во внешности.

Отметим, что при оценке своей внешности китайские женщины не указывают отрицательных признаков; во всем объеме реакций есть только единичные, которые амбивалентны по отношению к оценке внешности женщин, например: мужественные, неспортивные и не роскошные, которые можно расценивать как положительно, так и отрицательно в зависимости от личной позиции.

Итак, признаки «красота» (китайские женщины красивые) и «стройность» (китайские женщины стройные и худые) формируют стереотипные представления китайских женщин о своей внешности.

Китайские мужчины о китайских женщинах (гетеростереотип по гендеру)

На рисунке 3 представлены данные о частоте актуализации признаков внешности в реакциях китайских мужчин и китайских женщин о китайских женщинах в сопоставлении. Рисунок 3 показывает, что признак «красота» также, как и у женщин, является самым важным в представлении китайских мужчин о китайских женщинах. Из 151 реакции примерно половина реакций (73) – это реакции, изображающие прекрасную внешность китайских женщин: 美丽漂亮 ‘красивые’ (35), 闭月羞花 ‘затмить луну и посрамить цветы’ (8), 精致优雅 ‘элегантные’ (5), 温柔 ‘нежные’ (5) и др. Как видим, состав реакций у женщин и мужчин почти одинаков. Очевидно, что признак «красота» представляет собой ядро гетеростереотипа китайских мужчин о китайских женщинах.

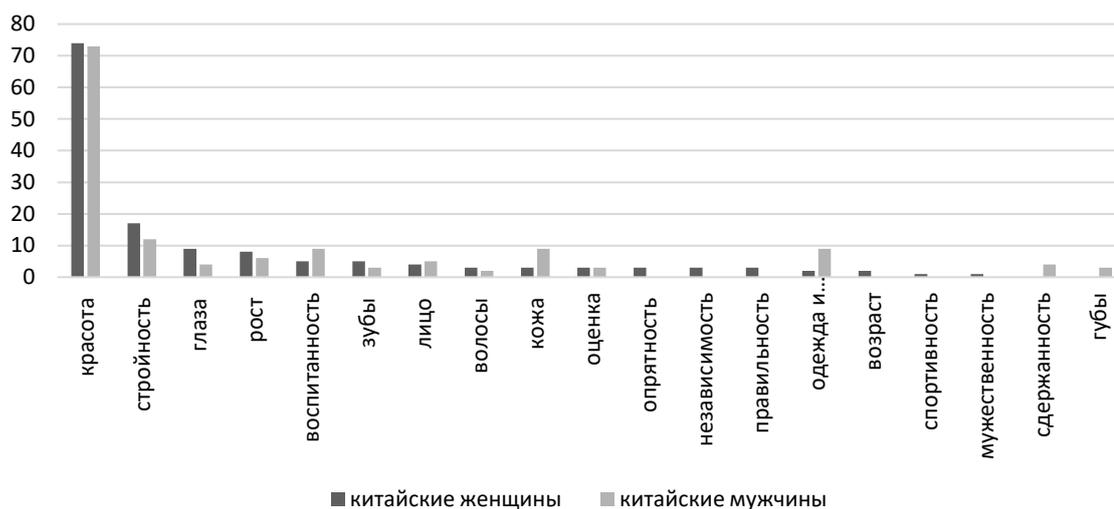


Рисунок 3. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских женщин и китайских мужчин о китайских женщинах, абс.

По частоте признак «стройность» занимает второе место в стереотипе мужчин о женщинах (12), однако он не дотягивает по частоте до предьядерной зоны, поскольку по мнению информантов-мужчин китайские женщины 亭亭玉立 ‘стройные’ (3), 中等身材 ‘среднего телосложения’ (3), 瘦弱 ‘худые’ (2) и т. д. Этот признак, в совокупности с признаками «кожа» (9), «воспитанность» (9) и «одежда и аксессуары» (9), «рост» (6), «лицо» (5), «глаза» (4), «сдержанность» (4), «зубы» (3) и др. входят в периферию стереотипа. Китайские мужчины указывают, что китайские женщины 白皙 ‘белокожие’ (6) и 衣着朴实 ‘нероскошные’ (4). При этом китайские информанты-мужчины отмечают, что китайские женщины 端庄优雅 ‘благопристойные’ (7).

Мужчины так же, как и женщины, включили в признаки внешности ряд признаков характера, например «закрытость», «консерватизм», которые являются традиционными культурно обусловленными атрибутами внешности китайцев (см., например [Su Ping 1998]). Именно эти признаки можно рассматривать скорее как отрицательные, однако однозначно отрицательных черт внешности у китайских женщин в оценке китайскими мужчинами также нет.

Итак, ядром гетеростереотипа китайских мужчин о внешности китайских женщин является признак «красота» (китайские женщины красивы). Предьядерная зона у стереотипа не формируется.

Русские женщины о китайских женщинах (гетеростереотип по этносу)

Рисунок 4 показывает, что наиболее значимыми признаками для восприятия русскими женщинами внешности китайских женщин являются «стройность» (30) и «рост» (27). На взгляд русских женщин китайские женщины *стройные* (9), *худые* (6), *изящные* (4), *миниатюрные* (4), *невысокие* (7), *низкие* (7), *маленький рост* (2) и т. д. Данные два признака включают ряд однородных с семантической точки зрения реакций, поэтому они формируют ядро представлений русских женщин про внешность китайских женщин.

Следующими по частоте выступают признаки «волосы» (18) и «красота» (17). Русские женщины считают, что китайские женщины *темноволосые* (13) и *красивые* (9). Очевидно, данные два признака по частоте выступают предъядерными признаками.

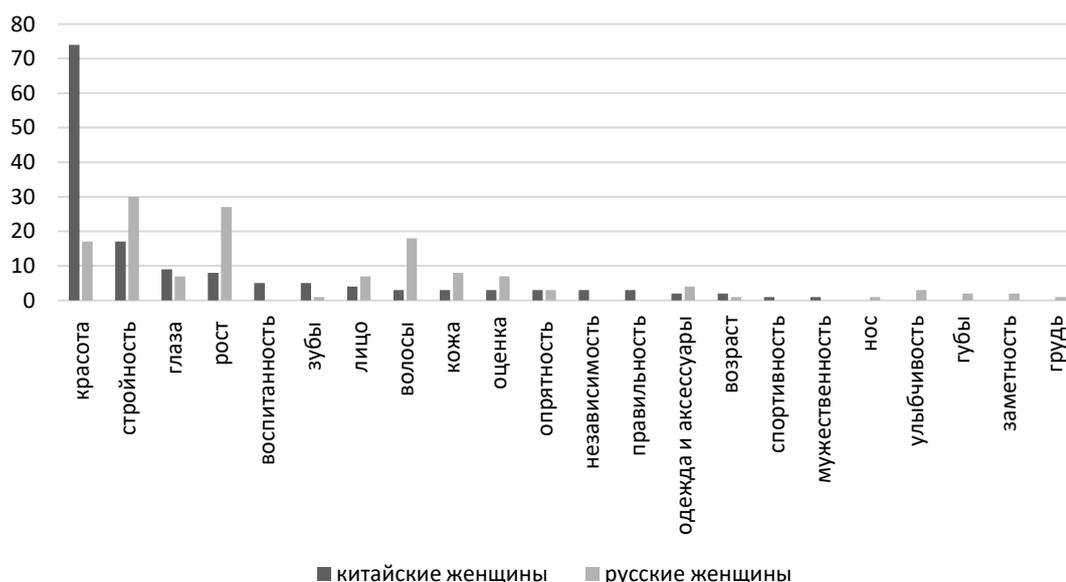


Рисунок 4. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских женщин и русских женщин о китайских женщинах, абс.

Оставшиеся признаки содержат индивидуальные реакции и являются незначимыми признаками – «кожа», «лицо», «глаза», «оценка», «одежда и аксессуары» и т. д.

Отметим, что все реакции русских женщин обладают нейтральной или положительной окраской.

Таким образом, ядро представлений у русских женщин формируется признаками «стройность» и «рост», а предъядерная зона – «волосы» и «красота».

Русские мужчины о китайских женщинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Как у русских женщин, выделенные семантические группы не формируют ядро гетеростереотипа (см. рисунок 5). Для русских мужчин внешность китайских женщин характеризуется прежде всего через признаки «рост» (23), «глаза» (20) и «волосы» (20). Русские мужчины отмечают, что китайские женщины *низкого* (11) и *маленького роста* (6), у них *узкие* (13) и *темные глаза* (5), *темные* (9) и *короткие волосы* (6). Данные три признака формируют предъядерную зону в структуре гетеростереотипа русских мужчин.

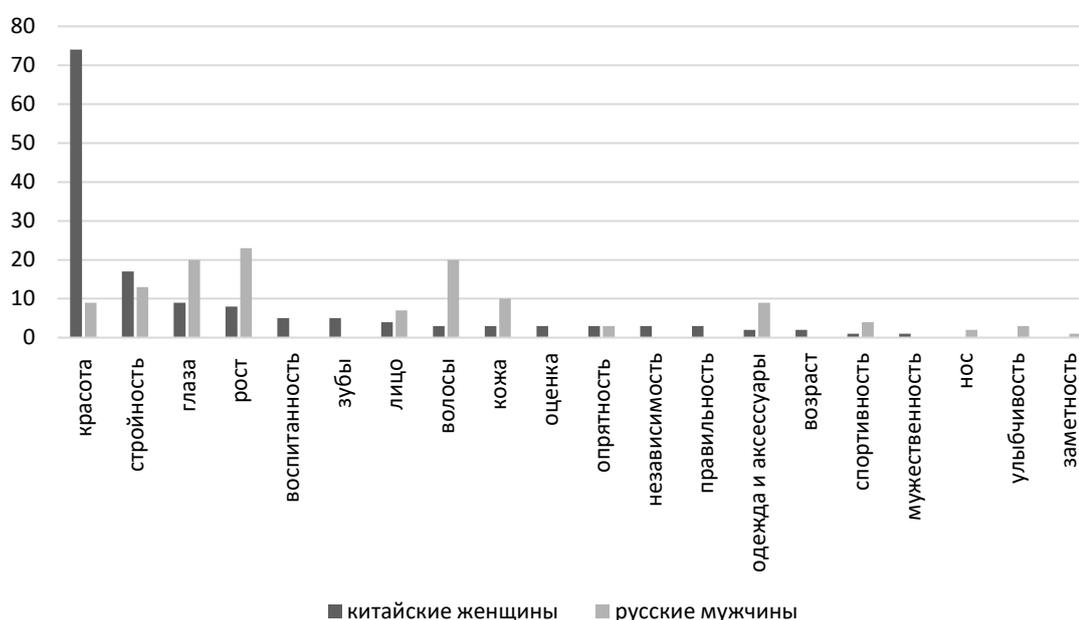


Рисунок 5. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских женщин и русских мужчин о китайских женщинах, абс.

Русские мужчины также воспринимают китайских женщин через признаки «стройность» (13), «кожа» (10) и «красота» (9). Информанты считают, что китайские женщины *худые* (7), *смуглые* (5) и *красивые* (5).

Остальные признаки и их реакции встречались редко и почти не оказывали влияние на формирование стереотипных образов китайских женщин. Это признаки «одежда и аксессуары», «лицо», «спортивность», «опрятность» и др.

Стоит указать, что почти все русские мужчины высоко оценивают внешность китайских женщин. Только один информант отмечает, что китайские

женщины “неопрятные”. Кроме этого, были отмечены «закрытость» и «стро- гость» китайских женщин – *закрытые* и *жесткие*.

Итак, ядро в представлениях русских мужчин не формируется, а предъ- ядерная зона создается признаками «рост», «глаза» и «волосы».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов о внешности китайских женщин

Признаки разных этногендерных групп о внешности китайских женщин, включенные в ядро и предъядерную зону, представлены в таблице 2.

Таблица 2

Стереотипные признаки внешности китайских женщин в восприятии разных этногендерных групп

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	красота	красота	стройность рост	
Предъядерная зона	стройность		волосы красота	рост глаза волосы

Как видно из таблицы, ядерным признаком при оценке внешности китайских женщин у китайцев (как женщин, так и мужчин) является признак «красота», который актуализируется с примерно одинаковой частотой (74 и 73 соответственно). У китайских женщин предъядерная зона автостереотипа формируется признаком «стройность» (17), который у китайских мужчин по количеству реакций также занимает второе место среди всех признаков, однако не формирует предъядерную зону из-за невысокой частотности (12). В периферийной зоне, т. е. зоне нестереотипизированных признаков, у китайских женщин оказывается больше признаков, чем у китайских мужчин. Итак, автостереотип китайских женщин и гетеростереотип китайских мужчин относительно внешности китайских женщин в целом схожи, при этом представления у китайских женщин относительно своей внешности более стереотипизированы (стереотип включает больше признаков), чем у китайских мужчин.

Ядро в структуре представлений у китайских и русских женщин формируется разными признаками. Ядерный признак «красота» у китайских женщин оказывается в предъядерной зоне русских женщин, признак «стройность», включенный в ядро у русских женщин, вошел в предъядерную зону китайских женщин. Кроме этого, периферийная зона у китайских и русских женщин формируется разными признаками, что свидетельствует о вариативности представлений о внешности китайских женщин. Таким образом, представления русских женщин о китайских женщинах стереотипизированы в меньшей степени, чем автостереотип китайских женщин.

В отличие от представлений китайских женщин, в представлениях русских мужчин также, как и у русских женщин, не формируется ядра. Предъядерную зону составляет несколько признаков, отличных от признаков, вошедших в автостереотип. При этом и большинство периферийных признаков не совпадает, что демонстрирует несхожесть представлений обеих групп и нестереотипизированность представлений русских мужчин относительно внешности китайских женщин.

Упомянем, что при оценке внешности китайских женщин у всех групп информантов наблюдаются признаки, связанные с характером и поведением. Такие признаки встречаются у китайцев чаще, чем у русских, что говорит, очевидно, о большей связи признаков внешности и характера в восприятии китайцев. Среди реакций, данных на вопросы о внешности китайских женщин, ни одна из опрошенных социальных групп не назвала отрицательных черт собственно внешности, однако в ряду реакций китайские и русские мужчины дали единичные ответы, описывающие отрицательные стороны характера китайских женщин.

Таким образом, можно сделать вывод, что автостереотип относительно внешности китайских женщин в целом совпадает с гетеростереотипом китайских мужчин и сильно отличается от гетеростереотипов русских женщин и мужчин. Автостереотип китайских женщин о своей внешности является наиболее устойчивым среди всех рассмотренных стереотипов.

3.1.1.1.2. Стереотипные представления о китайских мужчинах

Китайские мужчины о китайских мужчинах (автостереотип)

Рисунок 6 показывает, что признак «красота» представляет собой самый значимый признак в структуре автостереотипа китайских мужчин. Из 147 реакций 35 реакций характеризуют красивую внешность китайских мужчин: 帅气英俊 ‘красивые’ (16), 相貌堂堂 ‘видные’ (5), 温柔 ‘нежные’ (3), 儒雅 ‘изысканные’ (3) и т. д. По количеству реакций видно, что признак «красота» составляет ядро в автостереотипе китайских мужчин.

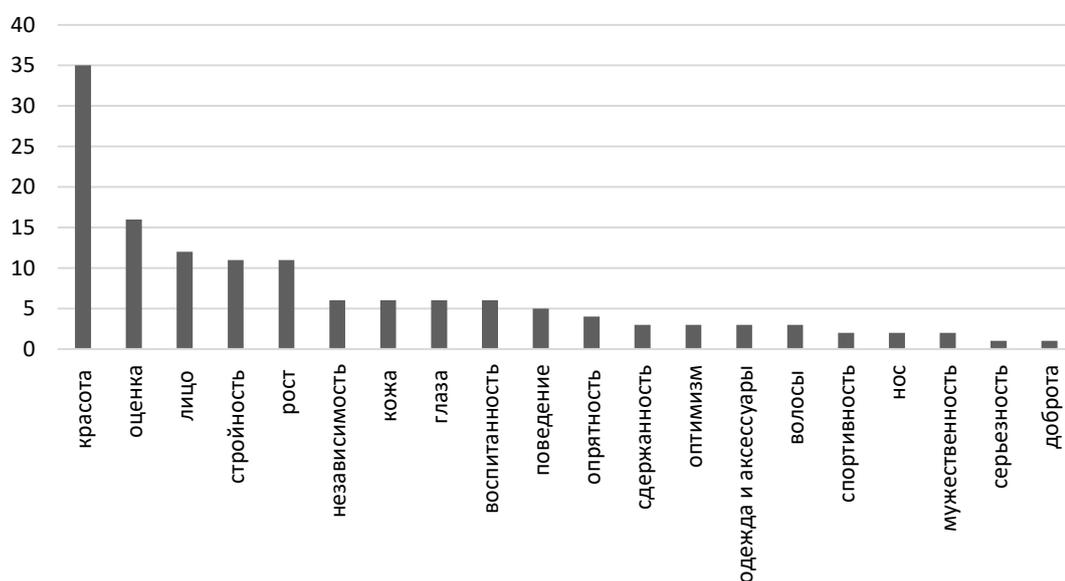


Рисунок 6. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских мужчин о себе, абс.

Уступая признаку «красота» по частоте, признак «оценка» является вторым важным признаком в представлении китайских мужчин о самих себе (16 реакций). Информанты-мужчины по-разному оценивают внешность китайских мужчин. Девять мужчин считают себя 气宇不凡 ‘незаурядными’ (5) и 一表人才 ‘необыкновенными’ (4). Остальные придерживаются другого мнения, считая, что китайские мужчины 平凡大众化 ‘обыкновенные’ (6) и 俗气 ‘вульгарные’ (1).

Признаки «лицо», «стройность» и «рост» имеют примерно одинаковую частоту (12, 11 и 11 соответственно). Китайские мужчины отмечают, что у них 眉清目秀 ‘тонкие черты лица’ (4), 慈眉善目 ‘доброе выражение лица’ (3) и 五

官扁平 ‘плоское лицо’ (2). Мнения информантов о своих стройности и росте расходятся, получен ряд индивидуальных реакций.

Итак, признаки «оценка», «лицо», «стройность» и «рост» представлены семантически разными реакциями и не могут рассматриваться как стереотипные. Они с такими признаками, как «глаза», «кожа», «волосы», «нос», включены в периферийную зону автостереотипа. Кроме этого, в данной зоне существует набор признаков, описывающих «характер» и «поведение»: «воспитанность» (6), «независимость» (6), «поведение» (5), «оптимизм» (3), «сдержанность» (3) и т. д.

Отметим, что при оценке своей внешности китайские мужчины указывают две отрицательных реакции: 邋邋 ‘грязные’ (1) и 呆 ‘тупые’ (1).

Итак, ядро автостереотипа китайских мужчин относительно своей внешности составляет признак «красота» (китайские мужчины красивые). Предъядерная зона не формируется, поскольку частотные признаки содержат семантически противопоставленные реакции.

Китайские женщины о китайских мужчинах (гетеростереотип по гендеру)

По рисунку 7 видно, что китайские мужчины в представлениях китайских женщин также характеризуются в первую очередь через признак «красота» (37). Среди этих 37 реакций подавляющее большинство описывают положительные стороны внешности китайских мужчин: 帅气英俊 ‘красивые’ (23), 玉树临风 ‘юноши с выдающейся внешностью’ (5), 相貌堂堂 ‘видные’ (3). Но некоторые информанты-женщины отмечают, что китайские мужчины 其貌不扬 ‘неказистые’ (1), 一般丑 ‘некрасивые’ (1), даже 丑 ‘уродливые’ (1), однако таких реакций очень мало (3). Очевидно, признак «красота» представляет собой основу гетеростереотипа китайских женщин о внешности китайских мужчин, однако наполнение его может варьировать.

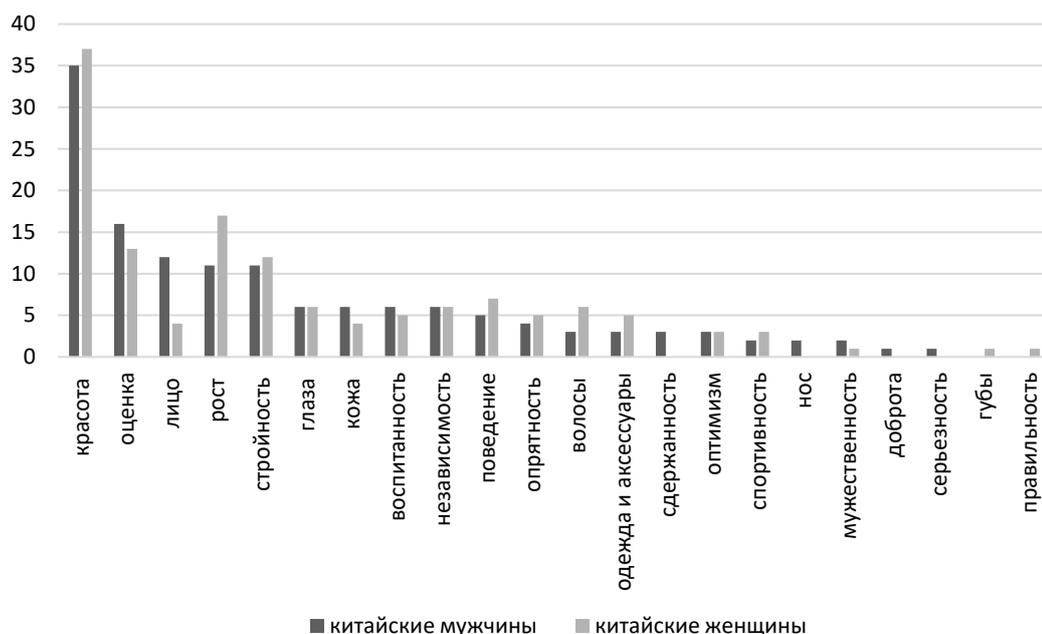


Рисунок 7. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских мужчин и китайских женщин о китайских мужчинах, абс.

«Рост» (17) является вторым по важности признаком в представлениях китайских женщин. В целом, по мнению китайских женщин, китайские мужчины 高 ‘высокие’ (8), 英姿 ‘внушительные’ (1) и 魁梧 ‘крупные’ (1) и др. Однако среди реакций про рост есть 7 реакций, указывающих на низкий или средний рост китайских мужчин: 不高 ‘невысокие’ (2), 矮 ‘низкие’ (2), 身高中等 ‘средник рост’ (2), 身材中等 ‘среднее телосложение’ (1). Таким образом, этот признак наполнен неоднородными с семантической точки зрения реакциями.

Следом за признаком «рост» идут признаки «оценка» (13) и «стройность» (12). Информанты-женщины высоко оценивают внешность китайских мужчин, утверждая, что у них 一表人才 ‘необыкновенная’ (4), 气宇非凡 ‘незурядная’ (3) и 优秀 ‘отличная’ (1) внешность. Только одна женщина указывает, что 有的长相偏女性化 ‘некоторые очень женственно выглядят’ (1), что в китайской культуре считается отрицательным признаком для мужчин. Мнения о стройности китайских мужчин совпадают: на взгляд информантов китайские мужчины 瘦小 ‘худые’ (6) и 匀称 ‘стройные’ (3).

Итак, признаки «оценка» и «стройность» можно отнести к предьядерной зоне в представлениях китайских женщин о внешности китайских мужчин.

Оставшиеся признаки включены в периферийную зону гетеростереотипа. Это признаки, связанные с телестностью (например, «волосы», «глаза», «лицо», «кожа» и т. д), признаки, описывающие характер и поведение (например: «независимость», «воспитанность», «ответственность», «оптимизм» и т. д).

Следует отметить, что при оценке внешности мужчин женщины не только указали несколько отрицательных реакций о чертах внешности, но и отметили один признак характера – 怂 ‘трусливые’ (1).

Итак, ядро представления китайских женщин о внешности китайских мужчин формирует признак «красота» (китайские мужчины красивые), а предъядерную зону – признаки «оценка» и «стройность».

Русские мужчины о китайских мужчинах (гетеростереотип по этносу)

Рисунок 8 показывает, что в представлениях русских мужчин о внешности китайских мужчин первое место по количеству реакций занимает признак «глаза» (26). Информанты отмечают, что китайские мужчины *узкоглазые* (21) и *темноглазые* (5). Признак «глаза» составляет ядро представлений русских мужчин.

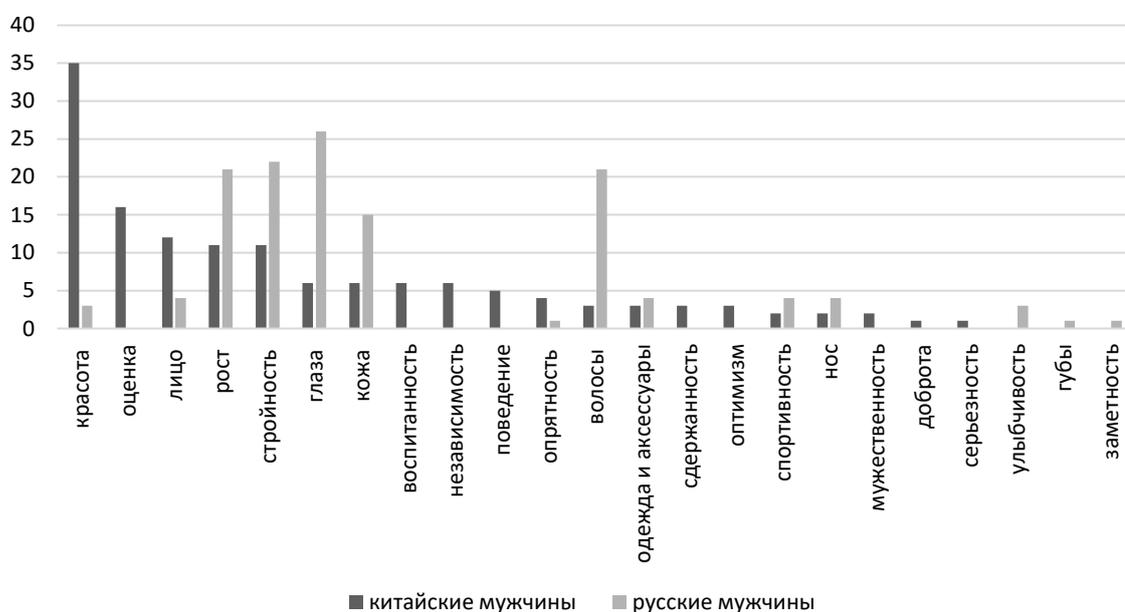


Рисунок 8. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских мужчин и русских мужчин о китайских мужчинах, абс.

Признаки «стройность», «рост» и «волосы» имеют почти одинаковую частоту (22, 21 и 21 соответственно). В целом русские мужчины считают, что

китайские мужчины *худые* (12), *низкие* (8) и *невысокие* (4), *темноволосые* (16). Вслед за ними идет признак «кожа» (15): по мнению русских мужчин китайские мужчины *смуглые* (10) и *темные* (3).

Остальные признаки с низкой частотой, такие как «лицо», «одежда и аксессуары», «нос», «красота» и т. д., включаются в периферию и не являются стереотипными.

Итак, стереотипные представления русских мужчин о внешности китайских мужчин не являются «яркими». Ядерный признак имеет не слишком большую частоту, а предъядерная зона формируется набором семантических признаков.

Русские женщины о китайских мужчинах (гетеростереотип по этносу и гендеру)

Для русских женщин внешность китайских мужчин характеризуется прежде всего через признаки «рост» (23) и «волосы» (20) (см. рис. 9). В целом русские женщины отмечают, что китайские мужчины *невысокие* (15), *низкие* (7) и *темноволосые* (16). Эти признаки формируются однородными с точки зрения семантики реакциями и составляют ядро стереотипных представлений русских женщин о китайских мужчинах.

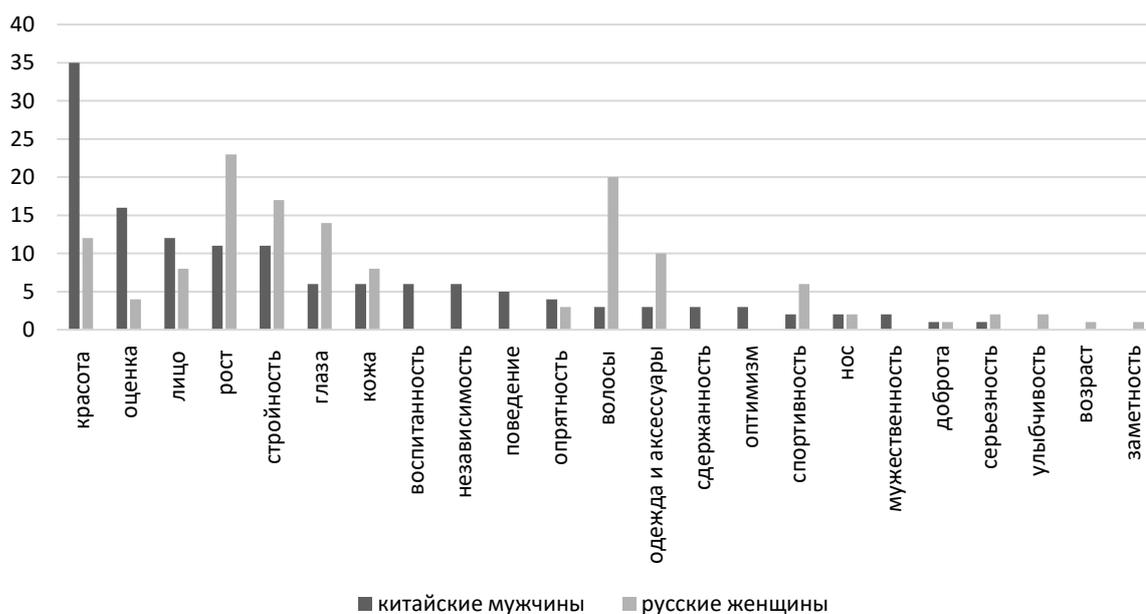


Рисунок 9. Частота актуализации признаков внешности в реакциях китайских мужчин и русских женщин о китайских мужчинах, абс.

Вслед за признаками «рост» и «волосы» идут признаки «стройность» (17) и «глаза» (14). Большинство информантов отмечает, что китайские мужчины *худые* (8) и *стройные* (2), *узкоглазые* (7) и *темноглазые* (6). Эти признаки представляют собой предъядерные признаки в структуре стереотипных представлений русских женщин относительно внешности китайских мужчин.

Остальные представленные на рисунке 9 признаки, естественно, попадают в периферийную зону и не стереотипизируются. Это такие признаки, как «красота», «одежда и аксессуары», «лицо», «кожа», «спортивность», «оценка» и т. д.

Таким образом, как у русских мужчин, у русских женщин представления о внешности китайских мужчин стереотипизированы слабо. Ядро гетеростереотипа имеет низкую частоту, а предъядерную зону составляет ряд признаков, описывающих телестность.

Сопоставление авто- и гетеростереотипов о внешности китайских мужчин

В таблице 3 представлены признаки разных этногендерных групп о внешности китайских мужчин, которые вошли в ядро и предъядерную зону.

Таблица 3

Стереотипные признаки внешности китайских мужчин в восприятии разных этногендерных групп

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	красота	красота	рост волосы	глаза
Предъядерная зона	оценка стройность		стройность кожа	рост стройность волосы кожа

Таблица 3 показывает, что ядро у китайских мужчин и женщин формируется одним и тем же признаком «красота» с примерно одинаковой частотой (35 и 37 соответственно). В отличие от представлений китайских мужчин, в представлениях китайских женщин формируется предъядерная зона, в кото-

рую включены признаки «оценка» и «стройность». В периферийной зоне у китайских мужчин больше признаков, чем у китайских женщин. При оценке внешности китайских мужчин китайские женщины назвали несколько отрицательных признаков. Итак, ядро автостереотипа китайских мужчин и гетеростереотип китайских женщин в целом схожи.

Ядро в представлениях у китайских и русских мужчин формируется разными признакам (у китайских мужчин – «красота», у русских мужчин – «глаза»). Предъядерные признаки русских мужчин у китайских мужчин рассматриваются как нестереотипные. Кроме этого, периферийные зоны у китайских и русских мужчин формируются разными признаками. Итак, можно сказать, что автостереотип китайских мужчин и гетеростереотип русских мужчин не схожи, при этом в представлениях русских мужчин о внешности китайских мужчин наблюдается большая вариативность.

Ядерные признаки у китайских мужчин и русских женщин не совпадают (у первых – «красота», а у вторых – «рост» и «волосы»). Признаки «стройность» и «глаза» вошли в предъядерную зону у русских женщин, однако в периферию у китайских мужчин. В периферийной зоне у китайских мужчин встретилось больше признаков, чем у русских женщин. Несовпадение признаков в разных зонах свидетельствует о несхожести представлений у китайских и русских мужчин относительно внешности китайских мужчин.

Важно отметить, что частота ядерных признаков у китайцев значительно выше, чем у русских, что свидетельствует о большей устойчивости стереотипов китайцев о внешности китайских мужчин.

Следует указать, что при оценке внешности китайских мужчин у всех групп информантов встречаются признаки, описывающие черты характера. Такие признаки оказываются в периферийной зоне, при этом встречаются у китайцев чаще, чем у русских.

Оценивая внешность китайских мужчин, русские информанты не давали отрицательных реакций, а китайские информанты отметили несколько отрицательных признаков: китайские мужчины – ‘грязные’, ‘тупые’, китайские

женщины – ‘уродливые’, ‘неказистые’, ‘некрасивые’, ‘некоторые выглядят женственно’, ‘трусливые’, что свидетельствует о критическом отношении китайцев, особенно китайских женщин, к китайским мужчинам.

Итак, приходим к выводу, что ядро автостереотипа китайских мужчин в целом похоже на ядро гетеростереотипа китайских женщин. Представления китайских мужчин сильно отличаются от представлений русских мужчин и женщин.

3.1.1.2. Характер

Реакции относительно характера китайцев были объединены в 43 семантических группы. Перечислим наиболее частотные группы и приведем примеры включенных в них реакций.

«**Общительность**». В эту группу вошли реакции, в которых актуализированы значения, описывающие способность к конструктивному общению с людьми, например: *общительные, открытые, приветливые, покладистые, интроверты, необщительные*, 平易近人 ‘общительные’, 热情 ‘приветливые’, 外向 ‘экстраверты’, 内向 ‘интроверты’, 害羞 ‘стеснительные’ и др.

«**Сдержанность**». В эту группу вошли реакции, в которых актуализированы значения умения управлять своими действиями и контролировать свои эмоции, например: *сдержанные, тихие, уравновешенные, терпеливые, громкие, шумные, вспыльчивые*, 矜持 ‘сдержанные’, 忍耐耐心 ‘терпеливые’, 安静 ‘тихие’, 自持 ‘выдержанные’, 易冲动 ‘вспыльчивые’ и др.

«**Доброта**». Данная группа включила реакции, в которых актуализированы значения желания и стремления человека совершить добрые поступки и сделать приятное, например: *добрые, дружелюбные, добродушные, милосердные, злые*, 善良 ‘добрые’, 贤惠 ‘милосердные’, 助人为乐 ‘великодушные’, 友好 ‘дружелюбные’ и др.

«**Заботливость**». В данную группу включены реакции, в которых актуализированы значения склонности проявлять заботу, внимание и желание помочь, например: *заботливые, внимательные, отзывчивые, почтительные*, 体贴 ‘заботливые’, 细心 ‘внимательные’, 乐于助人 ‘с радостью помогать другим’, 善解人意 ‘отзывчивые’ и др.

«**Трудолюбие**». Данная группа содержит реакции, в которых актуализированы значения желаний усердно работать и любви к труду, например: *трудолюбивые, усидчивые, ленивые, выносливые*, 勤劳 ‘трудолюбивые’, 勤奋 ‘прилежные’, 吃苦耐劳 ‘выносливые’ и др.

«**Мягкость**». Данная группа включила реакции, актуализирующие значения способности чувствовать нужды людей, ни на кого не злиться, например: *мягкие, нежные, кроткие*, 温柔 ‘нежные’, 温和 ‘мягкие’, 小鸟依人 ‘ласковые’, 刚柔并济 ‘и сильные и мягкие’ и др.

«**Воспитанность**». В данную группу входят реакции, описывающие вежливое/грубое поведение и манеры человека: *воспитанные, вежливые, тактичные, грубые*, 温文尔雅 ‘благовоспитанные’, 大方得体 ‘пристойные’, 粗鲁 ‘грубые’ и др.

«**Скромность**». В данную группу включены реакции, в которых актуализированы значения умения держать себя в рамках и быть умеренным, например: *скромные*, 谦虚 ‘скромные’, 谦逊 ‘уступчивые’ и др.

«**Настойчивость**». В данную группу включены реакции, в которых указывается на упорство в достижении цели, например: *настойчивые, твердые*, 坚毅 ‘твердые’, 坚强 ‘упорные’, 坚韧 ‘настойчивые’ и др.

«**Оптимизм**». В данную группу вошли реакции, указывающие на склонность во всем видеть хорошие стороны, например: *веселые, улыбчивые, радостные*, 乐观 ‘оптимисты’, 爱笑 ‘улыбчивые’ и др.

Частота признаков представлена в таблице 4. Остальные менее частотные семантические группы и включенные в них реакции представлены в таблицах 9–16 Приложения 2. В группу «другие», представленную в таблице,

были объединены индивидуальные реакции, которые сложно классифицировать (см. Приложение 2).

Таблица 4

Частота актуализации семантических признаков в реакциях информантов при описании характера китайских женщин и мужчин, абс.

ПРИЗНАКИ	Китайцы				Русские			
	женщины		мужчины		женщины		мужчины	
	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.
общительность	12	10	14	14	16	10	23	21
сдержанность	10	12	13	22	15	10	10	13
доброта	19	3	16	6	10	8	11	14
заботливость	14	6	14	1	8	11	10	5
трудолюбие	5	8	3	9	8	17	3	14
мягкость	25	6	19	2	5	2	1	0
воспитанность	8	7	7	10	7	13	4	3
скромность	2	4	1	8	10	5	6	3
настойчивость	5	5	2	10	1	0	2	3
оптимизм	4	0	3	1	4	6	8	4
здравомыслие	2	5	3	5	2	4	2	4
щедрость	1	3	2	8	0	3	0	10
активность	3	4	5	1	2	4	0	2
честность	1	7	1	5	1	1	2	1
смелость	1	6	2	5	3	1	1	0
эмоциональность	2	1	2	3	0	2	5	4
аккуратность	3	2	1	1	5	3	2	1
хитрость	0	1	1	1	0	1	7	7
правильность	2	3	1	8	0	0	2	1
прямота	1	9	0	6	0	0	0	0
уверенность	0	0	1	2	6	2	4	1
целеустремленность	0	2	0	1	3	5	3	2
оценка	2	1	1	3	2	1	4	1
простота	1	3	3	7	0	1	1	0
независимость	1	3	8	1	0	2	0	0
красота	4	1	3	0	5	0	1	0
ум	3	2	0	2	4	0	0	2
ответственность	1	2	0	1	1	1	2	5
семья	0	1	0	0	4	4	3	1
эгоизм	0	4	5	0	2	1	0	0
надежность	1	5	0	1	0	0	2	2
консерватизм	0	0	5	2	1	3	0	0
гостеприимство	1	0	0	0	4	1	3	1
решительность	1	5	1	1	2	0	0	0
дисциплина	0	0	0	0	3	3	1	2
юмор	0	3	0	2	1	2	0	0
бережливость	4	0	1	1	0	0	1	0
практичность	0	0	1	0	2	0	3	0
серьезность	0	0	0	0	0	4	1	1
любопытность	0	0	0	0	3	1	1	0
одежда и аксессуары	1	0	3	0	0	0	0	0
предприимчивость	0	3	0	0	0	0	0	1
другие	26	23	25	28	20	31	27	28
всего	145	147	149	157	143	144	134	138

На основе данных, представленных в таблице, были построены стереотипные представления у китайцев и русских о характере китайских женщин и мужчин.

3.1.1.2.1. Стереотипные представления о китайских женщинах

Китайские женщины о китайских женщинах (автостереотип)

Рисунок 10 показывает, что ядром автостереотипа китайских женщин относительно своего характера является признак «мягкость» (25). Информанты считают себя 温柔 ‘нежными’ (17) и 温和 ‘мягкими’ (5). Отметим, что в данном случае китайки явно демонстрируют патриархальный гетеронормативный взгляд на самих себя, сформированный в традиционной китайской культуре: эти женские качества считаются в Китае неотъемлемыми и социально поощряемыми атрибутами женственности [Lin Cunxiu 2005; Чжан Цюньсинь 2020].

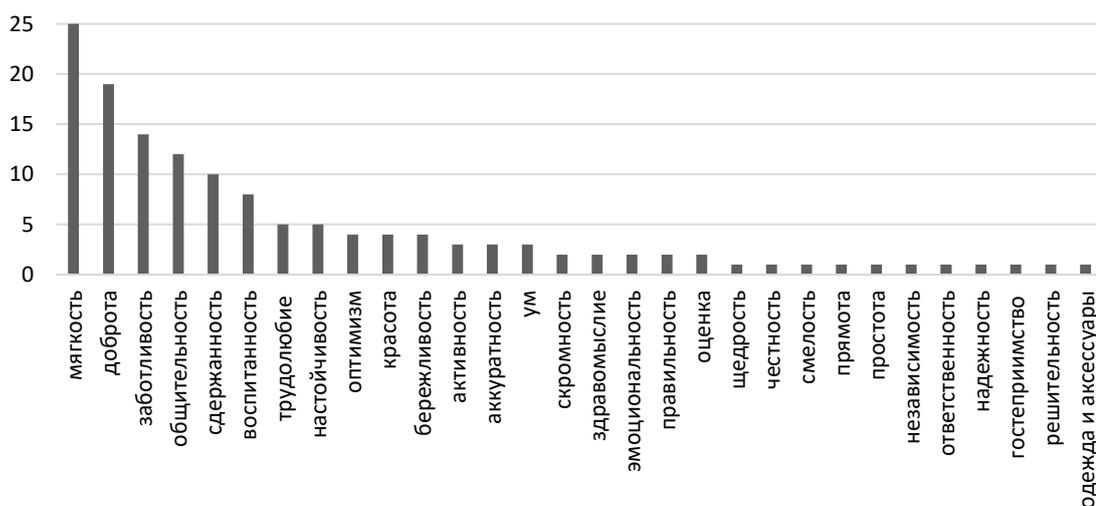


Рисунок 10. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских женщин о себе, абс.

Остальные признаки с семантически неоднородными реакциями или с невысокой частотой актуализации, естественно, вошли в периферийную зону автостереотипа китайских женщин.

В предьядерную зону включены признаки «доброта» (19) и «заботливость» (14). В целом китайские женщины воспринимают себя как 善良 ‘добрых’ (11), 贤惠 ‘милосердных’ (5) и 体贴 ‘заботливых’ (8) людей.

Отметим, что во всем объеме реакций (145) наблюдаются 4 реакции с отрицательной окраской: 固执 ‘упрямые’, 爱计较 ‘мелочные’, 善变 ‘непостоянные’, 怂 ‘трусливые’.

Итак, признак «мягкость» формирует ядро стереотипных представлений китайских женщин о своем характере, которое дополняют «доброта» и «заботливость».

Китайские мужчины о китайских женщинах (гетеростереотип по гендеру)

Как видно из рисунка 11, в связи с невысокой частотой признаков ядра стереотипа китайских мужчин о характере китайских женщин не формируется. Предъядерная зона формируется признаками «мягкость» (19), «доброта» (16) и «заботливость» (14). В целом в каждый из данных трех признаков включены семантически однотипные реакции. Информанты-мужчины считают китайских женщин 温柔 ‘нежными’, 善良 ‘добрыми’ и 体贴 ‘заботливыми’.

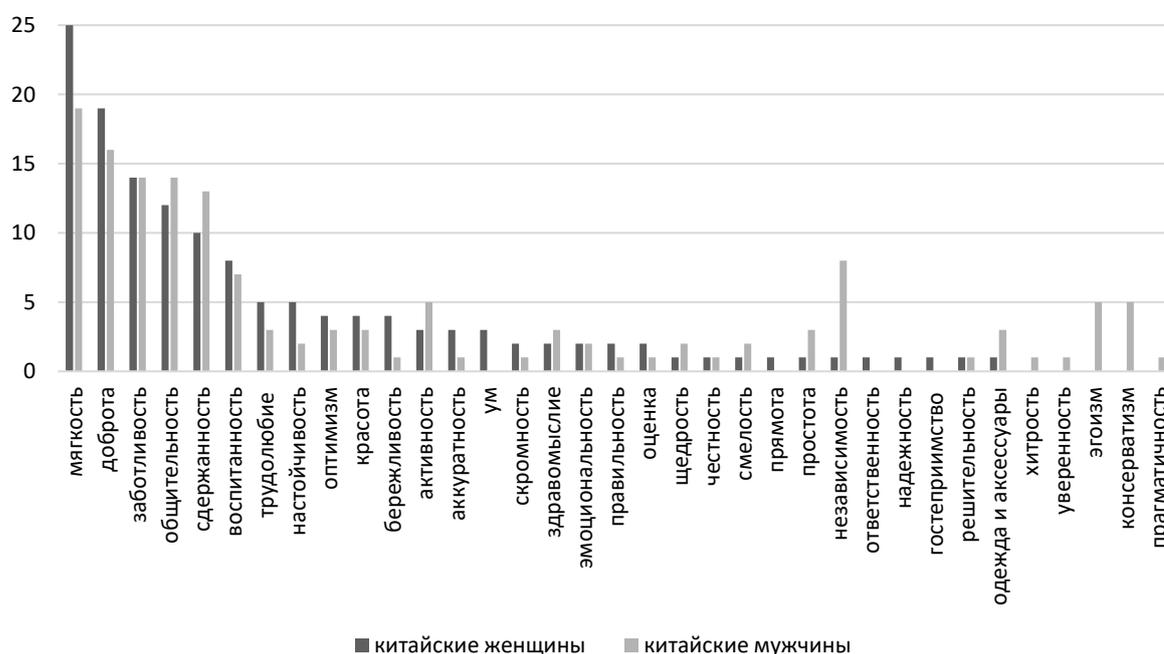


Рисунок 11. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских женщин и китайских мужчин о китайских женщинах, абс.

Признаки «общительность» (14) и «сдержанность» (13) содержат ряд семантически противопоставленных реакций, поэтому они вместе с такими признаками, как «независимость», «воспитанность», «активность», «ЭГОИЗМ» и т. д,

обладающими невысокой частотой, оказываются в периферии представлений китайских мужчин о характере китайских женщин.

Следует указать, что доля отрицательных реакций у китайских мужчин достаточно высока – 13,4% (20 реакций). В целом, такие реакции появляются в периферийных признаках «эгоизм» и «консерватизм»: 少有主见 ‘мягкотелые, без собственного мнения’, 保守 ‘закрытые и консервативные’ и 自大 ‘самодовольные’. 任性 ‘своевольные’ и т. д.

Таким образом, ядра стереотипа в представлениях китайских мужчин не формируется, а предьядерная зона состоит из признаков «мягкость», «доброта» и «заботливость».

Русские женщины о китайских женщинах (гетеростереотип по этносу)

Согласно рисунку 12, как у китайских мужчин, у русских женщин не формируется ядро стереотипа относительно характера китайских женщин.

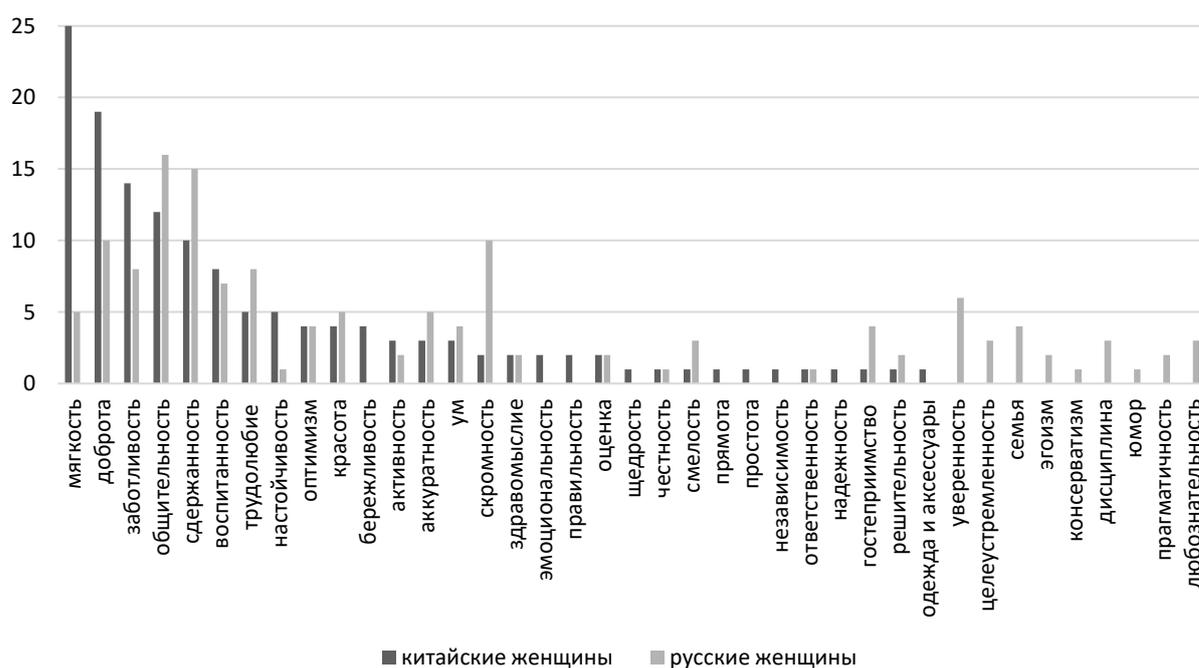


Рисунок 12. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских женщин и русских женщин о китайских женщинах, абс.

В предьядерную зону входит признак «общительность» (16). В целом русские женщины считают, что китайские женщины *общительные* (11). Данный признак содержит две противопоставленные с семантической точки зре-

ния реакции – *необщительные* и *стеснительные*, однако они не оказывают значительного влияния на восприятие русскими женщинами китайских женщин в целом как общительных.

В связи с наличием набора семантически противоречивых реакций, признак «сдержанность» (15) попадает в периферийную зону: из 15 реакций 10 говорят о спокойном и уравновешенном характере китайских женщин, а 5 – о том, что китайские женщины *шумные* (3), *громкие* (1) и *истеричные* (1). В периферийной зоне также оказываются признаки с невысокой частотой актуализации, например, «доброта», «скромность», «трудолюбивые», «заботливость» и т. д.

Подчеркнем, что доля реакций с отрицательной окраской составляет примерно 9,1% (13 реакций), при этом такие реакции представляются периферийными и индивидуальными.

Итак, в представлениях у русских женщин о характере китайских женщин отсутствует ядро, а предьядерную зону составляет один признак – «общительность».

Русские мужчины о китайских женщинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Рисунок 13 показывает, что признак «общительность» (23) является наиболее значимым признаком для русских мужчин при оценке характера китайских женщин. Однако мнение информантов об общительности китайских женщин не совпадает, т. е. в данный признак включены семантически противопоставленные реакции, например: *открытые, общительные, коммуникабельные* и др. (всего 14 реакций) – *стеснительные, застенчивые, закрытые* и др. (9 реакций). Таким образом мнение об общительности китайских женщин у русских мужчин противоречиво и нестереотипизировано.

Признаки «доброта» (11), «заботливость» (10) и «сдержанность» (10) и т. д. по частоте не дотягивают до предьядерной зоны.

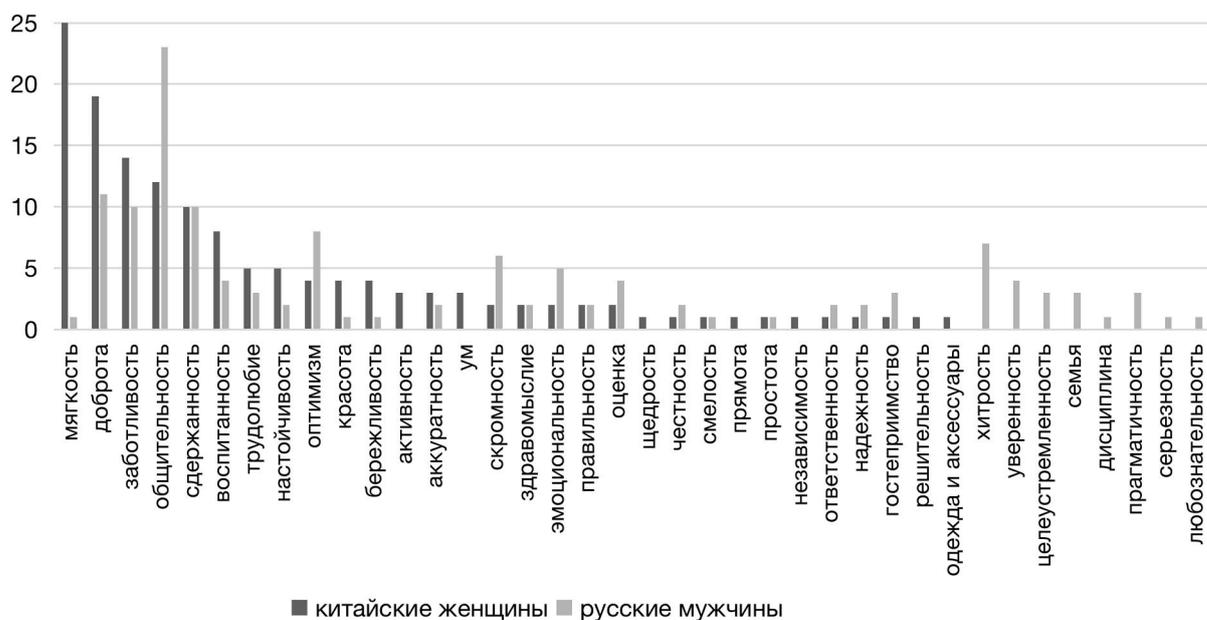


Рисунок 13. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских женщин и русских мужчин о китайских женщинах, абс.

Стоит отметить, что доля отрицательных реакций (21 из 134) велика и составляет около 15,7%, наиболее частотными из которых являются *шумные, хитрые и меркантильные*.

Таким образом, в представлениях у русских мужчин не формируется ни ядра, ни предъядерной зоны стереотипа относительно характера китайских женщин, т. е. представления русских мужчин в этой области не стереотипизированы.

Сопоставление авто- и гетеростереотипов о характере китайских женщин

Согласно таблице 5, ядро стереотипа относительно характера китайских женщин в представлениях китайских женщин формируется признаком «мягкость», а в представлениях китайских мужчин ядро отсутствует, при этом признак «мягкость», который является ядерным у китайских женщин, у китайских мужчин становится предъядерным. Предъядерные зоны у обеих групп частично совпадают (признаки «доброта» и «заботливость»). Таким образом, представления китайских женщин и мужчин относительно характера китайских женщин в целом похожи, при этом представления у китайских женщин стереотипизированы в большей степени, чем у китайских мужчин.

**Стереотипные признаки характера китайских женщин
в восприятии разных этногендерных групп**

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	мягкость			
Предъядерная зона	доброта заботливость	мягкость доброта заботливость	общительность	

Представления китайских женщин о своем характере не совпадают с представлениями русских женщин и мужчин, так как единственный стереотипный признак, который для русских женщин является предъядерным, у китайских женщин попадает в периферийную зону. Представления русских мужчин относительно характера китайских женщин не стереотипизированы.

Стоит указать, что доля реакций с отрицательной коннотацией у китайских женщин составляет лишь 2,8% и является наименьшей среди всех оценивающих групп, что показывает проявление ингруппового фаворитизма. По доле отрицательных реакций вслед за китайскими женщинами идут русские женщины (доля отрицательных реакций составляет 9,1%). У информантов-мужчин наблюдается больше отрицательных реакций, чем у информантов-женщин (у китайских мужчин – 13,4%, у русских мужчин – 15,7%). Это демонстрирует склонность мужчин, особенно русских мужчин, проявлять критичное отношение при оценке характера китайских женщин.

Таким образом, сделаем вывод, что представления китайских женщин относительно своего характера в целом совпадают с представлениями китайских мужчин и сильно отличаются от представлений русских женщин и мужчин. При оценке своего характера у китайских женщин наблюдается явление ингруппового фаворитизма.

3.1.1.2.2. Стереотипные представления о китайских мужчинах

Китайские мужчины о китайских мужчинах (автостереотип)

Рисунок 14 показывает, что китайские мужчины воспринимают свой характер прежде всего через признак «сдержанность» (22), который является типичным

мужским качеством, приветствующимся в китайской традиционной культуре, в том числе по отношению к социальным ролям отца и мужа [Гаранович, Цзян Яньян 2018]. Среди 22 реакций наблюдаются 15 реакций, описывающих сдержанный и спокойный характер китайских мужчин: 沉着 ‘спокойные’ (5), 稳重 ‘выдержанные’ (4), 内敛 ‘сдержанные’ (2) и т. п. Остальные 7 реакций семантически противоречат вышеперечисленным, например, 放荡不羁 ‘необузданные’ (3), 暴躁 ‘вспыльчивые’ (2), 不羁 ‘вольные’ (2). Таким образом, признак «сдержанность» выступает только как предьядерный признак автостереотипа характера китайских мужчин.

Признак «общительность» (14), поскольку также включает неоднородные с семантической точки зрения реакции (ср., например: 热情 ‘приветливые’, 开朗 ‘открытые’ – 内向 ‘интроверты’, 保守 ‘закрытые’), попадает в периферийную зону. В данной зоне также оказываются признаки с невысокой частотой и индивидуальными реакциями. Это признаки «настойчивость», «воспитанность», «трудолюбие» и т. д.

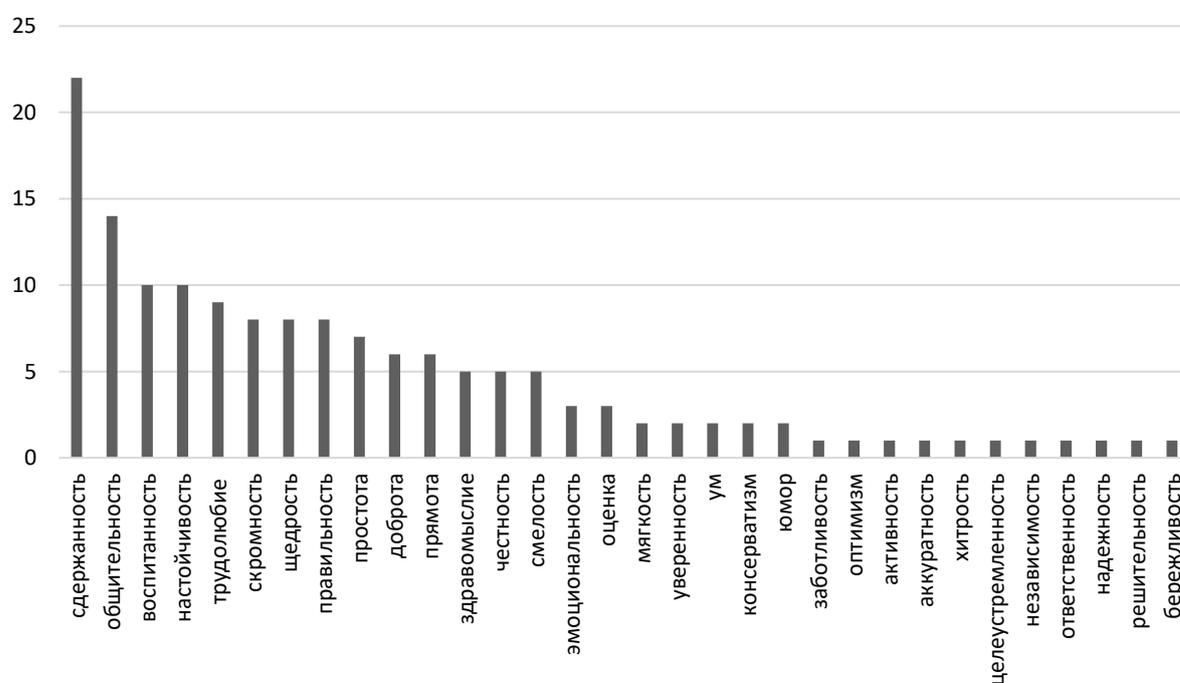


Рисунок 14. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских мужчин о себе, абс.

Отметим, что в ответах мужчин насчитывается 14 отрицательных реакций (8,9%). Такие реакции встречаются в основном в признаках «сдержанность» и «общительность».

Итак, у китайских мужчин не складывается ядра автостереотипа относительно характера, а предьядерная зона включает только один признак – «сдержанность».

Китайские женщины о китайских мужчинах (гетеростереотип по гендеру)

Согласно данным, представленным на рисунке 15, в представлениях китайских женщин относительно характера китайских мужчин не формируется ни ядра, ни предьядерной зоны стереотипа, поскольку частота каждого признака невелика. Кроме этого, почти все реакции, включенные в признаки, являются индивидуальными.

Необходимо указать, что доля реакций с отрицательной коннотацией составляет около 11,6% (17 из 147). Такие реакции в целом включены в признаки «сдержанность», «общительность», «эгоизм» и «равноправие».

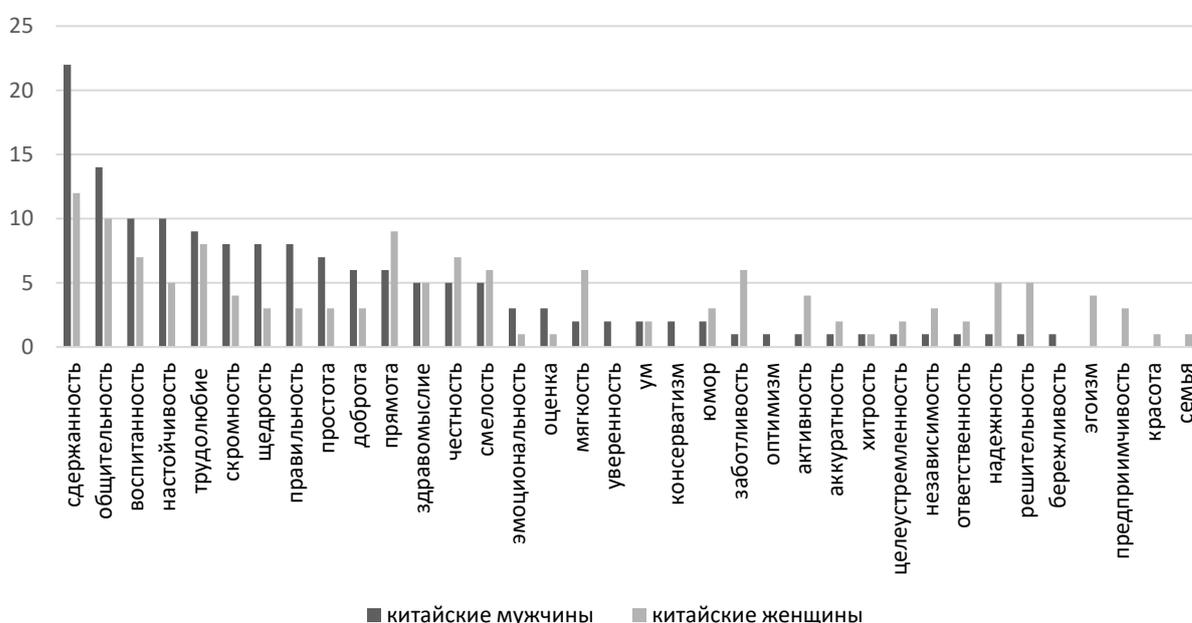


Рисунок 15. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских мужчин и китайских женщин о китайских мужчинах, абс.

Итак, можно сказать, что представления у китайских женщин о характере китайских мужчин не стереотипизированы.

Русские мужчины о китайских мужчинах (гетеростереотип по этносу)

Рисунок 16 показывает, что признак «общительность» (21) служит самым значимым для русских мужчин в восприятии характера китайских мужчин. В целом информанты-мужчины считают китайских мужчин необщительными: *закрытые* (6), *необщительные* (5), *замкнутые* (3), *стеснительность* (1) и т. д. Однако встречается 5 единичных реакций об общительности китайских мужчин. Таким образом, признак «общительность» попадает в предьядерную зону стереотипа о характере китайских мужчин в представлениях русских мужчин.

В предьядерной зоне оказываются признаки «доброта» и «трудолюбие» с одинаковой частотой (14). Информанты единодушно считают, что китайские мужчины *добрые* и *трудолюбивые*.

Признак «сдержанность» с семантически неоднородными реакциями и другие признаки с невысокой частотой объединены в периферию.

Следует отметить, что доля отрицательных реакций весьма велика и составляет почти треть от всех ответов (27,5% – 38 из 138). Это демонстрирует критическое отношение русских мужчин к характеру китайских мужчин.

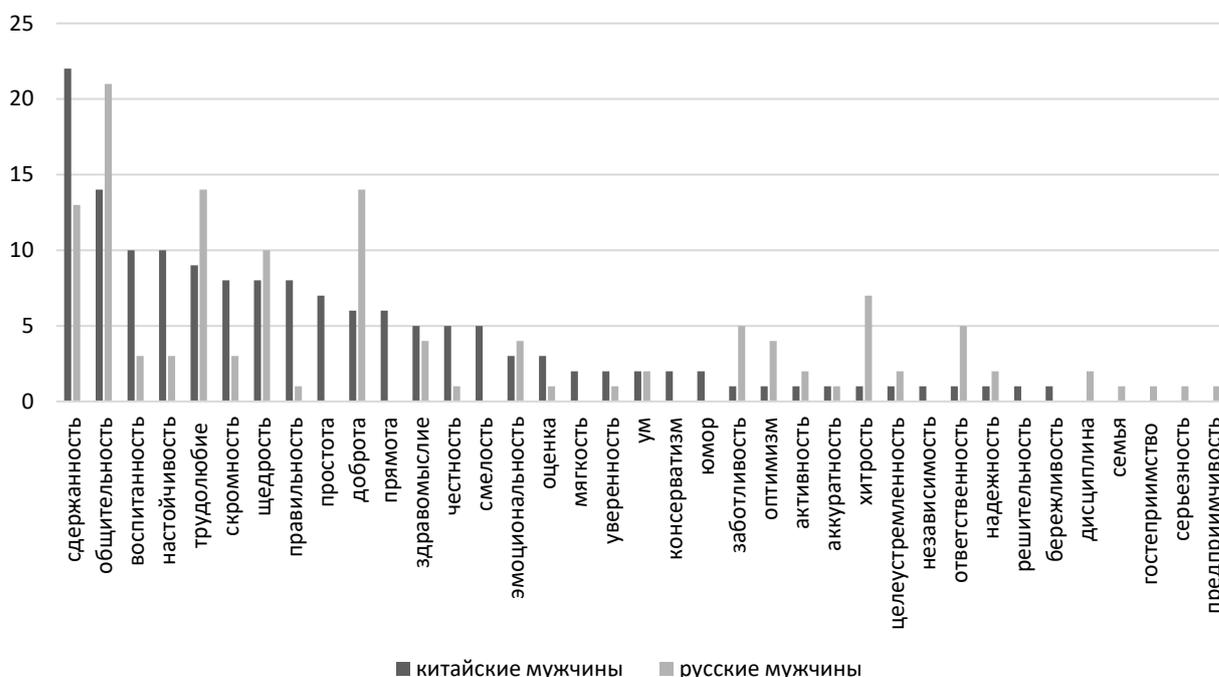


Рисунок 16. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских мужчин и русских мужчин о китайских мужчинах, абс.

Итак, гетеростереотип русских мужчин относительно характера китайских мужчин не имеет ядра и формируется признаками предъядерной зоны «общительность», «доброта» и «трудолюбие».

Русские женщины о китайских мужчинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Согласно рисунку 17 в представлениях русских женщин о характере китайских мужчин отсутствует ядро. Предъядерная зона включает признаки «трудолюбие» (17), «воспитанность» (13) и «заботливость» (11). В целом по мнению русских женщин китайские мужчины *трудолюбивые, вежливые и заботливые*.

Оставшиеся признаки, представленные на рисунке, по частоте не дотянули до предъядерной зоны и вошли в периферийную зону представлений русских женщин. Это признаки «общительность» (10), «сдержанность» (10), «доброта» (8) и т. д.

Отметим, что доля отрицательных реакций составляет 6,9 % (10 из 144). Данные реакции в целом встречаются в признаках «воспитанность», «общительность» и «сдержанность».

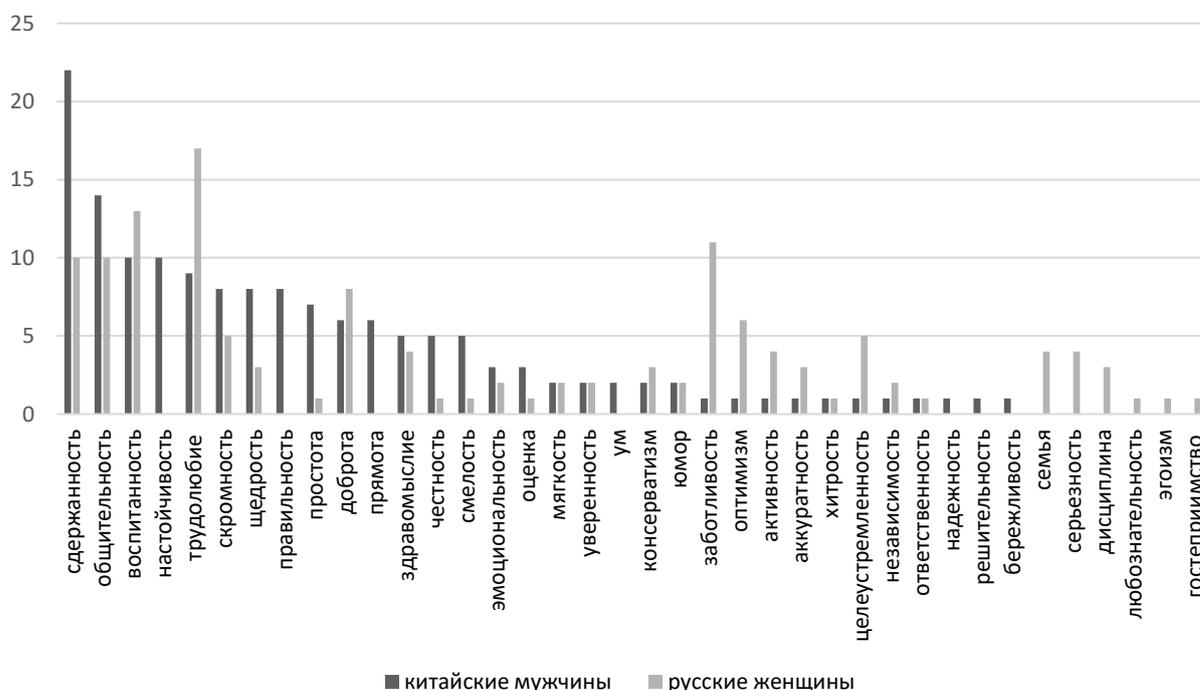


Рисунок 17. Частота актуализации признаков характера в реакциях китайских мужчин и русских женщин о китайских мужчинах, абс.

Таким образом, ядра гетеростереотипа у русских женщин относительно характера китайских мужчин не формируется, а предъядерную зону составляют признаки «трудолюбие», «воспитанность» и «заботливость».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов о характере китайских мужчин

Таблица 6 показывает, что представления китайских мужчин относительно своего характера не совпадают ни с представлениями китайских женщин, ни с представлениями русских женщин и мужчин, поскольку единственный предъядерный признак у китайских мужчин является периферийным у остальных оценивающих групп.

Таблица 6

Стереотипные признаки характера китайских мужчин в восприятии разных этногендерных групп

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро				
Предъядерная зона		сдержанность	трудолюбие воспитанность заботливость	общительность доброта трудолюбие

Отметим, что доля отрицательных реакций у русских женщин наименьшая (6,9%), а у русских мужчин наибольшая (27,5%). В целом китайцы положительно оценивают характер китайских мужчин (доля отрицательных реакций у китайских мужчин – 8,9%, у китайских женщин – 11,6%).

Итак, представления у четырех оценивающих групп относительно характера китайских мужчин сильно отличаются, при этом представления у русских информантов более детализированы, чем у китайских информантов.

3.1.1.3. Интеллект

Реакции относительно интеллекта китайцев были включены в 24 семантические группы. Перечислим наиболее частотные группы и приведем примеры включенных в них реакций.

«Ум». В эту группу вошли реакции, в которых актуализированы значения, описывающие наличие или отсутствие ума у людей, а также его базовые

свойства, например: *умные, мудрые, интеллектуальные, толковые*, 聪明 ‘умные’, 睿智 ‘мудрые’, 大智若愚 ‘истинный ум всегда скромнен’, 秀外慧中 ‘хороши собой и умны’, 有勇有谋 ‘умные и доблестные’, 愚蠢 ‘тупые’ и др.

«**Сообразительность**». Данная группа включает реакции, в которых актуализированы значения быстроты реакции и учета разных аспектов интеллекта при решении умственных задач: *находчивые, сообразительные, быстрота, сметливые, сметливые, понятливые, гибкие*, 足智多谋 ‘находчивые’, 聪慧 ‘сообразительные’, 悟性高 ‘понятливые’, 聪明伶俐 ‘сметливые’ и др.

«**Здравомыслие**». В данную группу включены реакции, в которых актуализированы значения умения китайцев разумно и правильно мыслить, трезво оценивать ситуацию: *здравомыслящие, рациональные, разумные, рассудительные, логичные*, 深思熟虑 ‘вдумчивые’, 理智 ‘разумные’, 冷静 ‘трезвомыслящие’ и 逻辑性强 ‘логичные’ и др.

«**Талант**». Данная группа включает реакции, актуализующие значения обладания китайцами какими-либо природными способностями: *способные,才华横溢 ‘талантливые’, 才高八斗 ‘одаренные’, 文采斐然 ‘литературный талант’, 德才兼备 ‘имеют талант и мораль’, 能干 ‘способные’* и др.

«**Образованность**». Данная группа содержит реакции, в которых актуализированы значения наличия или отсутствия у китайцев образования, знаний о культуре и эрудиции: *грамотные, образованные, начитанные, разносторонние, узкий кругозор, 文化水平高 ‘высокообразованные’, 学识丰富 ‘начитанные’, 博学 ‘эрудированные’, 知书达理 ‘образованные и разумные’* и др.

«**Оценка**». В данную группу входят реакции, содержащие общую оценку уровня интеллекта китайцев: *высокий, незаурядный, средний*, 正常 ‘нормальный’, 出类拔萃 ‘выдающийся’, 不同凡响 ‘незаурядный’, 卓越 ‘превосходные’ и др.

«**Креативность**». Данная группа включает реакции, в которых актуализированы значения наличия или отсутствия способности у китайцев к творчеству

и умение найти новое решение проблемы: *креативные, творческие, изобретательность*, 有创造力 ‘креативные’, 缺乏创造力 ‘некреативные’, 有想象力 ‘богатое воображение’ и др.

«**Красота**». В данную группу включены устойчивые реакции-фразеологизмы (чэньюи) на китайском языке, описывающие сочетание красивой внешности и ума/таланта женщин: 秀外慧中 ‘хороши собой и умны’, 才貌兼全 ‘талантливы и красивы’ и др.

Такие менее частотные признаки, как «предприимчивость», «любопытность», «скромность», «общительность», «хитрость» и т. д. и объединенные в них реакции представлены в таблицах 17–24 Приложения 2.

Частоты признаков интеллекта, актуализированных в ответах разных этнических и гендерных групп информантов по отношению ко всем группам, представлены в таблице 7.

Таблица 7

Частота актуализации семантических признаков в реакциях информантов при описании интеллекта китайских женщин и мужчин, абс.

ПРИЗНАКИ	китайцы				русские			
	женщины		мужчины		женщины		мужчины	
	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.
ум	31	32	40	46	14	16	22	23
сообразительность	32	28	41	41	16	18	11	16
здоровоумие	9	7	6	6	14	15	20	14
талант	9	20	13	34	1	0	0	0
образованность	6	11	5	3	15	22	8	7
оценка	4	12	1	2	7	6	6	7
креативность	2	9	2	2	5	2	4	2
красота	8	1	14	0	0	0	0	0
предприимчивость	1	2	7	4	0	0	1	4
любопытность	4	0	2	1	4	4	1	2
скромность	1	4	6	6	0	0	0	0
общительность	4	2	6	0	3	1	0	1
аккуратность	1	1	9	1	1	0	1	1
настойчивость	0	3	0	0	1	1	4	6
хитрость	2	0	0	0	4	2	4	1
правильность	6	0	4	1	0	0	0	0
простота	0	0	0	0	1	4	2	3
практичность	0	0	0	0	2	3	1	3
трудолюбие	0	0	0	0	1	0	2	3
юмор	0	0	0	0	3	2	1	0
смелость	0	1	0	3	0	0	0	0
толерантность	0	0	0	0	1	3	0	0
инновация	0	0	0	0	0	1	0	3
другие	11	11	6	10	17	19	23	21
всего	124	137	157	153	102	110	102	110

Отметим, что в семантическую группу «другие» были объединены индивидуальные, сложно классифицируемые признаки, частота которых варьирует от 2 до 1.

Представленные в таблице 7 данные позволяют выяснить структуры стереотипных представлений у китайцев и русских относительно интеллекта китайских женщин и мужчин.

3.1.1.3.1. Стереотипные представления о китайских женщинах

Китайские женщины о китайских женщинах (автостереотип)

Как видно из рисунка 18, китайские женщины воспринимают свой интеллект прежде всего через признаки «сообразительность» и «ум», которые включают соответственно 32 и 31 реакцию. Мнение китайских женщин относительно данных двух признаков в целом совпадает: 聪明 ‘умные’ (18), 秀外慧中 ‘хороши собой и умны’ (6), 高智商 ‘высокий IQ’ (2), 足智多谋 ‘находчивые’ (14), 聪明伶俐 ‘сметливые’ (5), 敏锐 ‘проницательные’ (4) и т. п. Обнаружена только две семантически противоречивых реакции – 愚蠢 ‘тупые’ и 反应迟钝 ‘замедленная реакция’. Таким образом, признаки «ум» и «сообразительность» составляют ядро автостереотипа китайских женщин относительно своего интеллекта.

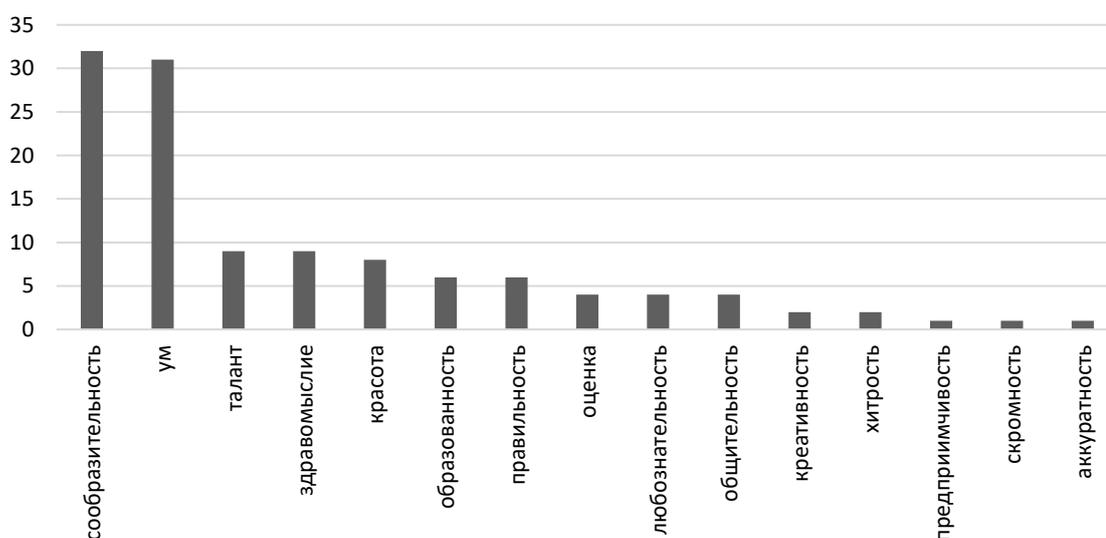


Рисунок 18. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских женщин о себе, абс.

Предъядерной зоны стереотипа у китайских женщин не формируется, так как по частоте признаки «талант» (9) и «здравомыслие» (9) не дотягивают до этой зоны. Периферийная зона складывается признаками с невысокой частотой. Это признаки «талант», «здравомыслие», «красота», «образованность» и т. д.

Стоит указать, что из 124 реакций были обнаружены всего 5 отрицательных реакций (примерно 4%): 有心机 ‘хитрые’ (2), 愚蠢 ‘тупые’ (1), 外强中干 ‘внешне казаться сильным, но быть слабым внутри’ (1) и 反应迟钝 ‘замедленная реакция’ (1).

Итак, ядром в автостереотипе китайских женщин о своем интеллекте выступают признаки «ум» и «сообразительность», а предъядерная зона отсутствует.

Китайские мужчины о китайских женщинах (гетеростереотип по гендеру)

Согласно рисунку 19 признаки «сообразительность» (41) и «ум» (40) являются ядерными признаками в представлениях китайских мужчин относительно интеллекта китайских женщин. По мнению китайских мужчин китайские женщины 聪明伶俐 ‘сметливые’ (14), 聪慧 ‘сообразительные’ (7), 敏锐 ‘проницательные’ (7), 聪明 ‘умные’ (21), 秀外慧中 ‘хороши собой и умны’ (8), имеют 心灵手巧 ‘светлую голову и золотые руки’ (5) и т. п. Внутри этой группы реакций обнаружена только одна негативная реакция – 愚蠢 ‘тупые’ (1).

Признаки «красота» (14) и «талант» (13) формируют предъядерную зону стереотипа относительно интеллекта китайских женщин у китайских мужчин. Отметим, что признак «красота» не является чертой интеллекта, однако включен в предъядерную зону в связи с наличием китайских фразеологизмов, описывающих сочетание ума и красоты, например, 秀外慧中 ‘хороши собой и умны’, которые довольно часто упоминаются информантами.

В периферию включены признаки с невысокой частотой, например, «аккуратность», «предприимчивость», «здравомыслие» и т. д.

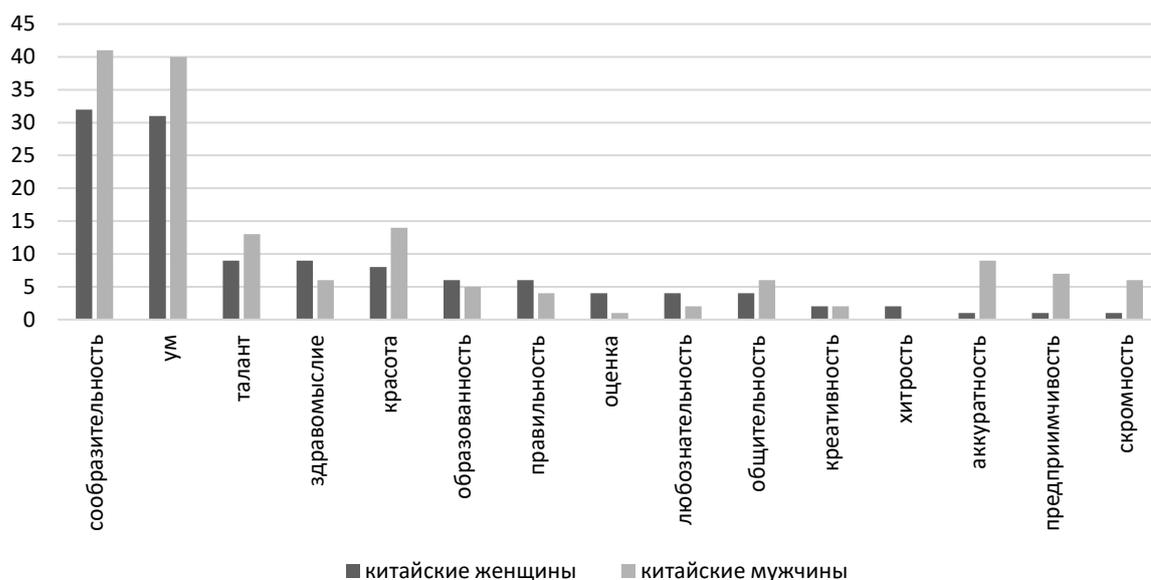


Рисунок 19. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских женщин и китайских мужчин о китайских женщинах, абс.

Стоит указать, что в ответах китайских мужчин из 157 реакций насчитывается всего 3 отрицательных реакции (1,9%) – 愚蠢 ‘тупые’, 不理智 ‘неразумные’, 缺乏创造力 ‘некреативные’, что свидетельствует о положительной оценке китайскими мужчинами интеллекта китайских женщин.

Итак, гетеростереотип китайских мужчин относительно интеллекта китайских женщин формируется ядерными признаками «сообразительность» и «ум», предъядерными признаками «красота» и «талант».

Русские женщины о китайских женщинах (гетеростереотип по этносу)

Представленные на рисунке 20 данные показывают, что в представлениях русских женщин относительно интеллекта китайских женщин не формируется ядра. По количеству реакций признаки «сообразительность» (16), «образованность» (15), «ум» (14), «здравомыслие» (14) представляют собой предъядерные у русских женщин признаки. Русские женщины воспринимают китайских женщин как *сообразительных, грамотных, умных и здравомыслящих*. В предъядерной зоне встречается всего 4 негативных реакции – *глупые, негибкие, отсутствие логики, расчет*.

В периферийной зоне оказываются признаки с невысокой частотой актуализации, например, «оценка», «креативность», «хитрость» и т. д.

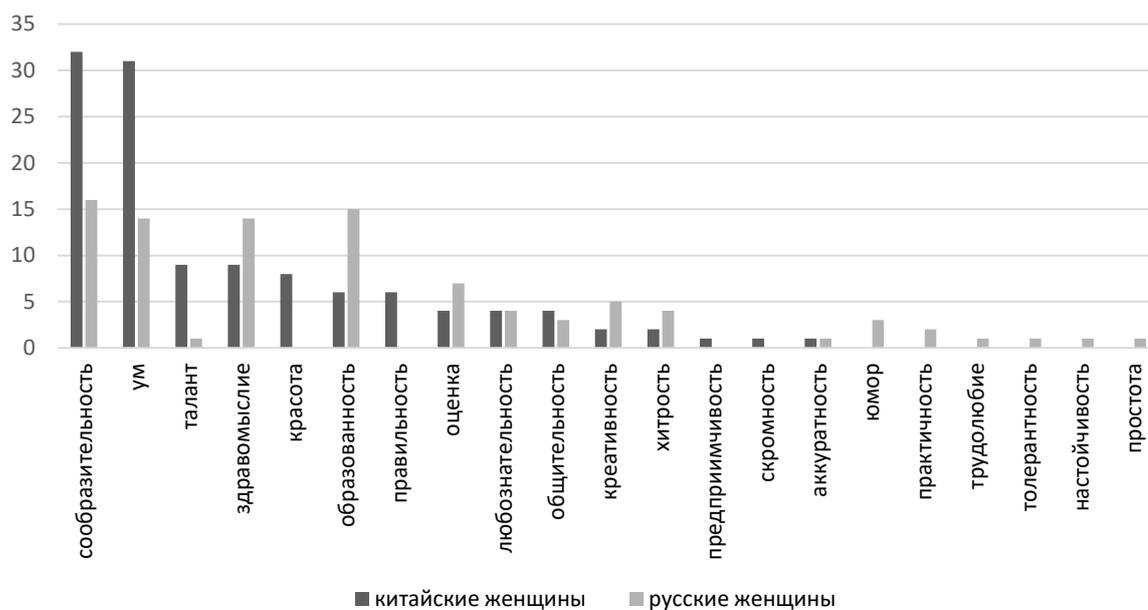


Рисунок 20. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских женщин и русских женщин о китайских женщинах, абс.

Отметим, что во всем объеме реакций (102) наблюдается 10 отрицательных реакций (примерно 9,8%): *хитрые, средний интеллект, неабстрактный интеллект* и т. д. Таким образом, оценка интеллекта китайских женщин русскими женщинами в некоторых случаях довольно критична, отрицательных оценок больше, чем у китайцев.

Итак, в гетеростереотипе русских женщин относительно интеллекта китайских женщин отсутствует ядро, а предъядерная зона формируется набором признаков «сообразительность», «образованность», «ум» и «здоровомыслие».

Русские мужчины о китайских женщинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Рисунок 21 показывает, что признаки «ум» (22) и «здоровомыслие» (20) являются наиболее значимыми для русских мужчин при оценке интеллекта китайских женщин. В целом, по мнению русских мужчин, китайские женщины *умные* (13), *мудрые* (7), *благоразумные* (2), *здоровомыслящие* (2) и т. п. Все реакции, включенные в группу «ум», семантически однотипные, однако признак «здоровомыслие», помимо положительных, включает 6 негативных реакций. Таким образом, признак «ум» представляется ядерным, а «здоровомыслие» – предъядерным.

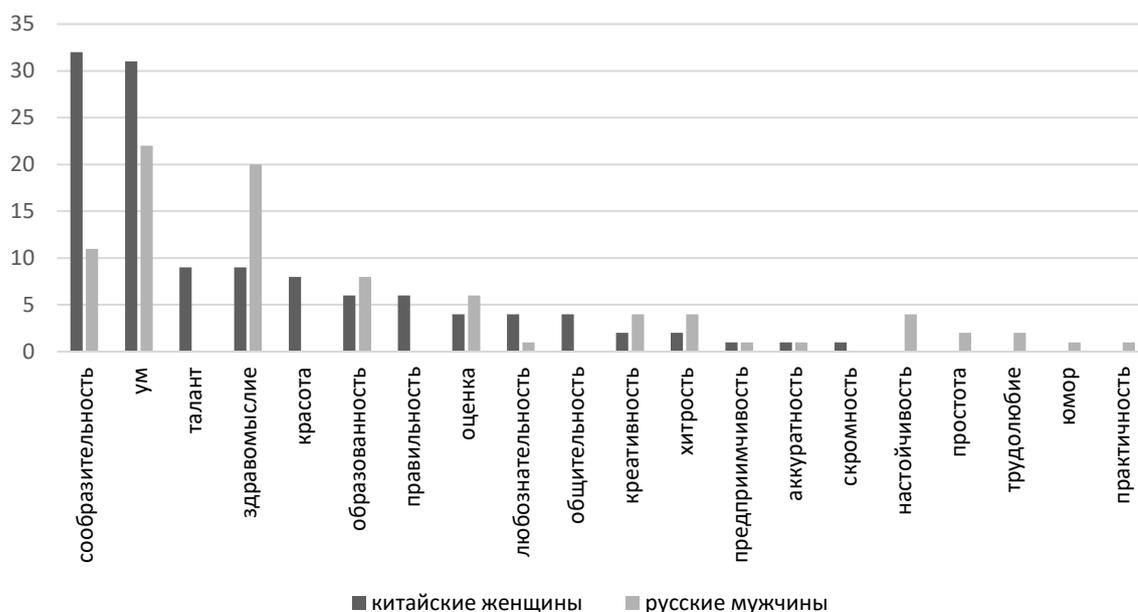


Рисунок 21. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских женщин и русских мужчин о китайских женщинах, абс.

Признак «сообразительность» (11) с семантически однородными реакциями также включен в предъядерную зону. Остальные признаки, представленные на рисунке, попадают в периферию.

Следует отметить, что доля отрицательных реакций весьма велика и составляет 17,6% (18 из 102). Отрицательные реакции встречаются и в предъядерной и в периферийной зонах, например, *расчетливые, хитрые, нелогичные* и т. д.

Итак, ядро в представлениях русских мужчин относительно интеллекта китайских женщин формирует признак «ум», а предъядерную зону – признаки «здравомыслие» и «сообразительность».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов об интеллекте китайских женщин

Таблица 8 показывает, что в представлениях китайских женщин и мужчин относительно интеллекта китайских женщин ядра совпадают. Однако у китайских женщин отсутствует предъядерная зона, которая у китайских мужчин формируется признаками «красота» и «талант». Итак, можно сказать, что гетеростереотип китайских мужчин в целом похож на автостереотип китайских женщин, но при этом более детализирован, чем автостереотип китайских женщин, поскольку первый основывается на большем количестве стереотипных признаков.

**Стереотипные признаки интеллекта китайских женщин
в восприятии разных этногендерных групп**

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	сообразительность ум	сообразительность ум		ум
Предъядерная зона		красота талант	сообразительность образованность ум здоровомыслие	здравомыслие сообразительность

В отличие от автостереотипа китайских женщин, в представлениях русских женщин об интеллекте китайских женщин не формируется ядра. Признаки «ум» и «сообразительность», которые являются ядерными у китайских женщин, у русских женщин являются предъядерными. Кроме этого, у китайских женщин не имеется предъядерной зоны, которая у русских женщин формируется четырьмя признаками. Таким образом, представления русских женщин схожи с автостереотипом китайских женщин, однако, во-первых, стереотипизированы в меньшей степени, чем автостереотип китайских женщин (нет ядра), во-вторых, включают иные признаки, чем в автостереотипе.

Ядро в представлениях китайских женщин и русских мужчин частично совпадает (по признаку «ум»). Признак «сообразительность», который выступает ядерным у китайских женщин, оказывается предъядерным у русских мужчин. Кроме этого, у китайских женщин отсутствует предъядерная зона, которая у русских мужчин состоит из двух признаков. Итак, гетеростереотип русских мужчин в целом совпадает с автостереотипом китайских женщин.

Необходимо подчеркнуть, что доля отрицательных реакций у китайских мужчин наименьшая (1,9%), у русских мужчин наибольшая (17,6%). Доля отрицательных реакций у русских женщин также немала и составляет 9,8%. Меньшее количество негативных реакций у китайских информантов, по сравнению с русскими информантами (вне зависимости от гендера), показывает, что в данном случае проявляется ингрупповой фаворитизм внутри этнической группы.

Итак, можно прийти к выводу, что автостереотип китайских женщин относительно своего интеллекта более схож с гетеростереотипами китайских и русских мужчин, чем с гетеростереотипом русских женщин. Представления китайских мужчин стереотипизированы в наивысшей степени. Китайцы более положительно оценивают интеллект китайских женщин, чем русские.

3.1.1.3.2. Стереотипные представления о китайских мужчинах

Китайские мужчины о китайских мужчинах (автостереотип)

Как видно из рисунка 22, ядро в автостереотипе китайских мужчин формируют признаки «ум» (46), «сообразительность» (41) и «талант» (34). Почти все информанты-мужчины считают себя 聪明 ‘умными’ (20), 睿智 ‘мудрыми’ (11), 足智多谋 ‘находчивыми’ (19), 理解力强 ‘понятливыми’ (6), 灵活 ‘гибкими’ (6), 才华横溢 ‘талантливыми’ (18), 才高八斗 ‘одаренными’ (11) и т. п. В ядерной зоне обнаруживаются всего четыре семантически противопоставленных и одновременно негативных реакции – 不太聪明 ‘не очень умные’, 呆滞 ‘отупелые’, 愚蠢 ‘тупые’ и 计穷智极 ‘ум короткий’.

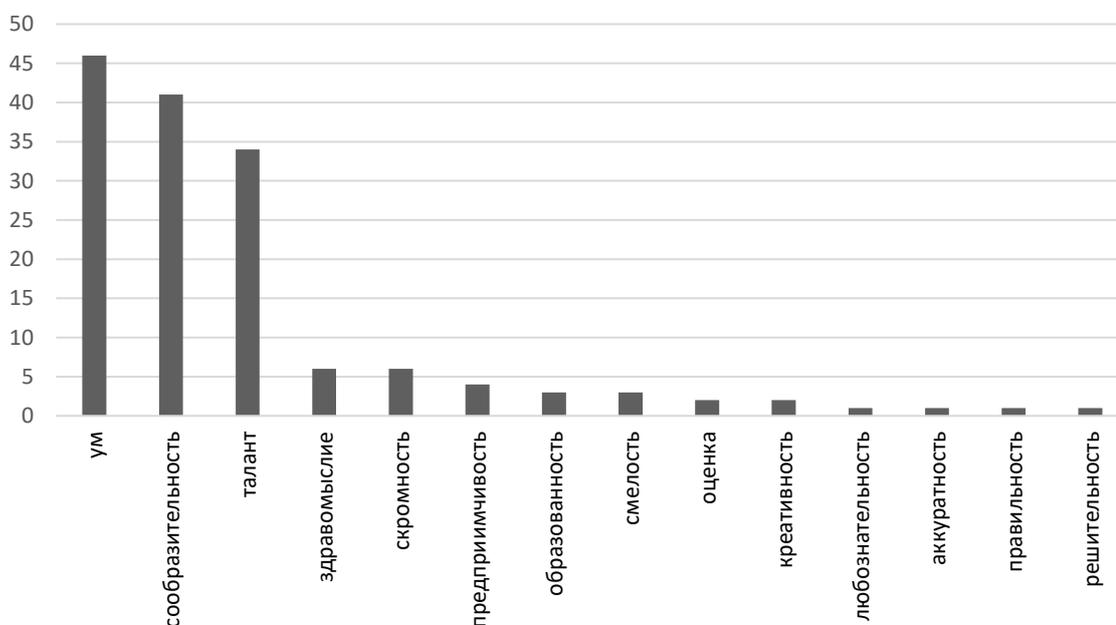


Рисунок 22. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских мужчин о себе, абс.

Предъядерная зона в представлениях китайских мужчин относительно своего интеллекта отсутствует, поскольку кроме ядерных, остальные признаки имеют низкую частоту. Они включены в периферию.

Отметим, что доля отрицательных реакций у китайских мужчин невелика и составляет всего 3,3% (5 из 153). Отрицательные реакции описывают глупость (4 реакции) и некреативность (1 реакция) китайских мужчин.

Итак, ядро автостереотипа китайских мужчин относительно своего интеллекта формируется тремя признаками – «ум», «сообразительность» и «талант»; предъядерная зона отсутствует.

Китайские женщины о китайских мужчинах (гетеростереотип по гендеру)

Рисунок 23 показывает, что признак «ум» (32), «сообразительность» (28) и «талант» (20) представляются наиболее значимыми для китайских женщин в восприятии интеллекта китайских мужчин. Почти все информанты-женщины считают китайских мужчин 聪明 ‘умными’ (19), 足智多谋 ‘находчивыми’ (14), 才高八斗 ‘одаренными’ (10) и т. п. Итак, «ум», «сообразительность» и «талант» выступают ядерными признаками в гетеростереотипе китайских женщин об интеллекте китайских мужчин.

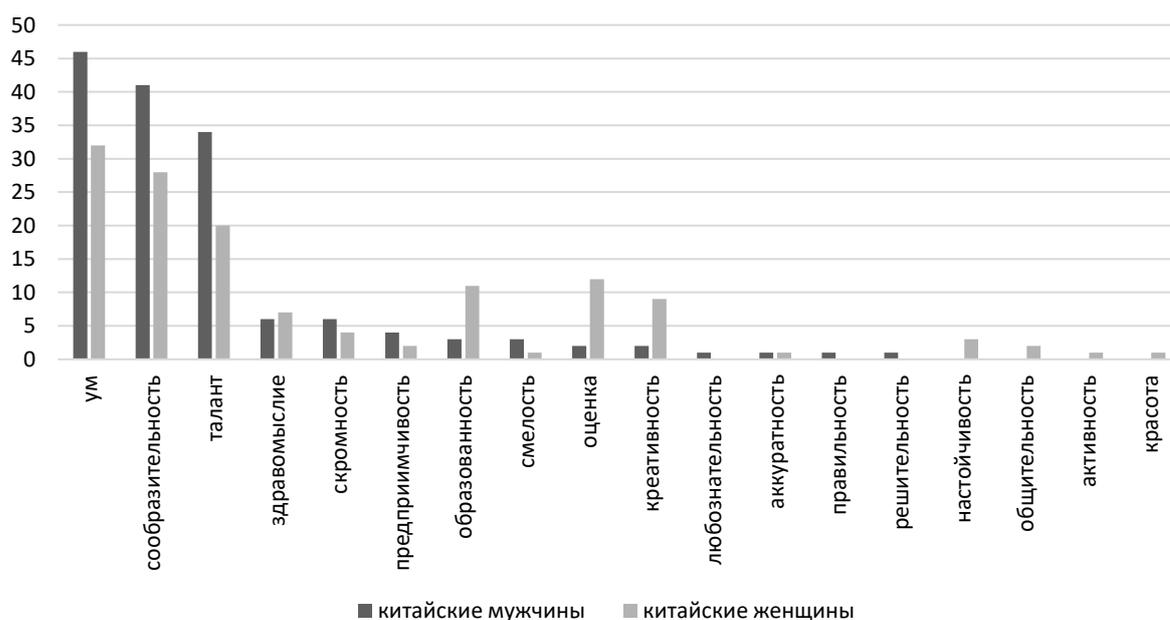


Рисунок 23. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских мужчин и китайских женщин о китайских мужчинах, абс.

Признаки «оценка» (12) и «образованность» (11) составляют предъядерную зону у китайских женщин. По мнению информантов китайские мужчины 知识渊博 ‘эрудированные’ (5), 学识高 ‘высокообразованные’ (3), обладают 出类拔萃 ‘выдающимся’ интеллектом (10).

В периферийную зону попадают признаки с невысокой частотой актуализации, например, «креативность», «здравомыслие» и т. д.

Следует отметить, что доля отрицательных реакций здесь также весьма мала и составляет лишь 0,7% (1 из 137). Это демонстрирует довольно положительное восприятие китайскими женщинами интеллекта китайских мужчин.

Таким образом, в гетеростереотипе китайских женщин относительно интеллекта китайских мужчин ядро состоит из признаков «ум», «сообразительность» и «талант», а предъядерная зона складывается из признаков «оценка» и «образованность».

Русские мужчины о китайских мужчинах (гетеростереотип по этносу)

Согласно рисунку 24 русские мужчины воспринимают интеллект китайских мужчин в первую очередь через признак «ум» (23). В целом русские мужчины считают китайских мужчин *умными* (15), *интеллектуальными* (5) и т. п. В этой группе реакций обнаружена только одна семантически противоположная реакция – *твердолобые*. Итак, признак «ум» формирует ядро в представлениях русских мужчин относительно интеллекта китайских мужчин.

Предъядерная зона стереотипа у русских мужчин основывается на признаках «сообразительность» (16) и «здравомыслие» (14). По мнению русских мужчин китайские мужчины *сообразительные* (7), *смышленные* (3), *здравомыслящие* (5) и т. п. В этой зоне встретилась одна реакция с негативной окраской – *расчетливые* (1).

Оставшиеся признаки с невысокой частотой вошли в периферийную зону представлений русских мужчин.

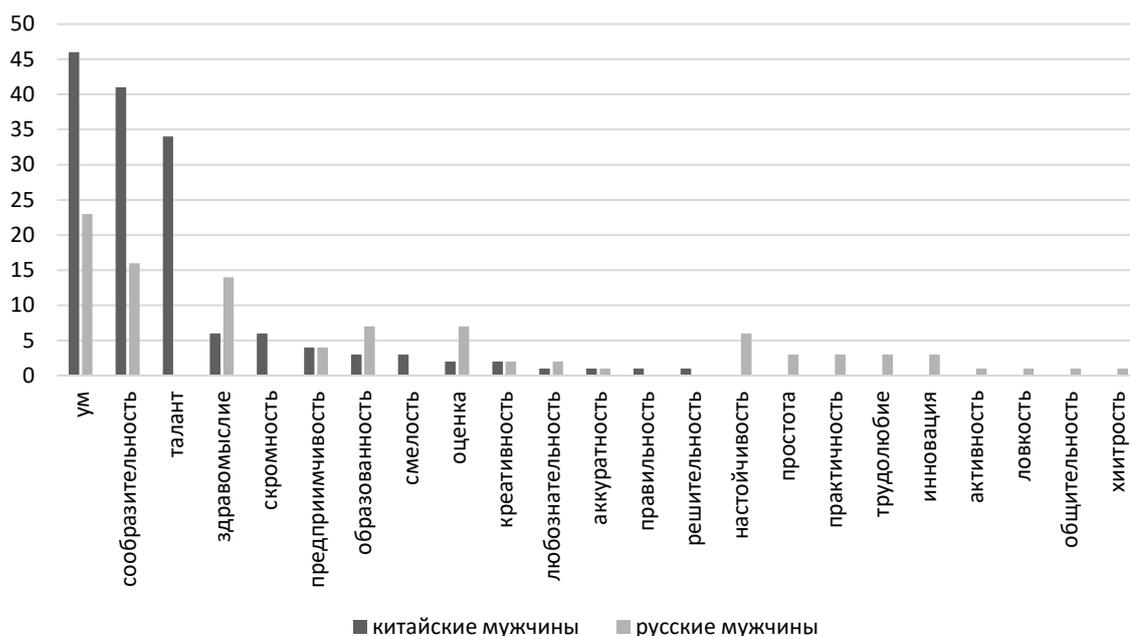


Рисунок 24. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских мужчин и русских мужчин о китайских мужчинах, абс.

Стоит упомянуть, что доля негативных реакций в ответах русских мужчин немала и составляет 10,9% (12 из 110). Негативные реакции являются индивидуальными и встречаются во всех зонах представлений русских мужчин, например: *узкий кругозор, настырные, упрямые, занудные* и т. д.

Таким образом, ядерным признаком в гетеростереотипе русских мужчин относительно интеллекта китайских мужчин выступает «ум», а предъядерными – «сообразительность» и «здравомыслие».

Русские женщины о китайских мужчинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Рисунок 25 показывает, что русские женщины воспринимают интеллект китайских мужчин прежде всего через признак «образованность» (22). По их мнению, китайские мужчины *грамотные* (7), *образованные* (2), *эрудированные* (2) и т. п. Итак, «образованность» представляет собой ядерный признак в гетеростереотипе русских женщин относительно интеллекта китайских мужчин.

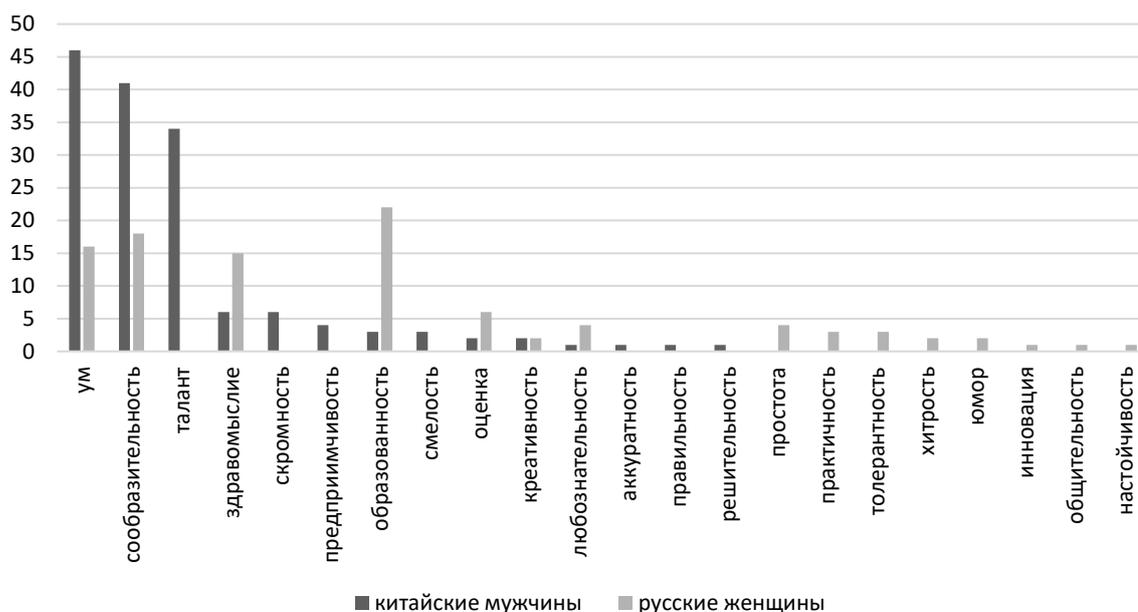


Рисунок 25. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях китайских мужчин и русских женщин о китайских мужчинах, абс.

Предъядерными признаками у русских женщин оказываются признаки «сообразительность» (18), «ум» (16) и «здравомыслие» (15). В целом по мнению русских женщин китайские мужчины *умные* (13), *сообразительные* (5), *понятливые* (3), *здравомыслящие* (4), *логичные* (2) и т. п. В предъядерной зоне встретилось несколько семантически противопоставленных и одновременно отрицательных реакций – *негибкие* (2), *отсутствие логики* (1) и *расчетливые* (1).

В периферийную зону входят признаки с низкой частотой, например, «оценка», «любопытность», «практичность» и т. д.

Необходимо отметить, что, как и у русских мужчин, в ответах у русских женщин из 110 реакций насчитывается 12 отрицательных реакций (10,9%). Они встречаются в предъядерной и периферийной зонах, например, *хитрые*, *простоватые*, *расчетливые* и т. д.

Итак, ядро гетеростереотипа русских женщин относительно интеллекта китайских мужчин составляет признак «образованность», а предъядерную зону – признаки «сообразительность», «ум» и «здравомыслие».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов об интеллекте китайских мужчин

Как видно из таблицы 9, ядро в представлениях китайских мужчин и женщин относительно интеллекта китайских мужчин совпадает. Однако у китайских мужчин не имеется предъядерной зоны, которая у китайских женщин формируется признаками «оценка» и «образованность». Итак, гетеростереотип китайских женщин в целом похожи на автостереотип китайских мужчин, при этом более детализированы, чем автостереотип китайских мужчин, поскольку первый имеет больше стереотипных признаков.

Таблица 9

Стереотипные признаки интеллекта китайских мужчин в восприятии разных этногендерных групп

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	ум сообразительность талант	ум сообразительность талант	образованность	ум
Предъядерная зона	оценка образованность		сообразительность ум здравомыслие	сообразительность здравомыслие

Ядро в представлениях китайских мужчин и русских мужчин частично совпадает (по признаку «ум»). Ядерный у китайских мужчин признак «сообразительность» становится предъядерным у русских мужчин. Однако признак «талант», который является ядерным для китайских мужчин, вообще не упоминался русскими мужчинами. В предъядерной зоне у русских мужчин оказывается признак «здравомыслие», который включен в периферию у китайских мужчин. Таким образом, можно сказать, что представления русских мужчин частично совпадают с автостереотипом китайских мужчин, при этом менее стереотипизированы, чем автостереотип китайских мужчин.

Ядро в структурах стереотипов у китайских мужчин и русских женщин формируется совсем разными признаками. Ядерные у китайских мужчин признаки «ум» и «сообразительность» вошли в предъядерную зону у русских женщин, другой ядерный у китайских мужчин признак «талант» вообще не упоминался русскими женщинами. Стереотипные у русских женщин признаки

«образованность» и «здравомыслие» попали в периферию у китайских мужчин. Поэтому представления русских женщин менее всего схожи с автостереотипом китайских мужчин.

Нужно указать, что доля отрицательных реакций у китайских женщин наименьшая (0,7%), у русских информантов (мужчин и женщин) наибольшая (10,9%). Как и у китайских женщин, доля отрицательных реакций у китайских мужчин невелика – 3,3%. Меньшее количество негативных реакций у китайских информантов, по сравнению с русскими информантами (вне зависимости от гендера), демонстрирует, что ингрупповой фаворитизм в данном случае проявляется внутри этнической группы.

Итак, можно сказать, что среди всех четырех стереотипов гетеростереотип китайских женщин больше всего похож на автостереотип китайских мужчин и характеризуется наивысшей детализированностью. Представления китайцев относительно интеллекта китайских мужчин более стереотипизированы, чем представления русских. Кроме этого, китайцы более положительно оценивают интеллект китайских мужчин, чем русские (доля отрицательных реакций меньше).

3.1.2. Авто- и гетеростереотипы русских

3.1.2.1. Внешность

Реакции относительно внешности русских были объединены в 25 семантических групп. Поскольку принципы организации групп уже были обсуждены выше, здесь только приведем примеры включенных в группы реакций.

«Красота»: *красивые, ухоженные, симпатичные, милые, нежные, приятная внешность*, 美丽漂亮/帅气英俊 ‘красивые’, 精致优雅 ‘элегантные’, 绰约多姿 ‘грациозные’, 仪表堂堂 ‘видные’ и др.

«Рост»: *высокие, рослые, средний рост, среднее телосложение*, 高 ‘высокие’, 魁梧 ‘рослые’ и др.

«Волосы»: светловолосые, русые волосы, длинноволосые, бородатые, 金发 ‘светловолосые’, 多毛 ‘волосатые’, 浓眉 ‘густые брови, 大胡子 ‘бородатые’ и др.

«Стройность»: худые, широкие, стройные, изящные, 魁梧 ‘рослые’, 瘦小 ‘худые’, 苗条 ‘стройные’, 胖 ‘толстые’, 丰满 ‘полные’, 娇小 ‘изящные’ и др.

«Глаза»: большие глаза, светлоглазые, красивые глаза, голубоглазые, 碧眼 ‘голубоглазые’, 大眼睛 ‘большие глаза’, 眼睛深邃 ‘глубоко посаженные глаза’, 眼睛好看 ‘красивые глаза’ и др.

«Спортивность»: спортивные, коренастые, крепкие, мускулистые, 运动的 ‘спортивные’, 健壮结实 ‘здоровые и крепкие’ и др.

«Кожа»: белокожие, хорошая кожа, 皮肤白 ‘белокожие’, 浅色皮肤 ‘светлокожие’ и др.

«Лицо»: выразительные черты лица, румяные, мягкие черты лица, 五官立体 ‘европейские черты лица’, 五官精致 ‘красивые черты лица’ и др.

«Опрятность»: опрятные, подтянутые, неаккуратные, неопрятные, 干净 ‘чистые’, 整洁 ‘опрятные’ и др.

«Оценка»: разнообразные, естественные, нормальные, 千姿百态 ‘многообразные’, 异域风情 ‘экзотическая внешность’, 不同凡响 ‘незаурядные’ и др.

«Нос»: тонкий носик, курносые, 鼻子大挺 ‘большой и высокий нос’, 鼻梁高 ‘высокая переносица’ и др.

Другие, менее частотные, семантические группы и реакции, включенные в них, представлены в таблицах 1–8 Приложения 3.

Частоты признаков внешности, актуализированных в ответах разных этнических и гендерных групп информантов по отношению ко всем группам представлены в Таблице 10. Таблица содержит группу «другие», в которую были включены индивидуальные или сложно квалифицируемые реакции (см. Приложение 3).

Частота актуализации семантических признаков в реакциях информантов при описании внешности русских женщин и мужчин, абс.

ПРИЗНАКИ	Китайцы				Русские			
	женщины		мужчины		женщины		мужчины	
	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.
красота	51	15	43	18	34	11	27	4
рост	18	24	14	28	18	28	16	22
стройность	12	8	24	14	16	11	18	10
волосы	6	8	11	12	17	19	21	21
глаза	17	10	16	11	11	10	12	13
кожа	13	12	10	9	6	6	2	5
лицо	10	10	3	5	8	6	12	11
спортивность	2	18	2	20	1	17	2	14
оценка	4	7	0	3	5	3	0	3
одежда и аксессуары	3	0	0	0	5	2	3	3
опрятность	3	2	1	0	4	9	7	7
нос	1	6	5	9	1	0	3	1
воспитанность	2	0	6	5	0	1	0	0
улыбчивость	1	2	0	0	3	6	0	2
сдержанность	0	3	2	6	0	0	0	0
оптимизм	0	4	1	3	0	0	0	0
мужественность	0	4	0	0	0	0	0	4
возраст	6	0	1	0	1	0	0	0
плечо	0	0	0	0	1	6	1	4
заметность	0	0	0	0	3	1	0	0
доброта	0	0	1	3	0	0	0	1
серьезность	1	3	0	0	0	0	0	0
грудь	0	0	0	0	0	1	1	4
смелость	0	4	0	2	0	0	0	0
другие	14	9	17	8	8	12	10	13
всего	157	145	149	154	138	144	129	138

На основе данных, представленных в таблице были построены стереотипные образы русских женщин и мужчин в сознании китайцев и русских.

3.1.2.1.1. Стереотипные представления о русских женщинах

Русские женщины о русских женщинах (автостереотип)

Как видно из рисунка 26, русские женщины воспринимают свою внешность прежде всего через признак «красота» (34). Они считают себя *красивыми* (16), *ухаженными* (5), *симпатичными* (3), *женственными* (2) и т. п. Признак «красота» составляет у русских женщин ядро стереотипных представлений о своей внешности.

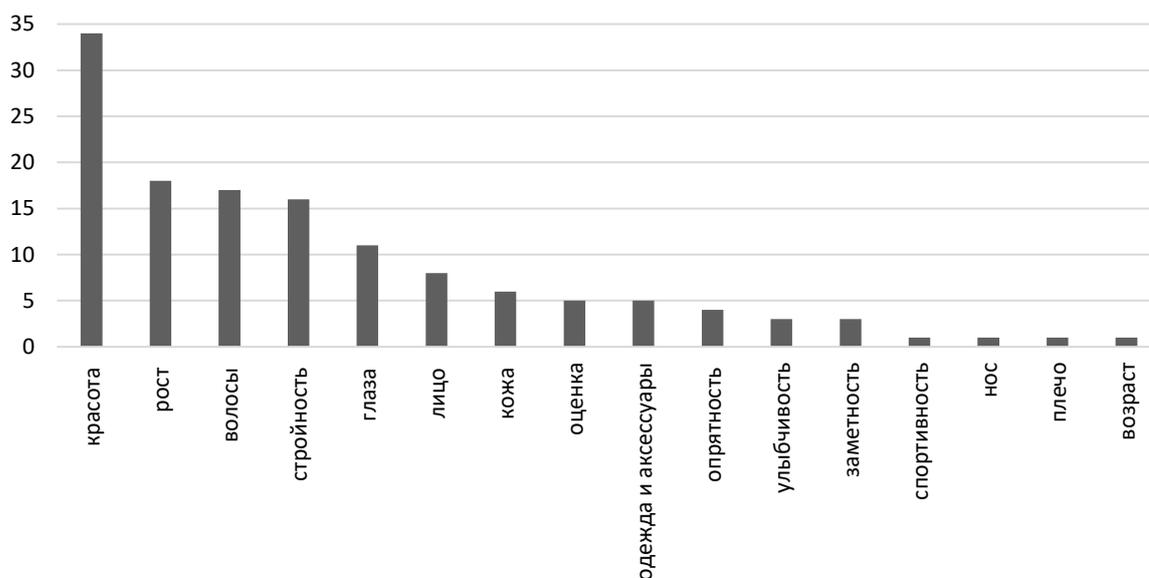


Рисунок 26. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских женщин о себе, абс.

Признаки «рост», «волосы», «стройность» имеют примерно одинаковую частоту (18, 17 и 16 соответственно). В целом русские женщины считают, что они *среднего роста* (8), *невысокие* (2), *средний или низкий рост* (1), *стройные* (8), *изящные* (2), *среднего телосложения* (2), *длинноволосые* (8) и *русоволосые* (3). Реакции, объединенные по данным признакам, практически однотипны, только некоторые реакции противоречат по содержанию абсолютному большинству, поэтому можно считать, что данные три признака формируют предъядерную зону автостереотипа русских женщин.

Остальные признаки, представленные на рисунке 26, формируют периферию автостереотипа. Это такие признаки, как «глаза», «лицо», «кожа», «волосы», «одежда и аксессуары», «улыбчивость» и т. д. Русские женщины отмечают, что у них *большие глаза* (5), *светлая кожа* (6), *выразительные черты лица* (2) и т. д.

Стоит отметить, что во всем объеме реакций русских женщин о себе почти не встретилось отрицательных черт внешности, только две русские женщины написали, что они *хмурые* и *без улыбки*.

Итак, признак «красота» (русские женщины красивые) формирует ядро стереотипных представлений русских женщин о своей внешности, которое дополняют «рост», «волосы» и «стройность».

Русские мужчины о русских женщинах (гетеростереотип по гендеру)

На рисунке 27 представлены данные о частоте актуализации признаков внешности в реакциях русских женщин и мужчин в сопоставлении.

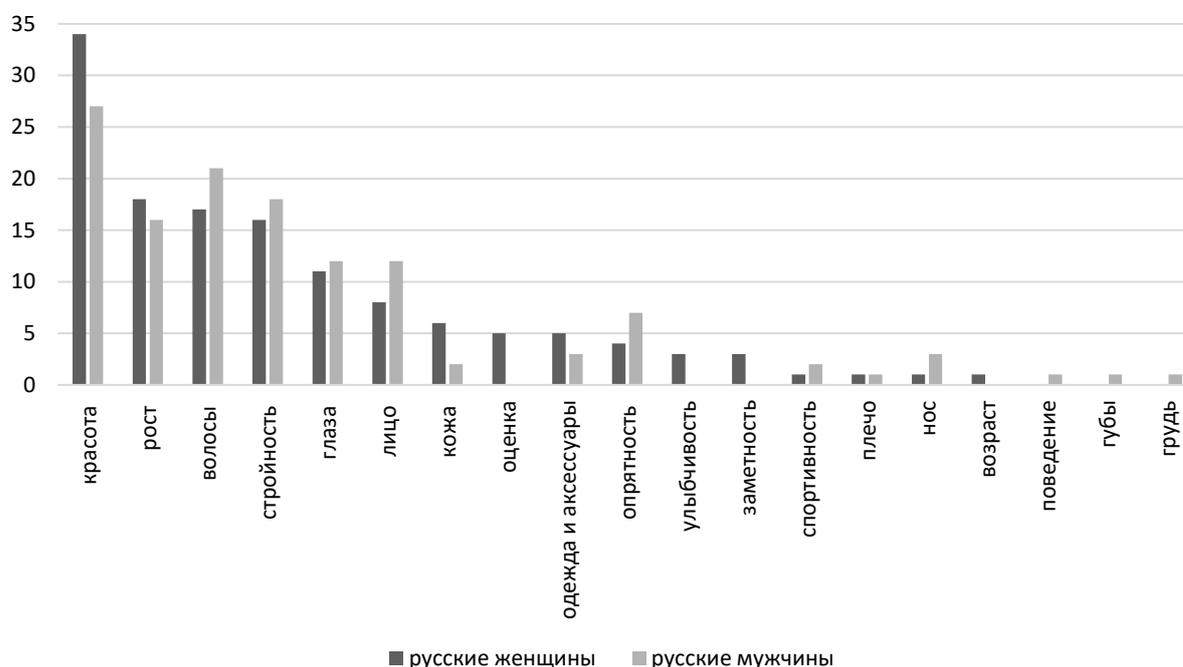


Рисунок 27. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских женщин и русских мужчин о русских женщинах, абс.

Рисунок показывает, что признак «красота» (27) также, как и у женщин, у русских мужчин является самым важным в представлениях о русских женщинах. По мнению русских мужчин, русские женщины *красивые* (16), *милые* (2), *ухаженные* (2) и т. д. Очевидно, что признак «красота» представляет собой ядро гетеростереотипа русских мужчин о внешности русских женщин.

По частоте признак «волосы» занимает второе место в стереотипе мужчин о женщинах (21). В целом информанты-мужчины считают русских женщин *длинноволосыми* (11) и *светловолосыми* (6). Вслед за данным признакам выступают «стройность» (18) и «рост» (16). Русские мужчины отмечают, что русские женщины *высокие* (8), *среднего роста* (3), *низкие* (2), *маленький рост* (1), *миниатюрные* (1), *худые* (5) и *стройные* (3), *тонкая талия* (2) и т. п. Итак, признак «рост» является семантически неоднородным в данном случае, а признаки «волосы» и «стройность» попадают в предъядерную зону представлений русских мужчин относительно внешности русских женщин.

В связи с невысокой частотой и наличием ряда индивидуальных реакций признаки «глаза» (12) и «лицо» (12) не дотягивают до предъядерной зоны. Они вместе с такими признаками, как «опрятность», «нос», «одежда и аксессуары» и т. д., включены в периферию.

В реакциях у мужчин при оценке внешности женщин также не обнаружены отрицательные реакции. Кроме этого, мужчины включили в признаки внешности признак характера – «уверенность», который оказался важным для русских мужчин в восприятии внешности русских женщин.

Таким образом, ядерный признак «красота» (русские женщины красивые), и предъядерные признаки «волосы» и «стройность» формируют стереотипные представления русских мужчин о внешности женщин своего этноса.

Китайские женщины о русских женщинах (гетеростереотип по этносу)

На рисунке 28 представлены данные о частоте актуализации признаков внешности в реакциях русских и китайских женщин в сопоставлении.

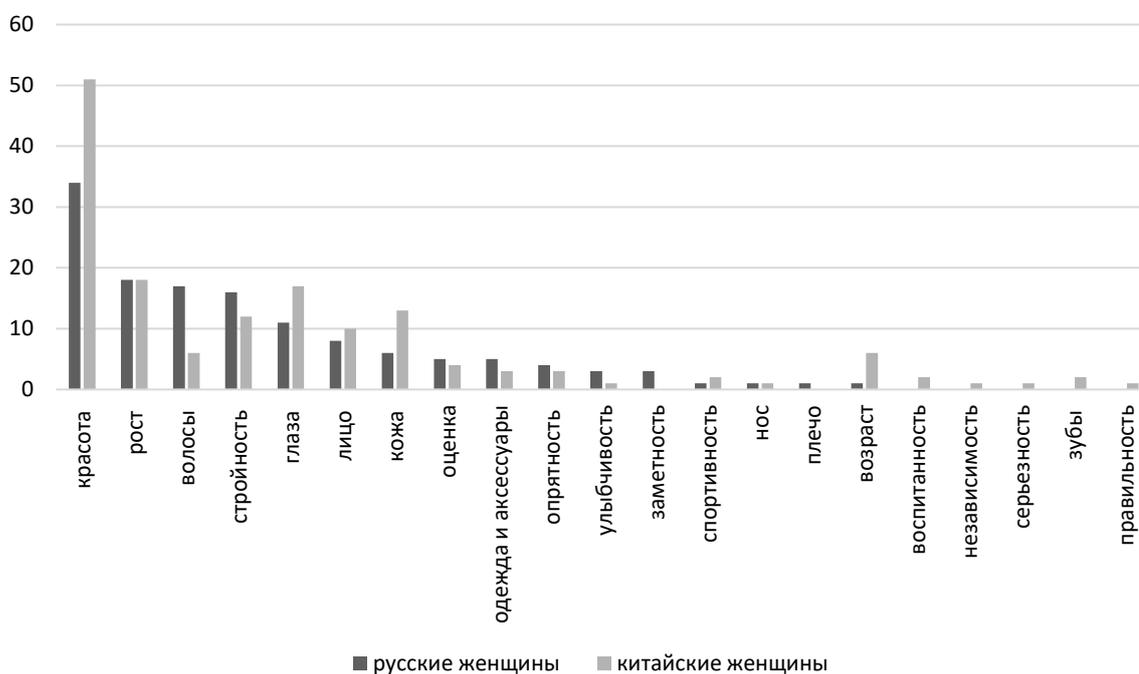


Рисунок 28. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских женщин и китайских женщин о русских женщинах, абс.

Как видно из рисунка, наиболее значимым признаком для китайских женщин при оценке внешности русских женщин является «красота». Из 157 реакций примерно треть (51) – это реакции, описывающие с разных сторон красоту

русских женщин: 美丽漂亮 ‘красивые’ (31), 精致优雅 ‘элегантные’ (7), 绰约多姿 ‘грациозные’ (4) и т. п. Следовательно, признак «красота» формирует ядро гетеростереотипа китайских женщин о внешности русских женщин.

По частоте реакций признаки «рост» (18) и «глаза» (17) занимают второе и третье место в структуре гетеростереотипа. Информанты-женщины единодушно считают, что русские женщины 高 ‘высокие’ (18). Для информантов русские женщины в основном имеют большие, голубые глаза: 碧眼 ‘голубоглазые’ (6), 眼睛大 ‘большие глаза’ (5). Вслед за данными двумя признаками идет признак «кожа» (13). О коже русских женщин китайские информанты придерживаются одинакового мнения – 皮肤白皙 ‘белая кожа’ (12). По количеству семантически однотипных реакций признаки «рост» и «кожа» попадают в предъядерную зону представлений китайских женщин о внешности русских женщин.

Остальные признаки с невысокой частотой и индивидуальными реакциями – «стройность», «лицо», «волосы», «возраст», «оценка» и т. д. – включаются в периферийную зону стереотипных представлений китайских женщин. Кроме того, в периферийные признаки включены признаки «воспитанность», «правильность», «независимость», «серьезность», «эгоизм» и т. д., описывающие черты характера, но информанты воспринимают их как проявляющиеся в том числе и во внешних проявлениях.

Отметим, что при оценке внешности русских женщин китайские женщины не указывали отрицательных признаков внешности, однако описывали отрицательные черты характера русских женщин: 傲慢 ‘высокомерные’ (1) и 冷漠 ‘равнодушные’ (1).

Итак, ядром гетеростереотипа китайских женщин о внешности русских женщин выступает признак «красота» (русские женщины красивы). В предъядерную зону стереотипа входят признаки «рост» и «кожа» как дополнение к стереотипному образу русских женщин.

Китайские мужчины о русских женщинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

На рисунке 29 представлены данные о частоте актуализации признаков внешности в реакциях русских женщин и китайских мужчин в сопоставлении. Согласно данному рисунку, русские женщины в представлениях китайских мужчин так же, как и в представлениях китайских женщин, характеризуются прежде всего через признак «красота». Из 149 реакций 43 реакции описывают красоту русских женщин: 美丽漂亮 ‘красивые’ (26), 可爱 ‘симпатичные’ (3) и т. п. Как видим, признак «красота» является ядром гетеростереотипа китайских мужчин о внешности русских женщин.

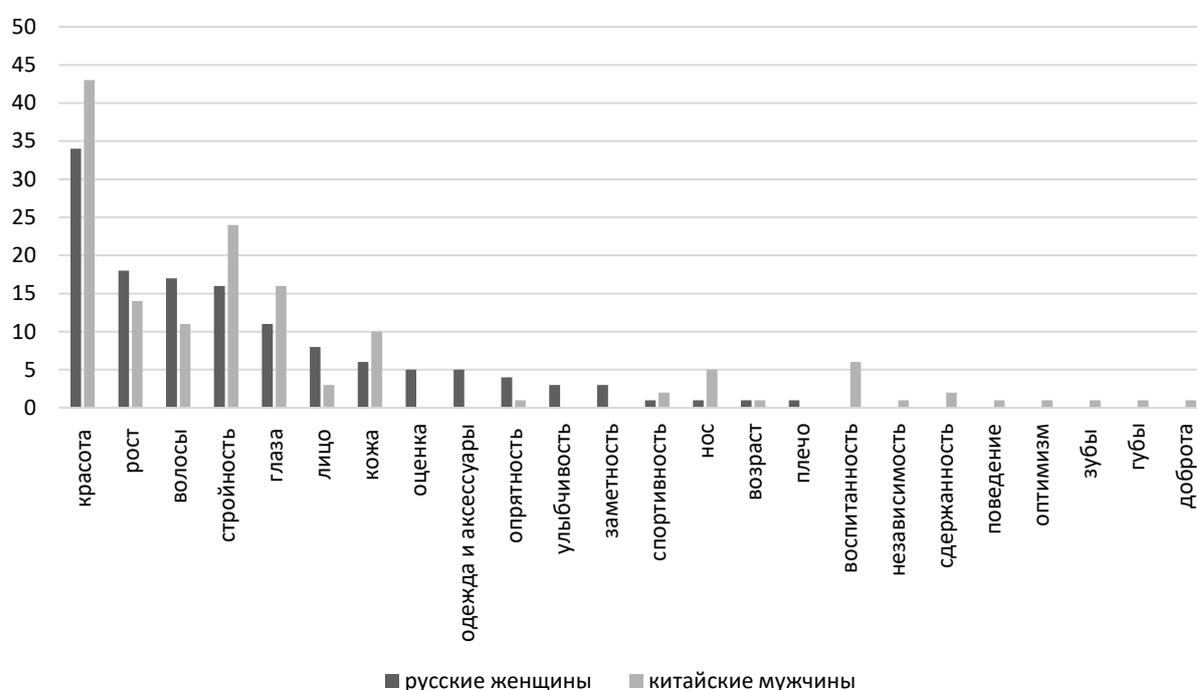


Рисунок 29. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских женщин и китайских мужчин о русских женщинах, абс.

Признак «стройность» значительно уступает признаку «красота» по частоте, но все-таки важен для восприятия образа русских женщин (24). В целом мужчины считают, что русские женщины 苗条 ‘стройные’ (11), 娇小玲珑 ‘изящные’ (3); 瘦 ‘худые’ (3), но в то же время ‘толстые’ (3) ‘полные’ (2). Тем не менее подавляющее большинство информантов придерживается мнения о стройности русских женщин. Стоит уделить внимание признакам «глаза» (16)

и «рост» (14). Для информантов-мужчин русские женщины 高 ‘высокие’ (14), у них 金发碧眼 ‘голубые’ (6) и 大眼睛 ‘большие глаза’ (3). Судя по количеству однородных с семантической точки зрения реакций, Признаки «стройность» и «рост» составляют предъядерную зону стереотипных представлений китайских мужчин.

Остальные признаки с невысокой частотой и индивидуальными реакциями («кожа», «волосы», «нос», «воспитанность», «лицо» и др.) оказываются в периферийной зоне.

Как и китайские женщины, при оценке внешности русских женщин китайские мужчины также указывали несколько признаков характера, которые вошли в периферию. Перечислим их: «воспитанность», «сдержанность», «независимость», «грубость», «доброта», «общительность» и т. д.

Важно указать, что, оценивая русских женщин, китайские мужчины дали несколько отрицательных реакций о внешности и характере: 皮肤不好 ‘плохая кожа’, 易老 ‘легко стареют’, 放荡不羁 ‘необузданные’, 粗鲁 ‘грубые’, однако они представляются индивидуальными.

Таким образом, ядерный признак «красота» (русские женщины красивые), и предъядерные признаки «стройность», «глаза» и «рост» формируют стереотипные представления китайских мужчин о внешности русских женщин.

Признаки разных этногендерных групп о внешности китайских женщин, включенные в ядро и предъядерную зону, представлены в таблице 11.

Таблица 11

**Стереотипные признаки внешности русских женщин
в восприятии разных этногендерных групп**

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	красота	красота	красота	красота
Предъядерная зона	рост кожа	стройность рост	рост волосы стройность	волосы стройность

Как видно из таблицы, ядерным признаком при оценке внешности русских женщин у русских (как женщин, так и мужчин) является признак «красота», однако частота актуализации данного признака у русских женщин немного выше, чем у русских мужчин (34 и 27 соответственно). Признаки «волосы» и «стройность» представляются предъядерными как у русских женщин, так и у русских мужчин. Однако, в отличие от структуры русских мужчин в предъядерную зону у русских женщин включен признак «рост», о котором мнения информантов разного гендера разошлись. В периферийной зоне у русских женщин оказывались больше признаков, чем у русских мужчин. Итак, автостереотип русских женщин и гетеростереотип русских мужчин о внешности русских женщин в целом схожи, при этом представления у русских женщин относительно своей внешности более стереотипизированы, чем у русских мужчин.

Ядро в структуре представлений у русских и китайских женщин формируется одним и тем же признаком – «красота», при этом частота актуализации данного признака у китайских женщин значительно выше, чем у русских женщин (51 и 34 соответственно). Часть предъядерной зоны у обеих групп совпадает (признак «рост»), однако этот признак по-разному актуализирован в ответах данных двух групп: русские женщины считают себя невысокими, а китайские женщины считают, что русские женщины высокие. Периферия у русских и китайских женщин формируется разными признаками, при этом у китайских женщин в данной зоне больше признаков.

Русские женщины и китайские мужчины воспринимают внешность русских женщин прежде всего признаком «красота». Признаки «стройность» и «рост» представляются предъядерными как у русских женщин, так и у китайских мужчин. Однако информанты данных двух групп придерживаются разного мнения о росте русских женщин: русские женщины рассматривают себя как невысоких, а китайские мужчины считают русских женщин высокими. Кроме этого, в предъядерную зону у русских женщин входит признак «волосы», который у китайских мужчин является периферийным. В периферийную зону у китайских мужчин включены значительно больше признаков. Таким образом, ядро представлений

русских женщин и китайских мужчин схоже, а содержание предъядерных признаков может варьироваться.

Следует подчеркнуть, что частота ядерных признаков у китайцев значительно выше, чем у русских, что свидетельствует о большей устойчивости стереотипов китайцев о внешности русских женщин.

Необходимо указать, что при оценке внешности русских женщин у всех групп информантов обнаружены признаки, описывающие черты характера, которые включены в периферию. Такие признаки встречаются у китайцев чаще, чем у русских. Это демонстрирует, что характер является важным элементом для восприятия китайцами внешнего образа русских женщин.

При оценке внешности русских женщин русские информанты давали меньше отрицательных реакций, чем китайские информанты, что доказывает явление «ингруппового фаворитизма».

Итак, сделаем выводы, что ядро представлений у русских и китайских женщин и мужчин относительно внешности русских женщин в целом похоже, а предъядерные признаки могут варьироваться. Представления у китайцев о внешности русских женщин стереотипизированы в большей степени, чем у русских.

3.1.2.1.2. Стереотипные представления о русских мужчинах

Русские мужчины о русских мужчинах (автостереотип)

Рисунок 30 показывает, что признаки «рост» и «волосы» имеют почти одинаковую частоту (22 и 21 соответственно). В целом информанты-мужчины считают себя высокими (14), у них крупное телосложение (2), высокий рост и могучие плечи (1), но в то же время некоторые отмечают, что русские мужчины среднего роста (2) и коренастые (2). В целом по мнению информантов у русских мужчин светлые волосы (10), бородатые (2), преимущественно светлые оттенки глаз и волосы (1). Только один информант отмечает, что русские мужчины черноволосые (1). Итак, реакции, объединенные по данным двум признакам, практически однотипны, только некоторые реакции противоречат по содержанию абсолютному большинству.

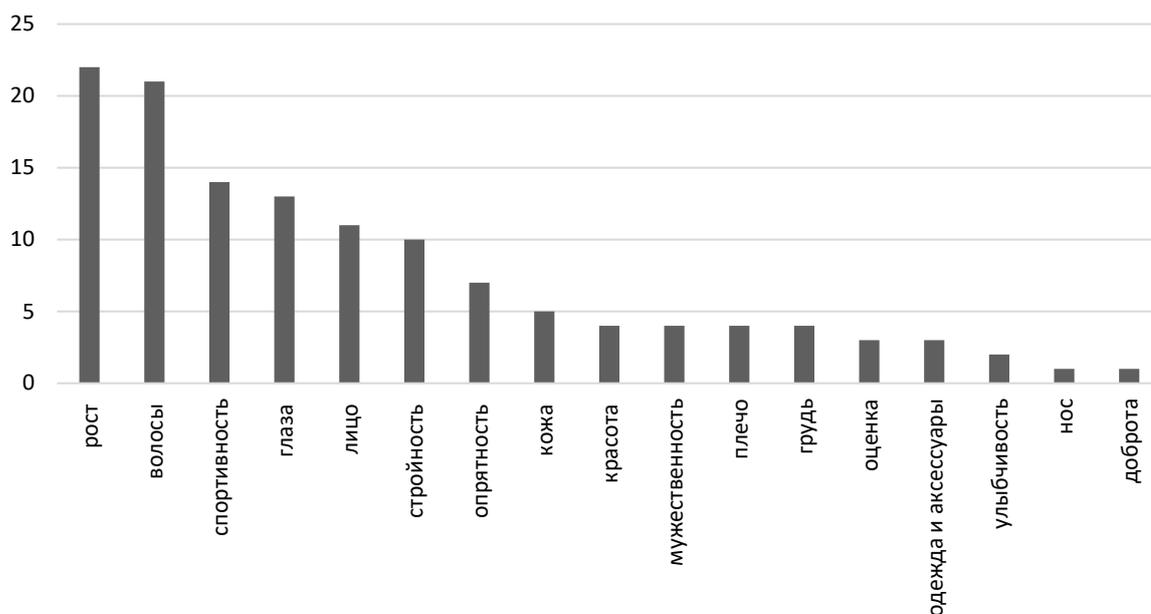


Рисунок 30. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских мужчин о себе, абс.

Вслед за признаками «рост» и «волосы» выступает «спортивность» (14). Русские мужчины считают себя *крепкими* (6), *мускулистыми* (4), *спортивными* (2) и т. п. Реакции информантов могут рассматриваться как семантически однородные.

Однако, в связи с небольшим количеством реакций, признаки «рост», «волосы» и «спортивность» не дотягивают до ядра и включаются в предьядерную зону автостереотипа русских мужчин.

Остальные признаки с невысокой частотой и индивидуальными реакциями включены в периферию автостереотипа. Это такие признаки, как «глаза», «стройность», «лицо», «плечо», «кожа» и т. д., т. е. признаки, описывающие «телесность». Кроме этого, в данной зоне встретились признаки характера, например, «мужественность», «уверенность», «строгость», «доброта» и т. д. Обнаружены только две отрицательных реакции – *иногда жесткие* и *закрытые*.

Таким образом, ядро в представлениях русских мужчин не формируется, а предьядерная зона состоит из признаков «рост», «волосы» и «спортивность».

Русские женщины о русских мужчинах (гетеростереотип по гендеру)

На рисунке 31 представлены данные о частоте актуализации признаков внешности в реакциях русских мужчин и женщин о внешности русских мужчин в сопоставлении. Как видно из рисунка, наиболее значимым признаком для русских женщин в восприятии внешности русских мужчин является признак «рост» (28). В целом русские женщины считают русских мужчин *высокими* (20), в то же время отмечено несколько реакций, противоречащих по содержанию абсолютному большинству: *коренастые* (3), *изящность* (1), *среднее телосложение* (1) и т. д. За счет большого количества семантически однотипных реакций признак «рост» представляет собой ядро представлений русских женщин относительно внешности русских мужчин.

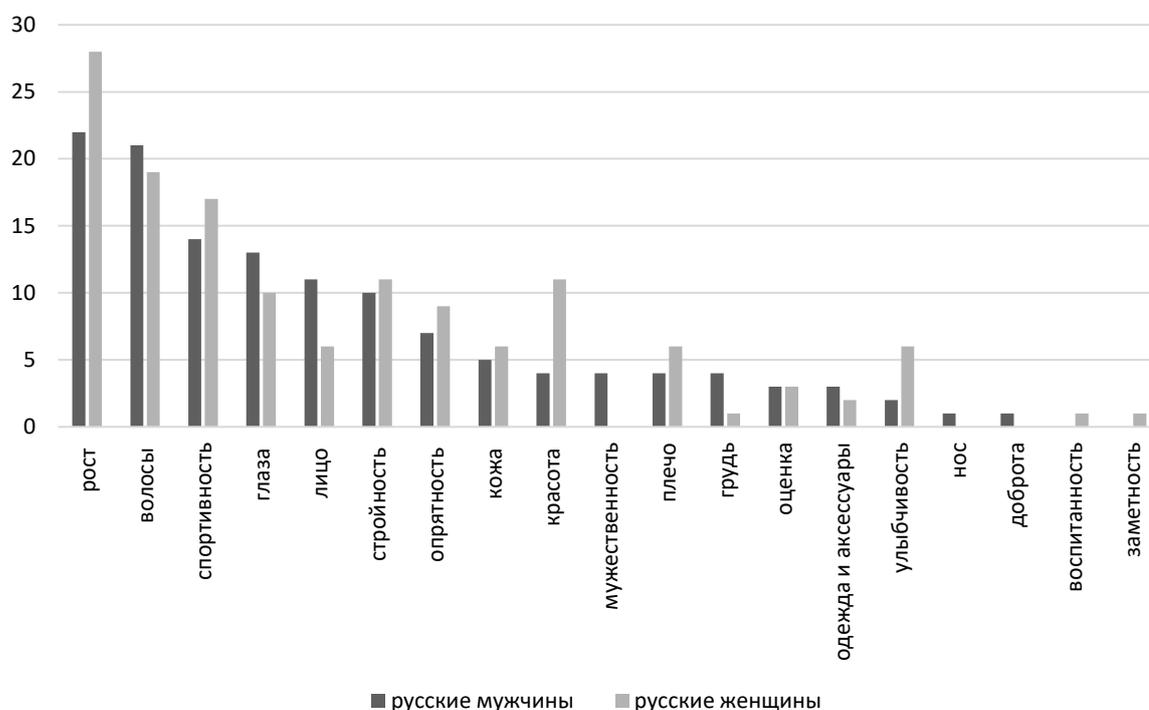


Рисунок 31. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских мужчин и русских женщин о русских мужчинах, абс.

Признак «волосы» (19) по частоте занимает второе место в гетеростереотипе русских женщин. Однако по данному признаку объединен ряд неоднородных с семантической точки зрения реакций. Вслед за ним идет признак «спортивность» (17). О спортивности русских мужчин мнение информантов в целом

совпадает: русские мужчины спортивные: *спортивные* (9), *крепкие* (3), *коренастые* (3), *развитая мускулатура* (1). Встречается только одна семантически противопоставленная реакция – *неспортивные* (1). Итак, признак «спортивность» составляет преядерную зону представлений русских женщин.

Оставшиеся признаки, представленные на рисунке, выступают периферийными, так как они обладают невысокой частотой актуализации и содержат большое количество индивидуальных реакций. Это признаки «стройность», «красота», «глаза», «опрятность», «лицо» и т. д. Кроме этого, в периферию включены признаки характера и поведения – «простота», «строгость», «воспитанность» и т. п.

Отметим, что при оценке внешности русских мужчин информанты-женщины давали немало отрицательных реакций, которые оказывались в периферийной зоне, например, «красота» – *несимпатичные* (1), *неухоженные* (1); «опрятность» – *неопрятные* (2), *неряшливые* (2) и т. п.; «улыбчивость» – *хмурые* (2), *суровые* (2) и т. д.; «строгость» – *жесткие* (1).

Таким образом, ядро представлений русских женщин о внешности русских мужчин формируется признаком «рост», а преядерная зона – признаком «спортивность».

Китайские мужчины о русских мужчинах (гетеростереотип по этносу)

На рисунке 32 представлена частота актуализации признаков внешности в реакциях русских мужчин и китайских мужчин о внешности русских мужчин в сопоставлении. Данные на рисунке показывают, что китайские мужчины воспринимают русских мужчин в первую очередь через признак «рост» (28). В глазах китайских мужчин русские мужчины 高 ‘высокие’ (20) и 高大魁梧 ‘крупные’ (8). Уступая по частоте данному признаку, признак «спортивность» (20) представляется важным для китайских мужчин для восприятия внешности русских мужчин. Все информанты единодушно считают, что русские мужчины 健壮结实 ‘здоровые и крепкие’ (20). Итак, признаки «рост» и «спортивность» составляют ядро представлений китайских мужчин относительно внешности русских мужчин.

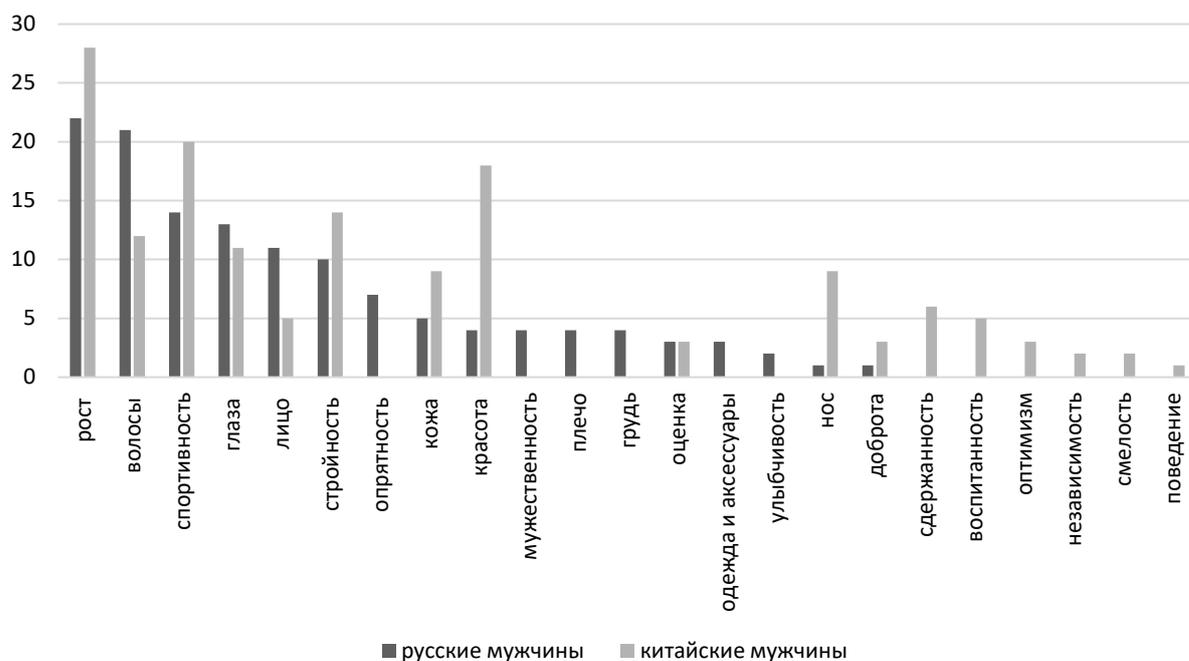


Рисунок 32. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских мужчин и китайских мужчин о русских мужчинах, абс.

«Красота» (18) также является значимым признаком для китайских мужчин. Информанты отмечают, что русские мужчины 帅气英俊 ‘красивые’ (13), 仪表堂堂 ‘благородная внешность’ (2) и т. д. Вслед за данным признаком выступает «стройность» (14). В целом по мнению китайских мужчин русские мужчины 高大魁梧 ‘крупные’ (8) и 虎背熊腰 ‘богатырского сложения’ (1), но в то же время наблюдаются несколько семантически противопоставленных реакций, например, 瘦 ‘худые’ (2), 娇小 ‘изящные’ (1), 肥胖 ‘толстые’ (1) и т. д, однако их количество небольшое и они не оказывают значительное влияние на общие представления китайских мужчин. Итак, признак «красота» и «стройность» формируют предъядерную зону гетереостереотипа китайских мужчин.

В связи с невысокой частотой актуализации и наличием большого количества индивидуальных реакций оставшиеся признаки, показанные на рисунке, оказываются в периферийной зоне. Это признаки «волосы», «глаза», «нос», «кожа» и т. д. Кроме этого, в периферию включены признаки характера и поведения – «сдержанность», «воспитанность», «оптимизм», «эгоизм» и т. п.

Стоит указать, что, как русские женщины, китайские мужчины при оценке внешности русских мужчин называли немало отрицательных признаков, включенных в периферию, например, «сдержанность» – *необузданные* (3); «воспитанность» – *грубые* (2), *неучтивые* (1); «доброта» – *злые* (3); «эгоизм» – *высокомерные* (1).

Таким образом, ядро представлений китайских мужчин о внешности русских мужчин составляют признаки «рост» и «спортивность», а предьядерную зону – признаки «красота» и «стройность».

Китайские женщины о русских мужчинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

На рисунке 33 представлены данные о частоте актуализации признаков внешности в реакциях русских мужчин и женщин о внешности русских мужчин в сопоставлении. Согласно рисунку, внешность русских мужчин в представлениях китайских женщин характеризуется прежде всего через признак «рост» (24). Все информанты-женщины считают русских мужчин 高 ‘высокие’ (24). Очевидно, данный признак формирует ядро представлений китайских женщин о внешности русских мужчин.

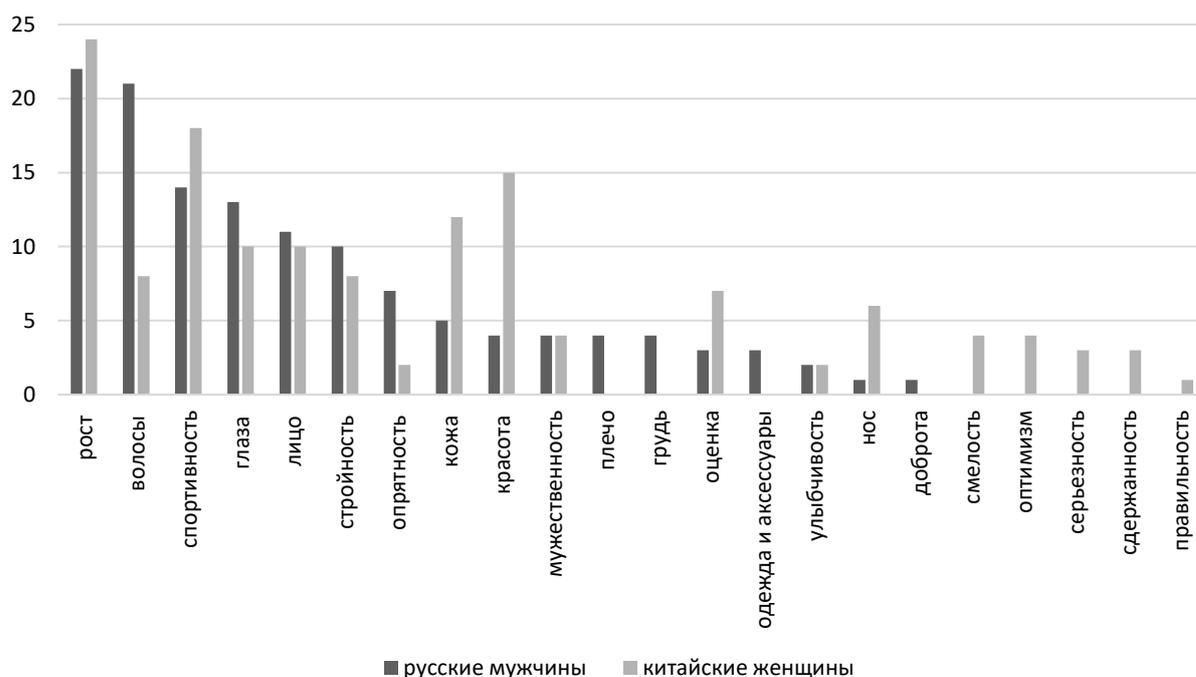


Рисунок 33. Частота актуализации признаков внешности в реакциях русских мужчин и китайских женщин о русских мужчинах, абс.

Признаки «спортивность» (18) и «красота» (15) по частоте занимают второе и третье место в структуре представлений китайских женщин. О «спортивности» русских мужчин все информанты давали одинаковую реакцию – 健壮结实 ‘здоровые и крепкие’ (18). Мнение о красоте русских мужчин также совпало: китайские женщины считают русских мужчин 帅气英俊 ‘красивыми’ (13), 相貌堂堂 ‘видными’ (1) и 精致 ‘элегантными’ (1). Вслед за данными двумя признаками выступает признак «кожа» (12). В целом информанты думают о русских мужчинах как о 皮肤白皙 ‘белокожих’ (11). Итак, признаки «спортивность», «красота» и «кожа» включены в предъядерную зону стереотипа китайских женщин о внешности русских мужчин.

Остальные признаки формируют периферию представлений китайских женщин. Это такие признаки, как «глаза», «лицо», «стройность», «волосы», «нос» и т. д. Кроме этого, в периферийной зоне обнаружен ряд признаков характера – «мужественность», «оптимизм» «сдержанность», «простота» и т. п.

Следует отметить, что, как китайские мужчины, китайские женщины при оценке внешности русских мужчин давали отрицательные реакции, включенные в периферию, например, «сдержанность» – *необузданные* (2); «строгость» – *суровые* (1); «улыбчивость» – *холодные* (2).

Таким образом, признак «рост» выступает ядерным в структуре представлений китайских женщин относительно внешности русских мужчин, а признаки «спортивность», «красота» и «кожа» – предъядерными как дополнение к стереотипному образу русских мужчин.

Сопоставление авто- и гетеростереотипов о внешности русских мужчин

В таблице 12 представлены ядерные и предъядерные признаки разных групп, оценивающих внешность русских мужчин. Из таблицы видно, что в стереотипах русских мужчин не формируется ядро. В отличие от представлений русских мужчин ядро у русских женщин составляет признак «рост», который является предъядерным у русских мужчин. Однако по данному признаку информанты

обеих групп придерживаются одинакового мнения: русские мужчины высокие. Часть предъядерной зоны у обеих групп совпадает – признак «спортивность», при этом данный признак одинаково актуализирован в ответах данных двух групп: русские мужчины спортивные. Отметим, что кроме признака «рост» в предъядерной зоне у русских мужчин оказывается признак «волосы», который служит периферийным признаком у русских мужчин. Итак, по содержанию автостереотип русских мужчин и гетеростереотип русских женщин частично совпадают, однако частота актуализации стереотипных признаков может незначительно отличаться, а также набор признаков в автостереотипе мужчин больше.

Таблица 12

**Стереотипные признаки внешности русских мужчин
в восприятии разных этногендерных групп**

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	рост	рост спортивность	рост	
Предъядерная зона	спортивность красота кожа	красота стройность	спортивность	рост волосы спортивность

В отличие от структуры автостереотипа русских мужчин, в которой отсутствует ядро, у китайских мужчин ядро формируют признаки «рост» и «спортивность», которые являются предъядерными признаками у русских мужчин. По данным двум признакам мнение информантов обеих оценивающих групп совпадает – русские мужчины высокие и спортивные. Признаки «красота» и «стройность», которые у китайских мужчин входят в предъядерную зону стереотипа, оказываются у русских мужчин периферийными. Поэтому представления китайских мужчин и русских мужчин в целом не очень похожи: представления китайских мужчин о внешности русских мужчин более стереотипизированы, чем автостереотип русских мужчин.

Структуры представлений русских мужчин и китайских женщин также отличаются. Ядерным признаком у китайских женщин выступает признак

«рост», который у русских мужчин является предьядерным. Предьядерная зона у информантов двух групп частично совпадает (по признаку «спортивность»). Кроме двух вышеупомянутых признаков, в данную зону у русских мужчин входит признак «волосы», а у китайских женщин – «красота» и «кожа». В периферийной зоне у китайских женщин обнаруживается больше признаков, чем у русских мужчин. Таким образом, можно считать, что представления китайских женщин о русских мужчинах не схожи с автостереотипом русских мужчин, при этом стереотипизированы в большей степени, чем автостереотип.

Следует указать, что при оценке внешности русских мужчин у всех групп информантов встречаются признаки, связанные с чертами характера. Такие признаки являются периферийными и встречаются у китайцев чаще, чем у русских.

Оценивая внешность русских мужчин, информанты всех групп давали отрицательные реакции, большинство из которых описывает черты характера. Среди всех оценивающих групп у русских женщин обнаружено наибольшее количество таких реакций (15), у русских мужчин встречается меньше всего (4) отрицательных реакций, что свидетельствует о критическом отношении русских женщин к русским мужчинам и менее критическом отношении русских мужчин к самим себе.

Итак, можно сделать вывод, что представления русских мужчин о своей внешности в целом похожи на представления русских женщин и отличны от представлений китайских мужчин и женщин, при этом автостереотип является наименее ярким среди стереотипов всех оценивающих групп.

3.1.2.2. Характер

Реакции относительно характера китайцев были объединены в 40 семантических групп. Приведем примеры включенных в наиболее частотные группы реакций.

«Общительность»: *общительные, открытые, приветливые, покладистые, разговорчивые, необщительные, замкнутые, 平易近人 ‘общительные’,*

热情 ‘приветливые’, 外向 ‘экстраверты’, 内向 ‘интроверты’, 害羞 ‘стеснительные’, 沉默 ‘молчаливые’ и др.

«Доброта»: добрые, дружелюбные, добродушные, великодушные, жестокие,善良 ‘добрые’,友好 ‘дружелюбные’,凶狠 ‘злые’,残忍 ‘жестокие’ и др.

«Сдержанность»: сдержанные, тихие, спокойные, уравновешенные, терпеливые, громкие, шумные, вспыльчивые, агрессивные,矜持 ‘сдержанные’,忍耐耐心 ‘терпеливые’,安静 ‘тихие’,自持 ‘выдержанные’,暴躁 ‘вспыльчивые’,冲动 ‘порывистые’,粗犷 ‘необузданные’ и др.

«Воспитанность»: вежливые, невежливые, наглые, грубые,优雅 ‘эlegantные’,有礼貌 ‘вежливые’,端庄 ‘благопристойные’,绅士 ‘джентльмены’,粗鲁 ‘грубые’ и др.

«Настойчивость»: настойчивые, твердые,坚毅 ‘твердые’,坚强 ‘упорные’,坚韧 ‘настойчивые’,固执 ‘упрямые’ и др.

«Трудолюбие»: трудолюбивые, выносливые, старательность, ленивые, нетрудолюбивые,勤劳 ‘трудолюбивые’,懒 ‘ленивые’,不务正业 ‘бездельничают’ и др.

«Активность»: активные, позитивные, пассивные,积极 ‘активные’,活泼 ‘живые’ и др.

«Смелость»: смелые, храбрые,勇敢 ‘смелые’,豪迈 ‘отважные’,勇猛 ‘храбрые’,战斗民族 ‘боевой народ’,怂 ‘трусливые’ и др.

«Заботливость»: заботливые, внимательные, отзывчивые, чуткие,体贴 ‘заботливые’,细心 ‘внимательные’,谅解他人 ‘деликатные’ и др.

«Независимость»: независимые, самостоятельные, имеют свою точку зрения,独立 ‘независимые’,洒脱 ‘непринужденные’,奔放 ‘свободны от условностей’,自主 ‘самостоятельные’ и др.

«Оптимизм»: жизнерадостные, радостные, веселые, хмурые,乐观 ‘оптимисты’,欢快 ‘веселые’,兴高采烈 ‘востроженные’ и др.

«Здравомыслие»: *понятливые, вдумчивые, осторожные, рациональные, 严谨* ‘осмотрительные’, *冷静* ‘трезвые’, *不理智* ‘неразумные’ и др.

«Прямота»: *直率* ‘прямые’, *刚正不阿* ‘твердые и прямолинейные’, *直爽* ‘прямодушные’ и др.

Менее частотные семантические группы и включенные в них реакции представлены в таблицах 9–16 Приложения 3.

Частоты признаков характера, актуализированных в ответах разных этнических и гендерных групп информантов по отношению ко всем группам представлены в таблице 13.

В группу «другие», представленную в таблице, были объединены индивидуальные реакции, которые сложно классифицировать (см. Приложение 3).

На основе данных, представленных в таблице, были построены стереотипные представления у китайцев и русских о характере русских женщин и мужчин.

3.1.2.2.1. Стереотипные представления о русских женщинах

Русские женщины о русских женщинах (автостереотип)

Представленные в рисунке 34 данные показывают, что в автостереотипе русских женщин не формируется ядра, так как отсутствуют признаки со значительно высокой частотой. По количеству реакций признаки «трудолюбие» (12), «доброта» (11), «сдержанность» (10), «заботливость» (10) и «независимость» (10) представляют собой у русских женщин предъядерные признаки.

Следует подчеркнуть, что в эксперименте, проведенном в 2011 году М.В. Гаранович, признак «независимость» отсутствовал как в автостереотипе русских женщин, так и в гетеростереотипе относительно них у мужчин [Гаранович 2011]. Мы полагаем, что наличие этого признака в структуре автостереотипа русских женщин в настоящем исследовании обусловлено влиянием эмансипации и развитием феминизма в России и демонстрирует определенную динамику представлений об атрибутах фемининности в русском языковом сознании, которая произошла за 11 лет.

Частота актуализации семантических признаков в реакциях информантов при описании характера русских женщин и мужчин, абс.

ПРИЗНАКИ	Китайцы				Русские			
	женщины		мужчины		женщины		мужчины	
	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.
общительность	28	20	22	16	8	15	6	6
доброта	12	2	10	4	11	7	17	15
сдержанность	4	4	8	23	10	8	7	11
воспитанность	3	14	8	5	2	10	2	3
настойчивость	6	6	5	9	4	5	4	5
трудолюбие	3	5	2	2	12	7	1	12
активность	5	9	11	5	0	9	1	2
смелость	3	13	4	13	1	2	2	4
заботливость	6	1	2	0	10	3	16	3
независимость	6	2	11	4	10	3	1	0
оптимизм	0	0	6	3	5	4	8	7
здравомыслие	1	6	2	9	4	5	4	2
прямота	3	12	6	8	0	0	0	0
сила	0	1	0	1	7	3	4	10
эгоизм	5	9	3	3	0	3	0	1
уверенность	4	1	1	1	8	6	2	1
мягкость	7	1	5	2	4	2	1	0
честность	3	6	2	2	2	1	4	2
ум	1	1	2	0	3	3	6	3
оценка	7	2	0	2	1	0	3	4
щедрость	2	1	1	4	4	3	1	3
простота	2	1	3	1	0	7	1	2
аккуратность	3	2	0	3	2	2	4	0
юмор	2	11	0	0	0	2	0	1
гостеприимство	3	2	1	1	2	1	4	1
эмоциональность	2	2	3	2	4	1	0	1
целеустремленность	0	1	0	1	3	5	2	3
серьезность	4	5	0	1	0	3	1	0
надежность	0	1	0	0	3	3	2	4
бережливость	0	0	1	0	0	0	10	0
сообразительность	1	1	2	0	0	1	0	5
правильность	1	0	0	2	2	1	0	4
семья	0	0	2	0	4	0	4	0
красота	3	0	1	0	1	0	4	0
строгость	0	1	0	0	1	3	0	4
хитрость	0	0	0	0	2	1	5	0
одежда и аксессуары	4	0	2	0	0	0	0	0
предприимчивость	0	0	0	0	0	0	0	3
другие	25	32	30	31	32	28	26	24
всего	147	152	135	140	146	143	136	133

Остальные признаки с семантически неоднородными реакциями или с невысокой частотой актуализации вошли в периферийную зону автостереотипа русских женщин.

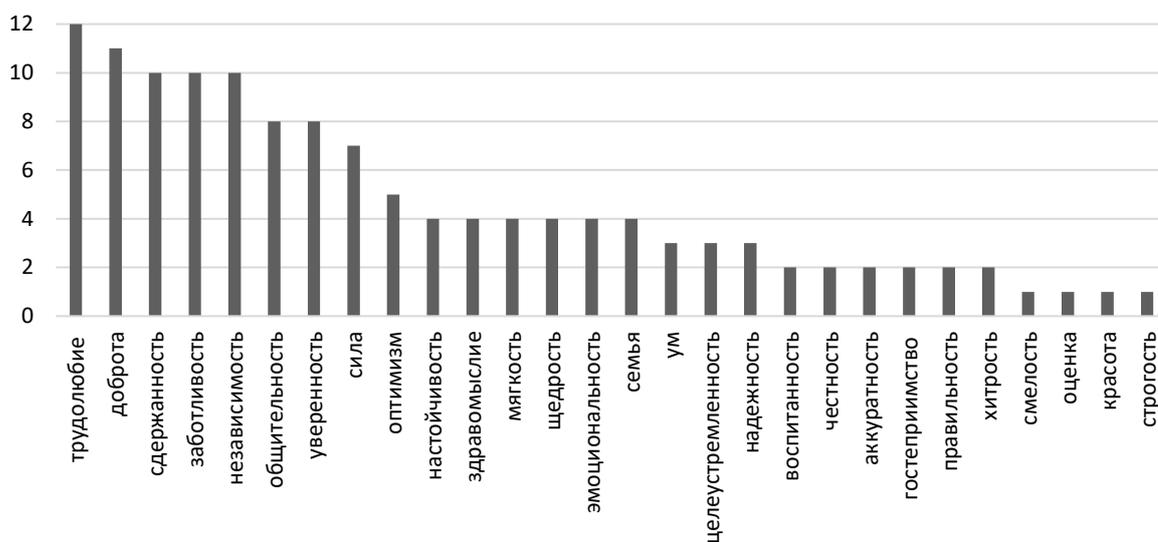


Рисунок 34. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских женщин о себе, абс.

Отметим, что во всем объеме реакций (146) наблюдается 12 отрицательных реакций (примерно 8,2%): *вспыльчивые, упрямые, строптивые, хмурые, властные, хитрые, цинична, отсутствие адекватной самооценки, завистливость.*

Итак, в стереотипных представлениях русских женщин о своем характере отсутствует ядро, а предьядерная зона формируется пятью признаками: «трудолюбие», «доброта», «сдержанность», «заботливость» и «независимость».

Русские мужчины о русских женщинах (гетеростереотип по гендеру)

Как видно из рисунка 35, в связи с невысокой частотой признаков ядра представлений русских мужчин о характере русских женщин не формируется (наиболее частотные признаки называются менее двух третей информантов). Предьядерную зону составляют признаки «доброта» (17), «заботливость» (16) и «бережливость» (10). Признак «оптимизм» (8) по количеству реакций не дотягивает до предьядерной зоны и оказывается в периферии стереотипа русских мужчин относительно характера русских женщин. В периферийную зону также включены признаки с индивидуальными реакциями, например, «общительность», «ум», «сдержанность» и т. д. Интересно отметить, что представления русских женщин о себе и русских мужчин о русских женщинах часто противоположны, например: мужчины считают женщин бережливыми, но сами женщины вообще не упоминают этот признак; женщины говорят о себе как о трудолюбивых и независимых, но мужчины эти признаки упоминают крайне редко.

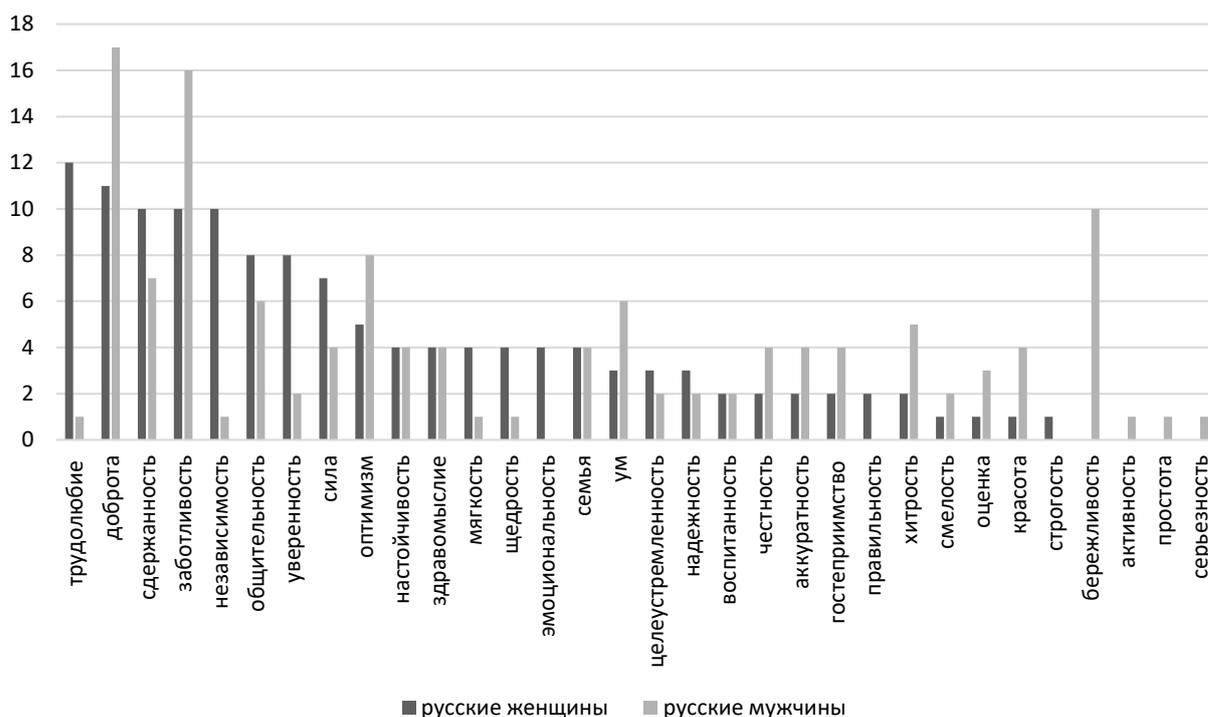


Рисунок 35. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских женщин и русских мужчин о русских женщинах, абс.

Необходимо указать, что доля отрицательных реакций у русских мужчин относительно характера русских женщин составляет 10,3% (14 из 136 реакций), что чуть больше, чем в автоответах русских женщин. Такие реакции встречаются в периферийной зоне: *шумные, хитрые, расчетливые, упрямые, непунктуальные* и т. д.

Таким образом, ядра в представлениях русских мужчин не формируется, а предъядерная зона состоит из признаков «доброта» и «заботливость».

Китайские женщины о русских женщинах (гетеростереотип по этносу)

Согласно рисунку 36, признак «общительность» (28) является ядерным признаком в стереотипных представлениях китайских женщин относительно характера русских женщин. Китайские женщины отмечают, что русские женщины 热情 ‘приветливые’ (13), 开朗 ‘открытые’ (8), 平易近人 ‘общительные’ (4) и 外向 ‘экстраверты’ (3).

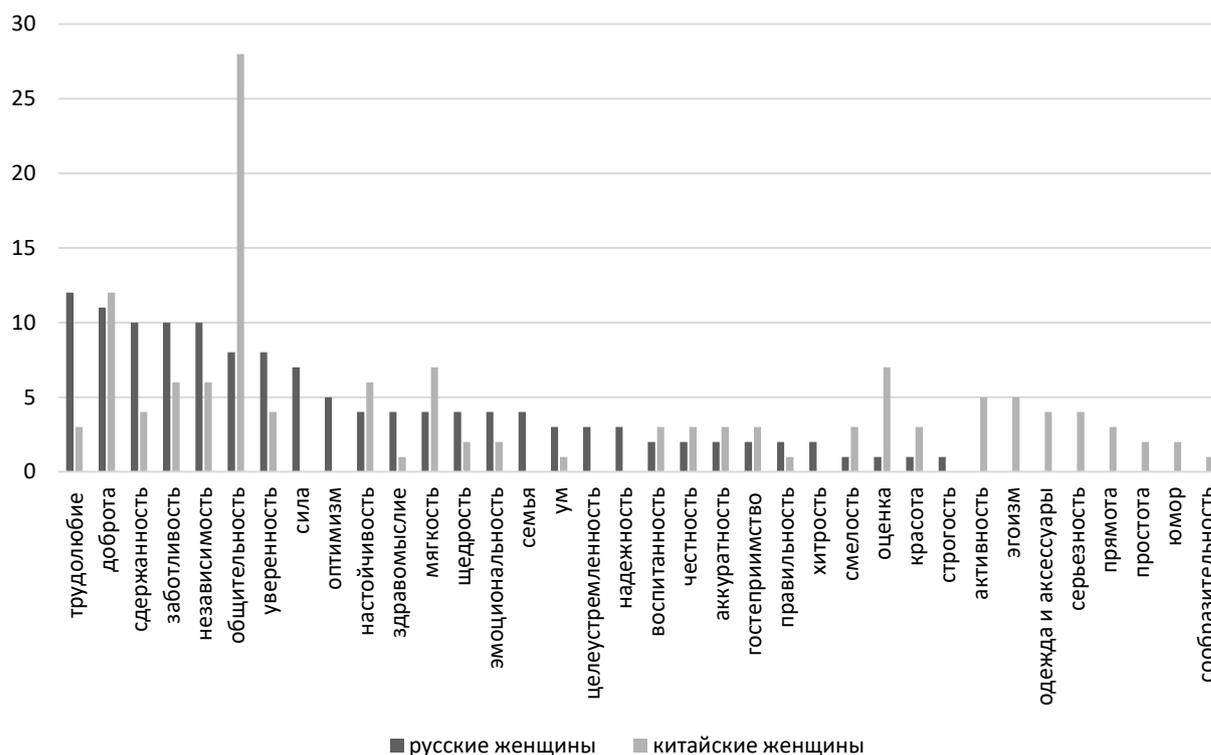


Рисунок 36. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских женщин и китайских женщин о русских женщинах, абс.

По частоте актуализации признак «доброта» (12) включен в предьядерную зону. Китайские женщины считают русских женщин 善良 ‘добрыми’ (9) и 友好 ‘дружлюбными’ (3).

Оставшиеся признаки, представленные на рисунке, оказываются в периферийной зоне.

Подчеркнем, что доля реакций с отрицательной окраской составляет примерно 8,8% (13 из 147), при этом такие реакции представляются периферийными и индивидуальными, например, 固执 ‘упрямые’ и 高傲 ‘высокомерные’, 任性 ‘своевольные’ и т. д.

Итак, ядро представлений китайских женщин о характере русских женщин формируется признаком «общительность», а предьядерная зона – признаком «доброта».

Китайские мужчины о русских женщинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Рисунок 37 показывает, признак «общительность» (22) является ядерным признаком для китайских мужчин при оценке характера русских женщин. Информанты единодушно считают, что русские женщины 开朗 ‘открытые’ (10), 热情 ‘приветливые’ (6), 平易近人 ‘общительные’ (4) и т. п.

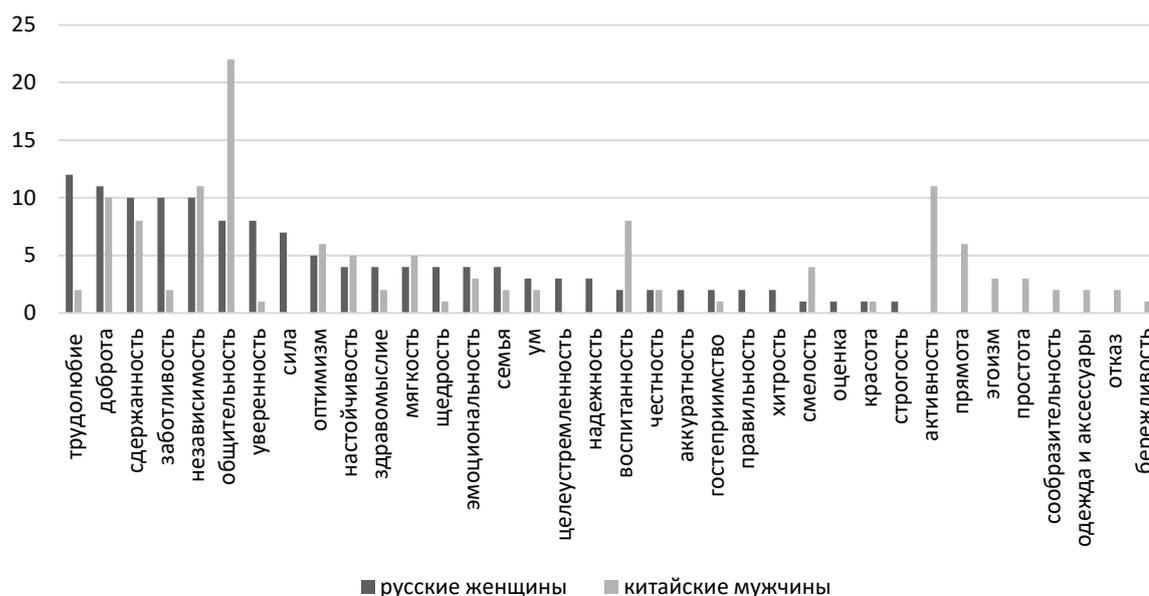


Рисунок 37. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских женщин и китайских мужчинах о русских женщинах, абс.

Признаки «активность» и «независимость» имеют одинаковую частоту (11 реакций) и выступают предъядерными в представлениях китайских мужчин. В целом информанты отмечают, что русские женщины 活泼 ‘живые’ (9), 独立 ‘независимые’ (9). Признак «доброта», имеющий общую частоту 10, все же не попадает в предъядерную зону, поскольку, помимо положительных, включает несколько негативных реакций. Остальные признаки содержат индивидуальные реакции и попадают в периферию.

Стоит отметить, что доля реакций с отрицательной коннотацией (14 из 135) в данном случае довольно велика и составляет около 10,4%, большинство из которых встречается в признаках «сдержанность» и «эгоизм», например, 冲动 ‘порывистые’, 不耐烦 ‘нетерпеливые’, 自私 ‘эгоисты’ и т. д.

Итак, ядро в гетеростереотипе китайских мужчин о характере русских женщин составляет признак «общительность», который дополняют признаки «активность» и «независимость».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов о характере русских женщин

Как видно из таблицы 14, у русских женщин и мужчин стереотипы о характере русских женщин не имеют ядра. Предъядерная зона у русских женщин и мужчин частично совпадает (по признакам «доброта» и «заботливость»). Признаки «трудолюбие», «сдержанность» и «независимость», которые входят в предъядерную зону у русских женщин, оказывается у русских мужчин периферийным, а предъядерный у русских мужчин признак «бережливость» вообще не упоминается женщинами. Таким образом, представления у русских женщин и мужчин относительно характера русских женщин в целом не похожи и степень их стереотипизации невысока, однако детализированность автостереотипа выше.

Таблица 14

Стереотипные признаки характера русских женщин в восприятии разных этногендерных групп

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	общительность	общительность		
Предъядерная зона	доброта	активность независимость	трудолюбие доброта сдержанность заботливость независимость	доброта заботливость бережливость

В отличие от автостереотипа русских женщин, в представлениях китайских женщин о характере русских женщин есть ядро. Однако ядерный признак «общительность» у китайских женщин включен в периферию у русских женщин. Предъядерная зона у обеих групп частично совпадает (по признаку «доброта»). В этой зоне у русских женщин есть еще четыре признака, которые у китайских женщин рассматриваются как периферийные. Таким образом, представления китайских женщин относительно характера русских женщин не похожи на автостереотип русских женщин, но при этом стереотипизированы в большей степени, чем автостереотип русских женщин.

Представления китайских мужчин относительно характера русских женщин сильно отличаются от автостереотипа русских женщин, так как в стереотипных зонах (ядерной и предъядерной) у данных двух групп есть только один общий признак – «независимость». Стереотипные представления китайских мужчин о характере русских женщин более «яркие», чем автостереотип русских женщин, поскольку первые основываются на ядерном признаке «общительность».

Нужно отметить, что доля отрицательных реакций в автостереотипе русских женщин составляет 8,2%; у русских мужчин доля отрицательных реакций составляет 10,3%. У китайских информантов наблюдается примерно такое же число отрицательных реакций: у китайских женщин – 8,8%, у китайских мужчин – 10,4%. Меньшее количество отрицательных реакций у женщин, по сравнению с мужчинами (вне зависимости от этноса), показывает, что в данном случае проявляется ингрупповой фаворитизм внутри гендерной группы.

Итак, можно сделать вывод, что представления русских женщин относительно своего характера не похожи ни на представления русских мужчин, ни на представления китайских женщин и мужчин. Представления у китайских информантов о характере русских женщин более стереотипизированы, чем у русских информантов.

3.1.2.2.2. Стереотипные представления о русских мужчинах

Русские мужчины о русских мужчинах (автостереотип)

Рисунок 38 показывает, что русские мужчины воспринимают свой характер прежде всего через признаки «доброта» (15), «трудолюбие» (12) и «сила» (10). В целом русские мужчины считают себя *добрыми* (13), *ленивыми* (10), *стойкими* (4), *сильными* (1) и т.п. Отметим, что в данном случае признак «трудолюбие» семантически реализуется через свой антоним «лень». Однако по частоте эти признаки не дотягивают до ядерных и формируют предъядерную зону автостереотипа русских мужчин относительно своего характера.

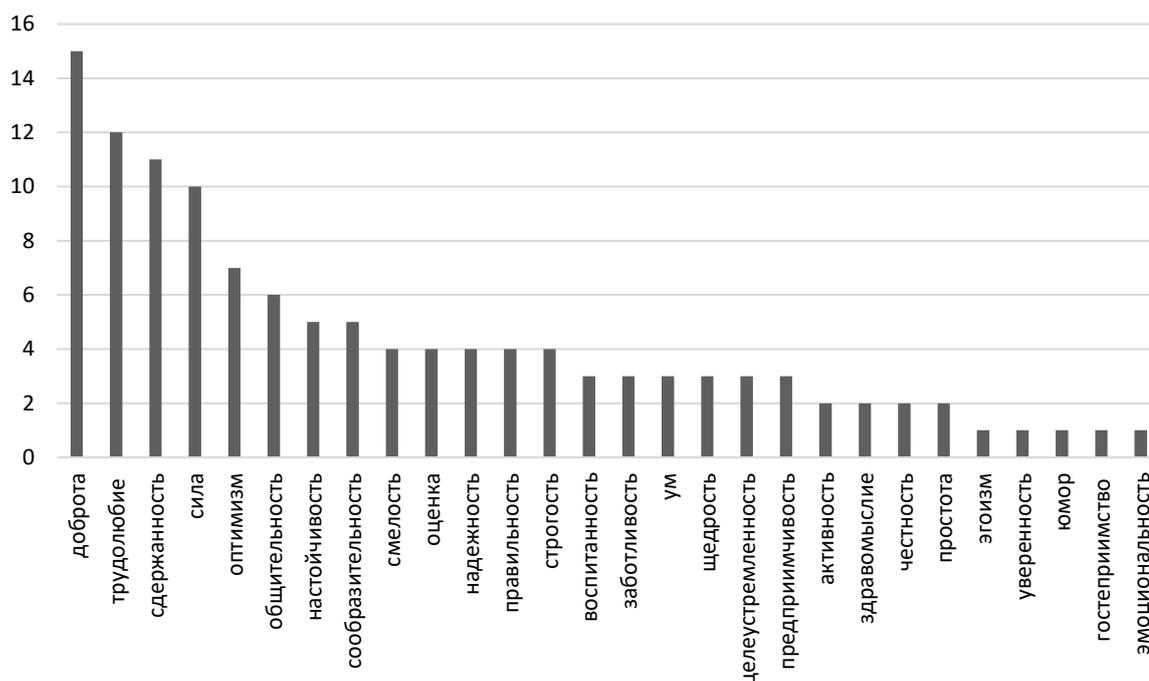


Рисунок 38. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских мужчин о себе, абс.

Признак «сдержанность» (11) с семантически противопоставленными реакциями (5 реакций, описывающих сдержанность, и 6 реакций, описывающих несдержанность) включен в периферийную зону автостереотипа. В периферию также попадают и другие признаки с низкой частотой, например, «оптимизм», «общительность», «настойчивость», «сообразительность», «надежность» и т. д.

Отметим, что в ответах мужчин из 133 реакций насчитывается 33 отрицательных реакций (24,8%), т.е. четверть всех реакций. Такие реакции встречаются и в предядерной зоне и в периферии, например, *ленивые, агрессивные, закрытость, замкнутые, упрямые, жесткие, наглые, грубые* и т. д. Все это говорит об отсутствии ингруппового фаворитизма в группе русских мужчин при оценке своего характера.

Итак, у русских мужчин не складывается ядра автостереотипа относительно своего характера, а предядерная зона включает три признака – «доброта», «лень», «сила».

Русские женщины о русских мужчинах (гетеростереотип по гендеру)

Рисунок 39 показывает, что признак «общительность» (15) служит самым значимым для русских женщин в восприятии характера русских мужчин. В целом информанты-женщины считают русских мужчин общительными (6), открытыми (5), душа на распахку (1). Встречается только 3 реакции, говорящие о необщительности русских мужчин. Итак, «общительность» представляется предьядерным признаком в гетеростереотипе русских женщин о характере русских мужчин.

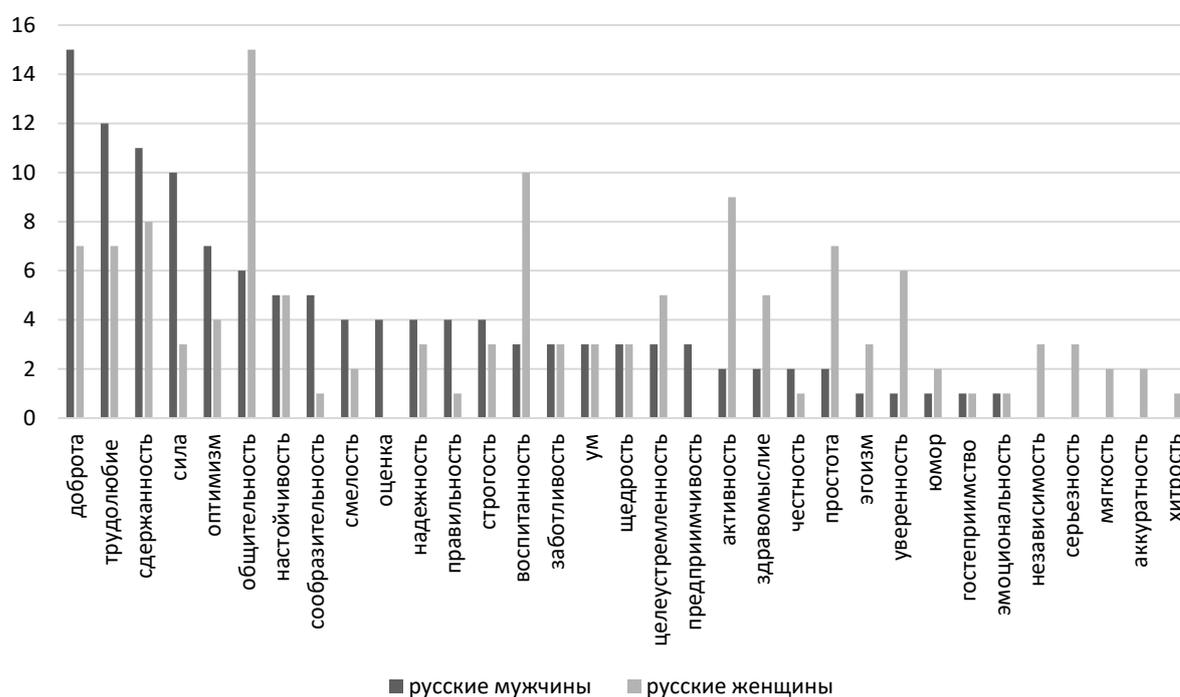


Рисунок 39. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских мужчин и русских женщин о русских мужчинах, абс.

Признак «воспитанность» (10) по частоте невозможно включить в предьядерную зону, и, кроме того, 9 реакций этой группы свидетельствуют о невоспитанности русских мужчин (*грубые, разнузданность, невежа*). В периферийную зону также входят такие признаки, как «активность», «сдержанность», «доброта», «простота», «уверенность» и т. д.

Следует отметить, что доля отрицательных реакций здесь также весьма велика и составляет треть от всех ответов (33,6% – 48 из 143). Это демонстрирует довольно критическое отношение русских женщин к характеру русских мужчин.

Таким образом, в гетеростереотипе русских женщин относительно характера русских мужчин отсутствует ядро, а предьядерная зона складывается одним признаком – «общительность».

Китайские мужчины о русских мужчинах (гетеростереотип по гендеру)

Согласно рисунку 40 китайские мужчины воспринимают характер русских мужчин в первую очередь через признак «сдержанность» (23). Обнаружено 20 реакций, описывающих несдержанность русских мужчин: 暴躁 ‘вспыльчивые’ (8), 冲动 ‘порывистые’ (5), 粗犷 ‘необузданные’ (4) и т. д., т.е. семантически признак реализуется через антоним «несдержанность». Этот признак формирует ядро в представлениях китайских мужчин относительно характера русских мужчин.

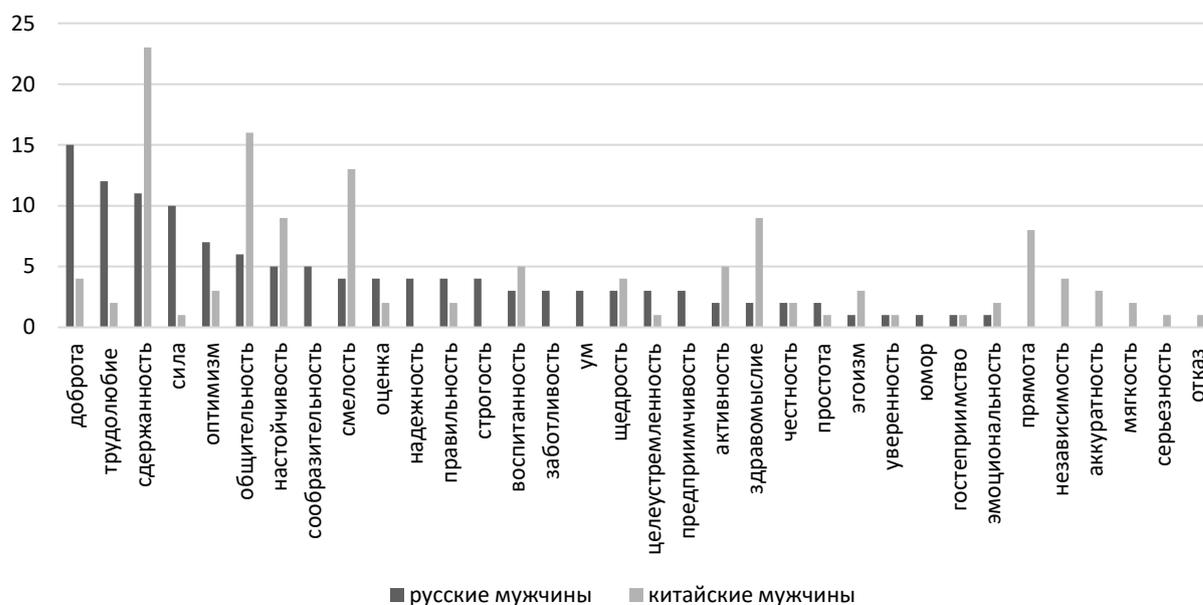


Рисунок 40. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских мужчин и китайских мужчин о русских мужчинах, абс.

Признаки «общительность» (16) и «смелость» (13) выступают преьядерными в гетеростереотипе китайских мужчин. В целом информанты отмечают, что русские мужчины 热情 ‘приветливые’ (7), 和蔼 ‘покладистые’ (3), 勇敢 ‘смелые’ (6), 豪迈 ‘отважные’ (2) и т. п.

Оставшиеся признаки с невысокой частотой вошли в периферийную зону представлений китайских мужчин. Это признаки «настойчивость», «здравомыслие», «прямота», «воспитанность» и т. д.

Следует упомянуть, что доля отрицательных реакций в ответах китайских мужчин тоже велика и составляет треть от всех реакций – 32,9% (46 из 140). Данные реакции встречаются во всех зонах представлений китайских мужчин. Перечислим наиболее частотные: 暴躁 ‘вспыльчивые’, 冲动 ‘порывистые’, 粗犷 ‘необузданные’, 保守 ‘консервативные’, 凶狠 ‘злые’, 爱面子 ‘самолюбивые’, 懒惰 ‘ленивые’, 冷漠 ‘равнодушные’ и т. д.

Таким образом, ядерным признаком в гетеростереотипе у китайских мужчин относительно характера русских мужчин выступает «несдержанность», а предъядерными – «общительность» и «смелость».

Китайские женщины о русских мужчинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Рисунок 41 показывает, что «общительность» (20) служит наиболее значимым признаком в восприятии китайскими женщинами характера русских мужчин. В целом информанты считают русских мужчин 热情 ‘приветливыми’ (9), 外向 ‘экстравертами’ (3), 和蔼 ‘покладистыми’ (2) и т. п. Однако в связи с наличием трех семантически противоречивых реакций (沉默 ‘молчаливые’ и 内向 ‘интроверты’) признак «общительность» является предъядерным в представлениях китайских женщин о характере русских мужчин.

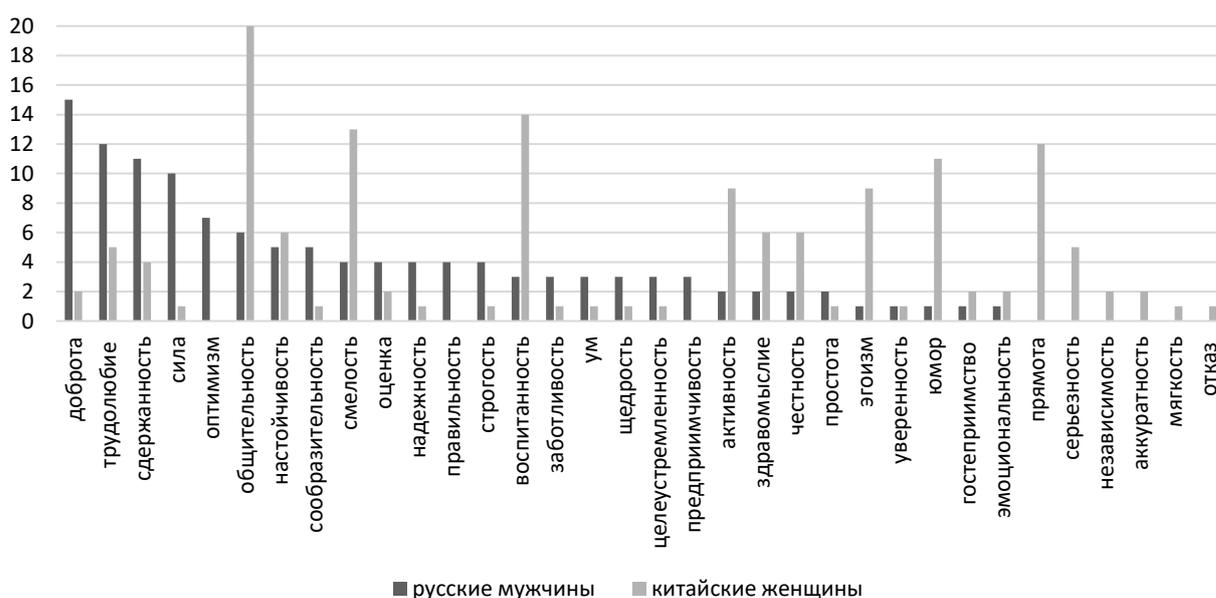


Рисунок 41. Частота актуализации признаков характера в реакциях русских мужчин и китайских женщин о русских мужчинах, абс.

Признаки «смелость» (13), «прямота» (12) и «юмор» (11) в целом содержат однородные с семантической точки зрения реакции и входят в предъядерную зону у китайских женщин. В целом информанты-женщины отмечают, что русские мужчины 勇敢 ‘смелые’, 直率 ‘прямые’ и 幽默 ‘с чувством юмора’. Однако признак «воспитанность» (14) включает семантически неоднородные реакции и поэтому попадает в периферию.

Необходимо указать, что доля реакций с отрицательной коннотацией составляет около 17,8% (27 из 152), т. е., по сути дела, китайские женщины оценивают характер русских мужчин наиболее положительно. Отрицательные реакции включены в периферийные признаки. Наиболее частотными отрицательными реакциями служат 粗鲁 ‘грубые’, 傲慢 ‘высокомерные’, 任性 ‘самовольные’, 爱面子 ‘самолюбивые’ 懒惰 ‘ленивые’ и т. д.

Итак, можно сказать, что гетеростереотип китайских женщин о характере русских мужчин не имеет ядра и формируется набором признаков предъядерной зоны – «общительность», «смелость», «прямота» и «юмор».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов о характере китайских мужчин

Таблица 15 показывает, что представления русских мужчин относительно своего характера не совпадают ни с представлениями русских женщин, ни с представлениями китайских женщин и мужчин, поскольку два предъядерных признака у русских мужчин оказываются периферийными для остальных оценивающих групп.

Таблица 15

Стереотипные признаки характера русских мужчин в восприятии разных этногендерных групп

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро		несдержанность		
Предъядерная зона	общительность смелость прямота юмор	общительность смелость	общительность	доброта лень сила

Подчеркнем, что у всех оценивающих групп встретилось большое количество реакций с отрицательной коннотацией, доля которых у русских женщин наибольшая – 33,6%, у китайских женщин наименьшая – 17,8%.

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что представления у четырех оценивающих групп относительно характера русских мужчин сильно отличаются, при этом представления у китайских информантов более детализированы (у китайцев больше стереотипных признаков), чем у русских информантов.

3.1.2.3. Интеллект

Реакции относительно интеллекта китайцев были объединены в 22 семантические группы. Перечислим наиболее частотные группы и приведем примеры включенных в них реакций.

«Ум»: *умные, мудрые, интеллектуальные, туповатые, мозговитые*, 聪明 ‘умные’, 睿智 ‘мудрые’, 大智若愚 ‘истинный ум всегда скромнен’, 高智商 ‘высокий IQ’, 有勇有谋 ‘умные и доблестные’, 笨 ‘тупые’, 愚蠢 ‘глупые’, 呆头呆脑 ‘придурковатые’ и др.

«Сообразительность»: *находчивые, сообразительные, мысленые, сметливые, понятливые*, 足智多谋 ‘находчивые’, 聪慧 ‘сообразительные’, 聪明伶俐 ‘сметливые’, 灵活 ‘гибкие’, 颖悟绝伦 ‘проницательные’ и др.

«Здравомыслие»: *здравомыслящие, рациональные, рассудительные, логика*, 深思熟虑 ‘вдумчивые’, 理智 ‘разумные’, 有远见 ‘дальноводные’ и др.

«Талант»: *способные, золотые руки,才华横溢 ‘талантливые’, 才高八斗 ‘одаренные’, 文采斐然 ‘литературный талант’, 善于学习 ‘способны к обучению’, 艺术细胞丰富 ‘художественный талант’* и др.

«Образованность»: *грамотные, эрудированные, образованные, начитанные, знание во многих областях, узкий кругозор, малоначитанные*, 文化水平高 ‘высокообразованные’, 学识丰富 ‘начитанные’, 博学 ‘эрудированные’, 愚昧无知 ‘невежественные’ и др.

«**Оценка**»: *высокий, средний, абстрактный, гуманитарий*, 正常 ‘нормальный’, 出类拔萃 ‘выдающийся’, 平淡无奇 ‘заурядный’ и др.

«**Креативность**»: *креативные, творческие, нестандартно мыслящие*, 有创造力 ‘креативные’, 缺乏创造力 ‘некреативные’ и др.

«**Любознательность**»: *любознательные, пытливые, любопытные*, 敏而好学 ‘любознательные’ и др.

Такие менее частотные признаки, как «предприимчивость», «хитрость», «скромность», «общительность», «настойчивость» и т. д. и включенные в них реакции представлены в таблицах 17–24 Приложения 3.

Частоты признаков интеллекта русских женщин и мужчин, актуализированных в ответах разных этнических и гендерных групп информантов по отношению ко всем группам представлены в таблице 16.

Таблица 16

Частота актуализации семантических признаков в реакциях информантов при описании интеллекта русских женщин и мужчин, абс.

ПРИЗНАКИ	китайцы				русские			
	женщины		мужчины		женщины		мужчины	
	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.
ум	31	29	36	55	15	15	21	22
сообразительность	31	27	41	23	21	15	9	24
здравомыслие	8	5	2	4	11	18	17	17
талант	9	15	10	18	0	1	1	2
образованность	3	6	6	3	17	13	3	1
оценка	7	7	2	1	10	6	10	8
креативность	3	8	1	4	6	8	1	1
любознательность	5	1	5	3	5	5	1	0
предприимчивость	0	4	6	3	0	0	1	5
хитрость	0	0	0	0	6	2	5	3
общительность	2	2	3	1	0	0	1	2
настойчивость	0	0	0	1	1	1	3	4
скромность	0	3	4	8	0	0	0	0
смелость	2	1	1	4	0	0	0	0
красота	2	0	4	0	0	0	0	0
активность	0	0	1	2	0	0	0	3
консерватизм	0	0	0	0	0	1	4	0
трудолюбие	0	0	0	0	1	3	0	0
сдержанность	0	1	0	0	0	0	1	3
ловкость	1	0	3	0	0	1	0	0
решительность	0	0	0	0	0	0	3	0
другие	10	10	10	12	21	17	25	20
всего	107	114	128	137	112	100	100	109

Нужно указать, что в семантическую группу «другие» были включены индивидуальные, сложно классифицируемые признаки, частота которых 1–2.

Представленные в таблице 16 данные позволяют выяснить структуру и содержание стереотипных представлений у русских и китайцев относительно интеллекта русских женщин и мужчин.

3.1.2.3.1. Стереотипные представления о русских женщинах

Русские женщины о русских женщинах (автостереотип)

Как видно из рисунка 42, интеллект русских женщин в представлении информантов-женщин прежде всего характеризуется через признак «сообразительность» (21). Русские женщины считают себя *сообразительными* (6), *смекалистыми* (3), *гибкими* (2) и т. п. Признак «сообразительность» составляет ядро автостереотипа русских женщин относительно своего интеллекта.

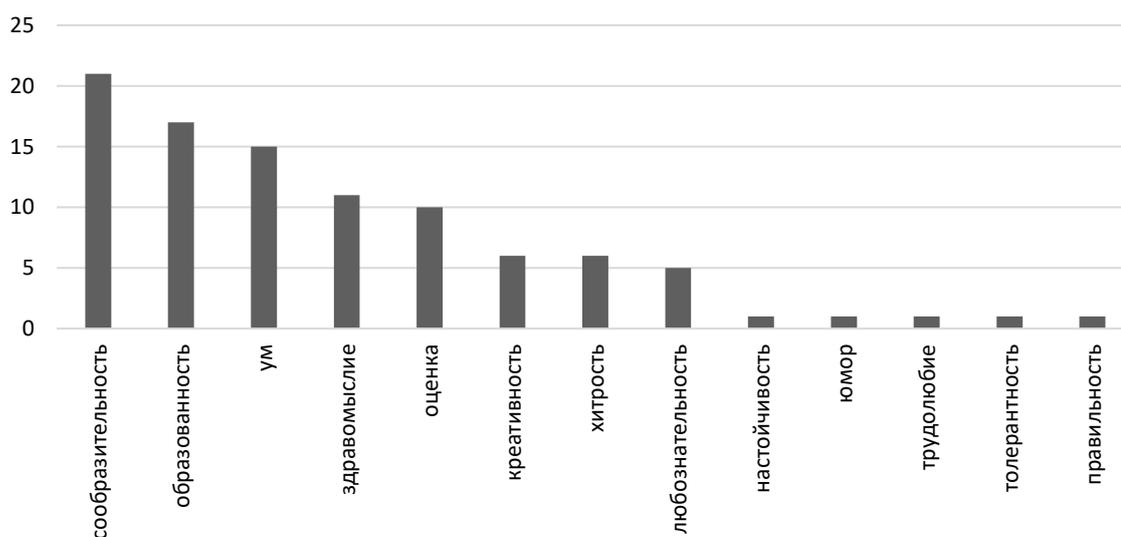


Рисунок 42. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских женщин о себе, абс.

Предъядерными признаками автостереотипа относительно интеллекта у русских женщин оказываются признаки «образованность» (17), «ум» (15) и «здоровомыслие» (11). В целом русские женщины воспринимают себя как *грамотных, умных и здравомыслящих*.

Признак «оценка» (10) с семантически неоднородными реакциями вошел в периферию. В эту зону также попали признаки с невысокой частотой актуализации, например, «хитрость», «креативность», «любопытность» и т. д.

Необходимо отметить, что в ответах русских женщин из 112 реакций насчитывается 10 отрицательных реакций (8,9%), реализованных в ответах *хитрые* (6) и *средний* (4) интеллект.

Итак, автостереотип русских женщин относительно своего интеллекта основывается на ядерном признаке «сообразительность» и предъядерных признаках «образованность», «ум» и «здравомыслие».

Русские мужчины о русских женщинах (гетеростереотип по гендеру)

Согласно рисунку 43 признак «ум» (21) является ядерным признаком в представлениях русских мужчин об интеллекте русских женщин. Русские мужчины считают русских женщин *умными* (10), *мудрыми* (7) и т. п.

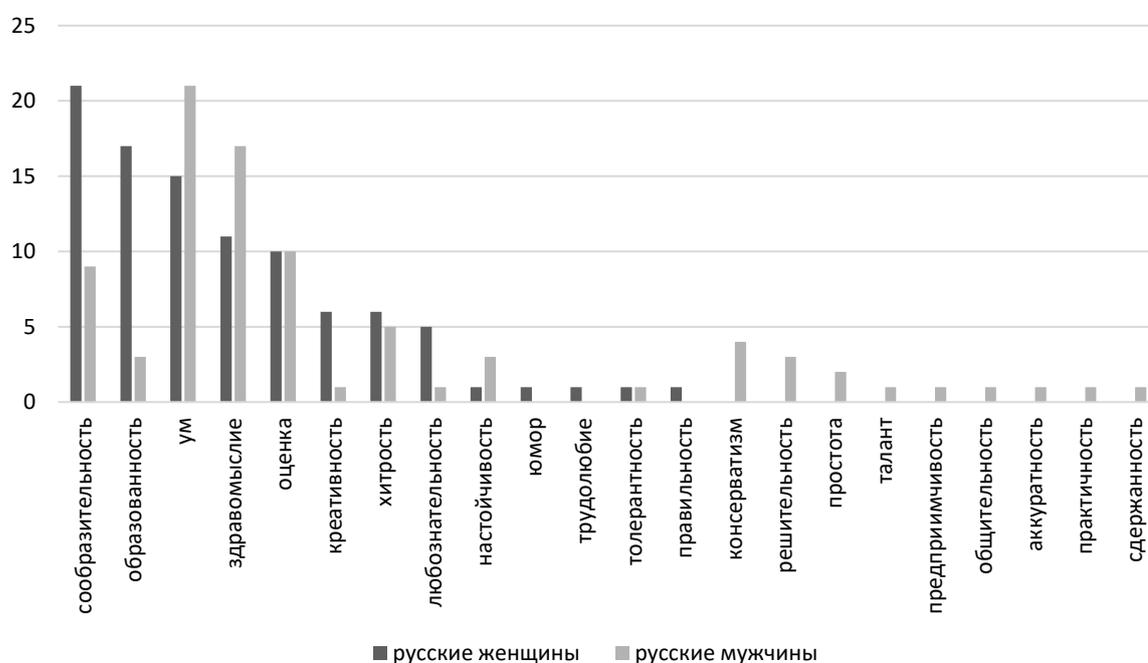


Рисунок 43. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских женщин и русских мужчин о русских женщинах, абс.

По количеству реакций у русских мужчин признак «здравомыслие» (17) формирует предъядерную зону. В целом русские мужчины думают, что русские женщины *рассудительные* (3), *здравомыслящие* (2), имеют *критическое мышление* (2) и т. п. Обнаружены всего две семантически противоположные реакции: *заблуждающиеся* (1) и *недальновидные* (1).

В связи с расхождением характера реакций у русских мужчин признак «оценка» (10) оказывается в периферийной зоне, в которую также включены признаки с невысокой частотой, например, «сообразительность», «хитрость» и т. д.

Стоит указать, что во всем объеме реакций (100) наблюдаются 20 реакций с отрицательной коннотацией (20%). Отрицательные реакции встречаются и во всех зонах представлений русских мужчин, например, *хитрые, консервативные, упрямые, примитивные* и т. д.

Итак, ядро в представлениях русских мужчин относительно интеллекта русских женщин формирует признак «ум», предядерную зону – признак «здравомыслие».

Китайские женщины о русских женщинах (гетеростереотип по этносу)

Представленные в рисунке 44 данные показывают, что по количеству реакций признаки «ум» (31) и «сообразительность» (31) формируют ядро представлений китайских женщин относительно интеллекта русских женщин. Подавляющее большинство информантов-женщин считает, что русские женщины 聪明 ‘умные’ (19), 睿智 ‘мудрые’ (5), 足智多谋 ‘находчивые’ (8), 聪明伶俐 ‘сметливые’ (7), 灵活 ‘гибкие’ (5) и т. п. В этой группе реакций встретилась и противоположные по смыслу реакции: 迟缓 ‘медлительные’ и 不太会转弯 ‘ненаходчивые’, – однако их всего две.

Остальные признаки по частоте не дотягивают до предядерной зоны, поэтому предядерная зона отсутствует в стереотипе китайских женщин.

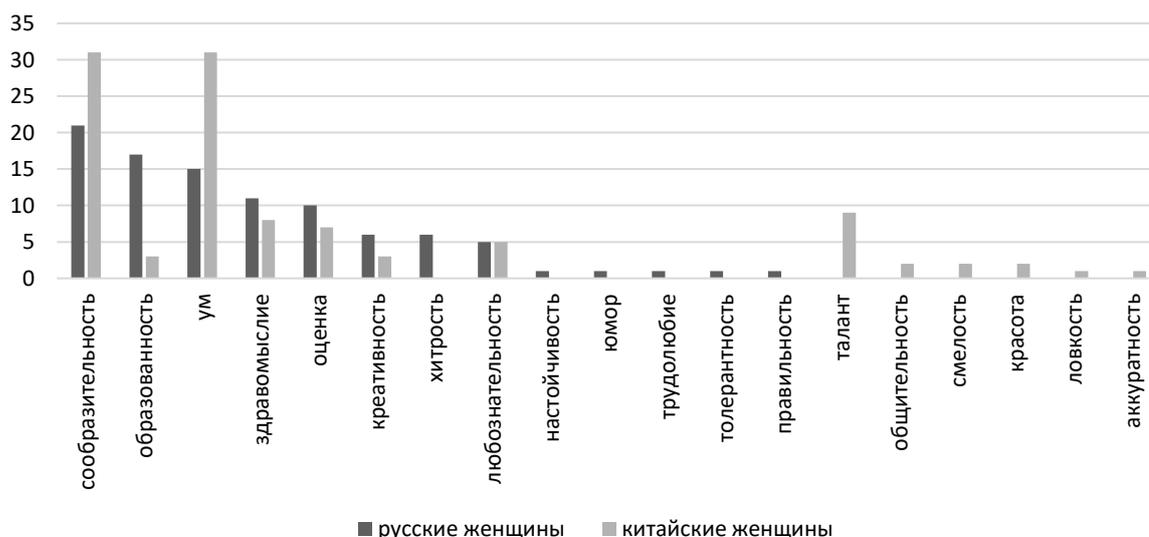


Рисунок 44. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских женщин и китайских женщин о русских женщинах, абс.

В периферийной зоне оказываются признаки с невысокой частотой актуализации, например «талант», «здоровомыслие», «оценка» и т. д.

Отметим, что доля негативных реакций у китайских женщин мала и составляет всего 3,7% (4 из 107). Это реакции 迟缓 ‘медлительные’ (2), 不太会转弯 ‘ненаходчивые’ (1) и 平淡无奇 ‘заурядный’ интеллект (1).

Таким образом, гетеростереотип китайских женщин относительно интеллекта русских женщин состоит из ядерных признаков «ум» и «сообразительность».

Китайские мужчины о русских женщинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Рисунок 45 показывает, что признаки «сообразительность» (41) и «ум» (36) являются ядерными в представлениях китайских мужчин об интеллекте русских женщин. В целом по мнению китайских мужчин, русские женщины 聪明伶俐 ‘сметливые’ (14), 足智多谋 ‘находчивые’ (11), 灵活 ‘гибкие’ (5), 聪明 ‘умные’ (16), 睿智 ‘мудрые’ (4) и т. п. Встречается только несколько семантически противопоставленных реакций, входящих в группу, объединенную по признаку «ум»: 笨 ‘глупые’ (4), 呆头呆脑 ‘придурковатые’ (1), 迟缓 ‘медлительные’ (1) и 愚蠢 ‘тупые’ (1).

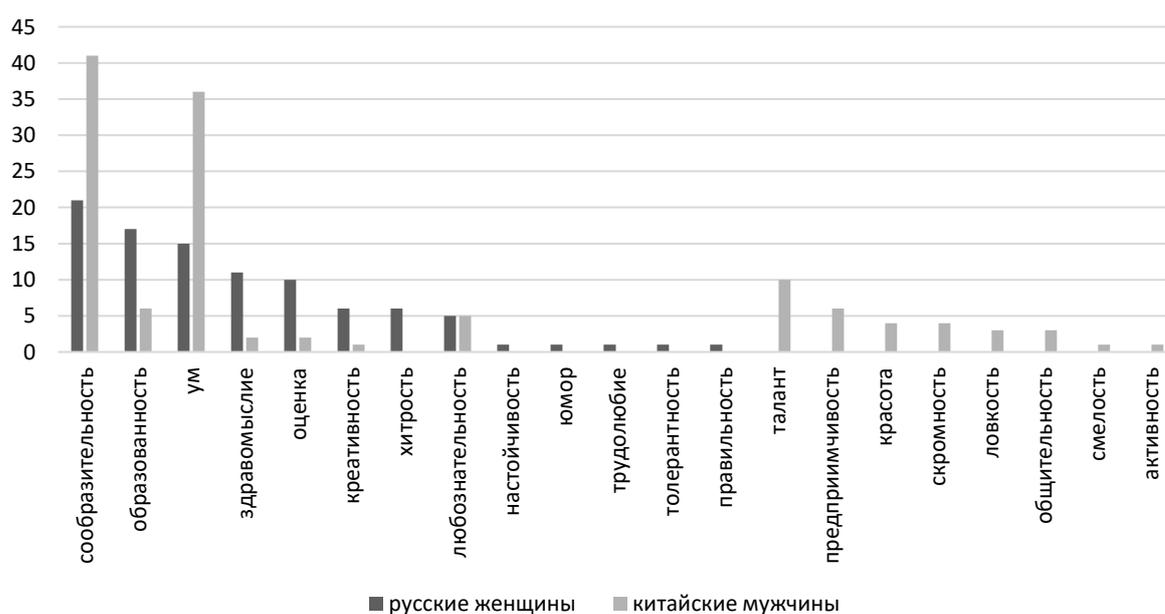


Рисунок 45. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских женщин и китайских мужчин о русских женщинах, абс.

Признак «талант» (10) имеет невысокую частоту, при этом содержит неоднородные с семантической точки зрения реакции. Поэтому его нельзя рассмотреть как предъядерный признак. Итак, у китайских мужчин, так же как и у китайских женщин, не формируется предъядерной зоны стереотипа относительно интеллекта русских женщин. Остальные признаки, представленные в рисунке, попадают в периферию.

Следует отметить, что доля отрицательных реакций весьма велика и составляет 7,8% (10 из 128). Отрицательные реакции встречаются и в ядерной, и в периферийной зонах. Кроме вышеперечисленных отрицательных реакций, описывающих ум, выделим 愚昧无知 ‘невежественные’, 抓乖卖俏 ‘умничают’ и т. д.

Таким образом, стереотипные представления китайских мужчин относительно интеллекта русских женщин основывается только на ядерных признаках – «сообразительность» и «ум».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов об интеллекте русских женщин

Согласно таблице 17, ядро в представлениях русских женщин и мужчин относительно интеллекта русских женщин состоит из разных признаков (у русских женщин – «сообразительность», а у русских мужчин – «ум»). Предъядерная зона у обеих групп частично совпадает (по признаку «здравомыслие»). Стереотипные у русских женщин признаки «сообразительность» и «образованность» являются периферийными у русских мужчин. Итак, представления русских мужчин относительно интеллекта русских женщин не очень похожи на представления самих русских женщин, при этом у мужчин стереотип детализирован в меньшей степени, чем автостереотип русских женщин.

Ядерная зона в структуре стереотипов у китайских женщин и мужчин и русских женщин частично совпадает. Однако, кроме общего ядерного признака «сообразительность», ядро у китайских информантов включает признак «ум», который является предъядерным у русских женщин. Предъядерная зона у китайских информантов отсутствует, а у русских женщин формируется тремя признаками. Таким образом, гетеростереотипы китайских женщин и мужчин

относительно интеллекта русских женщин в целом не очень похожи на автостереотип русских женщин, и автостереотип более детализирован, чем гетеростереотипы, но ядра гетеростереотипов значительно ярче выражены.

Таблица 17

**Стереотипные признаки интеллекта русских женщин
в восприятии разных этногендерных групп**

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	сообразительность ум	ум сообразительность	сообразительность	ум
Предъядерная зона			образованность ум здоровомыслие	здравомыслие

Следует подчеркнуть, что доля реакций с негативным оттенком у русских информантов большая, чем у информантов-китайцев, при этом наименьшая у китайских женщин (у русских мужчин – 20%, у русских женщин – 8,9%, у китайских мужчин – 7,8%, у китайских женщин 3,7%). Это показывает, что в данном случае ингрупповой фаворитизм проявляется внутри гендерной группы, а внутри национальной, наоборот, наблюдается большая критичность.

В итоге, можно сделать вывод, что автостереотип русских женщин в целом не схож с гетеростереотипами других оценивающих групп, при этом более детализирован, чем другие стереотипы. Информанты-женщины внутри этноса более положительно воспринимают интеллект русских женщин, чем информанты-мужчины.

3.1.2.3.2. Стереотипные представления о русских мужчинах

Русские мужчины о русских мужчинах (автостереотип)

Как видно из рисунка 46, в ядро автостереотипа русских мужчин входят признаки «сообразительность» (24), «ум» (41) и «талант» (22). В целом информанты-мужчины считают себя *сообразительными* (11), *смекалистыми* (5), *умными* (11), *интеллектуальными* (3) и т. п. Только один информант отмечает, что у некоторых русских мужчин *ограниченный ум*.

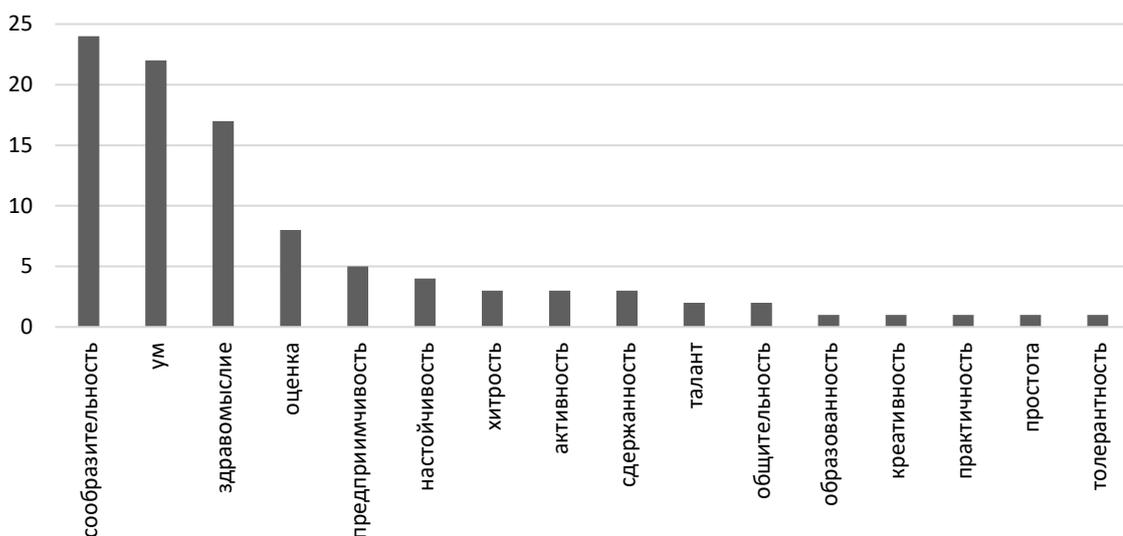


Рисунок 46. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских мужчин о себе, абс.

Предъядерная зона в представлениях русских мужчин относительно своего интеллекта состоит из признака «здравомыслие» (17), который в целом содержит набор семантически однородных реакций, например, *здравомыслящие, рассудительные, рациональные* и т. д. В этой зоне также встречаются две семантически противоречивых реакции – *зablуждающиеся* и *недальновидные*.

Остальные признаки с низкой частотой и индивидуальными реакциями, представленные на рисунке, включены в периферийную зону автостереотипа русских мужчин.

Отметим, что доля отрицательных реакций у русских мужчин немала и составляет 8,3% (9 из 109). Отрицательные реакции оказываются во всех зонах автостереотипа, например: *проньера, хитроумные, хитрые, самонадеянные* и т. д.

Итак, ядро автостереотипа русских мужчин относительно своего интеллекта формируется признаками «сообразительность» и «ум», а предъядерная зона – признаком «здравомыслие».

Русские женщины о русских мужчинах (гетеростереотип по гендеру)

Рисунок 47 показывает, что в представлениях русских женщин относительно интеллекта русских мужчин отсутствует ядро. Признаки «здравомыслие» (18), «ум» (15), «сообразительность» (15) и «образованность» (13) по ко-

личеству реакций входят в предьядерную зону, несмотря на то что они включают единичные семантически противопоставленные реакции, например “авось” (1), *глупцы* (1), *туповатые* (1), *малоначитанные* (1), *безграмотные* (1).

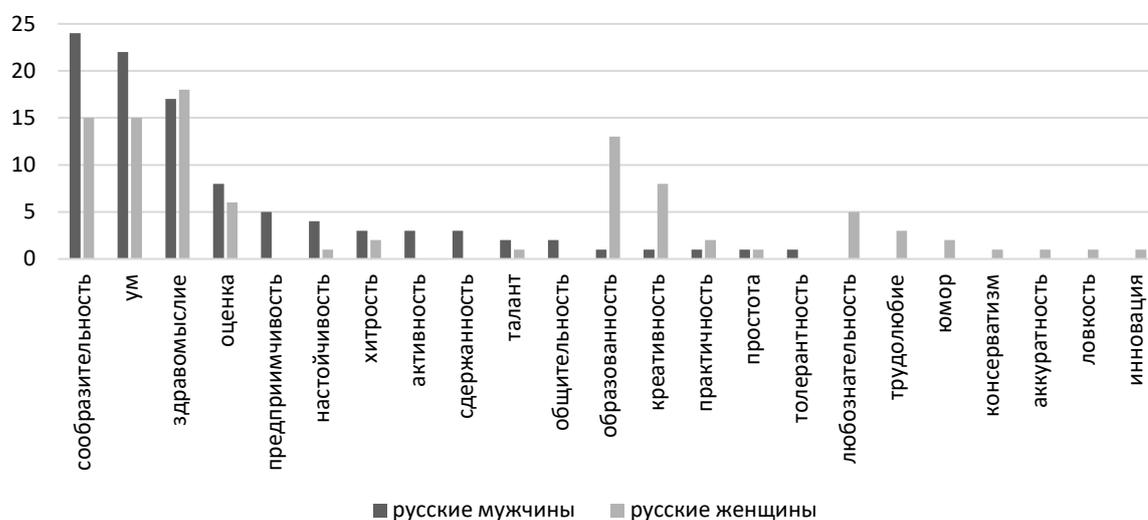


Рисунок 47. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских мужчин и русских женщин о русских мужчинах, абс.

В периферийную зону попадают признаки с невысокой частотой актуализации, например, «креативность», «оценка», «любопытность» и т. д.

Следует отметить, что доля отрицательных реакций здесь также немала и составляет 19% (19 из 100). Это демонстрирует довольно негативное восприятие русскими женщинами интеллекта русских мужчин.

Таким образом, гетеростереотип русских женщин относительно интеллекта русских мужчин основывается только на предьядерных признаках «здравомыслие», «ум», «сообразительность» и «образованность».

Китайские мужчины о русских мужчинах (гетеростереотип по этносу)

Согласно данным, представленным на рисунке 48, китайские мужчины воспринимают интеллект русских мужчин в первую очередь через признак «ум». Среди 55 реакций наблюдаются 44 реакции, описывающие развитый ум русских мужчин: 聪明 ‘умные’ (18), 睿智 ‘мудрые’ (9), 大智若愚 ‘истинный ум всегда скромнен’ (8), 大智大勇 ‘умные и доблестные’ (4) и т. д. Остальные 11 реакций семантически противоречат вышперечисленным, например: 愚蠢 ‘глупые’ (9), 笨 ‘тупые’ (1), 思路简单 ‘простое мышление’ (1). Но, несмотря

на довольно большое количество негативных реакций, признак «ум» по своему объему выступает как ядерный признак гетеростереотипа китайских мужчин об интеллекте русских мужчин. Признак «сообразительность» (23) также можно отнести к ядерным, хотя он, конечно, значительно уступает по частоте признаку «ум». Признак «талант» (18) формирует предъядерную зону стереотипа относительно интеллекта русских мужчин у китайских мужчин. В целом по мнению китайских мужчин русские мужчины 足智多谋 ‘находчивые’ (9), 聪明伶俐 ‘сметливые’ (5), 灵活 ‘гибкие’ (4), 才华横溢 ‘талантливые’ (8), 才高八斗 ‘одаренные’ (7) и т. п.

Остальные признаки по частоте не дотягивают до предъядерной зоны и включаются в периферию. Это признаки «скромность», «смелость», «здравомыслие», «образованность» и т. д.

Отметим, что в ответах китайских мужчин насчитывается 18 отрицательных реакций из 137 (13,1%). Такие реакции встречаются в основном в признаках «ум», «здравомыслие» и «эгоизм».

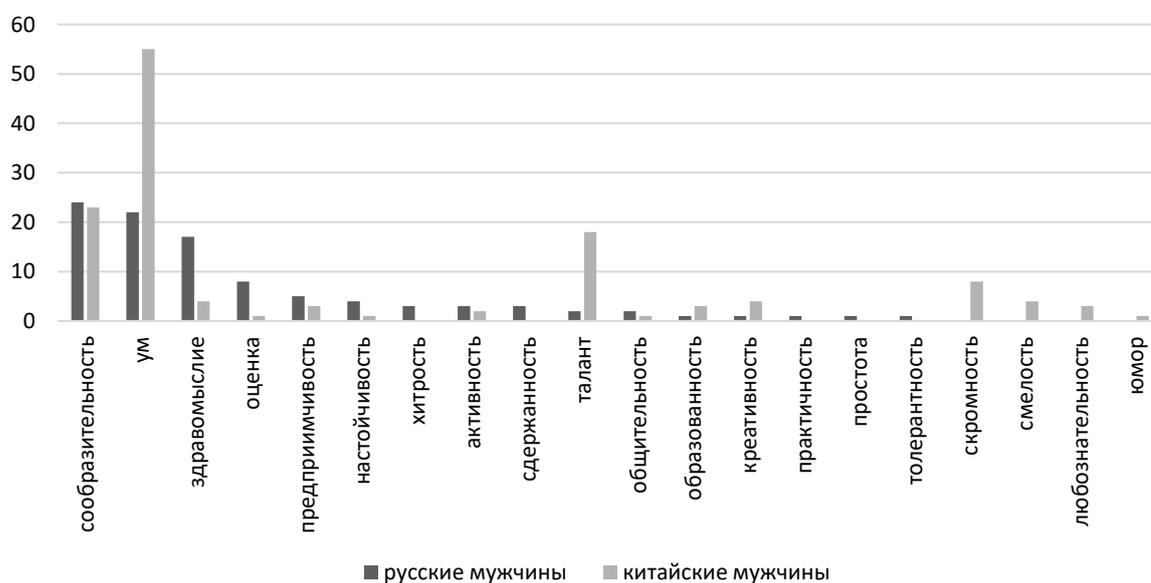


Рисунок 48. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских мужчин и китайских мужчин о русских мужчинах, абс.

Итак, в представлениях китайских мужчин относительно интеллекта русских мужчин ядро формирует признаки «ум» и «сообразительность», а предъядерную зону – признак «талант».

Китайские женщины о русских мужчинах (гетеростереотип по гендеру и этносу)

Согласно рисунку 49, «ум» (29) и «сообразительность» (27) являются наиболее значимыми признаками для китайских женщин при восприятии интеллекта русских мужчин. В целом китайские женщины считают, что русские мужчины 聪明 ‘умные’ (15), 睿智 ‘мудрые’ (5), 足智多谋 ‘находчивые’ (11), ‘гибкие’ (5), 颖悟绝伦 ‘проницательные’ (4) и т. п. Наблюдаются четыре семантически противоречащих вышеперечисленным реакции: 愚蠢 ‘глупые’, 笨 ‘тупые’, 憨憨的 ‘слабоумные’, 迟钝 ‘несообразительные’ (1). Признак «талант» (15) по частоте актуализации вошел в предьядерную зону. Китайские женщины отмечают, что русские мужчины 才华横溢 ‘талантливые’ (6), 才高八斗 ‘одаренные’ (3) и т. п. Остальные признаки по количеству реакций объединены в периферию.

Стоит упомянуть, что доля негативных реакций в ответах китайских женщин составляет 7,9% (9 из 114). Негативные реакции встречаются во всех зонах представлений китайских женщин. Кроме вышеперечисленных, отметим 缺乏创造力 ‘некреативные’, 过于直白 ‘чрезвычайно прямые’ и 耍小聪明 ‘умничают’.

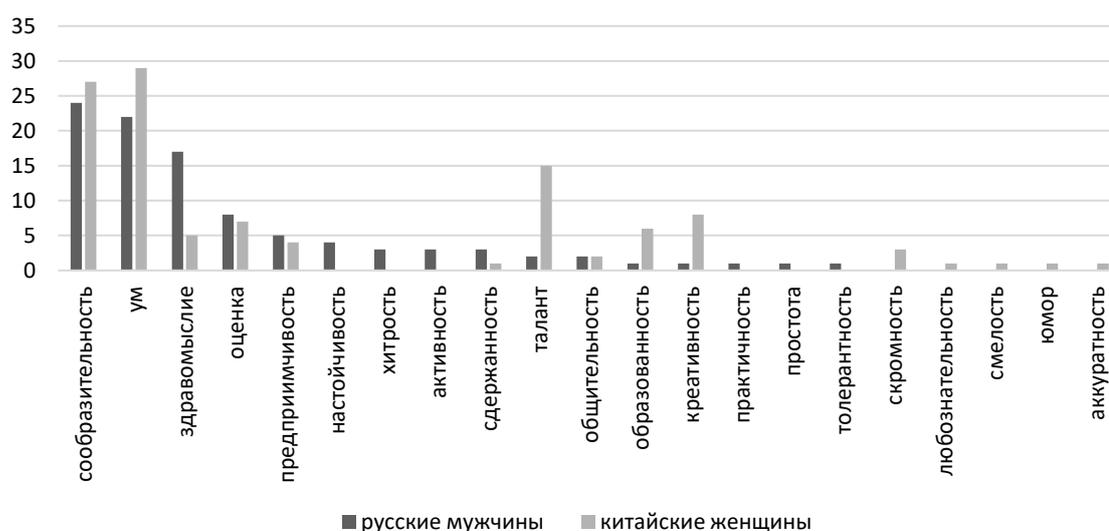


Рисунок 49. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях русских мужчин и китайских женщин о русских мужчинах, абс.

Таким образом, ядерными признаками в гетеростереотипе китайских женщин, также как и у китайских мужчин, относительно интеллекта русских мужчин являются «ум» и «сообразительность», а предъядерным – «талант».

Сопоставление авто- и гетеростереотипов об интеллекте русских мужчин

Таблица 18 показывает, что в отличие от автостереотипа русских мужчин в стереотипных представлениях русских женщин не формируется ядра. Признаки «сообразительность» и «ум», которые являются ядерными у русских мужчин, у русских женщин становятся предъядерными. Предъядерные зоны у обеих групп частично совпадают (признак «здоровомыслие»). В предъядерной зоне у русских женщин оказывается признак «образованность», который у русских мужчин рассматривается как периферийный. Итак, представления русских женщин относительно интеллекта русских мужчин частично совпадают с автостереотипом русских мужчин, однако частота актуализации значимых признаков отличается. Кроме этого, автостереотип русских мужчин стереотипизирован в большей степени, чем представления о них русских женщин.

Таблица 18

Стереотипные признаки интеллекта русских мужчин в восприятии разных этногендерных групп

Поле	Оценивающая группа			
	Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
Ядро	ум сообразительность	ум сообразительность		сообразительность ум
Предъядерная зона	талант	талант	здоровомыслие ум сообразительность образованность	здоровомыслие

Ядро у русских и китайских мужчины совпадает, меняется только порядок следования признаков. Однако признаки предъядерной зоны у этих групп отличаются. Поэтому можно сказать, что представления китайских мужчин относительно интеллекта русских мужчин схожи с автостереотипом русских мужчин в основном, но отличаются в деталях.

У русских мужчин и китайских женщин ядра также совпадают (признаки «ум» и «сообразительность»), а предядерные зоны отличаются (также как и у китайских мужчин). Таким образом, представления китайских женщин относительно интеллекта русских мужчин совпадают с представлениями китайских мужчин и в целом схожи с автостереотипом русских мужчин.

Нужно указать, что доля реакций с отрицательной коннотацией у китайских женщин наименьшая (7,9%), а у русских женщин наибольшая (19%). Доля негативных реакций у информантов-мужчин также немала – у русских мужчин 8,3%, у китайских мужчин 13,1%. Таким образом, интеллект русских мужчин в целом не очень положительно воспринимается всеми оценивающими группам, в том числе и самими русскими мужчинами.

Итак, можно сделать вывод, что среди всех четырех стереотипов относительно интеллекта русских мужчин гетеростереотип, сформированный у китайцев, больше всего похож на автостереотип русских мужчин. Меньшее количество реакций, включенных в ядерные признаки, показывает, что представления русских относительно интеллекта русских мужчин менее стереотипизированы, чем представления китайцев. Кроме этого, все группы информантов не очень положительно оценивают интеллект русских мужчин.

3.1.3. Сопоставление стереотипных черт у китайцев и русских

Проведенные описание и анализ структур стереотипов у каждой этногендерной группы относительно своего образа и образа других рассматриваемых групп позволяют сделать следующие выводы.

Прежде всего стоит отметить, что в китайской и русской культурах стереотипные представления относительно внешности, характера и интеллекта строятся на разных признаках. Например, при описании внешности китайцы приписывали всем рассмотренным группам признак «красота», а русские относили этот признак только к женщинам. Кроме этого, русские уделяли бóльшее внимание признакам, описывающим телесность – «глаза», «кожа», «волосы» и т. д. Оценивая характер китайских женщин, китайские информанты

называли признаки «мягкость», «доброта» и «заботливость», что в китайской культуре считается традиционными добродетелями для женщин (см., например: [Линь Цуньсю 2005; Чжан Цюньсинь 2020]). Однако русские информанты упоминали по отношению к китайским женщинам только признак «общительность». При оценке интеллекта кроме общих признаков «ум» и «сообразительность» китайцы также подчеркивали творческие способности – «талант», а русские обращали большее внимание на рациональность – «здравомыслие».

Обобщим особенности стереотипов разных этногендерных групп.

Китайские женщины

В целом автостереотип китайских женщин относительно внешности, характера и интеллекта совпадает с гетеростереотипом китайских мужчин, при этом сильно отличается от гетеростереотипов русских, особенно русских мужчин. На фоне всех стереотипов автостереотип китайских женщин о своем образе наиболее ярко выражен, а гетеростереотип у русских мужчин наиболее размыт.

Все группы информантов высоко оценивали внешность китайских женщин и не называли отрицательных черт относительно внешности. Информанты-женщины, особенно китайские женщины, более положительно воспринимали характер китайских женщин, чем информанты-мужчины, что демонстрирует проявление ингруппового фаворитизма внутри гендерных групп. Наоборот, при описании интеллекта китайских женщин китайские информанты давали более положительные оценки, чем русские информанты. Это свидетельствует о том, что китайцам свойствен ингрупповой фаворитизм по этническому фактору при оценке интеллекта китайских женщин.

Китайские мужчины

В общем автостереотип китайских мужчин о своей внешности и интеллекте совпадает с гетеростереотипом китайских женщин, однако весьма отличен от гетеростереотипов русских. Представления о характере китайских мужчин у всех оценивающих групп слабо стереотипизированы. Более высокая частота ядерных признаков у китайцев свидетельствует о большей устойчивости стереотипов китайцев относительно образа китайских мужчин.

Описывая внешность китайских мужчин, информанты-китайцы давали немало отрицательных реакций, а информанты-русские почти не называли негативных характеристик, что показывает критическое отношение китайцев, особенно китайских женщин, к внешности китайских мужчин. Наоборот, китайские информанты более положительно оценивали характер и интеллект китайских мужчин, чем русские информанты. Это обозначает, что эффект ингруппового фаворитизма в данном случае работает в отношении этнической группы только при оценке характера и интеллекта.

Русские женщины

В целом автостереотип русских женщин не схож с гетеростеретипами других оценивающих групп, при этом наиболее детализирован (больше стереотипных, особенно предъядерных признаков) на фоне всех стереотипов. Однако гетеростереотипы относительно образа русских женщин у китайских информантов более яркие, поскольку частота всех ядерных признаков у китайцев выше, чем у русских.

Доля отрицательных реакций, данных информантами по поводу внешности русских женщин, относительно мала. Однако нужно отметить, что таких реакций у русских меньше, чем у китайцев, что доказывает функционирование эффекта ингруппового фаворитизма в отношении этнической группы. При оценке характера и интеллекта русских женщин информанты-женщины давали меньше реакций с негативной окраской, т. е. ингрупповой фаворитизм проявляется внутри гендерной группы.

Русские мужчины

Автостереотип русских мужчин только частично совпадает с гетеростереотипами других групп: автостереотип относительно внешности похож на представления русских женщин; автостереотип об интеллекте схож с представлениями китайских мужчин и женщин. Стоит подчеркнуть, что представления относительно характера русских мужчин слабо стереотипизированы и сильно отличаются у разных групп информантов. Большее количество реакций, включенных в ядерные признаки у китайцев, показывают, что образ русских мужчин

оказывается наиболее стереотипизированным именно в представлениях китайских информантов.

Образ русских мужчин наиболее негативно воспринимается информантами разных этногендерных групп. При анализе полученных ответов было обнаружено большое количество негативных реакций, т. е. все группы информантов, в том числе сами русские мужчины, не очень положительно воспринимают образ русских мужчин.

Следует указать, что в ответах относительно внешности все оценивающие группы давали реакции, описывающие черты характера или поведения, при этом такие реакции встречались значительно чаще у китайцев. Это демонстрирует, что характер, который проявляется через поведение, является важным элементом восприятия китайцами внешнего образа человека. При этом сам характер, как значимый элемент для восприятия образов китайцев и русских, весьма слабо стереотипизирован.

На основе вышесказанного можно заключить, что образы всех оцениваемых групп наиболее устойчивы и ярко выражены в представлениях китайских информантов, т. е. по сравнению с русскими, китайцы склонны стереотипно воспринимать не только себя, но и других.

Кроме того, женщины становятся более стереотипизируемым объектом, чем мужчины, в сознании информантов-мужчин, особенно китайских, т. е. образ женщин в сознании мужчин ярче, чем образ самих мужчин. Анализ взаимодействия гендерных и этнических факторов при формировании стереотипных представлений относительно образов китайцев и русских показывает, что при описании разных аспектов образов эффект ингруппового фаворитизма по-разному работает в отношении гендерных и этнических групп.

3.2. Зависимость стереотипов китайцев и русских от изучения языка и пребывания в стране

При планировании исследования в число параметров выборки информантов были заложены факторы, учитывающие опыт контакта информантов с

оцениваемой этнической группой, такие как «изучение языка» (опосредованный опыт контакта с культурой) и «пребывание в стране» (непосредственный опыт контакта с культурой). При анализе влияния этих факторов на формирование стереотипных представлений будут рассмотрены только гетеростереотипы разных этнических групп (китайцев и русских) относительно друг друга.

3.2.1. Стереотипны, сформированные у китайцев относительно русских, в зависимости от изучения русского языка и пребывания в России

Внешность

Частоты признаков, актуализированные в ответах разных групп китайских информантов по отношению к внешности русских, представлены в таблице 19. В группу «другие», как и в предыдущих случаях, были объединены индивидуальные реакции или реакции, которые сложно классифицировать.

Как видно из таблицы 19, частоты актуализации выделенных семантических признаков варьируют в зависимости от факторов «изучение языка» и «пребывание в стране».

Таблица 19

Частота актуализации семантических признаков в реакциях разных групп китайских информантов при описании внешности русских, абс.

ПРИЗНАКИ	Информанты-китайцы		
	изучают русский и были в России	изучают русский, но не были в России	не изучают русский и не были в России
красота	42	42	44
рост	29	32	23
стройность	30	16	12
глаза	11	23	20
кожа	16	13	15
спортивность	13	11	18
волосы	12	12	13
лицо	14	10	4
нос	5	6	10
оценка	1	9	4
воспитанность	7	3	3
сдержанность	2	6	3
оптимизм	1	4	2
возраст	5	1	1
опрятность	1	5	0
смелость	0	2	4
доброта	0	1	3
мужественность	0	0	4
улыбчивость	3	0	0
другие	13	17	16
всего	200	209	196

Рассмотрим зависимость объема семантических групп от изучения языка и пребывания в стране изучаемого языка респондентов.

Рисунок 50 показывает, что при оценке внешности русских три группы китайских информантов в разной степени опираются на разные семантические признаки. Так, признак «рост» по частоте занимает третье место у группы информантов, которые изучают русский язык и были в России, и второе место у остальных групп информантов. Однако частота актуализации семантических признаков у группы информантов, которые не изучают русский и не были в России чуть ниже, чем у остальных двух групп. Признак «стройность» довольно часто встречается в ответах группы информантов, которые изучают русский и были в России, однако он значительно реже актуализирован в ответах информантов, не побывавших в России. Признак «глаза» оказывается важным для групп информантов, которые не были в России (несмотря на изучение языка) и редко упоминается информантами, побывавшими в России. Подобные же различия наблюдаются почти для всех выделенных признаков (семантические группы с одинаковой частотой скорее редкость в данном материале).

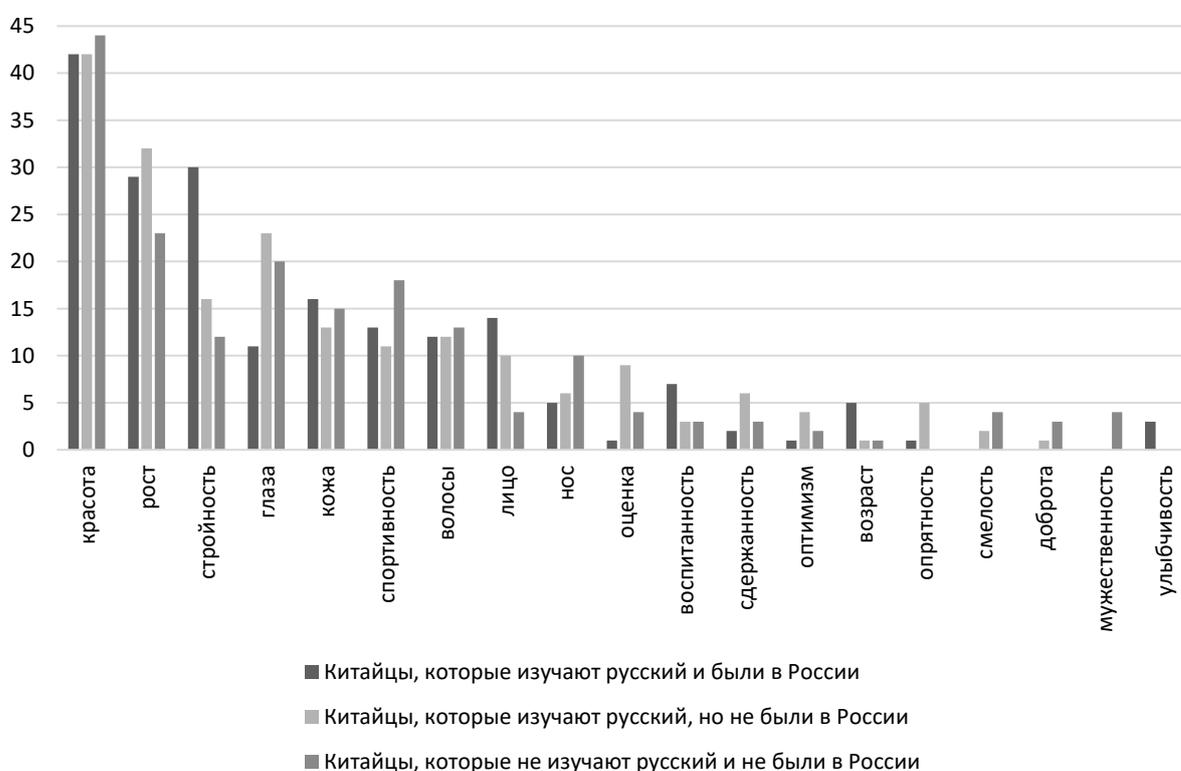


Рисунок 50. Частота актуализации признаков внешности в реакциях трех групп китайцев о русских, абс.

По количеству реакций можно определить ядра и предъядерные зоны в представлениях каждой группы информантов. Итак, при описании внешности русских группа информантов, которые изучают русский и были в России, опирается на три ядерных признака – «красота» (42), «стройность» (30), «рост» (29) – и несколько предъядерных признаков «кожа» (16), «лицо» (14) и «спортивность» (13). Отметим, что признак «волосы» (12), поскольку реакции в нем неоднородны с семантической точки зрения, включен в периферию.

У группы информантов, которые изучают русский, но не были в России, ядерными являются признаки «красота» (42) и «рост» (32), а предъядерными – «глаза» (23), «кожа» (13), «спортивность» (11). Ядро в представлениях группы информантов, которые не изучают русский и не были в России, формируется признаками «красота» (44) и «рост» (23), а предъядерная зона – признаками «глаза» (20), «спортивность» (18), «кожа» (15). Стоит указать, что признаки «глаза», «стройность» и «волосы» у данных двух групп информантов содержат семантически неоднородные реакции, поэтому признак «глаза» включен в предъядерную зону, а «стройность» и «волосы» – в периферийную зону. Перечисленные признаки в большинстве случаев характерны для представлений относительно внешности русских у всех трех групп информантов, но их место в структуре представлений может быть разным.

Признаки, которые приписывают разные группы китайских информантов внешности русских, включенные в ядро и предъядерную зону стереотипа, представлены в таблице 20.

Таблица 20

**Стереотипные признаки внешности русских
в восприятии разных групп китайских информантов**

Поле	Информанты-китайцы		
	изучают русский и были в России	изучают русский, но не были в России	не изучают русский и не были в России
Ядро	красота стройность рост	красота рост	красота рост
Предъядерная зона	кожа лицо спортивность	глаза кожа спортивность	глаза спортивность кожа

Как видно из таблицы 20, ядро представлений о внешности русских у группы информантов, изучающих русский и бывавших в России, формируется с опорой на большее количество семантических признаков, чем ядро этих же представлений у остальных двух групп, что свидетельствует о большей детализированности стереотипных представлений относительно внешности русских у данной группы информантов. Ядерный признак «стройность» и предъядерный признак «лицо» у группы информантов, изучающих русский и бывавших в России, оказываются в периферийной зоне у остальных двух групп, наоборот, предъядерный для двух других групп признак «глаза» включен в периферию у первой группы.

Итак, можно сказать, что стереотипные представления о внешности русских у групп информантов, изучающих русский и бывавших в России, наиболее детализированы среди представлений всех оценивающих групп. Таким образом, фактор «пребывание в стране» влияет на формирование стереотипа внешности: у групп информантов, которые изучают русский язык и были или не были в России, стереотипные признаки отличаются. Фактор «изучение языка» оказывает совсем незначительное влияние на восприятие внешности русских группами информантов, которые не были в России, так как у групп, изучающих и не изучающих русский язык, стереотипные (ядерные и предъядерные) признаки полностью совпадают.

Характер

Количество реакций, актуализирующих семантические признаки в ответах разных групп китайских информантов по отношению к характеру русских представлено в таблице 21. Как видно, частоты актуализации выделенных семантических признаков подвергаются влиянию факторов «изучение языка» и «пребывание в стране».

Рассмотрим зависимость объема семантических групп от изучения языка и пребывания в стране изучаемого языка респондентов.

Частота актуализации семантических признаков в реакциях разных групп китайских информантов при описании характера русских, абс.

ПРИЗНАКИ	Информанты-китайцы		
	изучают русский и были в России	изучают русский, но не были в России	не изучают русский и не были в России
общительность	28	35	23
сдержанность	17	13	9
смелость	2	13	18
активность	8	15	7
прямота	13	9	7
воспитанность	11	6	12
доброта	1	10	11
настойчивость	8	9	9
эгоизм	12	3	5
здравомыслие	7	6	5
независимость	6	8	4
мягкость	4	8	3
юмор	3	7	3
трудолюбие	4	2	6
оценка	3	2	6
честность	2	3	6
серьезность	6	3	1
заботливость	6	1	2
оптимизм	4	5	0
эмоциональность	4	3	2
аккуратность	6	0	2
щедрость	3	4	1
гостеприимство	0	4	3
уверенность	4	2	1
простота	1	5	1
одежда и аксессуары	2	0	4
пьянство	0	2	4
равнодушие	3	2	0
креативность	0	0	3
отказ	1	0	3
другие	29	27	31
всего	196	196	182

На рисунке 51 представлено количество реакций наиболее частотных признаков, актуализированных в ответах трех групп китайских информантов относительно характера русских.

Согласно рисунку 51, как и при описании внешности, при оценке характера русских три группы китайских информантов в разной степени опираются на разные семантические группы. Например, признак «общительность» является наиболее частотным, однако чаще всего он актуализирован в ответах

группы информантов, изучающих русский, но не посещавших Россию. Признак «смелость» слабо актуализирован у группы информантов, изучающих русский и бывавших в России, однако нередко упоминается остальными группами информантов. Для группы информантов, изучающих русский и бывавших в России, «эгоизм» является значимым признаком, однако его частота в ответах остальных двух групп довольно низкая. Такие же различия встречаются почти для всех выделенных признаков. Семантических признаков с одинаковым количеством реакций почти не существует в данном материале.

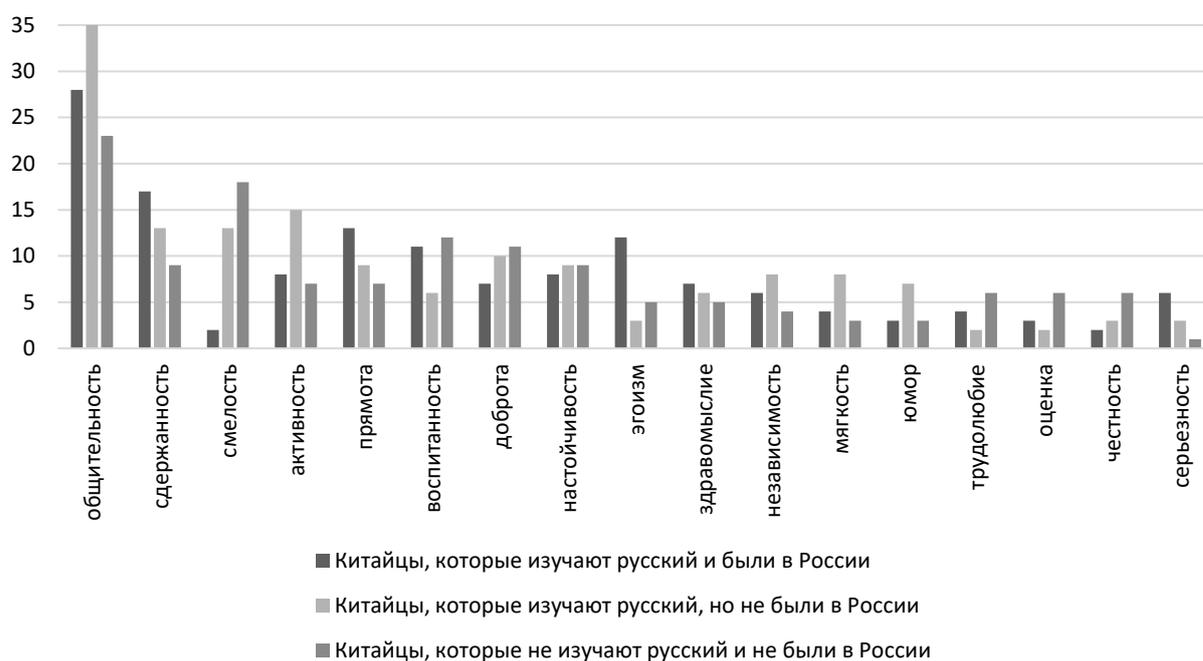


Рисунок 51. Частота актуализации признаков характера в реакциях трех групп китайцев о русских, абс.

Группа информантов, которые изучают русский и были в России, опирается на ядерный признак «общительность» (28) и предъядерные признака «прямота» (13) и «эгоизм» (12). Следует указать, что признаки «сдержанность» (17) и «воспитанность» (11) включают семантически противоречивые реакции и поэтому попадают в периферию.

У группы информантов, изучающих русский, но не бывавших в России, представления основываются на ядерном признаке «общительность» (35) и предъядерных признаках «активность» (15) и «смелость» (13). Отметим, что признак «сдержанность» (13) является периферийным, так как в него попадают семантически неоднородные реакции.

В представлениях группы информантов, не изучающих русский и не бывавших в России, ядро формируется признаком «общительность» (23), а предъядерная зона – признаком «смелость» (18). Подчеркнем, что признаки «воспитанность» (12) и «доброта» (11) не дотягивают до предъядерной зоны, поскольку в них встречаются противоречивые с семантической точки зрения реакции.

Ядерные и предъядерные признаки разных китайских групп относительно характера русских представлены в таблице 22, которая показывает, что у всех оценивающих групп ядерный признак один и тот же – признак «общительность», однако предъядерные зоны расходятся или только частично совпадают. Признаки «прямота» и «эгоизм», которые являются предъядерными у группы информантов, изучающих русский и посещавших Россию, вошли в периферию у других групп. У групп информантов, не бывавших в России (изучающих и не изучающих русский), предъядерные зоны частично совпадают (по признаку «смелость»), однако признак «активность», который вошел в предъядерную зону у группы, изучающей русский, но не бывавших в России, является периферийным у группы, не изучающей русский и не бывавшей в России.

Таблица 22

**Стереотипные признаки характера русских
в восприятии разных групп китайских информантов**

Поле	Информанты-китайцы		
	изучают русский и были в России	изучают русский, но не были в России	не изучают русский и не были в России
Ядро	общительность	общительность	общительность
Предъядерная зона	прямота эгоизм	активность смелость	смелость

Таким образом, можно сделать вывод, что фактор «пребывание в стране» влияет на содержание (но не на степень стереотипизированности) представлений информантов, изучающих русский язык, поскольку у данных двух групп информантов количество предъядерных признаков совпадает, однако сами признаки совсем расходятся. Фактор «изучение языка» также оказывает влияние на представления информантов, так как у группы, изучающей

русский, но не бывавшей в России, представления в большей степени детализированы (больше стереотипных признаков), чем у группы, не изучающей русский и не бывавшей в России.

Интеллект

Частоты признаков, актуализированные в ответах разных групп китайских информантов по отношению к интеллекту русских, представлены в таблице 23, из которой видно, что факторы «изучение языка» и «пребывание в стране» оказывают влияние на количество реакций выделенных семантических признаков.

Таблица 23

Частота актуализации семантических признаков в реакциях разных групп китайских информантов при описании интеллекта русских, абс.

ПРИЗНАКИ	Информанты-китайцы		
	изучают русский и были в России	изучают русский, но не были в России	не изучают русский и не были в России
ум	52	42	57
сообразительность	37	54	31
талант	18	15	19
здравомыслие	8	6	5
образованность	9	5	4
оценка	2	7	8
креативность	1	12	3
скромность	6	4	5
любопытность	1	1	12
предприимчивость	5	5	3
общительность	4	4	0
юмор	4	4	0
смелость	3	2	3
красота	1	1	4
другие	9	11	8
всего	155	169	162

На рисунке 52 представлены частоты актуализации семантических признаков, актуализированных в реакциях трех китайских групп относительно интеллекта русских. Рисунок показывает, что, как и при оценке внешности и характера, при оценке интеллекта русских три китайских группы в разной степени ориентируются на разные семантические группы. Так, признак «ум» служит наиболее значимым для групп, изучающих русский (независимо от пребывания в России), однако по частоте он занимает второе место для группы информантов, не изучающих русский и не бывавших в России. Наоборот,

наиболее частотный для данной группы признак «сообразительность» занимает второе место у других двух групп. Признак «креативность» нередко актуализирован в ответах группы, изучающей русский, но не бывавшей в России, однако довольно редко упоминается остальными группами информантов. Подобные различия типичны для большинства выделенных признаков.

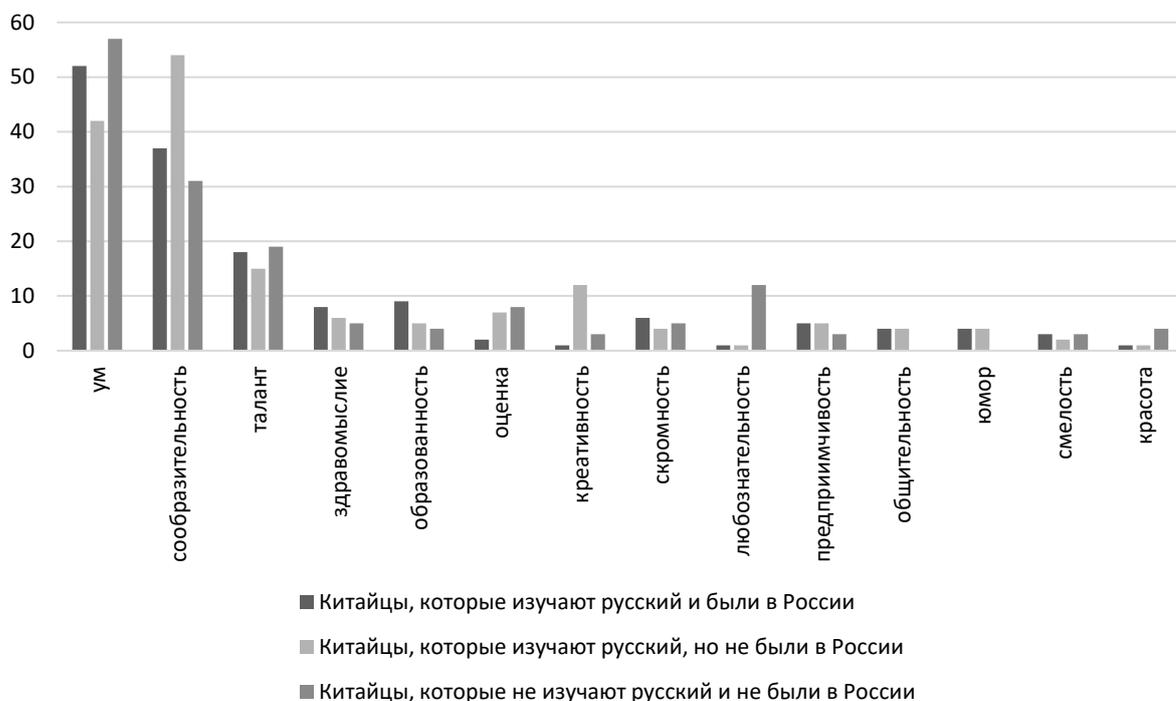


Рисунок 52. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях трех групп китайцев о русских, абс.

Выделим ядро и предъядерную зону в представлениях каждой оценивающей группы.

В представлениях группы информантов, изучающих русский и бывавших в России, ядро состоит из признаков «ум» (54) и «сообразительность» (37), а предъядерная зона включает признак «талант» (18)

При описании интеллекта русских группа информантов, изучающих русский, но не бывавших в России, опирается на ядерные признаки «сообразительность» (54) и «ум» (42), а также предъядерные признаки «талант» (15) и «креативность» (12).

У группы информантов, не изучающих русский и не бывавших в России, представления основываются на ядерных признаках «ум» (57) и «сообразительность» (31), предъядерных признаках «талант» (19) и «любезность» (12).

Признаки разных китайских групп об интеллекте русских, объединенные в ядро и предъядерную зону, представлены в таблице 24. Как видно из таблицы, ядро у всех оценивающих групп формируется одними и теми же признаками – «ум» и «сообразительность», однако частоты данных ядерных признаков у разных групп могут отличаться. Предъядерные зоны у всех групп информантов частично совпадают (признак «талант»). Внутри групп, не бывавших в России, признак «креативность», который выступает предъядерным у группы информантов, изучающих русский язык, оказывается периферийным у группы информантов, не изучающих русский. Наоборот, предъядерный у второй группы информантов признак «любопытность» становится периферийным у первой группы.

Таблица 24

**Стереотипные признаки интеллекта русских
в восприятии разных групп китайских информантов**

Поле	Информанты-китайцы		
	изучают русский и были в России	изучают русский, но не были в России	не изучают русский и не были в России
Ядро	ум сообразительность	сообразительность ум	ум сообразительность
Предъядерная зона	талант	талант креативность	талант любопытность

Итак, можно прийти к выводу, что стереотипные представления относительно интеллекта русских у групп информантов, изучающих русский и бывавших в России, детализированы в наименьшей степени среди всех оценивающих групп. Фактор «пребывание в стране» влияет на представления информантов, изучающих русский язык, однако в данном случае у группы, не бывавшей в России, больше стереотипных признаков, чем у группы, бывавшей в России. Фактор «изучение языка» также оказывает влияние на стереотипные представления информантов, не бывавших в России, так как у данных двух групп информантов предъядерные признаки не полностью совпадают.

Можно сказать, что при оценке интеллекта признаки «пребывание в стране» и «изучение языка» влияют на стереотипные представления в меньшей

степени, чем при оценке внешности и характера. Возможно, это связано с тем фактом, что внешность и характер оцениваются сразу, при первом впечатлении, в то время как для оценки интеллекта требуется более тесное общение, которого недостаточно в опыте информантов, даже бывавших в стране.

3.2.2. Стереотипы, сформированные у русских относительно китайцев, в зависимости от изучения китайского языка и пребывания в Китае

Внешность

Частоты признаков, актуализированные в ответах разных групп китайских информантов по отношению к внешности русских, представлены в таблице 25.

Таблица 25

Частота актуализации семантических признаков в реакциях разных групп русских информантов при описании внешности китайцев, абс.

ПРИЗНАКИ	Информанты-русские		
	изучают китайский и были в Китае	изучают китайский, но не были в Китае	не изучают китайский и не были в Китае
рост	25	35	34
стройность	21	31	30
волосы	28	26	25
глаза	21	25	21
кожа	16	17	8
красота	15	16	10
одежда и аксессуары	16	5	6
лицо	5	13	8
спортивность	5	5	4
оценка	4	2	5
улыбчивость	0	7	4
опрятность	4	5	1
нос	6	0	3
заметность	0	2	3
другие	14	8	12
всего	180	193	173

Как видно из таблицы 25, факторы «изучение языка» и «пребывание в стране» оказывают влияние на частоты актуализации выделенных семантических признаков.

На рисунке 53 представлены частоты актуализации семантических признаков, актуализированных в реакциях трех групп русских информантов относительно внешности китайцев.

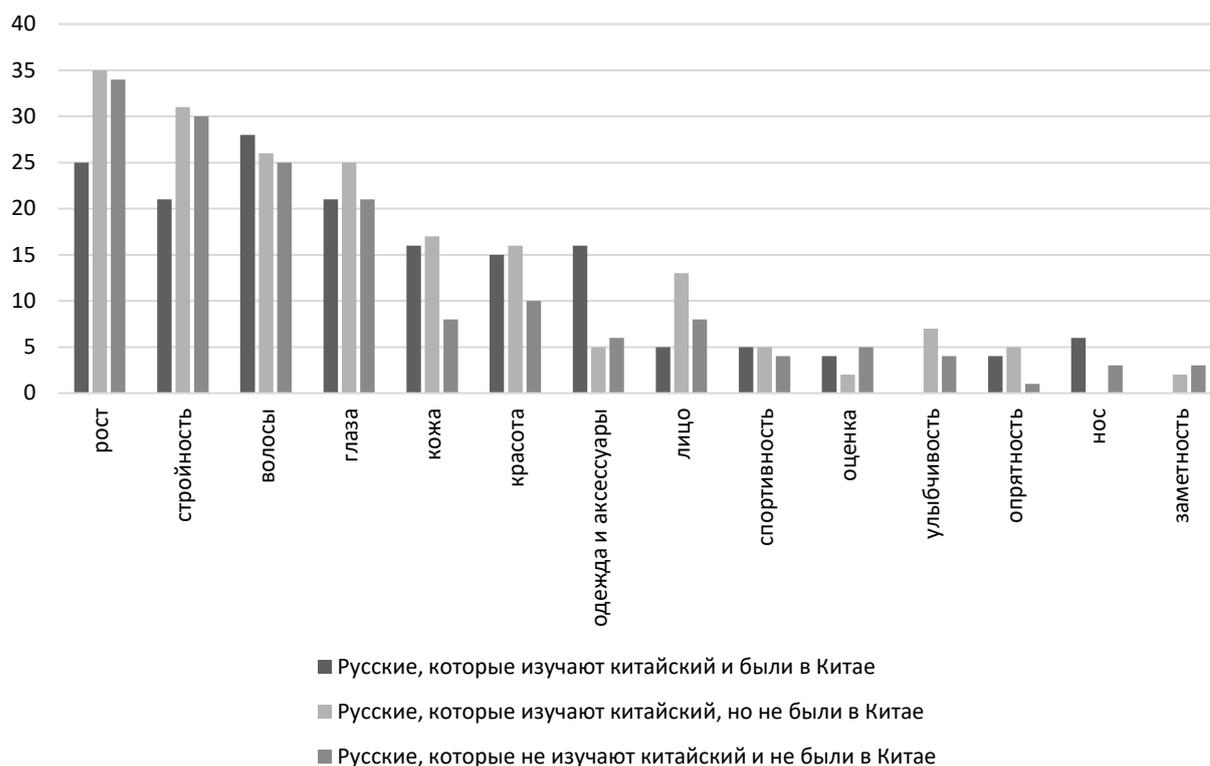


Рисунок 53. Частота актуализации признаков внешности в реакциях трех групп русских о китайцах, абс.

Рисунок 53 показывает, что оценивая внешность китайцев, три группы русских информантов в разной степени опираются на разные семантические признаки. Например, признаки «рост» и «стройность» являются значимыми для всех оценивающих групп, однако они намного реже актуализированы в ответах группы информантов, изучающих китайский язык и посещавших Китай, чем в ответах остальных двух групп. Признак «волосы» служит наиболее частотным для группы информантов, которые изучают китайский и были в Китае, однако по количеству реакций он занимает третье место у других двух групп. Признак «кожа» слабо актуализирован у группы информантов, не изучающих китайский и не бывавших в Китае, однако нередко упоминается остальными группами информантов. Подобные различия типичны почти для всех выделенных признаков. В данном материале семантические признаки с одинаковой частотой почти не встречаются.

Рассмотрим ядро и предъядерную зону в структуре стереотипных представлений о внешности китайцев у разных групп русских информантов.

Стереотипные представления группы информантов, изучающих китайский язык и бывавших в Китае, основываются на ядерном признаке «рост» (25), а также на предъядерных признаках «волосы» (28), «стройность» (21), «глаза» (21), «кожа» (16) и «красота» (15). Следует указать, что признаки «волосы», «стройность» и «глаза» включают семантически неоднотипные реакции и поэтому не дотягивают до ядра.

У группы информантов, изучающих китайский, но не посещавших Китай, ядро формируется признаками «рост» (35), «стройность» (31) и «волосы» (26), а предъядерная зона – признаками «глаза» (25), «кожа» (17) и «красота» (16). Необходимо отметить, что в связи с наличием неоднородных с семантической точки зрения реакций признак «глаза» оказывается предъядерным, а признак «лицо» (13) – периферийным.

Группа информантов, не изучающих китайский и не бывавших в Китае, опирается не только на ядерные признаки «рост» (34) и «стройность» (30), но и на предъядерные признаки «волосы» (25) и «глаза» (21). Подчеркнем, что признак «волосы» вошел в предъядерную зону, так как в него включены разные реакции.

Ядерные и предъядерные признаки, которые приписывают разные группы русских информантов внешности китайцев, представлены в таблице 26.

Таблица 26

**Стереотипные признаки внешности китайцев
в восприятии разных групп русских информантов**

Поле	Информанты-русские		
	изучают китайский и были в Китае	изучают китайский, но не были в Китае	не изучают китайский и не были в Китае
Ядро	рост	рост стройность волосы	рост стройность
Предъядерная зона	волосы стройность глаза кожа красота	глаза кожа красота	волосы глаза

Как видно из таблицы 26, стереотипные (ядерные и предъядерные) признаки у групп информантов, изучающих китайский (вне зависимости от пребывания в Китае) совпадают, однако их частота и место в структуре стереотипных представлениях могут отличаться: например, признаки «стройность» и «волосы», которые являются ядерными для группы информантов, не посещавших Китай, оказываются предъядерными у группы информантов, бывавших в Китае. Ядро и предъядерная зона в представлениях о внешности китайцев у группы информантов, изучающих китайский и бывавших в Китае, формируются с опорой на большее количество семантических признаков, чем в представлениях у группы информантов, которые не изучают китайский и не были в Китае, что свидетельствует о большей детализированности стереотипных представлений относительно внешности китайцев у данной группы информантов.

Итак, можно сказать, что стереотипные представления относительно внешности китайцев у группы информантов, не изучающих китайский и не бывавших в Китае, меньше всего детализированы на фоне представлений всех оценивающих групп. Фактор «пребывание в стране» оказывает незначительное влияние на формирование стереотипа в восприятии групп информантов, изучающих китайский, поскольку у данных групп стереотипные признаки полностью совпадают. При описании внешности китайцев фактор «изучение языка» функционирует в представлениях групп информантов, не бывавших в Китае, так как группа информантов, изучающих китайский, но не бывавших в Китае, имеют больше стереотипных признаков, чем группа информантов, не изучающих китайский и не бывавших в Китае.

Характер

В таблице 27 показано количество реакций, актуализирующих семантические признаки в ответах разных групп русских информантов по отношению к характеру китайцев. Как видно, факторы «изучение языка» и «пребывание в стране» воздействуют на частоту актуализации выделенных семантических

признаков. Ниже рассмотрим зависимость объема семантических признаков от вышеуказанных факторов.

Рисунок 54 построен на основе количества реакций наиболее частотных признаков, актуализированных в ответах трех групп русских информантов относительно характера китайцев.

Таблица 27

Частота актуализации семантических признаков в реакциях разных групп русских информантов при описании характера китайцев, абс.

ПРИЗНАКИ	Информанты-русские		
	изучают китайский и были в Китае	изучают китайский, но не были в Китае	не изучают китайский и не были в Китае
общительность	32	18	20
сдержанность	23	18	7
доброта	13	23	7
трудолюбие	9	14	19
заботливость	18	6	10
воспитанность	7	17	3
скромность	9	6	9
оптимизм	6	8	8
хитрость	3	3	9
целеустремленность	5	4	4
уверенность	3	4	6
щедрость	2	4	7
здравомыслие	4	5	3
семья	3	1	8
аккуратность	4	6	1
эмоциональность	2	5	4
ответственность	3	2	4
дисциплина	2	2	5
гостеприимство	0	7	2
оценка	1	1	6
мягкость	1	4	2
красота	1	5	0
настойчивость	3	0	3
серьезность	2	1	3
честность	0	2	3
ум	0	2	4
любопытность	3	0	2
активность	3	2	0
смелость	2	0	3
прагматичность	2	0	3
сила	1	3	1
консерватизм	1	3	0
эгоизм	3	0	0
другие	37	25	19
всего	191	188	180

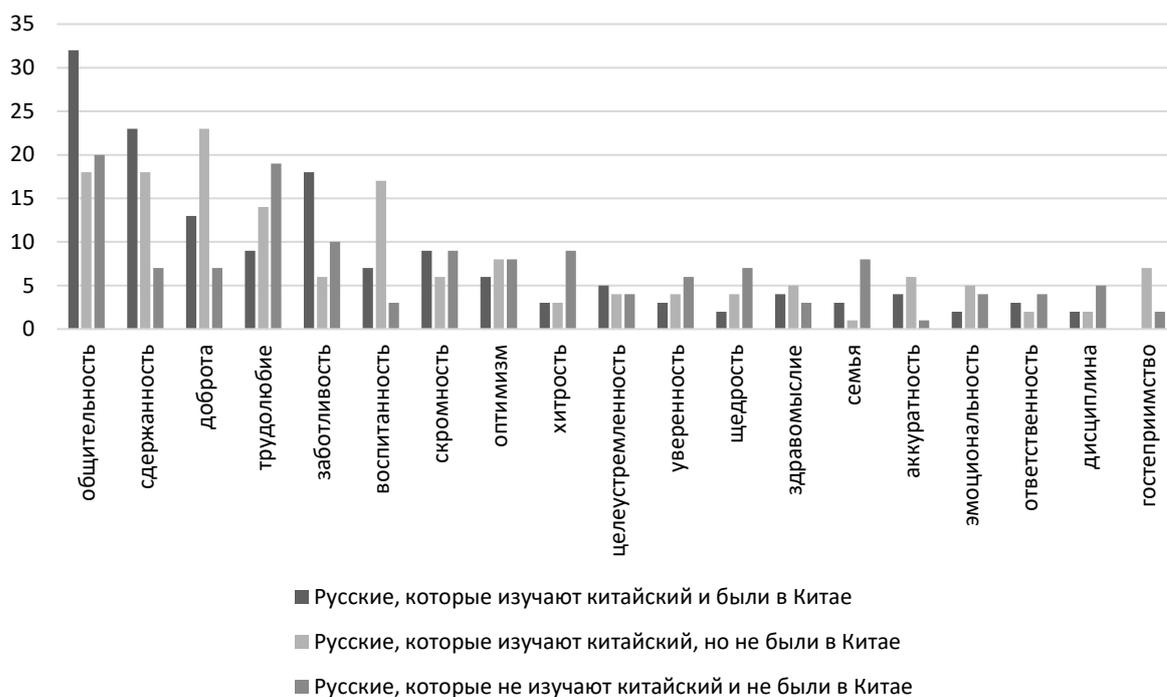


Рисунок 54. Частота актуализации признаков характера в реакциях трех групп русских о китайцах, абс.

Согласно рисунку 54, как и при описании внешности, при оценке характера китайцев три группы русских информантов в разной степени ориентируются на разные семантические признаки. Так, признак «общительность» является одним из важнейших признаков для всех оценивающих групп, однако частота актуализации у группы информантов, изучающих китайский и бывавших в Китае, значительно выше, чем у остальных групп, однако внутри этого признака объединены семантически противоречивые реакции (из 32 реакций ровно половина – 16 – говорят об общительности китайцев, а вторая половина – об их необщительности). Признак «сдержанность» довольно часто упоминается информантами, изучающих китайский (посещавших и не посещавших Китай), однако слабо актуализирован в ответах группы информантов, которые не изучают китайский и не были в Китае. Признак «воспитанность» оказывается значимым для группы информантов, изучающих китайский, но не бывавших в Китае, однако редко упоминается другими группами. Аналогичные различия наблюдаются почти во всем исследуемом материале.

По количеству реакций можно определить ядро и предъядерную зону в стереотипных представлениях каждой оценивающей группы.

Так, у группы информантов, изучающих китайский и посещавших Китай, ядра не формируется, а предьядерная зона состоит из признаков «сдержанность» (23), «заботливость» (18) и «доброта» (13). Признак «общительность» ввиду неоднородности реакций не попадает в предьядерную зону. Признак «сдержанность» не включен в ядро, поскольку он также включает несколько семантически противоположных реакций (14 реакций говорят о том, что китайцы шумные и агрессивные, меньшее количество реакция – 9- говорят о их тихом и спокойном характере).

Стереотипные представления у группы информантов, изучающих китайский, но не бывавших в Китае, основываются на ядерном признаке «доброта» (23), а также на предьядерных признаках «общительность» (18), «сдержанность» (18), «воспитанность» (17) и «трудолюбие» (14).

При описании характера китайцев группа информантов, которые не изучают китайский и не посещали Китай, опирается только на два предьядерных признака – «общительность» (20) и «трудолюбие» (19).

Признаки разных русских групп относительно характера китайцев, включенные в ядро и предьядерную зону, представлены в таблице 28.

Таблица 28

**Стереотипные признаки характера китайцев
в восприятии разных групп русских информантов**

Поле	Информанты-русские		
	изучают китайский и были в Китае	изучают китайский, но не были в Китае	не изучают китайский и не были в Китае
Ядро		доброта	
Предьядерная зона	сдержанность заботливость доброта	общительность воспитанность сдержанность трудолюбие	общительность трудолюбие заботливость

Таблица 28 показывает, что у группы информантов, изучающих китайский, но не посещавших Китай, формируется ядро, а у других двух групп отсутствует ядро, что свидетельствует о большей степени стереотипизированности у первой группы информантов: изучение языка помогает информантам сформировать ядро стереотипа, однако реальное пребывание в стране вновь разрушает это ядро.

Предъядерная зона у групп информантов, изучающих китайский, частично совпадает (по признаку «сдержанность»). Внутри групп информантов, изучающих китайский язык, признак «заботливость», который является предъядерным у группы информантов, посещавших Китай, становится периферийным у группы информантов, не посещавших Китай. Наоборот, предъядерные для второй групп признаки «воспитанность» и «трудолюбие» вошли в периферию у первой группы. Предъядерная зона у групп информантов, не бывавших в Китае, также частично совпадает (по признакам «общительность» и «трудолюбие»). Признаки «воспитанность» и «сдержанность», которые выступают предъядерными для группы информантов, изучающих китайский, оказываются периферийными для группы информантов, не изучающих китайский. Однако периферийный для первой группы признак «заботливость» включен в предъядерную зону у второй группы.

Таким образом, можно прийти к выводу, что представления относительно характера китайцев у группы информантов, изучающих китайский, но не посещавших Китай, стереотипизированы в большей степени, чем у других групп (имеется ядро). Фактор «пребывание в стране» влияет на представления информантов, изучающих китайский язык, однако в данном случае у группы, не бывавшей в Китае, больше стереотипных признаков, чем у группы, бывавшей в Китае, т.е. столкновение с реальной жизнью разрушает стереотип о характере китайцев. Фактор «изучение языка» также воздействует на формирование стереотипных представлений у информантов, не бывавших в Китае, так как у двух групп информантов – изучающих язык и не изучающих его – стереотипные признаки отличаются.

Интеллект

Количество реакций, актуализирующих семантические признаки в ответах разных групп русских информантов по отношению к характеру китайцев представлено в таблице 29. Очевидно, что частоты актуализации выделенных семантических признаков варьируют в зависимости от факторов «изучение языка» и «пребывание в стране».

На рисунке 55 представлено количество реакций семантических признаков, актуализированных в ответах трех групп русских информантов относительно интеллекта китайцев.

Таблица 29

Частота актуализации семантических признаков в реакциях разных групп русских информантов при описании интеллекта китайцев, абс.

ПРИЗНАКИ	Информанты-русские		
	изучают китайский и были в Китае	изучают китайский, но не были в Китае	не изучают китайский и не были в Китае
ум	27	25	24
здравомыслие	18	27	18
сообразительность	18	26	17
образованность	6	26	20
оценка	9	9	8
настойчивость	4	4	4
креативность	2	8	3
хитрость	8	3	0
любопытность	2	1	8
простота	3	6	1
прагматичность	3	2	4
юмор	2	3	1
трудолюбие	3	1	2
эмоциональность	3	3	0
стандартность	3	2	0
бережливость	3	0	1
инновация	1	3	0
другие	19	21	21
всего	127	164	133

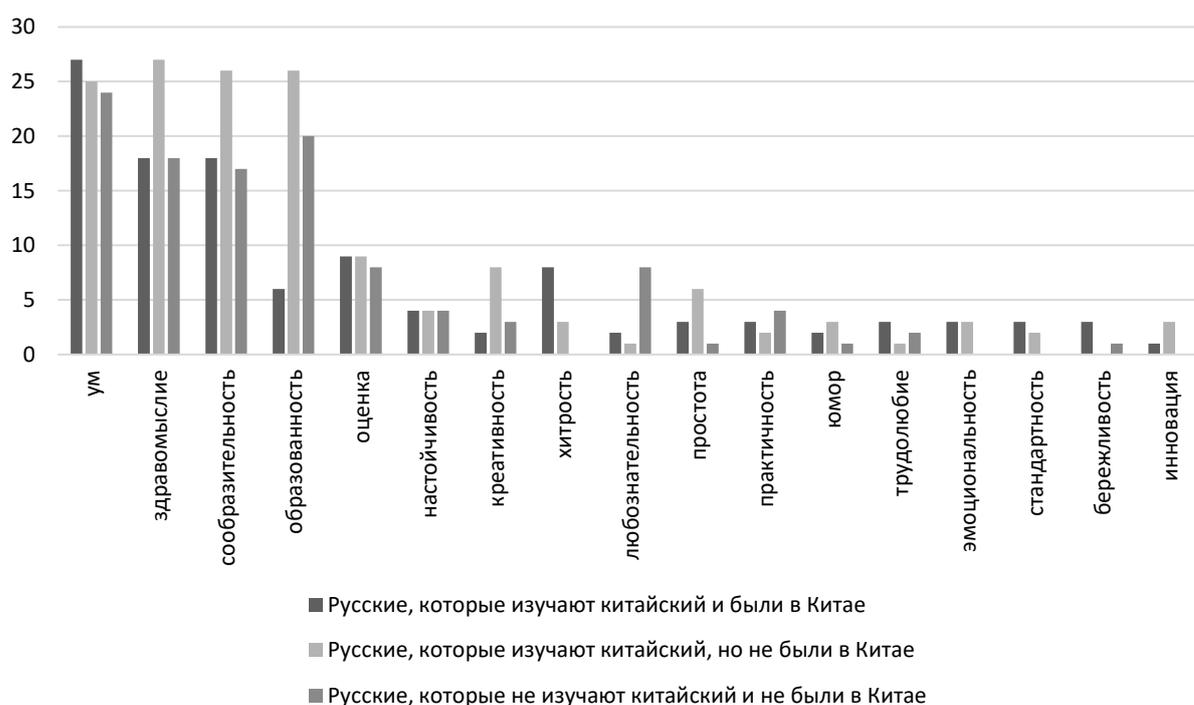


Рисунок 55. Частота актуализации признаков интеллекта в реакциях трех групп русских о китайцах, абс.

Рисунок 55 показывает, что, как и при оценке внешности и характера, при оценке интеллекта китайцев три группы русских информантов в разной степени ориентируются на разные семантические группы. Например, признаки «здоровомыслие» и «сообразительность» являются одними из наиболее значимых для всех оценивающих групп, однако частота их актуализации в ответах у группы информантов, изучающих китайский, но не бывавших в Китае, значительно выше, чем в ответах остальных групп. Признак «образованность» слабо актуализирован у группы информантов, которые изучают китайский и посещали Китай, однако данный признак часто упоминается информантами из других групп. Подобные различия характерны для большинства выделенных признаков. Признаки с одинаковой частотой скорее редкость в данном материале.

Выделим ядро и предъядерную зону в представлениях каждой оценивающей группы.

В представлениях группы информантов, изучающих китайский и бывавших в Китае, ядро состоит из признака «ум» (27), а предъядерная зона включает признаки «здоровомыслие» (18) и «сообразительность» (18).

При оценке интеллекта китайцев группа информантов, изучающая китайский язык, но не бывавших в Китае, опирается только на набор ядерных признаков – «здоровомыслие» (27), «образованность» (26), «сообразительность» (26) и «ум» (25).

У группы информантов, не изучающих китайский и не посещавших Китай, ядро формируется признаком «ум» (24), а предъядерная зона – признаками «образованность» (20), «здоровомыслие» (18) и «сообразительность» (17). Стоит отметить, что признак «образованность» не вошел в ядро в связи с тем, что в него включены противоречивые по смыслу реакции.

Ядерные и предъядерные признаки разных русских групп об интеллекте китайцев представлены в таблице 30. Как видим, все оценивающие группы имеют общий ядерный признак – «ум». Однако, кроме данного общего ядерного признака, группа информантов, изучающих китайский, но не бывавших в Китае, также опирается на другие ядерные признаки – «здоровомыслие»,

«образованность» и «сообразительность», которые попадают в предъядерную или периферийную зону у остальных двух групп. Кроме этого, у группы информантов, изучающих китайский, но не бывавших в Китае не формируется предъядерной зоны.

Таблица 30

**Стереотипные признаки интеллекта китайцев
в восприятии разных групп русских информантов**

Поле	Информанты-русские		
	изучают китайский и были в Китае	изучают китайский но не были в Китае	не изучают китайский и не были в Китае
Ядро	ум	здравомыслие образованность сообразительность ум	ум
Предъядерная зона	здравомыслие сообразительность		образованность здравомыслие сообразительность

Итак, можно сказать, что представления у информантов, которые изучают китайский, но не посещали Китай, наиболее стереотипизированы (наибольшее количество ядерных признаков) среди всех оценивающих групп. Фактор «пребывание в стране» влияет на формирование стереотипных представлений у информантов, изучающих китайский язык, потому что у данных двух групп информантов количество стереотипных признаков не одинаково, при этом их место в структуре стереотипа сильно отличается. Фактор «изучение языка» также оказывает влияние на представления информантов, не бывавших в Китае, так как у групп информантов, изучающих и не изучающих китайский, место стереотипных признаков в представлениях и их частота актуализации отличаются.

**3.2.3. Сопоставление влияния факторов «изучение языка»
и «пребывание в стране» на гетеростереотипы у китайцев и русских**

Результаты проведенных социолингвистических экспериментов позволяют сделать выводы о структурах стереотипов у китайцев и русских.

Внешность

В первую очередь нужно указать, что у групп китайских и русских информантов стереотипные представления о внешности относительно друг

друга в целом основываются на таких признаках, как «рост», «красота», «кожа» и «глаза». Однако китайские информанты к этим стереотипным признакам добавляют признак «спортивность», а русские информанты – признак «волосы». Кроме этого, признак «стройность», который упоминается всеми группами русских информантов, актуализирован только в ответах одной группы китайцев.

Данные, представленные в разных таблицах и на разных рисунках, показывают, что рассмотренные в настоящем исследовании факторы «изучение языка» и «пребывание в стране» влияют на формирование стереотипов относительно внешности, сформировавшихся в представлениях китайцев и русских, при этом данные факторы по-разному работают в разных этнических группах информантов

Так, стереотипные признаки внешности у трех групп китайских информантов в целом похожи: у всех групп в ядро входят признаки «красота» и «рост», в предъядерную зону – признаки «кожа» и «спортивность». Разница между группами заключается в том, что ядерный признак «стройность» и предъядерный признак «лицо» у группы информантов, изучающих русский и бывавших в России, оказываются в периферийной зоне у остальных двух групп, наоборот, предъядерный для двух других групп признак «глаза» включен в периферию у первой группы. Следует указать, что стереотип у групп информантов, которые изучают русский и посещали Россию, включает наибольшее количество устойчивых признаков, и естественно является наиболее детализированным на фоне всех стереотипов у разных групп.

Разница в структурах стереотипов относительно внешности китайцев у разных групп русских (изучающих и нет китайский язык, бывавших и нет в Китае) представляется большей, чем у разных групп китайцев. Видно, что фактор «изучение языка» при условии, что информанты не посещали страны изучаемого языка, усиливает степень яркости стереотипных признаков и детализированность признаков: у русских информантов, изучающих китайский, но не посещавших Китай, больше стереотипных признаков, чем у информантов,

которые не знают китайский и не были в Китае. Очевидно, фактор «изучение языка» в данном случае способствует большей степени стереотипизации.

В отличие от случая с китайскими информантами, фактор «пребывание в стране» оказывает влияние не на количество стереотипных признаков, а на степень выраженности признаков: у русских, которые не были в Китае, больше ядерных признаков, чем у русских, которые были в Китае.

Таким образом, фактор «пребывание в стране» воздействует на формирование стереотипов 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 воздействует на представления китайцев, не бывавших в России: структуры стереотипов у двух групп, изучающих русский и не изучающих его, почти одинаковы. Для русских информантов изучение китайского языка без посещения Китая способствует детализации и стереотипизации представлений о внешности китайцев, а посещение Китая делает стереотипные признаки менее выраженными, т. е. размывает стереотипы.

Характер

Как мы видим, при описании характера китайцы и русские в целом опираются только на один общий признак – «общительность», однако китайцы к этому признаку добавляют такие признаки, как «смелость», «прямота», «эгоизм» и «активность», в то время как русские упоминают признаки «доброта», «сдержанность», «заботливость», «трудолюбие» и т. д.

Рассмотренные в исследовании социальные факторы «изучение языка» и «пребывание в стране», которые взаимодействуют с этническим фактором, оказывают влияние на формирование этнических гетеростереотипов у китайцев и русских. При этом данные факторы по-разному функционируют в разных культурах.

Так, ядро у всех групп китайских информантов формируется общим признаком «общительность», разница между группами заключается только в предъядерных признаках. Отметим, что наименьшее количество стереотипных

признаков включено в стереотип именно у группы информантов, которые не изучают русский и не были в России.

При оценке характера китайцев русскими наблюдается более значительная разница между группами. Стоит обратить внимание на то, что фактор «изучение языка» в том случае, если русские информанты не посещали Китай, значительно повышает степень выраженности стереотипных признаков: у русских информантов, знающих китайский язык, один ядерный признак и четыре предъядерных признака, а у тех, кто не изучает китайский, всего три предъядерных признака. Таким образом, фактор «изучение языка» в данном случае способствует большей степени детализации и стереотипизации.

Фактор «пребывание в стране» оказывает влияние на представления русских информантов, изучающих китайский язык, однако в данном случае у группы, не бывавшей в Китае, больше стереотипных признаков, чем у группы, бывавшей в Китае.

В целом можно сказать, что при описании характера русских китайцами, как и при описании внешности, факторы «пребывание в стране» и «изучение языка» незначительно влияют на стереотипы: расхождения стереотипных признаков наблюдаются 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

Прежде всего обратим внимание на тот факт, что в обеих культурах стереотип относительно интеллекта строится на общих признаках «ум» и «сообразительность», однако китайцы добавляют к этим признакам черты интеллекта, свидетельствующие о творческих способностях – «талант», «креативность», в то время как русские обращают большее внимание на рациональность – «здоровомыслие», «образованность». Скорее всего, такая разница – это не отражение разных реальных когнитивных способностей китайцев и русских, а ценностные

ориентиры разных культур: китайцы больше ценят творческое начало и отмечают его, а русские – рациональное. Таким образом, можно предположить, что структура этностереотипа опирается на систему «своих» этнических ценностей.

Рассмотренные в исследовании социальные факторы «изучение языка» и «пребывание в стране», взаимодействующие с этническим фактором, оказывают влияние на формирование этнических стереотипов. При этом на материале изучения стереотипных представлений об интеллекте русских и китайцев очевидно, что данные факторы «работают» не совсем одинаково в разных культурах.

Так, стереотипные признаки, которые разные группы китайцев – изучающих или не изучающих русский язык, бывавших или нет в России – называют как черты интеллекта русских, очень похожи. Ядро стереотипных представлений китайцев стабильно от группы к группе и включает признаки «ум» и «сообразительность», а разница между группами заключается только в акцентуации ядерных признаков и в добавлении к общему предъядерному признаку «талант» дополнительных предъядерных признаков. Тем не менее стоит отметить тот факт, что наименьшее количество признаков включает стереотип у группы китайцев, которые и учат русский язык и были в России. Кроме того, и сами признаки никогда не являются у них выраженными сильнее, чем хотя бы в одной из других групп.

Более яркой является разница в оценке интеллекта китайцев разными группами русских информантов. Мы можем видеть, что фактор «изучение языка» при условии, что информанты не посещали страны изучаемого языка, значительно усиливает степень яркости стереотипных признаков: русские информанты, которые не были в Китае, – и изучающие китайский язык, и не изучающие его – опираются на один набор стереотипных признаков («ум», «образованность», «здравомыслие» и «сообразительность»). Однако у информантов, изучающих язык, все эти признаки являются ядерными, в то время как у информантов, не изучающих язык, ядерным является только признак «ум», а остальные признаки входят в предъядерную зону. Следовательно, фактор «изучение языка» в данном случае способствует большей степени стереотипизации.

Влияние фактора «пребывание в стране» на реакции русских информантов по своему действию оказывается примерно таким же, как и в случае с китайскими информантами: уменьшается общее количество стереотипизируемых признаков. Однако в данном случае это влияние сильнее, поскольку отбрасывается большее количество признаков.

В общем можно сказать, что фактор «изучение языка» незначительно влияет на стереотипы относительно интеллекта русских у китайцев, изучающих русский язык: в предъядерной зоне встречается один разный признак. Для русских данный фактор способствует степени стереотипизированности представлений: внутри групп, не посещавших Китай, у русских, изучающих китайский, больше ядерных признаков, чем у русских, которые не знают китайский язык. В то же время непосредственный контакт с культурой (пребывание в стране), столкновение с реальными людьми в рамках данной культуры, размывает стереотипы, сформированные на основе изучения языка.

Сопоставление структур гетеростереотипов о внешности, характере и интеллекте у китайцев и русских показывает, что фактор «изучение языка» оказывает незначительное влияние на формирование стереотипного образа русских в представлениях китайцев: у двух групп китайцев, не посещавших Россию (вне зависимости от изучения языка), структуры стереотипов в целом схожи. Однако влияние данного фактора на восприятие стереотипного образа китайцев русскими весьма заметное: изучение языка без посещения страны распространения данного языка способствует детализации стереотипа и степени выраженности стереотипных признаков.

3.3. Стереотипные признаки при оценке методом семантического дифференциала

При анализе медиан оценок, поставленных респондентами разных этногендерных групп своим и чужим группам, обнаружилось, что все полученные оценки либо нейтральны, либо положительны; отрицательных оценок не встретилось. Это свидетельствует о высокой степени лояльности рассматриваемых этногендерных групп друг другу.

3.3.1. Оценки разных этногендерных групп китайскими женщинами

На рисунке 56 в качестве примера представлено распределение медиан оценок, которые китайские женщины поставили разным этногендерным группам.

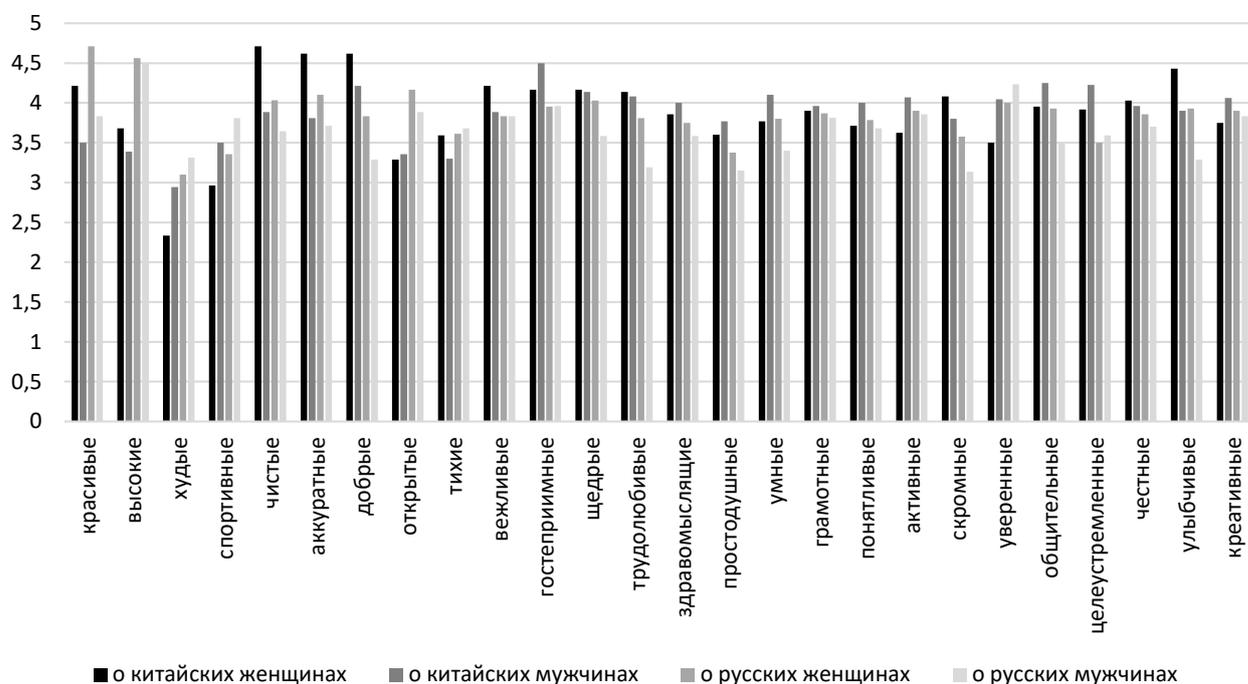


Рисунок 56. Оценки признаков разных групп китайскими женщинами

Как видим, для разных групп оценки признаков могут довольно сильно отличаться (см., например, оценки по признакам «чистые», «добрые», «улыбочивые»), так и быть очень похожими (см. оценки по признакам «грамотные», «креативные»). Это показывает, что в целом, несмотря на общий нейтрально-положительный фон восприятия рассматриваемых групп, в оценках, данных определенной этногендерной группой другим группам, большинство признаков имеет разную степень интенсивности. Аналогичные распределения характерны для оценок, полученных от всех рассмотренных этногендерных групп, и далее приводиться не будут.

Анализ значений медиан позволяет, в соответствии с критериями, названными выше, выделить стереотипные признаки, приписываемые разным группам. Те признаки, которые могут считаться стереотипными в соответствии с реакциями китайских женщин, представлены в таблице 31.

**Стереотипы восприятия разных этногендерных групп
китайскими женщинами**

Оцениваемая группа			
Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
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

Рассмотрим сначала автостереотип китайских женщин. Они считают себя красивыми, чистыми, аккуратными, добрыми, вежливыми, гостеприимными, щедрыми, трудолюбивыми, скромными, честными и улыбчивыми. Автостереотип включает большое количество признаков (11), т. е. в достаточной мере детализирован, однако эти признаки описывают только внешность и характер; ни один признак, оценивающий интеллект, в автостереотипе китайских женщин не стереотипизирован.

Довольно много признаков (8) включает также стереотипный образ китайских мужчин: китайские женщины считают мужчин своего этноса добрыми, щедрыми, трудолюбивыми, активными, уверенными, общительными, целеустремленными и креативными. Интересно, что только три из всех признаков, приписанных рассматриваемой группой респондентов китайским женщинам и китайским мужчинам, совпали; это признаки «добрые», «щедрые» и «трудолюбивые». Возможно, именно эти признаки лежат в основе восприятия китайцев в целом женщинами этого этноса. Все остальные признаки дополняют друг друга, предполагая разные социальные роли и модели поведения женщин и мужчин в социуме: быть вежливыми, гостеприимными и скромными для женщин и активными, уверенными, целеустремленными, креативными для мужчин. Отметим, что стереотип китайских мужчин включает один

из признаков интеллекта – креативность; все остальные признаки – это признаки, описывающие характер.

Русские женщины воспринимаются китайскими женщинами как красивые, высокие, чистые, аккуратные, открытые, щедрые. Из шести стереотипизированных признаков четыре относятся к внешности и два – к характеру.

Что касается восприятия русских мужчин, то можно сказать, что у китайских женщин нет сформированного стереотипа относительно этой группы: всего один признак внешности «высокие» не может служить основой для устойчивого стереотипа.

Таким образом, анализ стереотипов этногендерных групп у китайских женщин показывает, что при формировании стереотипа китайские женщины в основном опираются на признаки характера, затем внешности, при этом признаки внешности активнее в стереотипах женщин. Наиболее детализированным является автостереотип; меньше признаков включает стереотип противопоставленной гендерной группы внутри своего этноса; еще меньше – группы, совпадающей по гендеру, но противопоставленной по этносу; для группы, противопоставленной по обоим признакам – этносу и гендеру – стереотип не сформирован.

3.3.2. Оценки разных этногендерных групп китайскими мужчинами

Стереотипные представления китайских мужчин о рассматриваемых этногендерных группах представлены в таблице 32. Как видно из таблицы, признаков, формирующих стереотипные образы китайцев, у китайских мужчин оказалось меньше, чем у китайских женщин (по 5). Это говорит о меньшей детализированности стереотипов и их большей обобщенности.

Автостереотип китайских мужчин формируется признаками «добрые», «гостеприимные», «трудолюбивые», «скромные» и «общительные», т. е. в основе автостереотипа лежат признаки, описывающие характер. Три из этих признаков («добрые», «трудолюбивые», «общительные») совпадают с признаками, отмеченными китайскими женщинами, однако два других («скромные»

и «гостеприимные») китайские женщины приписывали не мужчинам, а себе. В отличие от китайских женщин, китайские мужчины не видят себя ни активными, ни целеустремленными, ни креативными, зато, так же как и китайские женщины, видят себя ответственными за прием гостей в доме.

Таблица 32

**Стереотипы восприятия разных этногендерных групп
китайскими мужчинами**

Оцениваемая группа			
Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
красивые чистые аккуратные добрые общительные	добрые гостеприимные трудолюбивые скромные общительные	красивые высокие чистые открытые грамотные	высокие открытые общительные

Китайские женщины, с точки зрения китайских мужчин, являются красивыми, чистыми, аккуратными, добрыми и общительными. Три из пяти стереотипизированных признака описывают внешность, два – характер китайских женщин. При этом четыре признака (три признака внешности и один характера – «добрые») совпали с автостереотипом китайских женщин, но другие признаки характера, включенные в автостереотип женщин, остались вне гетеростереотипа китайских мужчин относительно китайских женщин.

Общими признаками китайских женщин и мужчин в восприятии китайских мужчин оказались только два – доброта и общительность. Если сравнить с признаками, которые были общими в авто- и гетеростереотипах китайских женщин, то только один признак называется всеми группами китайцев для всех групп китайцев – доброта.

Стереотипными признаками русских женщин в глазах китайских мужчин оказались «красивые», «высокие», «чистые», «открытые», «грамотные». Стереотип включает три признака внешности, один – характера и один – интеллекта. Четыре из пяти признаков совпали со стереотипными признаками, названными китайскими женщинами для русских женщин, т. е. в целом стереотипы китайских женщин и мужчин относительно русских женщин довольно похожи.

В восприятии китайских мужчин русские мужчины выглядят как высокие, открытые и общительные. Этот образ подробнее, чем у китайских женщин, однако также является весьма обобщенным, недетализированным.

Общими признаками русских (и мужчин, и женщин) с точки зрения китайских мужчин являются высокий рост и открытость.

В целом анализ стереотипных признаков этногендерных групп в восприятии китайских мужчин показал, что автостереотип китайских мужчин не является более детальным на фоне гетеростереотипов. Китайские мужчины, так же как и китайские женщины, строят стереотип, в основном используя признаки характера для мужчин и признаки внешности – для женщин. Признак интеллекта актуализирован только один раз в стереотипе группы, противопоставленной как по гендеру, так и по этносу.

3.3.3. Оценки разных этногендерных групп русскими женщинами

Стереотипы русских женщин по отношению к группам женщин являются наиболее подробными и детализированными (см. табл. 33).

Как видим, автостереотип русских женщин включает 14 признаков, из которых три относятся к внешности («красивые», «чистые», «аккуратные»), 6 – к характеру («добрые», «открытые», «гостеприимные», «трудолюбивые», «общительные», «целеустремленные») и 5 – к интеллекту («здравомыслящие», «умные», «грамотные», «понятливые», «креативные»). Это самый детализированный стереотип из всех представленных, он включает более половины всех рассмотренных признаков, что говорит о высокой степени согласия русских женщин относительно многих своих качеств.

Стереотипы китайских женщин также включают большое количество признаков – 12, три из которых описывают внешность, 5 – характер и 4 – интеллект. Русские женщины считают китайских женщин красивыми, чистыми, аккуратными, добрыми, вежливыми, гостеприимными, трудолюбивыми, улыбчивыми, здравомыслящими, умными, грамотными, понятливыми. В целом автостереотип русских женщин очень похож на их стереотип китайских женщин: 10 признаков являются общими.

**Стереотипы восприятия разных этногендерных групп
русскими женщинами**

Оцениваемая группа			
Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
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

Представления русских женщин о русских мужчинах, как и у китайцев, недетализированны: они основаны всего на двух признаках – по одному признаку внешности и характера. Русские женщины считают русских мужчин высокими и уверенными. Таким образом, нет ни одного общего признака, который русские женщины приписывали бы себе и русским мужчинам.

Стереотипные представления о китайских мужчинах у русских женщин более детальны и основываются на семи признаках: трех признаках, описывающих характер («добрые», «вежливые», «трудолюбивые»), и четырех признаках, описывающих интеллект («здоровымыслящие», «умные», «грамотные», «понятливые»). В стереотипах русских женщин относительно китайских женщин и китайских мужчин общими являются все семь признаков, включенные в стереотип относительно мужчин, т. е. женский стереотип отличается от мужского только большим количеством признаков.

Таким образом, у русских женщин сформированы наиболее детализированные стереотипы относительно женщин, в первую очередь русских (авто-стереотип), но также и китайских; довольно много признаков включает стереотип китайских мужчин – группы, противопоставленной как по гендеру, так и по этносу; стереотип русских мужчин наименее проработан. Кроме того,

важно отметить, что русские женщины, в отличие от групп китайских респондентов, при формировании стереотипов активно опираются на признаки, описывающие интеллект.

3.3.4. Оценки разных этногендерных групп русскими мужчинами

В таблице 34 представлены стереотипные признаки этногендерных групп по результатам оценок русских мужчин.

Таблица 34

Стереотипы восприятия разных этногендерных групп русскими мужчинами

Оцениваемая группа			
Китайские женщины	Китайские мужчины	Русские женщины	Русские мужчины
красивые аккуратные гостеприимные трудолюбивые улыбчивые креативные	щедрые трудолюбивые целеустремленные	красивые чистые гостеприимные активные уверенные улыбчивые креативные	красивые понятливые уверенные

Как видно из табл. 34, автостереотип русских мужчин не отличается детальным описанием; они стереотипно оценивают себя только тремя признаками, включающими один признак внешности («красивые»), один – характера («уверенные») и один – интеллекта («понятливые»). Только один признак оказывается общим со стереотипом русских мужчин в восприятии русских женщин – это признак «уверенные».

Так же лаконично русские мужчины описывают китайских мужчин, приписывая им следующие три признака: «щедрые», «трудолюбивые», «целеустремленные» (все три признака описывают характер).

Стереотипы женщин у русских мужчин более проработаны. Так, стереотип русских женщин включает семь признаков: «красивые», «чистые», «гостеприимные», «активные», «уверенные», «улыбчивые», «креативные» (два признака внешности, четыре – характера, один – интеллекта). Русские мужчины видят русских женщин, в отличие от самих себя, способными на решительные

активные действия, но женщины видят себя более интеллектуальными, чем их оценивают русские мужчины. Два признака являются общими у русских мужчин и женщин в восприятии мужчин – красота и уверенность.

Китайские женщины оцениваются русскими мужчинами как красивые, аккуратные, гостеприимные, трудолюбивые, улыбчивые, креативные (два признака внешности, три – характера, один – интеллекта). Стереотипы русских и китайских женщин у русских мужчин отличаются только тем, что русские женщины представляются им более активными и уверенными, а китайские – более трудолюбивыми.

В целом можно отметить большую проработанность стереотипов женщин (как русских, так и китайских) на фоне стереотипов мужчин (включая автостереотип) у русских мужчин. Русским мужчинам характерна опора на все признаки (внешности, характера и интеллекта) при оценке этногендерных групп. Исключение составляет только группа китайских мужчин, стереотипные представления о которых у русских мужчин основывались только на признаках характера.

3.3.5. Сопоставление распределений оценок разных групп респондентов

В предыдущей части были рассмотрены только стереотипные признаки, однако интерес вызывает сходство/различие полных распределений оценок признаков, полученных от разных групп респондентов. Сопоставление распределений оценок проводилось с помощью коэффициента ранговой корреляции Спирмена (чем выше значение коэффициента корреляции, тем больше сходство распределений).

В таблице 35 представлены коэффициенты корреляции для распределений самооценок этногендерной группы и гетерооценок этой группы другими группами. Как видно, в большинстве случаев распределения самооценок группы и оценок этой же группы другими группами довольно похожи. Так, между самооценкой китайских женщин и их оценкой русскими женщинами

наблюдается очень высокий уровень корреляции распределений (0,81); между автооценкой китайских женщин и их оценкой китайскими мужчинами – высокий (0,71). Это говорит о том, что внутри гендерной или этнической группы автооценка и гетерооценка китайских женщин почти одинаковы. Если группы противопоставлены по обоим признакам, то схожесть оценок снижается: корреляция распределений автооценок китайских женщин и их оценок русскими мужчинами средняя (0,6) и наименьшая для этой этногендерной группы.

Таблица 35

Коэффициенты корреляции распределений авто- и гетерооценок этногендерных групп

Оцениваемая группа		Оценивающая 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	

На автооценку китайских мужчин в наибольшей степени похожа их оценка китайскими женщинами (0,7). Оценки русских на автооценку китайских мужчин похожи меньше: корреляции между распределениями оценок средние, при чем у мужчин ниже (0,56), чем у женщин (0,64). Таким образом, при оценке китайских мужчин большую солидарность между собой показывают китайцы, а гендерный фактор как фактор солидарности не срабатывает.

Аналогичную картину наблюдаем при оценке русских женщин: наибольшую схожесть имеют распределения их автооценок и оценок этой группы русскими мужчинами (высокая корреляция – 0,7); распределения оценок русских женщин китайскими респондентами меньше похожи на автооценки русских женщин (корреляции средние: 0,45 – с оценками китайских женщин, 0,51 – с оценками китайских мужчин).

Так же, как и в случае с китайскими мужчинами и русскими женщинами, ответы русских мужчин о самих себе более всего совпадают с ответами о них русских женщин, т. е. высокая корреляция распределений оценок (0,87) проявляется внутри этнической группы. Наименьшая корреляция распределений

(0,36) наблюдается в случае, когда и этнический и гендерный факторы расходятся – при сравнении распределений автооценок русских мужчин и их оценок китайскими женщинами.

Таким образом, проведенный статистический анализ сходства распределений авто- и гетерооценок этногендерных групп показал, что этнический фактор играет большую роль при совпадении распределений оценок, чем гендерный. Однако для одной группы – русских женщин – гендерный фактор также оказался очень важным.

Интересно также посмотреть, насколько совпадают автооценки этногендерных групп (см. табл. 36), т. е. насколько одинаково смотрят на себя разные группы. Наиболее близкими оказываются распределения автооценок китайских женщин и мужчин (0,66), далее следуют распределения автооценок китайских и русских женщин (0,54). Корреляция между распределениями автооценок русских женщин и автооценок мужчин, как русских, так и китайских, средняя и практически одинаковая (0,46 и 0,44). Отсутствие корреляции наблюдается между распределениями автооценок русских мужчин и китайских мужчин (0,09) и женщин (-0,14).

Таблица 36

Коэффициенты корреляции распределений автооценок 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

Таким образом, этнический фактор оказывается ведущим при формировании автостереотипов для китайцев, а гендерный для русских женщин.

Вышесказанное позволило сделать следующие выводы:

При оценке разных этногендерных групп женщины дают больше стереотипных реакций, чем мужчины, что говорит о большей солидарности женщин. Больше количество стереотипизированных признаков этногендерных групп

у женщин, возможно, указывает на их большую ориентацию на социальный опыт при решении когнитивных задач. В то же время и сами стереотипы относительно женщин являются более проработанными и включают большее количество признаков, чем стереотипы относительно мужчин. Таким образом, можно видеть, что и само поведение женщин при оценке групп, и стереотипы женщин на фоне мужчин, свидетельствуют о большей склонности женщин к социальной стереотипизации и в том случае, когда они являются субъектом этого процесса, и в том – когда они являются его объектом. Мужчины, напротив, в меньшей степени подвержены стереотипному восприятию и в то же время сами смотрят на социальные группы более разобщенно, индивидуально.

Полученные результаты интересно рассмотреть и с точки зрения варьирования авто- и гетеростереотипов. Вопреки утверждениям психологов об автофаворитизме социальных групп, автостереотипы в нашем исследовании не всегда получились более детальными. Так, автостереотипы мужчин содержат меньшее количество признаков, чем гетеростереотипы женщин относительно мужчин вне зависимости от этноса.

Любопытен и характер признаков, которыми стереотипно описываются разные этногендерные группы и которые преимущественно используются разными группами для оценки. Так, признаки внешности в основном стереотипизируются по отношению к женщинам, при оценке мужчин они встречаются в единичных случаях, что говорит о большей степени социальных ожиданий к внешности женщин. Китайские участники эксперимента оценивают этногендерные группы в основном по признакам внешности, в первую очередь, характера; при этом наблюдается разница в опоре на признаки внешности, которые более актуальны для стереотипов, сформированных у китайских мужчин при оценке женщин. Для русских женщин важными составляющими стереотипа являются признаки интеллекта.

Группой, при оценке которой почти не было выявлено устойчивых стереотипов, оказались русские мужчины: количество стереотипных признаков,

приписываемых им другими этногендерными группами, один – два; наибольшее количество стереотипных признаков было получено при автооценке, но это число также мало – три. Таким образом, образ русских мужчин плохо стереотипизируется. Это может быть связано как с разным социальным опытом информантов при общении с русскими мужчинами, так и с высокой неоднородностью данной социальной группы.

В целом исследование показало, что наблюдается сложный характер взаимодействия этнического и гендерного факторов при кросс-групповой оценке этногендерных групп. 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, однако, женщины показали большую солидарность в оценках с китайскими женщинами, что говорит о ведущем характере гендерного фактора в данном случае.

3.4. Выводы

На основе рассмотрения структур авто- и гетеростереотипов разных этногендерных групп, выявления зависимости этнических гетеростереотипов от факторов «пребывание в стране» и «изучения языка», а также анализа медиан оценок, поставленных информантами своей группе и другим этногендерным группам, можно сделать следующие выводы.

1. По сравнению с мужчинами информанты-женщины дают больше стереотипных реакций при оценке образов разных этногендерных групп, что демонстрирует их ориентацию на устоявшиеся социально разделяемые представления. В то же время стереотипы относительно женщин более яркие, чем стереотипы относительно мужчин. Таким образом, само поведение женщин при оценке групп и стереотипы мужчин о женщинах, свидетельствуют о большей склонности женщин к социальной стереотипизации и в том случае, когда они являются субъектом этого процесса, и в том, когда они являются его объектом. Мужчины, наоборот, в меньшей степени подвергаются стереотипному

восприятию и в то же время сами смотрят на социальные группы более разоб-
щенно, индивидуально.

2. При оценке образов разных рассматриваемых групп частота актуализации стереотипных признаков у китайцев значительно выше, чем у русских, т. е. стереотипы, сформированные в представлениях китайцев более яркие. Это показывает, что китайцы более стереотипно воспринимают не только себя, но и других.

3. Рассматривая варьирование авто- и гетеростереотипов, видно, что автостереотипы в данном исследовании не всегда получились более детальными. Так, в целом автостереотипы мужчин включают меньшее количество признаков, чем гетеростереотипы женщин относительно мужчин вне зависимости от этноса.

4. Признаки внешности в целом чаще актуализированы в ответах информантов о женщинах, что говорит о большей степени социальных ожиданий относительно внешности женщин. В отличие от оценок, поставленных в биполярных шкалах, где мужчинам редко приписывали признаки внешности, при описании внешности мужчин объем реакций не мал. Подчеркнем, что китайские информанты (китайские мужчины в том числе) довольно часто приписывали китайским мужчинам признак «красота», и нередко приписывали данный признак русским мужчинам.

5. Анализ медиан оценок, полученных при работе информантов с биполярными шкалами, показывает, что, описывая образ человека, китайские и русские информанты довольно часто опираются на признаки характера. Однако в конкретных описаниях образов китайцев и русских характер весьма слабо стереотипизирован – у подавляющего большинства оценивающих групп отсутствует ядро стереотипа относительно характера.

6. Небольшое количество устойчивых признаков, приписываемых русским мужчинам самими русскими мужчинами и другими группами, свидетельствует, что образ русских мужчин плохо стереотипизируется в представ-

лениях всех оценивающих групп. Кроме этого, наибольшая доля отрицательных реакций, данных информантами в анкетировании при оценке русских мужчин, демонстрирует наиболее негативное восприятие их образа всеми группами участников эксперимента.

7. Проведенное исследование показало, что при кросс-групповой оценке этногендерных групп взаимодействие этнического и гендерного факторов носит сложный характер. По приписываемым стереотипным признакам в анкетировании и оценкам, поставленным в биполярных шкалах, видно, что этнический фактор играет более важную роль для китайских респондентов, т. е. представления китайских женщин и мужчин относительно образов разных этногендерных групп оказались довольно близкими и противопоставленными представлениям русских. В свободном описании образов рассматриваемых групп ни этнический, ни гендерный факторы не срабатывают при восприятии русскими себя и других групп, так как структуры автостереотипов и гетеростереотипов русских (как женщин, так и мужчин) не совпадают, при этом их оценки разных гендерных группах китайцев также отличаются. Однако при шкалировании русские женщины показали большую солидарность в оценках с китайскими женщинами, что говорит о ведущем характере гендерного фактора в данном случае.

8. Анализ взаимодействия гендерных и этнических факторов на формирование стереотипных представлений относительно образов китайцев и русских показывает, что при описании разных аспектов образов эффект ингруппового фаворитизма по-разному работает в отношении гендерных и этнических групп.

9. Рассмотрение факторов «изучение языка» и «пребывание в стране», взаимодействующих с этническим фактором, демонстрирует, что фактор «изучение языка» оказался более важен для русских респондентов: изучение китайского языка без посещения Китая усиливает степень детализации стереотипов и яркости стереотипных признаков. Фактор «пребывание в стране» по-разному действует при восприятии китайцами разных сторон образов русских,

однако он стабильно работает при оценке образов китайцев русскими информантами: пребывание в Китае размывает стереотипы, сформированные относительно китайцев в представлениях русских на основе изучения китайского языка.

10. 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.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей работе проведено исследование структур этногендерных стереотипов, функционирующих в представлениях китайских и русских женщин и мужчин, а также выявлена зависимость структур данных стереотипов от этноса и гендера респондентной группы и факторов «изучение языка» и «пребывание в стране».

После того как У. Липпман в 20-х гг. прошлого века ввел термин «стереотип» как научный, многие исследователи интерпретировали его с точки зрения своей научной области и изучали разные аспекты стереотипа: природу и сущность, механизмы формирования, влияние стереотипов на поведение людей, соотношение индивидуального и социального в стереотипах и т. д. В том числе рассматривались разновидности стереотипов, выделяемые по разным критериям, в частности авто- и гетеростереотипы, этнические и гендерные стереотипы и т. п.

В связи с тем что гендерный концепт специфичен в когнитивном и языковом сознании представителей каждой отдельной культуры, было разработано новое научное понятие «этногендер», под которым понимается этническая специфичность социокультурного проявления пола. Этногендерные исследования, в частности изучения этногендерных стереотипов, оказываются интересной и перспективной темой в современных гендерных исследованиях. Этногендерные стереотипы, понимаемые как устойчивые и эмоционально окрашенные представления мужчин и женщин в рамках китайской и русской культур, стали предметом настоящего исследования.

На основе отношения к своей и чужой группам выделяются авто- и гетеростереотипы. Первые являются представлениями какой-либо социальной группы о самой себе, вторые – оценочными взглядами социальной группы о других группах. Важную роль при изучении авто-и гетеростереотипов играет явление «ингруппового фаворитизма», которое подразумевает более положительную окраску и детализированность автостереотипа на фоне гетеростереотипа.

В целях выявления авто- и гетеростереотипов китайских и русских женщин и мужчин было проведено 2 кросс-групповых социопсихолингвистических эксперимента: 1) в первом респондентам (китайским женщинам, китайским мужчинам, русским женщинам и русским мужчинам) было предложено описать внешность, характер и интеллект своей группы и других этногендерных групп; 2) во втором те же этногендерные группы участвовали в шкалировании признаков внешности, характера и интеллекта всех указанных групп с помощью метода семантического дифференциала.

Внешность была выбрана как объект оценки в связи с тем, что она является социально-историческим и культурным стереотипизированным образом, в котором отражается историческое развитие социальной группы. Внешность также служит средством национальной идентификации, с помощью которого человек идентифицирует себя как представителя этнической общности и различает представителей одного этноса от другого. Кроме этого, у разных этносов собственные эталоны внешности. Изучение внешности как элемента образа позволяет выявить эталоны внешности у китайцев и русских.

Черты характера понимают как психологические признаки человека, регулирующие его поведение в типичных обстоятельствах. Их формирование зависит от референтной для человека социальной группы. Характер обладает стабильностью, целостностью и стереотипностью и влияет на оценку человека другими людьми. Кроме того, существуют культурные нормы относительно определенных черт характера, которые отражаются и на поведении.

Под интеллектом понимается умственная деятельность, нацеленная на сознательную адаптацию к окружающей среде и ее преобразованию. В сознании каждого человека существуют определенные представления об интеллекте и, соответственно, сформированы разные образы интеллектуального человека. Представления об интеллекте определенных социальных групп являются предметом изучения в имплицитных теориях интеллекта.

В проведенном в настоящей работе исследовании, кроме этнического и гендерного факторов, положенных в основу выборки опрашиваемых информантов,

также учитывались факторы «изучение языка» и «пребывание в стране». Мы полагаем, что человек, изучающий иностранный язык, приобретает больше знаний о стране изучаемого языка, ее культуре и жителях, поэтому данный фактор может оказывать влияние на формирование социальных стереотипов. После пребывания в стране и личных контактов с носителями языка, стереотипы, заложенные в сознании человека, могут измениться.

В результате проведенного кросс-группового исследования с четырьмя этногендерными группами были смоделированы структуры авто- и гетеростереотипов данных этногендерных групп относительно их внешности, характера и интеллекта. Структура стереотипа рассматривается в работе в рамках теории поля. Она представлена как набор признаков, приписываемых социальной группой оцениваемому объекту: в ядро и предъядерную зону стереотипа включаются наиболее частотные признаки, формирующие стереотипные представления, а в периферию объединены редко упомянутые признаки, отражающие индивидуальны (нестереотипные) представления. Структура стереотипа характеризуются такими свойствами, как яркость и детализированность. Яркость понимается как степень выраженности признаков в структуре стереотипа (чем больше частота признака, тем выше его стереотипность, яркость). Детализированность стереотипа – это количество признаков, входящих в его структуру (чем больше признаков стереотипизировано, тем выше детализированность стереотипа).

В целом полученные в ходе экспериментов данные позволяют заключить, что структуры этногендерных стереотипов и внутренние иерархии признаков в них у каждой оценивающей группы разные; наборы и иерархия признаков стереотипов, сформированных в представлениях разных групп информантов, варьируют под влиянием социальных факторов, учтенных в экспериментах: гендера, этноса и опыта контакта с культурой. Результатом этого варьирования является формирование различающихся авто- и гетеростереотипов у разных социальных групп. Например, образ китайских женщин является наиболее стереотипизированным, образ русских мужчин, напротив, является

самым размытым, включающим только отдельные стереотипные признаки. При этом, несмотря на сложившееся у исследователей стереотипов мнение о том, что автостереотипы по содержанию оказываются более разнообразными и комплексными на фоне гетеростереотипов [Солдатова 1998: 74], в нашем исследовании оказалось, что автостереотипы не всегда более детальны и имеют более четкое ядро. Так, автостереотипы информантов-мужчин, особенно русских мужчин, менее детализированы, чем гетеростереотипы китайских и русских женщин об образах мужчин.

Необходимо отметить, что в целом и авто- и гетеростереотипы оказались в данном исследовании положительными. Ответы информантов включали небольшое количество отрицательных характеристик, а оценки по шкалам вообще не содержали отрицательных ответов (все реакции информантов лежали либо в нейтральной, либо в положительной области). Самым положительным, на фоне образов всех остальных оцениваемых групп, оказался образ китайских женщин, а самым негативным – образ русских мужчин.

Анализ материалов анкетирования показал, что внешность, как важный важный элемент образа человека, оценивается воспринимающими более положительно и стереотипизируется в большей степени, чем характер и интеллект. Так, при описании внешности частота стереотипных признаков гораздо выше, чем при описании характера и интеллекта, а количество отрицательных реакций – ниже.

Китайцы более стереотипно воспринимают все оцениваемые группы, чем русские: яркость стереотипных признаков у китайцев значительно выше, чем у русских, т. е. стереотип разделяется большим количеством информантов.

По сравнению с мужчинами, информанты-женщины дают больше стереотипных реакций при оценке разных этногендерных групп (т. е. их стереотипы более детализированы), что демонстрирует их ориентацию на устоявшиеся социально-разделяемые представления. В то же время стереотипные образы женщин являются более яркими и детальными, чем образы мужчин. Поэтому можно сказать, что женщины (вне зависимости от этноса), во-первых,

в большей степени подвергаются стереотипному восприятию, во-вторых, сами женщины смотрят на социальные группы более стереотипно, чем информанты-мужчины.

При описании образов этногендерных групп китайские и русские информанты в разной степени опираются на различные признаки. В целом китайцы описывают свой образ и образ русских с опорой на признаки внешности «красота», «стройность» и «рост» (по частоте проявления), а также на признаки интеллекта «ум», «сообразительность» и «талант». Оценивая свой образ и образ китайцев, русские уделяют внимание признакам внешности «рост», «волосы», «стройность», «красота», и признакам интеллекта «сообразительность», «ум», «здоровомыслие» и «образованность». Заметно, что и набор и частотный ранг признаков различны. Признаки характера слабо актуализированы как у китайцев, так и у русских.

Анализ взаимодействия гендерного и этнического факторов при формирование стереотипных представлений относительно образов китайцев и русских показывает, что это взаимодействие носит сложный характер. Это, в частности, проявляется при анализе эффекта ингруппового фаворитизма: в целом все группы воспринимают себя положительно, однако в иерархии «своего» факторы «этнос» и «гендер» могут меняться местами. Например, при описании характера китайских женщин ингрупповой фаворитизм проявляется внутри гендерных групп (все женщины описывают характер китайских женщин более положительно, чем мужчины), а при оценке интеллекта китайских женщин – внутри этнических групп (все китайцы описывают интеллект китайских женщин более положительно, чем русские). Однако при описании образа русских мужчин всеми оценивающими группами, в том числе самими русскими мужчинами, не свойствен ингрупповой фаворитизм ни по этническому, ни по гендерному факторам.

В целом этнический фактор оказывается более значимым для китайцев, т. е. представления китайских женщин и мужчин относительно образов разных этногендерных групп похожи и сильно отличаются от представлений русских.

При описании русскими своего образа и образов китайских групп не срабатывают ни этнический, ни гендерный факторы: структуры авто- и гетеростереотипов русских не совпадают, при этом их оценки о разных гендерных группах китайцев также отличаются. Однако эксперимент по шкалированию признаков показывает, что в данном случае представления русских женщин зависят от гендерного фактора больше, чем от этнического: их ответы более похожи на ответы китайских женщин, чем на ответы русских мужчин.

Изучение структур гетеростереотипов китайских и русских групп с учетом контакта с культурой (непосредственный, опосредованный или отсутствие контакта) демонстрирует, что 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: при оценке внешности стереотип становится более детализированным, а при оценке интеллекта – размывается, а стереотип характера русских при посещении России китайцами меняется на уровне состава признаков.

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 в целом, что свидетельствует о достоверности полученных выводов.

Таким образом, изучение стереотипов при взаимодействии нескольких социальных параметров демонстрирует интересные результаты, которые не всегда совпадают с результатами, полученными при изучении стереотипизации

в группах, образованных одним социальным фактором. Результаты данного исследования свидетельствуют о том, что в каждом конкретном случае при 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.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аврорин В.А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (к вопросу о предмете социолингвистики). Л.: Наука, 1975. 276 с.
2. Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопросы психологии. 1986. № 1. С. 95–101.
3. Агеев В.С. Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов // Вопросы психологии. 1987. № 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/lib/stereotype7.htm> (дата обращения: 01.04.2022).
4. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М.: Изд-во МГУ, 1990. 240 с.
5. Агибалов А.К. Вероятностная организация внутреннего лексикона человека: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1995. 18 с.
6. Адорно Т. Исследование авторитарной личности. М.: Серебряные нити, 2001. 416 с.
7. Акимова М.К. Интеллект как динамичный компонент в структуре способностей: дис. ... д-ра психол. наук. М., 1999. 387 с.
8. Арутюнов С.А. Этнонимы // Вопросы языкознания. 1971. Вып. 4. С. 130–133.
9. Арутюнян Ю.В. и др. Этносоциология: цели, методы и некоторые результаты исследований / Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М., Кондратьев В.С., Сусоколов А.А. М.: Наука, 1984. 255 с.
10. Архипова А.С. Что общего между чукчей и чебурашкой? Этюд по фольклористической ономастике // От... и до...: юбилейный альманах в честь 60-летия Е.В. Душечкиной и А.Ф. Белоусова. СПб.: Бельведер, 2006. С. 77–86.
11. Баранова Т.С. Психосемантические методы в социологии. Социология: 4М. 1994. № 3–4. С. 55–64.
12. Бартминьский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике / перевод с польск. М.: Индрик, 2005. 288 с.

13. Беликов В.И., Крысин Л.П. Социолингвистика. М.: Российск. гос. гума- нит. ун-т., 2001. 439 с.
14. Белова О.В. Этнокультурные стереотипы в славянской народной тради- ции. М.: Индрик, 2005. 288 с.
15. Белоусов К.И., Ерофеева Е.В. Семантические модели актуальных пред- ставлений о России (на материале психолингвистических экспериментов разных типов) // Политическая лингвистика. 2015. № 3(53). С. 80–90.
16. Белянин В.П. Психолингвистика. М.: Флинта: Московский психолого-со- циальный институт, 2004. 232 с.
17. Бендас Т.В. Гендерная психология. СПб.: Питер, 2006. 431 с.
18. Березович Е.Л., Гулик Д.П. Ономасиологический портрет «человека эт- нического»: принципы построения и интерпретации // Встречи этниче- ских культур в зеркале языка в сопоставительном лингвокультурологиче- ском аспекте. М.: Наука. 2002. С. 232–253.
19. Берн Ш. Гендерная психология. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. 318 с.
20. Богуславский В.М. Оценка внешности человека. М: АСТ, 2004. С. 8–22.
21. Бондалетов В.Д. Социальная лингвистика. М.: Просвещение, 1987. 159 с.
22. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М.: Наука, 1983. 412 с.
23. Буряковская В.А. Признак этничности в семантике языка: на материале русского и английского языков: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 209 с.
24. Вань Минь. Гендерные стереотипы в языковом сознании носителей ки- тайского языка (при сопоставлении с данными носителей русского языка): дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2018. 228 с.
25. Васильева Т.Е. Стереотипы в общественном сознании (социально- фило- софские аспекты): научно-аналитический обзор. М.: Изд-во ИНИОН, 1988. 41 с.
26. Вахтин Н.Б., Головки Е.В. Социолингвистика и социология языка. СПб.: ИЦ «Гуманитарная академия», 2004. 336 с.

27. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Программы-консультанты: 446 примеров, 200 учебных задач и 21 практическое приложение. СПб.: ТРИЗ-ШАНС: Бизнес-пресса, 2007. 406 с.
28. Воронина О.А. Гендерные перспективы философской антропологии // Новый взгляд. 2015. № 9. С. 198–216.
29. Гаранович М.В. Вариативность гендерных стереотипов в зависимости от социальных параметров говорящих: дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2011. 272 с.
30. Гаранович М.В. Социолингвистическое варьирование гендерных стереотипов в языковом сознании русских / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2020. 228 с.
31. Гаранович М.В., Цзян Яньян. Представления о семейных отношениях в языковом сознании русских и китайцев // Социо- и психолингвистические исследования. 2018. Вып. 6. С. 62–70.
32. Гасанов И.Б. Национальные стереотипы и «образ врага». М., 1994. 258 с.
33. Гасица Н.А. Ассоциативная структура значения слова в онтогенезе: дис. ... канд. филол. наук. М., 1990. 184 с.
34. Гендерные аспекты языка, сознания и коммуникации / науч. ред. А.В. Кирилина, М.В. Гаранович. М.: Издательский Дом ЯСК, 2022. 400 с.
35. Гладких С.В. Этнические стереотипы и проблемы межкультурного общения // Этнические проблемы современности / отв. ред. В.А. Шаповалов. Ставрополь: Изд-во Ставроп. гос. ун-та, 1999. Вып. 5. С. 57–65.
36. Гладких С.В. Этнические стереотипы как феномен духовной культуры: дис. ... канд. философ. наук. Ставрополь, 2001. 154 с.
37. Глазанова Е.В. Гендерные представления о внешности и характере в русской языковой картине мира (экспериментальное исследование) // Русский язык в языковом и культурном пространстве Европы и мира: Человек. Сознание. Коммуникация. Интернет: материалы IV Междунар. науч. конф. Варшава, 2008. С. 63.

38. Голубовская Е.А., Бутылов Н.В., Хорохорина Г.А. Изучение степени воздействия разных способов экспликации этнических стереотипов в рамках образовательного процесса // Интеграция образования. 2018. Т. 22, № 2(91). С. 290–310.
39. Горошко Е.И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1996. 22 с.
40. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Харьков; Москва: РА–Каравелла, 2001. 320 с.
41. Горшунова Е.Ю. Этнические стереотипы англоговорящего социума и их вербализация в американской лингвокультуре: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2009. 207 с.
42. Григорьева М.Н. Особенности образа Я учителя как одного из компонентов Я-концепции // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 01. С. 349–354.
43. Гриценко Е.С. О современных тенденциях в лингвистическом изучении гендера, его концептуализации и репрезентации (на материале английского языка) // Вопросы психолингвистики. № 3(49). 2021. С. 60–73.
44. Грищенко А.И., Николина Н.А. Экспрессивные этнонимы как приметы языка вражды // Труды Уральского МИОНа. Вып. 20: Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. С. 175–187.
45. Дежина Т.П. Трансформация гендерных стереотипов в семейных практиках жителей Дальнего Востока: дис. ... канд. социол. наук. Хабаровск, 2007. 184 с.
46. Демьянков В.З. Стереотип // Кубрякова Е.С. и др. Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г.; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. С. 177–179.

47. Дмитриева Л.Г. Гендерные стереотипы успешной работы на (примере сотрудников промышленного предприятия) // Образование и наука. 2006. № 6(42). С. 101–108.
48. Донец П.Н. К типологии стереотипов // Социальная власть языка / отв. ред. Л.И. Гришаева. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. С. 183–188.
49. Дубровский Д.И., Черношвитов Е.В. Характер // Большая Медицинская Энциклопедия: 3-е изд. / под ред. Б.В. Петровского. [Электронный ресурс]. URL: <https://бмэ.орг/index.php/ХАРАКТЕР> (дата обращения: 19.04.2022).
50. Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. СПб.: КАРО, 2005. 352 с.
51. Ерофеева Е.В. Вероятностная структура идиомов: социолингвистический аспект. Пермь: Изд-во Перм. гос. ун-та, 2005. 320 с.
52. Ерофеева Е.В. Несоциологическое исследование социальных идентичностей и ценностей: теоретическое обоснование, методы исследования, язык / Социо- и психолингвистические исследования. 2014. Вып. 2. С. 90–102.
53. 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
54. Ерофеева Т.И. Современная городская речь / Перм. ун-т; Прикамский соц. ин-т; Прикам. соц.-гум. колледж. Пермь, 2004. 316 с.
55. Ерофеева Т.И. Языковая единица в гендерном рассмотрении // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2008. Вып. 19, № 9(110). С. 35–39.
56. Ерофеева Т.И. Частная модель по гендеру в общей модели городского социолекта // Психолингвистика в XXI веке: результаты, проблемы, перспективы: тез. докл. XVI междунар. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М.: Эйдос, 2009. С. 361.

57. Ерофеева Т.И., Глазова К.М. Нарратив в социолингвистическом исследовании // Дискурс, концепт, жанр (Серия «Язык и дискурс», вып. 1) / отв. ред. М.Ю. Олешков: Нижнетагил. гос. соц.-пед. академия. Нижний Тагил, 2009. Вып. 1. С. 344–365.
58. Жельвис В.И. Инвектива: Этнические стереотипы поведения. Л.: Наука, 1985. С. 296–320.
59. Жерновая О.Р. Этнокультурные стереотипы ирландцев в современных английских «антиирландских» шутках и анекдотах // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. 2011. № 15. С. 40–49.
60. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. М.: Изд-во Рос. гос. гум. ун-та, 1999. 382 с.
61. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды М.: Гнозис, 2005. 543 с.
62. Здравомыслов А.Г. Россия и русские в современном немецком самосознании // Общественные науки и современность. 2001. № 4. С. 103–112.
63. Золотова Н.О. Ядро ментального лексикона человека как естественный метаязык: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Тюмень, 2007. 44 с.
64. Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Гнозис, 2002. 333 с.
65. Караулов Ю.Н. От структуры ассоциативного словаря к структуре языковой способности // Вестник Российского университета дружбы народов. Филология. Журналистика. 1994. № 1. С. 15–26.
66. Караулов Ю.Н. Ассоциативный анализ: новый подход к интерпретации художественного текста // Матер. IX Конгресса МАПРЯЛ. Братислава, 1996. С. 151–186.
67. Квастхофф У. Социальный предрассудок и коммуникация – лингвистический анализ стереотипов // От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности» / сост. А.В. Павлова. СПб.: Антология, 2013. С. 113–137.

68. Киммел М. Гендерное общество / пер с англ. О.А. Оберемко, И.Н. Тартаковской. М.: РОССПЭН, 2006. 464 с.
69. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты / Институт социологии РАН. М., 1999. 189 с.
70. Кирилина А.В. Возможности гендерного подхода в антропоориентрованном изучении языка и коммуникации // Кавказоведение. Caucasiology. 2002. № 2. С. 134–141.
71. Кирилина А.В., Томская М.В. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. 2005. №2(22). [Электронный ресурс]. URL: <https://magazines.gorky.media/oz/2005/2/lingvisticheskie-gendernye%20issledovaniya.html> (дата обращения: 11.11.2021).
72. Клещина И.С. Психология гендерных отношений: автореф. дис. ... д-ра психол. наук. СПб., 2004 39 с.
73. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: учебник. М.: Эдиториал УРСС, 2000. 352 с.
74. Кожанова Н.В. Этногендерные особенности обозначения лиц по профессии в объявлениях о вакансии (на примере немецкого языка) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 6(139). С. 193–196.
75. Козлов В.В., Шухова Н.А. Гендерная психология. М.: Речь, 2010. 270 с.
76. Кон И.С. Психология предрассудка (о социально-психологических корнях этнических предубеждений) // Новый мир. 1966. № 9. С. 188–204.
77. Кон И.С. Национальный характер: миф или реальность // Иностранная литература. 1968. № 9. С. 215–229.
78. Кон И.С. Открытие «Я». М.: Политиздат, 1978. 367 с.
79. Кон И.С. Мужские исследования: меняющиеся мужчины в изменяющемся мире // Введение в гендерные исследования. / под ред. И.А. Жеребкиной. Алетейя, СПб., 2001. Ч. 1. С. 562–605.
80. Кондратенко Г.М. Об особенностях стереотипизации // Вестник МГУ. История. 1968. № 2. С. 56–65.

81. Коноплева Н.А. Гендерные стереотипы // Словарь гендерных терминов / ред. А.А. Денисова. М.: Информация – XXI век, 2002. С. 65.
82. Копоть Л.В. Лингвокультурные особенности проявления этногендера в рекламном дискурсе // Вестник Алтайского государственного университета. 2018. Вып. 4(227). С. 56–60.
83. Королева М.А. Исследование влияния телевизионной рекламы на детей младшего школьного возраста с помощью метода семантического дифференциала // Армавир. гос. пед. академии. 2009. № 1. С. 32–35.
84. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 375 с.
85. Крысин Л.П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности / отв. ред. Н.А. Купина, М.Б. Хомяков. Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2003. С. 450–455.
86. Крысин Л.П. Русские этностереотипы: отражение в языке представлений о «чужом» и своем» этносе // Русский язык в центре Европы – 11. Банска Бистрица, 2008. С. 9–13.
87. Крысько В.Г. Этническая психология. М.: Издат. центр «Академия», 2002. 320 с.
88. Куницына В.Н. Социальные стереотипы – условие и продукт социализации // Человек и общество. Проблемы социализации индивида / под общ. ред. Б.Г. Ананьева, Л.И. Спиридонова. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1971. С. 184–193.
89. Латина С.В. К вопросу об инкорпорировании гендерных исследований в науки о культуре // Молодой ученый. 2014. № 4. С. 1153–1156.
90. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Методы этнической и кросс-культурной психологии. М.: Высшая школа экономики, 2011. 163 с.
91. Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. М.: Гнозис, 2005. 352 с.

92. Леонтьев А.А. Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах // Словарь ассоциативных норм русского языка. М., 1977. 192 с.
93. Лескинен М.В. «Прекрасная полька» в русском воплощении: эволюция этногендерных стереотипов в образах и нарративах второй половины XIX в. // Россия – Польша: два аспекта европейской культуры. Царское село, 2012. С. 334–346.
94. Лескинен М.В. Польский характер в российской этнографии XIX века // Отечественные записки. 2014. № 4. [Электронный ресурс]. URL: <https://magazines.gorky.media/oz/2014/4/polskij-harakter-v-rossijskoj-etnografii-xix-veka.html>? (дата обращения: 26.05.2022).
95. Лещенко Ю.Е. Становление лексикона билингва: по данным ассоциативного эксперимента: дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2006. 207 с.
96. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчунова; под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. М.: Общественное мнение, 2004. 384 с.
97. Ломова Т.Е. Стереотипы в гендерных установках современной российской молодежи: дис.... канд. культурол. наук. Владивосток, 2004. 181 с.
98. Маклаков А.Г. Общая психология. СПб.: Питер. 2005. 582 с.
99. Маклакова Е.А., Стернин И.А. Теоретические проблемы семной семасиологии. Воронеж: Истоки, 2013. 277 с.
100. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Издат. центр «Академия», 2001. 208 с.
101. Маслова В.А. Культурный стереотип и его роль в поведении сквозь призму языка // Вестник Северо-Осетинского гос. ун-та им. К.Л. Хетагурова. 2008. Т. 4. С. 30–37.
102. Мельник Г.С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. 159 с.
103. Меренков А.В. Социология стереотипов. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та. 2001. 292 с.

104. Митина О.В., Евдокименко А.С. Методы анализа текста: методологические основания и программная реализация // Вестник ЮУргу. Психология. 2010. Вып. 11, № 40. С 29–38.
105. Михайлова К. Этнический стереотип за българина сред поляците, живеещи в България // Български фолклор. 1999. Кн. 1–2. С. 58–70.
106. Мучкина Е.С. Этнические стереотипы и их отражение в семантике этнонимов // Филология и человек. 2010. № 4. С. 107–118.
107. Налчаджян А.А. Этнопсихология. СПб.: Питер, 2004. 381 с.
108. Нельсон Т. Психология предубеждений: Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. 384 с.
109. Нерознак В.П. Этнонимика // Лингвистический энциклопедический словарь / ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская Энциклопедия. 1990. [Электронный ресурс]. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/598a.html> (дата обращения: 25.05.2022)
110. Никонов В.А. Этнонимия // Этнонимы: сборник статей / отв. ред. В.А. Никонов; Институт этнографии им. Н.Н. Миклухо-Маклая АН СССР. М.: Наука, 1970. С. 5–33.
111. Новикова А.М. «Семантический гештальт» в структуре ассоциативного поля: автореф. ... дис. канд. филол. наук. М., 1998. 30 с.
112. Одарюк И.В. Речевой стереотип с позиции прагмалингвистики. 2004. [Электронный ресурс]. URL: <http://pu.pglu.ru> (дата обращения: 15.05.2019).
113. Олянич А.В. Формирование феномена этногендера с позиций теории этничности // Дискурс-Пи. 2016. № 3–4(24–25). С. 61–76.
114. Орлова О.Г. Дискурсивная теория стереотипа: дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2013. 388 с.
115. Осипова Д.В. Особенности гендерных представлений современной молодежи. Управленческое консультирование // Актуальные проблемы государственного и муниципального управления. 2009. № 4. С. 200–209.

116. Пермякова О.В., Гаранович М.В. Гендерная стилистика / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2009. 159 с.
117. Петренко В.Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М.: Изд-во МГУ, 1963. 201 с.
118. Петровский А.Я., Ярошевский М.Г. Психология. М.: Издат. центр «Академия», 2000. 512 с.
119. Питерова А.Ю., Тетерина Е.А. Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения // Наука. Общество. Государство. 2016. Т. 4, № 1(13). [Электронный ресурс]. URL: https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/piterova_ayu_teterina_ea_16_1_14.pdf (дата обращения: 25.11.2019).
120. Полани Л. Личностные знания / под ред. В.А. Лекторского, В.И. Аршинова; предисл. В.А. Лекторского. М.: Прогресс, 1985. 344 с.
121. Прокудина О.Н. Гендерный дискурс-анализ речевых стратегий женской языковой личности: на материале русской и английской диалогической речи: дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2002. 209 с.
122. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 224 с.
123. Пушкарева Н.Л. Гендерная теория и историческое знание. СПб.: Алетейя. 2007. 495 с.
124. Пушкарева Н.Л. О продолжении сексуальной революции и неудачах российского феминизма // The Village. 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.the-village.ru/village/city/city-news/162785-chto-novogo-genderolog> (дата обращения: 27.05.2022).
125. Росс Л., Нисбет Р. Человек и ситуация: Перспективы социальной психологии / под ред. Е.Н. Емельянова, В.С. Магуна; пер. с англ. В.В. Румынского. М.: Аспект Пресс, 1999. 429 с.
126. Ружгис П. Культура и интеллект: кросскультурное изучение имплицитных теорий интеллекта // За рубежом. 1992. С. 142–146. [Электронный

ресурс]. URL: <http://www.voppsy.ru/issues/1994/941/941142.htm> (дата обращения: 19.04.2022).

127. Рыжков В.А. Стереотипы как средство побуждения // Тезисы VI Всесоюзн. симпоз. по психолингвистике и теории коммуникации / Ин-т языкознания АН СССР. М., 1978. С. 167–168.
128. Рыжков В.А. Национально-культурные аспекты ассоциативного значения интернациональных стереотипов: дис. ... канд. филол. наук. М., 1986. 162 с.
129. Рябова Т.Б. Маскулинность в российском политическом дискурсе: история и современность // Женщина в российском обществе. 2000. № 4. С. 47–52.
130. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: Высшая школа, 2005. 310 с.
131. Самнер У.Г. Народные обычаи: исследование социологического значения обычаев, манер, привычек, нравов и этики / пер. с англ. М.С. Добрякова // Рубеж (альманах социальных исследований). 1998. № 12. С. 4–32.
132. Свирковская С.В. Ксенофобический дискурс: Лингвопрагматический аспект: дис. ...канд. филол. наук. Краснодар, 2005. 211 с.
133. Семендяева О.Ю. Стереотип как социальный и социально-психологический феномен: дис. ... канд. философ. наук. М., 1986. 195 с.
134. Семикина Ю.Г. Проблема реализации гендерных стереотипов в художественных произведениях авторов-женщин конца XX – начала XXI в. // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Проблемы современной русской литературы. 2012. № 6(70). С. 122–125.
135. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. СПб.: ООО «Речь», 2000. 350 с.
136. Сикевич З.В. Социологическое исследование. СПб.: Питер, 2005. С. 299–300.
137. Сикевич З.В. Метод семантического дифференциала в социологическом исследовании (опыт применения) // Вестник СПбГУ. Социология. 2016. Вып. 3. С. 118–128.

138. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998. 389 с.
139. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. 543 с.
140. Сорокина Н.В. Методическая типология стереотипов как компонент содержания обучения иностранным языкам в вузе // Язык и культура. 2013. № 3(23). С. 120–139.
141. Сорокина Н.В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. 263 с.
142. Степанова О.К. Особенности этнических стереотипов студентов Бурятии: дис. ... канд. психол. наук. М., 1999. 186 с.
143. Стернберг Р. и др. Практический интеллект / Р. Стернберг, Дж. Форсайт, Дж. Хедланд и др. / пер. с англ. К.А. Щукиным, Ю.А. Буткевич. СПб.: Питер, 2002. 272 с.
144. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы и межэтнические отношения // Общение и оптимизация совместной деятельности / под ред. Г.М. Андреевой, Я. Яноушека. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. С. 242–250.
145. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология / Ин-т психологии РАН. М.: Академ. проект, 1999. 320 с.
146. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. Практикум. М., 2006. [Электронный ресурс]. URL: <https://psyfactor.org/lib/stereotype8.htm> (дата обращения: 06.03.2020).
147. Стефаненко Т.Г. Этническая идентичность: от этнологии к социальной психологии // Военно-медицинский журнал. Серия 14: Психология. 2009. № 2. С. 3–17.
148. Тимофеев В.П. Социолингвистические факторы в развитии современного русского языка // Очерки по социолингвистике: учен. зап. Шадринского пед. ин-та. Шадринск, 1971. С. 9–28.
149. Трусов В.П. Социально-психологическое исследование когнитивных процессов. Л.: Изд-во Ленинград гос. ун-та, 1980. 144 с.

150. Тугуз З.Ю. Этнокультурные особенности гендерных отношений в республике Адыгея: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Майкоп, 2012. 25 с.
151. Уфимцева Н.В. Этнические ритмы и стереотипы культуры // Язык. Сознание. Этнос. Культура: мат-лы XI Всерос. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации / Ин-т языкознания РАН. М., 1994. С. 97–99.
152. Уфимцева Н.В. Языковое сознание как отображение этносоциокультурной реальности // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1(1). С. 102–109.
153. Фролова О.Е. Евреи в сознании современного русского обывателя // Свой или чужой? Евреи и славяне глазами друг друга. М, 2003. С. 226–247.
154. Фрумкина Р.М. Вероятность элементов текста и речевое поведение. М.: Наука, 1971. 170 с.
155. Ханаху Р.А. Традиционная культура Северного Кавказа: вызовы времени (социально-философский анализ). Ростов н/Д.: Аякс, 2001. 190 с.
156. Хараева Л.Ф., Кучукова З.А. Гендер и этногендер (на материале кабардинской женской прозы). Нальчик: принт центр, 2018. 192 с
157. Холомеенко О.М. Этногендерные стереотипы в травелоге Е. Рождественской: особенности языковой репрезентации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Филология. 2021. № 5. С. 222–228.
158. Черкасова Г.А. Русский ассоциативный тезаурус: компьютерная технология создания и издания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996. С. 181–190.
159. Черкасова Г.А. Русско-французский ассоциативный эксперимент в предметной области «информатика и вычислительная техника» // Языковое сознание и образ мира. М., 2000. С. 269–280.
160. Чжан Цюньсинь. Образ мужчины и женщины на примере русской и китайской лингвокультурных систем (на основе анализа фразеологизмов) // Мир науки, культуры, образования. № 2(81). 2020. С. 466–468.
161. 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: Изд-во АН РТ, 2021. С. 370–377.
162. Чэнь Яо. Представления о характере у китайских женщин и мужчин: кросс-групповое исследование // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022а. Вып. 8, № 1. С. 186–201.
163. Чэнь Яо. Этнокультурные и гендерные стереотипные представления об интеллекте: китайцы и русские // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2022б. Т. 14, вып. 1. С. 81–95.
164. Чэнь Яо, Ерофеева Е.В. Авто- и гетеростереотипы китайских мужчин и женщин // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 3. С. 204–219.
165. Швейцер А.Д., Никольский Л.Б. Введение в социолингвистику. М.: Высш. шк., 1978. 216 с.
166. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д: Феникс, 1999. 544 с.
167. Шихирев П.Н. Исследование социального стереотипа в американской социальной науке // Вопросы философии. 1971. № 5. С. 168–175.
168. Шляхова С.С., Белова Л.А. Авто- и гетеро- стереотипы русских, башкир и коми-пермяков. Статья первая: Внешность // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2013. Вып. 4(24). С. 19–33.
169. Шляхова С.С., Белова Л.А. Авто- и гетеростереотипы русских, башкир и коми-пермяков. Статья вторая: Характер // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2014. Вып. 1(25). С. 7–19.
170. Штерн А.С. Перцептивный аспект речевой деятельности. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1992. 236 с.
171. Ядов В.А. К вопросу о теории «стереотипизации» в социологии // Философские науки. 1960. № 2. С. 47–58.
172. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара: СамГУ, 1995.
173. Яременко С. Н. Внешность человека в культуре / Дон. гос. техн. ун-т. Ростов н/Д : ДГТУ, 1997. 172 с.

174. Ярская-Смирнова Е.Р. Социокультурная репрезентация гендерных отношений // Социокультурный анализ гендерных отношений. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1998. С. 4–12.
175. Allen I.L. The Language of Ethnic Conflict. Social Organization and Lexical Culture. New York: Columbia University Press, 1983. 152 p.
176. Ashmore R.D., Del Boca F.K., Wohlens A.J. The social psychology of female-male relations: a critical analysis of central concepts. New York, 1986. P. 69–119.
177. Basow S.A. Gender stereotypes and roles. Pacific Grove, 1992. 447 p.
178. Berry J.W. Towards a universal psychology of cognitive competence // International Journal of Psychology. 1984. №19. P. 335–361.
179. Cala A. Stosunek swoj-obcy w kulturze ludowej // Etnografia polska. 1982. Vol. 26. № 2. S. 203–214.
180. Castano E., Paladino M.P., Coull A. Protecting the ingroup stereotype: Ingroup identification and the management of deviant ingroup members // The British journal of social psychology. 2002. Vol. 41(3). P. 365–386.
181. Doise W. Images, representatios collectives et ideologies dans la psychologie sociale // Social Science Information. 1978. Vol. 17(1). P. 41–69.
182. Eagly A. Sex differences in social behavior: a social-role interpretation. Hillsdale, NJ: Erlbaum. 1987. 190 p.
183. Ericson E.E. Ecthronyms: Derisive Names for Various Peoples // Words. 1939. №5. P. 100–103.
184. Forgas J.P. (ed.). Social cognition: Perspectives on everyday understanding. London and New York: Academic Press. 1981. 281 p.
185. Gagnon J., Henderson B. The social psychology of sexual development // Marriage and Family in a Changing Society / J. Henslin (ed.). New York: Free Press, 1985. P. 145–151.
186. Goffman E. Gender advertisement. New York: Hagerstone; San Francisco; London: Harper&Row Publishers, 1979. 84 p.
187. Goodnow J.J. On being judged «intelligent» // International Journal of Psychology. 1984. №19. P. 391–406.

188. Hamilton D.L., Gifford R.K. Illusory correlation in interpersonal perception: a cognitive basis or stereotypic Judgments // *Journal of Experimental Social Psychology*. 1976. № 12. P. 392–407.
189. Hewstone M. Contact and categorization: social psychological interventions to change intergroup relations // *Stereotypes and stereotyping* / C.N. Macrae, C. Stantor, M. Hewstone (eds.). New York; London: Guilford Press, 1996. P. 394–418.
190. Hill J.H. *The Everyday Language of White Racism*. Oxford: Wiley- Blackwcll, 2008, 224 p.
191. Katz D., Braly K.W. Racial stereotypes of one hundred college students // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. Vol. 28. P. 280–290
192. Kirkland Sh.L., Greenberg J., Pyszczynski T. Further Evidence of the Deleterious Effects of Overhead Derogatory Ethnic labels // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1987. Vol. 13. № 2. P. 216–227.
193. Klineberg O. Tension, affecting international understanding // *Social science research council Bulletin*. 1950. Vol. 4. P. 124–136.
194. Komarovskiy M. Cultural contradictions and sex roles // *American Journal of Sociology*. 1946. Vol. 52. P. 184–189.
195. Komorita S.S., Bass A.R. Attitude differentiation and evaluative scales of the semantic differential // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1967. № 6. C. 241–244.
196. Labov W. *The social stratification of English in New York city*. Washington, DC: Center for Applied Linguistic, 1966. 220 p.
197. Labov W. Variation in language // *The Learning of Language*. National Council of Teachers of English / C.E. Reed (ed.). New York, 1971. P. 187–221.
198. Labov W. *Language in the inner city: studies in the Black English vernacular*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press. 1972. 412 p.
199. Labov W. The intersection of sex and social class in the cause of linguistic change // *The Sociolinguistics Reader: gender and discourse* / J. Cheshire, P. Trudgill (eds). London, 1998. Vol. 2. P. 7–52.

200. Lin Cunxiu (林存秀). Cultural interpretation of tragedy of Chinese traditional female character (中国传统女性形象性格悲剧的文化诠释) // *Modern Languages. Language Studies Edition* (现代语文. 语言研究版). 2005. P 32–34. (In Chinese).
201. Linton R. *The study of man*. New York: Appleton-Century, 1936. 320 p.
202. Maltz D., Borker R.A *A Cultural approach to male-female miscommunication* // *Language and Social Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982. P. 195–216.
203. McCauley C, Stitt C.L. An individual and quantitative measure of stereotypes // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1978. Vol. 36. P. 929–940.
204. Mencken H.L. *The American Language*. Knopf, 1984. 816 p.
205. Mitsos S.B. Personal constructs and the semantic differential // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1961. № 2(62). C. 433–434.
206. Motley C.M., Craig-Henderson K.M. Epithet or Endearment? Examining Reactions among Those of the African Diaspora to an Ethnic Epithet // *Journal of Black Studies*. 2007. Vol. 37. № 6. P. 944–963.
207. Oboler S. *Ethnic Labels, Latino Lives: Identity and the Politics of (Re)Presentation in the United States*. University of Minnesota Press, 1995. 226 p.
208. O’Hara R. *Media for the millions: The process of mass communication*. New York: Random House. 1961. 421 p.
209. Osgood C.E. The cross-cultural generality of visual-verbal synesthetic tendencies. *Behavioral Science*. 1960. № 5(2). C. 146–169.
210. Osgood C.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H. *The measurement of meaning*. Urbana, Chicago and London: University of Illinois Press. 1957. 342 c.
211. Parsons T. *The social system*. New York: Free Press, 1951. 552 p.
212. Parsons T., Bales R. *Family socialization and interaction process*. Glencoe, Ill., Free Press. 1955. 456 p.
213. Phelps S., Austin N. *The assertive woman*. San Louis Obispo: Impact Publishers, 1988. 222 p.
214. Quasthoff U.M. Ethnozentriscche Verarbeitung von Informationen: Zur Ambivalenz der Funktionen von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation //

- Wie verstehen wir fremdes: Aspekte zur Klärung von Verstehensprozessen. München, 1989. S. 37–62.
215. Renzetti C.M., Curran D.J. Women, men, and society. Boston: Allyn and Bacon, 1995. 610 p.
216. Seidenspinner W. Aggressive Folklore // Zeitschrift für Volkskunde. 1996. J. 92. S. 208–226.
217. Simon L., Greenberg J. Further Evidence of the Deleterious Effects of Overhead Derogatory Ethnic labels: The Role of Preexisting Attitudes Towards the Targeted Group // Personality and Social Psychology Bulletin. 1996. Vol. 22, № 12. P. 1195–1204.
218. Smythe H.H., Seidman M. Name calling: A Significant Factor in Human Relations // Journal of Human Relations. 1957. № 6. P. 71–77.
219. Sternberg R.J. Beyond IQ: A triarchic theory of human intelligence. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 411 p.
220. Sternberg R.J. Metaphors of mind. New York: Cambridge University Press, 1990. 364 p.
221. Stoller R. Sex and gender: on the development of masculinity and femininity. New York: Science House, 1968. 383 p.
222. Su Ping (苏萍). A summary of the tragedy of the whole personality of ancient Chinese women in «A dream of red mansions» («红楼梦»中国古代女性整体人格悲剧的总结) // Journal of Anshan normal university (鞍山师范学院学报). 1998. Vol. 19. Iss 1. P. 26–29. (In Chinese).
223. Tajfel H. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1984. 523 p.
224. Tannen D. You just don't understand. Women and men in conversation. N. Y., : Morrow, 1990. 330 p.
225. Terwilliger R.F. Free association patterns as a factor relating to semantic differential responses // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1962. № 2(65). C. 87–94.

226. Thompson E.H., Pleck J.H. The structure of male role norms // American Behavioral Scientist. 1986. No 29. P. 531–543.
227. Trudgill P. The social differentiation in English of Norwich. Cambridge: Cambridge University Press, 1974. 95 p.
228. Vinacke E.W. Stereotypes as social concepts // The Journal of Social Psychology. 1957. Vol. 46. P. 229–243.
229. Wechsler D. The measurement and appraisal of adult intelligence. Baltimore: The Williams and Wilkins Company, 1958. 324 p.
230. Yasumasa T., Tadasu O., Osgood C.E. A cross-culture and cross-concept study of the generality of semantic spaces // Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior. 1963. № 2(5-6). P. 392–405.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. АНКЕТЫ

1. Анкеты для китайских информантов

1.1. Социолингвистический опрос

调查问卷

性别 _____

年级 _____

专业 _____

您曾经去过俄罗斯吗? _____

您是否在俄罗斯居住过一段时间? _____

如果曾经居住过, 请问居住时间是多久? _____

您是否学习(学习过)俄语? _____

如果您正在学习(学习过)俄语, 请从低到高(1分到5分)评价您的俄语水平

请完成下列问题:

1. 请写出 5 个形容中国男人外貌的单词:

2. 请写出 5 个形容中国女人外貌的单词:

3. 请写出 5 个形容中国男人性格特点的单词:

4. 请写出 5 个形容中国女人性格特点的单词:

5. 请写出 5 个形容中国男人智力才智的单词:

6. 请写出 5 个形容中国女人智力才智的单词:

7. 请写出 5 个形容俄罗斯男人外貌的单词:

8. 请写出 5 个形容俄罗斯女人外貌的单词:

9. 请写出 5 个形容俄罗斯男人性格特点的单词:

10. 请写出 5 个形容俄罗斯女人性格特点的单词:

11. 请写出 5 个形容俄罗斯男人智力才智的单词:

12. 请写出 5 个形容俄罗斯女人智力才智的单词:

1.2. Эксперимент по методу семантического дифференциала
调查问卷

性别 _____

年级 _____

专业 _____

您曾经去过俄罗斯吗? _____

您是否在俄罗斯居住过一段时间? _____

如果曾经居住过, 请问居住时间是多久? _____

您是否学习 (学习过) 俄语? _____

如果您正在学习 (学习过) 俄语, 请从低到高 (1分到5分) 评价您的俄语水平

1. 请在五分等级表中评价中国男人 (在空格里打 x 或者√, 举例: 1分是很矮, 3分是不矮不高, 5分是很高)。

	1	2	3	4	5	
不帅气						帅气
矮						高
瘦						胖
不运动的						运动的
脏兮兮						干净
不爱整洁的						整洁的
凶恶凶狠的						善良友善的
内向保守的						外向开放的
嘈杂的						安静的
粗鲁的						有礼貌的
不好客的						热情好客的
小气吝啬的						慷慨大方的
懒惰的						勤劳的
鲁莽冒失的						理智的, 头脑清醒的
狡猾的						老实, 没心机的
愚蠢的						聪明的
文化水平低的						有文化的
头脑不清, 糊涂的						理解力强, 领悟快的
消极的						积极的
不谦虚的						谦虚的
不自信的						自信的
不易亲近, 不爱交际						好交际, 平易近人

毫无目标的						有坚定目的的
不诚实的						诚实的
愁眉苦脸的						面带微笑的
没有创造力的						有创造力的

2. 请在五分等级表中评价中国女人（在空格里打 x 或者√，举例：1分是很矮，3分是不矮不高，5分是很高）。

	1	2	3	4	5	
不漂亮						漂亮
矮						高
瘦						胖
不运动的						运动的
脏兮兮						干净
不爱整洁的						整洁的
凶恶凶狠的						善良友善的
内向保守的						外向开放的
嘈杂的						安静的
粗鲁的						有礼貌的
不好客的						热情好客的
小气吝啬的						慷慨大方的
懒惰的						勤劳的
鲁莽冒失的						理智的，头脑清醒的
狡猾的						老实，没心机的
愚蠢的						聪明的
文化水平低的						有文化的
头脑不清，糊涂的						理解力强，领悟快的
消极的						积极的
不谦虚的						谦虚的
不自信的						自信的
不易亲近，不爱交际						好交际，平易近人
毫无目标的						有坚定目的的
不诚实的						诚实的
愁眉苦脸的						面带微笑的
没有创造力的						有创造力的

3. 请在五分等级表中评价俄罗斯男人（在空格里打 x 或者√，举例：1分是很矮，3分是不矮不高，5分是很高）。

	1	2	3	4	5	
不帅气						帅气
矮						高
瘦						胖
不运动的						运动的
脏兮兮						干净
不爱整洁的						整洁的
凶恶凶狠的						善良友善的
内向保守的						外向开放的
嘈杂的						安静的
粗鲁的						有礼貌的
不好客的						热情好客的
小气吝啬的						慷慨大方的
懒惰的						勤劳的
鲁莽冒失的						理智的，头脑清醒的
狡猾的						老实，没心机的
愚蠢的						聪明的
文化水平低的						有文化的
头脑不清，糊涂的						理解力强，领悟快的
消极的						积极的
不谦虚的						谦虚的
不自信的						自信的
不易亲近，不爱交际						好交际，平易近人
毫无目标的						有坚定目的的
不诚实的						诚实的
愁眉苦脸的						面带微笑的
没有创造力的						有创造力的

4. 请在五分等级表中评价俄罗斯女人（在空格里打 x 或者√，举例：1分是很矮，3分是不矮不高，5分是很高）。

	1	2	3	4	5	
不漂亮						漂亮

矮					高
瘦					胖
不运动的					运动的
脏兮兮					干净
不爱整洁的					整洁的
凶恶凶狠的					善良友善的
内向保守的					外向开放的
嘈杂的					安静的
粗鲁的					有礼貌的
不好客的					热情好客的
小气吝啬的					慷慨大方的
懒惰的					勤劳的
鲁莽冒失的					理智的，头脑清醒的
狡猾的					老实，没心机的
愚蠢的					聪明的
文化水平低的					有文化的
头脑不清，糊涂的					理解力强，领悟快的
消极的					积极的
不谦虚的					谦虚的
不自信的					自信的
不易亲近，不爱交际					好交际，平易近人
毫无目标的					有坚定目的的
不诚实的					诚实的
愁眉苦脸的					面带微笑的
没有创造力的					有创造力的

2. Анкета для русских информантов

2.1. Социолингвистический опрос

Анкета

Пол _____

Курс _____

Специальность _____

Были ли Вы когда-нибудь в Китае? _____

Жили ли Вы в Китае какое-то время? _____

Если «да», то сколько? _____

Учите (учили) ли Вы китайский язык? _____

Если «да», оцените свой уровень владения китайским языком от 1 (низкий) до 5 (высокий)

Пожалуйста, выполните несколько заданий.

1. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют внешность китайских мужчин:

2. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют внешность китайских женщин:

3. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют характер китайских мужчин:

4. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют характер китайских женщин:

5. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют интеллект китайских мужчин:

6. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют интеллект китайских женщин:

7. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют внешность русских мужчин:

8. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют внешность русских женщин:

9. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют характер русских мужчин:

10. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют характер русских женщин:

11. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют интеллект русских мужчин:

12. Напишите 5 слов или словосочетаний, которые характеризуют интеллект русских женщин:

2.2. Эксперимент по методу семантического дифференциала

Анкета

Пол _____

Курс _____

Специальность _____

Были ли Вы когда-нибудь в Китае? _____

Жили ли Вы в Китае какое-то время? _____

Если «да», то сколько? _____

Учите (учили) ли Вы китайский язык? _____

Если «да», оцените свой уровень владения китайским языком от 1 (низкий) до 5 (высокий)

1. Оцените китайских мужчин по 5-балльным шкалам (поставьте любой знак в соответствующем столбце)

	1	2	3	4	5	
некрасивый						красивый
низкий						высокий
худой						толстый
неспортивный						спортивный
грязный						чистый
неаккуратный						аккуратный
злой						добрый
закрытый						открытый
шумный						тихий
грубый						вежливый
негостеприимный						гостеприимный
жадный						щедрый
ленивый						трудолюбивый
безрассудный						здравомыслящий
хитрый						простодушный
глупый						умный
безграмотный						грамотный
бестолковый						понятливый
пассивный						активный
нескромный						скромный
неуверенный						уверенный
необщительный						общительный

нецелеустремленный						целеустремленный
нечестный						честный
хмурый						улыбчивый
некреативный						креативный

2. Оцените китайских женщин по 5-балльным шкалам (поставьте любой знак в соответствующем столбце)

	1	2	3	4	5	
некрасивая						красивая
низкая						высокая
худая						толстая
неспортивная						спортивная
грязная						чистая
неаккуратная						аккуратная
злая						добрая
закрытая						открытая
шумная						тихая
грубая						вежливая
негостеприимная						гостеприимная
жадная						щедрая
ленивая						трудолюбивая
безрассудная						здравомыслящая
хитрая						простодушная
глупая						умная
безграмотная						грамотная
бестолковая						понятливая
пассивная						активная
нескромная						скромная
неуверенная						уверенная
необщительная						общительная
нецелеустремленная						целеустремленная
нечестная						честная
хмурая						улыбчивая
некреативная						креативная

3. Оцените русских мужчин по 5-балльным шкалам (поставьте любой знак в соответствующем столбце)

	1	2	3	4	5	
некрасивый						красивый
низкий						высокий
худой						толстый
неспортивный						спортивный
грязный						чистый
неаккуратный						аккуратный
злой						добрый
закрытый						открытый
шумный						тихий
грубый						вежливый
негостеприимный						гостеприимный
жадный						щедрый
ленивый						трудолюбивый
безрассудный						здравомыслящий
хитрый						простодушный
глупый						умный
безграмотный						грамотный
бестолковый						понятливый
пассивный						активный
нескромный						скромный
неуверенный						уверенный
необщительный						общительный
нецелеустремленный						целеустремленный
нечестный						честный
хмурый						улыбчивый
некреативный						креативный

4. Оцените русских женщин по 5-балльным шкалам (поставьте любой знак в соответствующем столбце)

	1	2	3	4	5	
некрасивая						красивая

низкая						высокая
худая						толстая
неспортивная						спортивная
грязная						чистая
неаккуратная						аккуратная
злая						добрая
закрытая						открытая
шумная						тихая
грубая						вежливая
негостеприимная						гостеприимная
жадная						щедрая
ленивая						трудолюбивая
безрассудная						здравомыслящая
хитрая						простодушная
глупая						умная
безграмотная						грамотная
бестолковая						понятливая
пассивная						активная
нескромная						скромная
неуверенная						уверенная
необщительная						общительная
нецелеустремленная						целеустремленная
нечестная						честная
хмурая						улыбчивая
некреативная						креативная

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. РЕАКЦИИ ИНФОРМАНТОВ ОТНОСИТЕЛЬНО КИТАЙЦЕВ

Таблица 1. Реакции китайских женщин относительно внешности китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
красота (74)	美丽漂亮	красивые	24
	秀气	прелестные	8
	温柔	нежные	8
	出水芙蓉	прекрасные	6
	可爱	симпатичные	6
	闭月羞花	затмить луну и посрамить цветы	5
	有气质	элегантные	5
	一笑千金	очаровательные	4
	婀娜多姿	грациозные	3
	古色古香	античные	1
	妖娆	обворожительные	1
	稚齿婳婳	молодые и женственные	1
	秀外慧中	хороши собой и умны	1
	小家碧玉	яшма в бедной семье	1
стройность (17)	亭亭玉立	стройные	7
	瘦	худые	6
	娇小	тонкая фигура	3
	骨架小	маленького телосложения	1
глаза (9)	明眸皓齿	ясные глаза и белые зубы	5
	黑眼	черные глаза	2
	眼似银杏	большие круглые глаза	1
	双眼皮	двойное веко	1
рост (8)	高	высокие	3
	个字稍矮	немного низкого роста	2
	身高一米六居多	большинство около 160 см.	1
	骨架小	маленького телосложения	1
	不高	невысокие	1
зубы (5)	明眸皓齿	ясные глаза и белые зубы	5
воспитанность (5)	得体	пристойные	3
	端庄	благопристойные	2
лицо (4)	眉清目秀	имеют тонкие черты лица	1
	面若桃花	милое лицо	1
	面部扁平	плоское лицо	1
	五官端正	правильные черты лица	1
волосы (3)	黑头发	черные волосы	2
	长发飘飘	длинные волосы	1
кожа (3)	白	белые	1
	肤如凝脂	хорошая кожа	1
	黄皮肤	желтокожие	1
опрятность (3)	清纯	чистые	2
	整洁	опрятные	1
оценка (3)	各不相同	разные	2
	一表非凡	незаурядные	1
правильность (3)	冰清玉洁	порядочные	3
независимость (3)	大方	непринужденные	3
одежда и аксессуары (2)	朴实无华	простые и нероскошные	2
другие (9)	成熟	зрелые	1
	稚齿婳婳	молодые и женственные	1
	汉子	мужественные	1
	柔和	мягкие	1
	无线条	неспортивные	1
	秀外慧中	хороши собой и умны	1
	腿长	длинные ноги	1

Таблица 2. Реакции китайских мужчин относительно внешности китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
красота (73)	美丽漂亮	красивые	35
	闭月羞花	затмить луну и посрамить цветы	8
	精致优雅	элегантные	5

	温柔	нежные	5
	可爱	симпатичные	4
	清秀	прелестные	3
	绰约多姿	грациозные	3
	憔悴, 沧桑	выглядят усталыми	3
	愁眉啼妆	обворожительные	2
	俏丽	миловидные	1
	秀丽	очаровательные	1
	出水芙蓉	прекрасные	1
	小家碧玉	яшма в бедной семье	1
	性感	сексуальные	1
стройность (12)	亭亭玉立	стройные	3
	身材中等	среднего телосложения	3
	瘦弱	худые	2
	娇小玲珑	изящные	2
	身材一般	обычная фигура	1
	娇小	тонкая фигура	1
кожа (9)	白皙	белокожие	6
	皮肤偏黄	желтокожие	1
	皮肤细嫩	нежная кожа	1
	肤色较浅	светлая кожа	1
воспитанность (9)	端庄优雅	благопристойные	7
	端正	приличные	2
одежда и аксессуары (9)	朴实无华	нероскошно одеты	4
	时尚	модные	2
	浓妆艳抹	разряженные	1
	喜欢染发	любят красить волосы	1
	爱美	любят наряжаться	1
рост (6)	身材中等	среднего телосложения	3
	娇小玲珑	изящные	2
	身高中等	среднего роста	1
лицо (5)	眉清目秀	имеют тонкие черты лица	3
	脸大	большое лицо	1
	扁平五官	плоское лицо	1
глаза (4)	明眸皓齿	ясные глаза и белые зубы	2
	黑眼睛	черные глаза	1
	双瞳剪水	чистые глаза	1
сдержанность (4)	矜持	сдержанные	2
	文静	уравновешенные	2
зубы (3)	明眸皓齿	ясные глаза и белые зубы	2
	朱唇皓齿	красные губы и белые зубы	1
губы (3)	樱桃小嘴	губы в форме вишенки	1
	嘴唇细薄	тонкие губы	1
	朱唇皓齿	красные губы и белые зубы	1
оценка (3)	别致	необычные	1
	平凡	обыкновенные	1
	容貌耐看	ненадоедающая внешность	1
другие (11)	清纯	невинные	3
	长发飘飘	длинные волосы	1
	头发乌黑	черные волосы	1
	保守	закрытые, консервативные	1
	自信	уверенные	1
	手指纤细	тонкие пальцы	1
	感性	чувственные	1
	冰清玉洁	порядочные	1
	在小处显摆	любят рисоваться	1

Таблица 3. Реакции русских женщин относительно внешности китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
стройность (30)	стройные	9
	худые	6
	изящные	4
	миниатюрные	4

	не очень пышные формы	1
	неполные	1
	очень худые	1
	статная	1
	хорошо владеют своим телом	1
	среднего телосложения	1
	хрупкие	1
рост (27)	невысокие	7
	низкие	7
	изящные	4
	миниатюрные	4
	маленький рост	2
	высокие	1
	небольшой рост	1
	среднего телосложения	1
волосы (18)	темноволосые	9
	длинные черные волосы	2
	длинные черные (темно бордовые) хорошие волосы	1
	длинные, прямые и гладкие волосы	1
	красивые волосы	1
	прямые темные волосы	1
	челка	1
	густые длинные волосы	1
	Идеальные брови	1
красота (17)	красивые	9
	ухаженные	3
	утонченные	2
	симпатичные	1
	элегантная	1
	эстетичность	1
кожа (8)	смуглые	2
	белая кожа	1
	бледная кожа	1
	кожа не такая смуглая как у мужчин, но и не слишком светлая	1
	с очень светлой кожей	1
	светлокожие	1
	темнокожие	1
лицо (7)	круглолицые	3
	бледный цвет лица	1
	мягкие черты лица	1
	широкие скулы	1
	узкий подбородок	1
глаза (7)	узкоглазые	3
	темноглазые	2
	глаза продолговатые	1
	кареглазая	1
оценка (7)	необычные	2
	неестественные	1
	азиатская внешность	1
	стандарт	1
	выразительные	1
	краски	1
одежда и аксессуары (4)	красиво одеваются	1
	мода	1
	необычный стиль одежды	1
	предпочитают либо оверсайз, либо косплей	1
улыбчивость (3)	улыбчивые	2
	приятная улыбка	1
опрятность (3)	аккуратность	1
	опрятные	2
другие (15)	кривые ноги	1
	тонкие губы	2

худые ноги	1
блеск	1
сияние	1
мягкие	1
длинные руки	1
молодо выглядят	1
маленький нос	1
небольшая грудь	1
у многих китайенок выпирают клыки,	1
кукла	1
легкие движения	1
жертва	1

Таблица 4. Реакции русских мужчин относительно внешности китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
рост (23)	низкие	11
	маленький рост	6
	невысокие	4
	среднего роста	1
	миниатюрные	1
глаза (20)	узкоглазые	13
	темноглазые	4
	выразительные глаза	1
	мешки под глазами (из за соленой еды, у мужчин кстати тоже)	1
	широкие карие глаза	1
волосы (20)	темноволосые	9
	короткие волосы	6
	волосатые	1
	волосы короткие	1
	густоволосые	1
	густые короткие волосы	1
	шелковистые волосы	1
стройность (13)	худые	7
	стройные	2
	тощие	1
	утончённая фигура	1
	хрупкие	1
	миниатюрные	1
кожа (10)	смуглые	5
	белокожие	2
	иногда с желтоватым оттенком	1
	светлокожие	1
	цвет кожи красное дерево	1
красота (9)	красивые	5
	милые	2
	привлекательные	1
	элегантные	1
одежда и аксессуары (9)	макияж	1
	модно одеваются	1
	модные	1
	накрашенные	1
	стильные	1
	веер	1
	золото	1
	платья	1
	украшения	1
лицо (7)	азиатские черты лица	1
	белое лицо	1
	бледнолицые	1
	круглолицые	1
	милые черты лица	1
	скуластым	1
круглолицые и широкоскулые	1	

спортивность (4)	спортивные	4
опрятность (3)	подтянутые	2
	неопрятные	1
улыбчивость (3)	улыбчивые	2
	потрясающая улыбка	1
другие (6)	маленький носик	1
	носы часто бывают сплюсненные	1
	закрытый	1
	жесткие	1
	броская внешность	1
	плоский затылок	1

Таблица 5. Реакции китайских мужчин относительно внешности китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
красота (35)	帅气英俊	красивые	16
	相貌堂堂	видные	5
	温柔	нежные	3
	秀气	прелестные	3
	儒雅	изысканные	3
	可爱	симпатичные	2
	玉树临风	юноши с выдающейся внешностью	2
	秀丽	очаровательные	1
оценка (16)	平凡大众化	обыкновенные	6
	气宇不凡	незаурядные	5
	一表人才	необыкновенные	4
	普遍俗气	вульгарные	1
лицо (12)	眉清目秀	имеют тонкие черты лица	4
	慈眉善目	доброе выражение лица	3
	五官扁平	плоское лицо	2
	面部圆润	круглое лицо	1
	五官一般	обычное лицо	1
	端正	правильные черты лица	1
стройность (11)	身材中等	среднего телосложения	2
	魁梧	крупные	1
	身材平均	маленькая разница в телосложении	1
	中年人偏胖	люди средних лет немного полные	1
	身材一般	обычная фигура	1
	板正	стройные	1
	偏瘦	худые	1
	啤酒肚	пивной живот	1
	油腻	жирные	1
	英姿	внушительные	1
рост (11)	身高中等	среднего роста	2
	身材中等	среднего телосложения	2
	高大	высокие	1
	身高一般	обычный рост	1
	短小精悍	невысокого роста и энергичные	1
	五大三粗	здоровенные	1
	身材平均	маленькая разница в телосложении	1
	魁梧	крупные	1
	英姿	внушительные	1
кожа (6)	皮肤偏黄	желтокожие	5
	白	белые	1
глаза (6)	星眸	светлые глаза	2
	眼睛小	маленькие глаза	1
	黑眼睛	черные глаза	1
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	1
	黑发黑眼	черные волосы и глаза	1
воспитанность (6)	温文尔雅	благовоспитанные	2
	貌似端庄	благопристойные	2
	文质彬彬	приличные	2
независимость (6)	潇洒	непринужденные	3
	风流	свободны от условностей	3

поведение (5)	风度翩翩	имеют изящные манеры	3
	气宇轩昂	величественные манеры	2
опрятность (4)	干净	чистые	3
	邋遢	грязные	1
оптимизм (3)	阳光	жизнерадостные	3
сдержанность (3)	恬静寡欲	безмятежные и сдержанные	1
	粗旷	дерзкие	1
	文静	уравновешенные	1
волосы (3)	黑发	черные волосы	1
	黑发黑眼	черные волосы и глаза	1
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	1
одежда и аксессуары (3)	时髦	модные	1
	衣冠楚楚	изящно одетые	1
	朴实	нероскошные	1
другие (17)	阳刚	мужественные	2
	身体健硕	крепкие	2
	鼻梁低	низкая переносица	1
	鼻子偏矮	плоский нос	1
	呆	тупые	1
	聪明	умные	1
	神采奕奕	бодрые	1
	精干	предприимчивые	1
	温厚	добродушные	1
	勤奋	прилежные	1
	憨厚	простодушные	1
	威严	серьезные	1
	谦虚	скромные	1
	自信	уверенные	1
	爽朗清举	чистосердечные	1

Таблица 6. Реакции китайских женщин относительно внешности китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
красота (37)	帅气英俊	красивые	23
	玉树临风	юноша с выдающейся внешностью	5
	相貌堂堂	видные	3
	看起来比较舒服	выглядят приятными	1
	个别很帅	некоторые красивые	1
	俊朗	прелестные	1
	丑	уродливый	1
	其貌不扬	неказистые	1
	一般丑	некрасивые	1
рост (17)	高	высокие	8
	不高	невысокие	2
	矮	низкого роста	2
	身高中等	среднего роста	2
	英姿	внушительные	1
	中等身材	среднего телосложения	1
	魁梧	крупные	1
оценка (13)	一表人才	необыкновенные	4
	气宇不凡	незаурядные	3
	各有特色	разные	2
	中规中矩	нормальные	2
	优秀	отличные	1
	有的长相偏女性化	некоторые очень женственно выглядят	1
стройность (12)	瘦小	худые	6
	匀称	стройные	3
	魁梧	крупные	1
	胖	толстые	1
	中等身材	среднего телосложения	1
поведение (7)	风度翩翩	иметь изящные манеры	4
	气宇轩昂	величественные манеры	3

волосы (6)	黑发	черные волосы	4
	浓眉	густобровые	1
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	1
глаза (6)	黑眼睛	черные глаза	3
	眼睛大小不一	бывают большие и маленькие глаза	1
	小眼	маленькие глаза	1
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	1
независимость (6)	风流倜傥	свободны от условностей	3
	潇洒洒脱	непринужденные	3
воспитанность (5)	翩翩君子	джентльмены	2
	貌似端庄	благопристойные	1
	文质彬彬	приличные	1
	得体	пристойные	1
опрятность (5)	干净	чистые	3
	外表整洁	опрятные	2
одежда и аксессуары (5)	衣冠楚楚	изящно одеты	2
	时尚	модные	1
	不修边幅	небрежно одеты	1
	简朴	простые	1
лицо (4)	五官端正	правильные черты лица	2
	眉清目秀	имеют тонкие черты лица	2
кожа (4)	黄皮肤	желтокожие	3
	皮肤白	белокожие	1
оптимизм (3)	阳光	жизнерадостные	3
спортивность (3)	壮	здоровые крепкие	3
другие (11)	刚强	сильные	2
	责任	ответственные	2
	温和	кроткие	1
	正气	правильные	1
	怂	трусливые	1
	神采奕奕	бодрые	1
	老实	простодушные	1
	阳刚	мужественный	1
唇厚	пухлые губы	1	

Таблица 7. Реакции русских мужчин относительно внешности китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
глаза (26)	узкоглазые	21
	темноглазые	5
стройность (22)	худые	12
	стройные	3
	среднего телосложения	2
	взрослые с животом	1
	молодежь худые	1
	пузо	1
	чрезмерная полнота	1
	коренастые	1
рост (21)	низкие	8
	невысокие	4
	маленький рост	3
	высокие	2
	среднего телосложения	2
	среднего роста или чуть ниже	1
	коренастые	1
волосы (21)	темноволосые	16
	густоволосые	1
	густые, короткие волосы	1
	прически однотипные	1
	бритые	1
	густые брови	1
кожа (15)	смуглые	10
	темные	3
	желтые	1
	огрубевшая кожа	1

лицо (4)	азиатские черты лица	1
	бледные лицо	1
	круглолицые	1
	четкие черты лица	1
одежда и аксессуары (4)	модный	1
	стильные	1
	золото	1
	строгая одежда	1
нос (4)	курносые	1
	маленький нос	1
	узкий прямой нос	1
	широкий нос	1
спортивность (4)	спортивный	4
улыбчивость (3)	улыбчивые	3
красота (3)	красивые	2
	элегантные	1
другие (6)	пухлые губы	1
	сильные	1
	опрятный	1
	неброские	1
	эффективный	1
	плоский затылок	1

Таблица 8. Реакции русских женщин относительно внешности китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
рост (23)	низкие	7
	невысокие	7
	средний рост	2
	маленький рост	2
	высокие	1
	худые или среднего телосложения	1
	среднего телосложения	1
	экторморф	1
	изящность	1
волосы (20)	темноволосые	12
	широкие брови	2
	прямые черные волосы	1
	короткие черные волосы,	1
	жёсткие волосы	1
	густые волосы	1
	брюнет	1
	блестящие черные волосы	1
стройность (17)	худые	7
	стройные	2
	с пузиком	2
	хиленькие	1
	толстые	1
	худые или среднего телосложения	1
	среднего телосложения	1
	экторморф	1
	изящность	1
глаза (14)	узкоглазые	7
	темноглазые	6
	короткие ресницы	1
красота (12)	ухоженные	4
	красивые	4
	эстетичность	1
	смазливые	1
	обаятельный	1
	Миловидный	1
одежда и аксессуары (10)	модные	4
	очки	2
	необычный стиль одежды	2
	простая, но красивая одежда	1

	безвкусица	1
лицо (8)	круглолицы	2
	широкое лицо	1
	треугольные формы лица	1
	с тонкими чертами лица	1
	доброе выражение лица	1
	вытянутое лицо	1
	острые скулы	1
кожа (8)	смуглые	4
	шелковистые подтон кожи	1
	слегка смуглые	1
	относительно девушек кожа смуглая	1
	желтая кожа	1
спортивность (6)	спортивные	4
	тело не спортивное	1
	подкаченные	1
оценка (4)	азиатская внешность	1
	естественные	1
	похожие друг на друга	1
	необычные	1
опрятность (3)	Подтянутые	2
	аккуратность	1
другие (15)	серьезные	2
	широкая улыбка	1
	улыбчивость	1
	плоский нос	1
	маленький нос	1
	ровная осанка	1
	часто сутулость	1
	простые	1
	молодежность	1
	Строгие	1
	доброжелательный	1
	блеск	1
	комфорт	1
	богатый	1

Таблица 9. Реакции китайских женщин относительно характера китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
мягкость (25)	温柔	нежные	17
	温和	мягкие	5
	小鸟依人	ласковые	2
	刚柔并济	и сильные и мягкие	1
доброта(19)	善良	добрые	11
	贤惠	милосердные	5
	友善	дружелюбные	3
заботливость (14)	体贴	заботливые	8
	善解人意	отзывчивые	3
	细致	внимательные	3
общительность(12)	害羞	застенчивые	2
	内向	интроверты	2
	腼腆	стеснительные	1
	热情	приветливые	2
	开朗	приветливые и открытые	2
	平易近人	общительные	1
	随和	легкие в общении	1
	外向	экстраверты	1
сдержанность(10)	内敛	сдержанные	4
	忍耐, 耐心	терпеливые	2
	文静	уравновешенные	2
	平和	мирные	1
	安静	тихие	1
воспитанность(8)	优雅	элегантные	3
	温文尔雅	благовоспитанные	2

	知性	интеллигентные	2
	大方得体	пристойные	1
настойчивость(5)	坚强	упорные	3
	坚韧	волевые	1
	固执	упрямые	1
трудолюбие(5)	勤劳	трудолюбивые	4
	努力	старательные	1
красота(4)	秀外慧中	хороши собой и умны	2
	可人	милые	1
	可爱	симпатичные	1
бережливость(4)	勤俭持家	бережливые в домашнем быту	3
	爱计较	мелочные	1
оптимизм(4)	乐观	оптимисты	3
	爱笑	улыбчивые	1
активность(3)	积极	активные	2
	活泼	живые	1
аккуратность (3)	细致	внимательные	3
ум(3)	秀外慧中	хороши собой и умны	2
	聪明	умные	1
другие (26)	谦逊	уступчивые	2
	聪明伶俐	сметливые	1
	聪慧	сообразительные	1
	静若处子动如脱兔	в покое не шевельнется, в действии бросается стремительно	1
	蕙质	чистые сердцем и духом	1
	优秀	хорошие	1
	因人而异	у всех по-разному	1
	重情	придают большое значение отношениям	1
	多愁善感	сентиментальные	1
	知书达理	разумные и понимающие	1
	沉稳	осмотрительные	1
	俏皮	игривые	1
	善变	непостоянные	1
	好客	гостеприимные	1
	爱美	любят наряжаться	1
	果断	решительные	1
	负责	ответственные	1
	单纯	простодушные	1
	直爽	откровенные	1
	真诚	искренние	1
	大方	щедрые	1
	胆小	трусливые	1
	独立	независимые	1
	刚柔并济	и сильные и мягкие	1
	专一	верные	1

Таблица 10. Реакции китайских мужчин относительно характера китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
мягкость(19)	温柔	нежные	15
	温和	мягкие	2
	少有主见	мягкотелые, без собственного мнения	1
	温婉	ласковые	1
доброта(16)	善良	добрые	9
	贤惠	милосердные	5
	友好	дружелюбные	2
заботливость (14)	体贴	заботливые	11
	善解人意	отзывчивые	1
	助人为乐	с радостью помогают другим	1
	细心	внимательные	1
общительность(14)	保守	закрытые, консервативные	5
	热情	приветливые	1
	善于与人交往	общительные	1
	开朗大方	открытые	1
	开朗	приветливые и открытые	1

	随和	легкие в общении	2
	内向	интроверты	1
	忸怩	стеснительные	1
	谈吐不凡	красноречивые	1
сдержанность(13)	忍耐, 耐心	терпеливые	4
	矜持	сдержанные	2
	沉静	спокойные	2
	安静	тихие	1
	文静	уравновешенные	1
	自持	выдержанные	1
	易冲动	вспыльчивые	1
	泼辣	сварливые	1
	независимость(8)	独立	независимые
顺而不从		непокорные	1
有平权意识		осознают свое равноправие	1
顺服		покорные	2
воспитанность(7)	温文尔雅	благовоспитанные	1
	端庄	благопристойные	1
	温婉可亲	благосклонные	1
	知性	интеллигентные	1
	委婉	деликатные	1
	高雅	элегантные	1
	不讲道理	наглые	1
активность(5)	活泼	живые	2
	积极	активные	1
	好动	подвижные	1
	精神充沛	энергичные	1
консерватизм(5)	保守	закрытые, консервативные	5
эгоизм (5)	自大	самодовольные	2
	任性	своевольные	2
	撒娇	капризничают	1
красота(3)	美丽大方	красивые	2
	可人	милые	1
одежда и аксессуары (3)	爱美	любят наряжаться	3
здоровые мысли (3)	通情达理	здоровомыслящие	3
оптимизм(3)	乐观	оптимисты	3
трудолюбие(3)	勤劳	трудолюбивые	3
простота(3)	朴实	простодушные	2
	天真	наивные	1
другие (25)	古怪	эксцентричные	2
	胆小	трусливые	2
	大方	щедрые	2
	感性	чувственные	2
	刚硬	твердые	1
	坚强	упорные	1
	娇小	тонкая фигура	1
	处事果断	решительные	1
	狡黠	хитрые	1
	爱国	патриоты	1
	勤俭	бережливые	1
	男子气概	мужественные	1
	细心	внимательные	1
	造作	искусственные	1
	现实的	прагматичные	1
	谦虚	скромные	1
	自信	уверенные	1
	真诚	искренние	1
	狂妄	безрассудные	1
	傲娇	люди, скрывающие симпатию высокомерием и равнодушием	1
	黏人	прилипчивые	1

Таблица 11. Реакции русских женщин относительно характера китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
общительность (16)	общительные	11
	чаще интроверты	1
	стеснительная	1
	приветливые	1
	покладистые	1
	необщительная	1
сдержанность (15)	тихие	6
	спокойные	3
	шумные	3
	громкие	1
	уравновешенные	1
	истеричность	1
доброта (10)	добрые	5
	дружелюбные	3
	доброжелательные	1
	добродушные	1
скромность (10)	скромные	10
трудолюбие (8)	трудолюбивые	6
	старательность	1
	усидчивость	1
заботливость (8)	заботливые	3
	отзывчивые	2
	внимательные	1
	уважение	1
	почтительные	1
воспитанность (7)	вежливые	4
	тактичная	3
уверенность (6)	уверенные	4
	самоуверенность	1
	знают себе цену	1
красота (5)	милые	2
	утонченные	1
	красивые	1
	женственные	1
аккуратность (5)	аккуратные	4
	внимательные	1
мягкость (5)	мягкие	2
	нежные	1
	кроткие	1
	неумение постоять за себя	1
гостеприимство (4)	гостеприимные	4
ум (4)	умные	3
	мудрые	1
оптимизм (4)	веселые	2
	улыбчивые	2
семья (4)	хозяйственные	2
	семья	1
	имеют прочную связь с семьей	1
смелость (3)	смелые	2
	робкая	1
дисциплина (3)	пунктуальные	1
	дисциплинированная	1
	собранные	1
любопытность (3)	любопытные	2
	любопытные	1
целеустремленность (3)	целеустремленные	3
другие (20)	активные	1
	пассивные	1
	стойкие	1
	властные	1
	Расчетливая	1

	продуманная	1
	самовлюбленность	1
	эгоизм	1
	принципиальные	1
	преданные идее	1
	меркантильные	1
	деловые	1
	загадочные	1
	забавные	1
	носители традиции	1
	нечестная	1
	требовательность	1
	хорошее чувство юмора	1
	ответственные	1
	упертые	1

Таблица 12. Реакции русских мужчин относительно характера китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
общительность (23)	открытые	6
	стеснительные	5
	общительные	4
	застенчивые	2
	покладистые	2
	болтливость	1
	закрытая	1
	коммуникабельные	1
доброта (11)	скрытые	1
	добрые	8
	дружелюбные	1
	женщины добродушные	1
заботливость (10)	любящие	1
	заботливые	7
	отзывчивые	2
сдержанность (10)	почтительность взрослым	1
	шумные	5
	громкие	2
	девушки сдержанные (не все)	1
	терпеливые	1
оптимизм (8)	спокойные	1
	веселые	4
	радостные	2
хитрость (7)	счастливые	2
	хитрые	7
скромность (6)	скромные	5
	нескромные	1
эмоциональность (5)	любовообильные	3
	романтичные	1
	эмоциональные	1
воспитанность (4)	вежливые	4
оценка (4)	забавные	1
	избалованность	1
	Капризность	1
	неприхотливые	1
уверенность (4)	уверенные	2
	немного неуверенные	1
	самоуверенные	1
практичность (3)	меркантильные	3
семья (3)	хозяйственные	1
	домохозяйственность	1
	моногамные	1
трудолюбие (3)	трудолюбивые	2
	усидчивые	1
целеустремленность (3)	целеустремленные	2
	амбициозные	1

гостеприимство (3)	гостеприимные	3
другие (27)	верные	2
	аккуратные	2
	ответственные	2
	порядочные	2
	расчетливые	1
	беззаботные	1
	упорные	1
	упрямые	1
	опрятные	1
	чистоплотные	1
	искренние	1
	честные	1
	серьезные	1
	стойкие	1
	простодушные	1
	Робкие	1
	строгие	1
	экономные	1
	Гордые	1
дисциплинированные	1	
няшные	1	
любопытные	1	
мягкие	1	

Таблица 13. Реакции китайских мужчин относительно характера китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
сдержанность(22)	沉着	спокойные	5
	稳重	выдержанные	4
	放蕩不羈	необузданные	3
	忍耐	терпеливые	2
	内敛	сдержанные	2
	性格暴躁	вспыльчивые	2
	不羈	вольные	2
	以和为贵	мирные	1
	热爱和平	миролюбивые	1
общительность(14)	随和	легкие в общении	4
	热情	приветливые	3
	内向	интроверты	3
	保守	закрытые, консервативные	2
	开朗	приветливые и открытые	1
	沉默寡言	молчаливые	1
настойчивость(10)	坚毅	твердые	5
	坚强	упорные	3
	坚韧	волевые	1
	不屈	непоколебимые	1
воспитанность (10)	温文尔雅	благовоспитанные	3
	儒雅	изысканные	2
	不卑不亢	держатся с достоинством	2
	谦谦君子	джентльмены	1
	文质彬彬	приличные	1
	客套	учтивые	1
трудолюбие (9)	勤劳	трудолюбивые	5
	吃苦耐劳	выносливые и трудолюбивые	3
	勤劳朴实	трудолюбивые и простодушные	1
щедрость (8)	大气	великодушные	5
	大方	щедрые	3
правильность (8)	大气	великодушные	5
	正经	порядочные	1
	中正	справедливые	1
	爱国	патриоты	1
скромность(8)	谦虚	скромные	6
	大智若愚	истинный ум всегда скромен	1
	谦逊	уступчивые	1

простота(7)	老实	простодушные	5
	勤劳朴实	трудолюбивые и простодушные	1
	表里如一	что на уме, то и на языке	1
прямота(6)	率直	откровенные	3
	豪爽	прямые	3
доброта(6)	大气	великодушные	5
	心善	добрые	1
здравомыслие (5)	谨慎	осторожные	3
	沉稳	осмотрительные	2
честность(5)	真诚	искренние	3
	诚实	честные	1
	正直	правдивые	1
смелость(5)	勇敢	смелые	4
	豪迈	отважные	1
эмоциональность(3)	浪漫	романтичные	1
	闷骚	полны скрытой страсти	1
	多愁善感	сентиментальные	1
оценка (3)	中庸	заурядные	2
	优秀	отличные	1
другие (28)	保守	закрытые, консервативные	2
	大男子主义	мужской шовинизм	2
	自信	уверенные	2
	幽默	люди с юмором	2
	不拘小节	не обращают внимание на мелочи	2
	傻	дураки	1
	大智若愚	истинный ум всегда скромн	1
	活泼	живые	1
	果断	решительные	1
	温柔	нежные	1
	脆弱	хрупкие	1
	重义气	преданные	1
	工作认真	внимательные на работе	1
	节俭	бережливые	1
	独立	независимые	1
	乐观向上	оптимисты	1
	有责任心	ответственные	1
	冷漠	равнодушные	1
	怪异	странные	1
	体贴	заботливые	1
野心勃勃	амбициозные	1	
狡猾	хитрые	1	
圆滑	дипломатичные	1	

Таблица 14. Реакции китайских женщин относительно характера китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
сдержанность(12)	稳重	выдержанные	5
	粗犷	необузданные	4
	内敛	сдержанные	1
	容忍, 耐心	терпеливые	1
	沉着	спокойные	1
общительность(10)	善于交际	общительные	2
	开朗	приветливые и открытые	2
	腼腆	стеснительные	2
	热情	приветливые	1
	热情奔放	оживленные	1
	沉默寡言	молчаливые	1
	不善言辞	косноязычные	1
прямота(9)	耿直	пряמודушные	4
	率直	откровенные	2
	干脆	прямые	1
	表里如一	что на уме, то и на языке	1
	刚正不阿	твердые и прямолинейные	1
трудолюбие(8)	勤劳	трудолюбивые	7
	勤奋	прилежные	1

воспитанность(7)	彬彬有礼	вежливые	3
	绅士	джентльмены	3
	正人君子	благородные	1
честность(7)	诚实	честные	3
	正直	правдивые	2
	真诚	искренние	1
	爽朗	чистосердечные	1
	体贴	заботливые	3
заботливость(6)	细心	внимательные	1
	为他人着想	думают о других	1
	助人为乐	с радостью помогают другим	1
	温柔	нежные	4
мягкость(6)	刚柔并济	и сильные и мягкие	1
	温和	мягкие	1
	勇敢	смелые	5
смелость(6)	怯懦	трусливые	1
	踏实	надежные	3
	义气	преданные	1
надежность(5)	专一	верные	1
	坚强	упорные	2
	坚韧	волевые	1
настойчивость(5)	坚毅	твердые	1
	刚正不阿	твердые и прямолинейные	1
	优柔寡断	нерешительные	2
	果敢	решительные	2
решительность (5)	雷厉风行	быстрые и решительные	1
	沉稳	осмотрительные	2
	成熟	зрелые	2
здравомыслие (5)	冷静	трезвые	1
	谦虚	скромные	2
	大智若愚	истинный ум всегда скромен	1
скромность (4)	谦逊	уступчивые	1
	积极	активные	2
	精力旺盛	энергичные	1
активность(4)	呆板	неподвижные	1
	傲慢	высокомерные	2
	自大	самодовольные	1
эгоизм (4)	好强	самолюбивые	1
	精明	предприимчивые	3
	朴实	простодушные	3
предприимчивость (3)	幽默	люди с юмором	3
простота(3)	大气	великодушные	2
юмор(3)	大方	щедрые	1
	大气	великодушные	2
щедрость(3)	善良	добрые	1
	洒脱	непринужденные	2
правильность (3)	独立性高	независимые	1
	本分	законопослушные	1
доброта(3)	大气	великодушные	2
	有责任心	ответственные	2
независимость (3)	大男子主义	мужской шовинизм	2
	目标明确	целеустремленные	2
	因人而异	у всех по-разному	2
	智商	высокий IQ	1
	大智若愚	истинный ум всегда скромен	1
	顶天立地	могучие	1
	刚柔并济	и сильные и мягкие	1
	才貌双全	талантливы и красивы	1
	能干	способные	1
	细心	внимательные	1
	马虎	небрежные	1
	阳刚	мужественные	1
	爷们	настоящие мужики	1

顾家	хорошие семьянины	1
才貌双全	талантливы и красивы	1
浪漫	романтичные	1
不拘小节	не обращают внимание на мелочи	1
狡猾	хитрые	1

Таблица 15. Реакции русских мужчин относительно характера китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
общительность (21)	закрытые	6
	необщительные	4
	замкнутые	3
	болтливость	1
	необщительные: больше слушают, чем говорят	1
	общение с дружеской ноткой	1
	общительные	1
	покладистые	1
	стеснительность	1
	зажатые	1
скрытные	1	
доброта (14)	добрые	8
	дружелюбные	2
	злые	2
	добродушные	1
	милосердные	1
трудолюбие (14)	трудолюбивые	13
	усидчивые	1
сдержанность (13)	шумные	4
	Агрессивные	2
	вспыльчивые	2
	спокойные	2
	немного импульсивные	1
	терпеливые	1
	миролюбивые	1
щедрость (10)	щедрые	8
	жадные	2
хитрость (7)	хитрые	7
ответственность (5)	ответственные	5
заботливость (5)	Отзывчивые	3
	внимательные	1
	заботливые	1
здравомыслие (4)	расчетливые	1
	осторожные	1
	ветреные	1
	понимающие	1
эмоциональность (4)	ревнивые	2
	артистичные	1
	эмоционально реагируют внешне, но спокойны внутри	1
оптимизм (4)	веселые	3
	с улыбкой	1
настойчивость (3)	упрямые	2
	настойчивые	1
воспитанность (3)	вежливый	2
	джентльмен	1
скромность (3)	скромные	3
другие (28)	умные	2
	стойкие	2
	целеустремленный	2
	преданные	2
	активный	1
	пассивность	1
	дисциплинированные	1
	пунктуальные	1
	смекалистые	1
	сообразительные	1
	Гордые	1
	гостеприимный	1

	неприхотливые	1
	адекватные	1
	предприимчивые	1
	культурный	1
	креативные	1
	семейный	1
	Серьезные,	1
	неуверенные	1
	искренние	1
	внимательные	1
	богатые	1
	ассертивные	1

Таблица 16. Реакции русских женщин относительно характера китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
трудолюбие (17)	трудолюбивые	15
	выносливые	1
	работоспособные	1
воспитанность (13)	вежливые	9
	наглость	1
	воспитанность	1
	бесцеремонность	1
	тактичность	1
заботливость (11)	заботливые	5
	внимательные	2
	отзывчивый	2
	почтительные	1
	уважение	1
общительность (10)	общительные	4
	открытые	3
	замкнутые	2
	скрытные	1
сдержанность (10)	тихие	3
	спокойные	2
	громкие	2
	Сдержанность	1
	терпеливые	1
	шумный	1
доброта (8)	добрые	5
	всегда готовы помочь	1
	доброжелательный	1
	дружелюбные	1
оптимизм (6)	веселые	2
	жизнерадостные	1
	Позитивный	1
	мило улыбаются	1
	улыбчивый	1
целеустремленность (5)	целеустремленные	5
скромность (5)	скромные	4
	нескромные	1
серьезность (4)	серьезные	4
семья (4)	глава семьи	1
	семья	1
	слушается мать	1
	ценящие семейные ценности	1
здравомыслие (4)	рациональные	2
	мысленные	1
	понятливый	1
активность (4)	активные	2
	энергичный	1
аккуратность (3)	внимательные	2
	аккуратные	1
консерватизм (3)	уважают традиции	2
	носители традиций	1
дисциплина (3)	пунктуальный	2
	дисциплинированные	1
щедрость (3)	щедрый	3
другие (31)	хорошее чувство юмора	2

адаптивный	2
самостоятельность	1
самоуверенность	1
независимые от мнения.	1
уверенные	1
неэмоциональные	1
драматичные	1
мягкие	1
умение постоять за себя	1
гик	1
непостоянность	1
дотошность	1
ловкие,	1
креативные	1
сплоченность	1
авантюрный	1
Высокомерные	1
лживые	1
хитрые	1
инфантильность	1
яркость	1
ответственный	1
строгие	1
стандарт	1
гостеприимные	1
копирование	1
собственники	1
киношность	1

Таблица 17. Реакции китайских женщин относительно интеллекта китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
сообразительность (32)	足智多谋	находчивые	14
	聪明伶俐	сметливые	5
	敏锐	проницательные	4
	灵活	гибкие	3
	聪慧	сообразительные	3
	料事如神	проявляют смекалку	1
	灵动	подвижный ум	1
ум (31)	反应迟钝	замедленная реакция	1
	聪明	умные	18
	秀外慧中	хороши собой и умны	6
	智商略高	высокий IQ	2
	睿智	мудрые	2
	发达	развитый ум	1
	愚蠢	тупые	1
здравомыслие (9)	锦心绣口	имеют богатые мысли	1
	耳聪目明	люди трезвого ума	3
	考虑周密	вдумчивые	1
	理智	разумные	1
	冷静	трезвые	1
	明花解语	понимающие	1
	严谨	осмотрительные	1
талант (9)	远见	дальновидные	1
	才华横溢	талантливые	6
	善于学习	способные к обучению	2
красота (8)	才貌双全	талантливы и красивы	1
	秀外慧中	хороши собой и умны	6
	才貌双全	талантливы и красивы	1
образованность (6)	乖巧	симпатичные и послушные	1
	知识渊博	эрудированные	4
	文化水平高	высокообразованные	1
правильность (6)	饱读诗书	начитанные	1
	蕙质兰心	чистые сердцем и духом	6
любопытность (4)	敏而好学	любопытные	4
общительность (4)	口齿伶俐	бойкие на язык	3
	能言善辩	красноречивые	1
оценка (4)	正常	нормальные	2

другие (11)	出众	выдающиеся	2
	创造力强	креативные	2
	有心机	хитрые, расчетливые	2
	文化吸收力强	восприимчивые к другим культурам	1
	适应性强	легко приспосабливающиеся	1
	第六感强	сильное шестое чувство	1
	心思细腻	тщательные	1
	乖巧	симпатичные и послушные	1
	善于动手操作	способные к практике	1
	外强中干	внешне казаться сильным, но быть слабым внутри	1

Таблица 18. Реакции китайских мужчин относительно интеллекта китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
ум (40)	聪明	умные	21
	秀外慧中	хороши собой и умны	8
	心灵手巧	светлая голова и золотые руки	5
	大智若愚	истинный ум всегда скромн	2
	睿智	мудрые	2
	锦心绣口	имеют богатые мысли	1
	愚笨	тулые	1
сообразительность (41)	聪明伶俐	смегливые	14
	聪慧	сообразительные	7
	才思敏锐	проницательные	7
	足智多谋	находчивые	6
	灵活	гибкие	4
	手疾眼快	ловкие руки и зоркие глаза	2
	理解力强	понятливые	1
красота (14)	秀外慧中	хороши собой и умны	8
	乖巧	симпатичные послушные	4
	天生丽质	красавицы от рождения	2
талант (13)	才华横溢	талантливые	6
	能干	способные	2
	德才兼备	имеют талант и мораль	1
	才女	одаренные	1
	语言应用能力强	способны к языкам	1
	精于计算	хорошо разбираются в математике	1
	学习速度快	способны к обучению	1
аккуратность (9)	心思缜密	тщательные	9
предприимчивость (7)	精明能干	предприимчивые	5
	动手能力强	способны к практике	1
	善于应对情况	способны справляться с проблемами	1
здравомыслие (6)	知书达理	образованные и разумные	4
	逻辑性强	логичные	1
	比较不理智	неразумные	1
общительность(6)	口齿伶俐	бойкие на язык	6
скромность (6)	乖巧	симпатичные послушные	4
	大智若愚	истинный ум всегда скромн	2
образованность (5)	知书达理	образованные и разумные	4
	学养具佳	эрудированные и воспитанные	1
правильность (4)	蕙质兰心	чистые сердцем и духом	3
	德才兼备	имеют талант и мораль	1
другие (6)	敏而好学	любопытные	2
	缺乏创造力	некреативные	1
	创造力强	креативные	1
	优秀	отличные	1
	学养具佳	эрудированные и воспитанные	1

Таблица 19. Реакции русских женщин относительно интеллекта китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
ум (14)	умные	9
	мудрые	2
	глупые	1
	глубокомыслие	1
	ясный ум	1

сообразительность (16)	сообразительные	4
	понятливые	3
	гибкий	2
	находчивая	2
	догадливые	1
	приходят к решениям быстро	1
	подвижный	1
	Обучаемые	1
образованность (15)	негибкие	1
	грамотные	5
	разносторонние	3
	довольно начитанные	1
	культурные	1
	образованные	1
	английский язык	1
	многосторонний	1
здоровымыслие (14)	познание в разных науках	1
	развитый	1
	здоровымыслящие	3
	вдумчивые	2
	рациональные	2
	логический	1
	мыслящие	1
	отсутствие логики	1
	рассудительность	1
анализирующие	1	
оценка (7)	расчет	1
	критичность	1
	Высокий	2
	средний	1
	интересный	1
	позитивный	1
креативность (5)	целостный	1
	широта	1
	Креативные	3
хитрость (4)	нестандартность	1
	изобретательность	1
любопытность (4)	хитрые	4
юмор (3)	любопытность	3
	интересующиеся происходящим	1
общительность (3)	остроумная	2
	чувство юмора	1
	зная человека коммуникабельны	1
другие (17)	межличностный	1
	хорошие собеседники	1
	эмоциональны	2
	неабстрактный	1
	практическая направленность	1
	отличная работа по шаблонам	1
	типичные	1
	хорошие математические способности	1
	внимательные	1
	трудолюбивые	1
	простодушные	1
	следующие советам родителей	1
	сосредоточенный	1
	терпимость	1
	хорошо развита память	1
экономные	1	
подросток	1	
бизнес	1	

Таблица 20. Реакции русских мужчин относительно интеллекта китайских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
ум (22)	умные	13
	мудрые	7
	интеллектуальные	1
	толковые	1

здравомыслие (20)	расчетливые	5
	благоразумные	2
	здравомыслящие	2
	логичные	2
	разумны	2
	рассудительные	2
	думающие	1
	рациональные	1
	нелогичный	1
	дальновидные	1
	ответственно взвешивают каждое решение, каждое сказанное слово	1
сообразительность (11)	находчивые	5
	сообразительные	2
	гибкие	1
	смекалистые	1
	смышленные	1
	понятливые	1
образованность (8)	грамотные	2
	начитанные	1
	глубокие и разносторонние личности	1
	математический	1
	многогранные	1
	развитый	1
	разносторонность	1
оценка (6)	высокий	2
	Незаурядный	1
	Его нет	1
	чистый	1
	чувственные	1
настойчивость (4)	настырные	1
	Усердные	1
	целеустремленный	1
	Занудные	1
креативность (4)	творческие	3
	креативные	1
хитрость (4)	Хитрые	4
другие (23)	Трудолюбивые	2
	ответственные	2
	Наивные	1
	неглубокие	1
	коллективный	1
	социальный	1
	любопытность	1
	предприимчивые	1
	эмоциональный	1
	аккуратные	1
	закрытые	1
	робкие	1
	идейные	1
	индивидуальный	1
	честный	1
	легко впечатляются	1
	самоконтроль	1
	экономные	1
	Скромные манипуляторши	1
	остроумные	1
серьезные	1	

Таблица 21. Реакции китайских мужчин относительно интеллекта китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
ум (46)	聰明	умные	20
	睿智	мудрые	11
	大智若愚	истинные ум всегда скромны	6
	有勇有谋	умные и доблестные	3
	智慧	премудрые	2
	不太聰明	не очень умные	1
	呆滯	отупелые	1

	愚笨	тупые	1
	计穷智极	ум короток	1
сообразительность (41)	足智多谋	находчивые	19
	理解能力强	понятливые	6
	灵活	гибкие	6
	聪明伶俐	сметливые	4
	聪慧	сообразительные	2
	才思敏锐	проницательные	2
	料事如神	проявляют смекалку	1
	应对能力强	способность справляться с ситуацией	1
талант (34)	才华横溢	талантливые	18
	才高八斗	одаренные	11
	能干	способные	2
	德才兼备	имеют талант и мораль	1
	博学多才	высокообразованные и талантливые	1
	学习速度快	способные к обучению	1
скромность (6)	大智若愚	истинные ум всегда скромн	6
здравомыслие (6)	顾全大局	ставить общие интересы превыше всего	1
	深思熟虑	вдумчивые	1
	逻辑严密	логичное мышление	1
	神机妙算	гениально-тонкий расчет	1
	明智	разумные	1
	反散力	дивергентное мышление	1
предприимчивость (4)	精明能干	предприимчивые	3
	动手能力强	способные к практике	1
смелость (3)	有勇有谋	умные и доблестные	3
образованность (3)	博学多才	высокообразованные и талантливые	1
	学养具佳	эрудированные и воспитанные	1
	满腹经纶	эрудированные	1
другие (10)	创造力强	креативные	1
	缺乏创造力	некреативные	1
	优秀	отличные	1
	鹤立鸡群	возвышаются над окружающими	1
	敏而好学	любопытные	1
	果敢	решительные	1
	智虑周详	тщательные	1
	德才兼备	имеют талант и мораль	1
	专业知识水平高	профессионалы	1
	学养具佳	эрудированные и воспитанные	1

Таблица 22. Реакции китайских женщин относительно интеллекта китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
ум (32)	聪明	умные	19
	大智若愚	истинный ум всегда скромн	4
	智慧	премудрые	3
	智商高	высокий IQ	2
	睿智	мудрые	2
	矜愚饰智	рисуются своим умом, чтобы изумлять глупцов и невежд	1
	有勇有谋	умные и доблестные	1
	足智多谋	находчивые	14
сообразительность (28)	灵活	гибкие	4
	明事理	проницательные	3
	理解力强	понятливые	2
	敏捷	сметливые	1
	接受力强	умение быстро освоить навыки	1
	聪慧	сообразительные	1
	处事圆滑	дипломатичные	1
	善于化解尴尬	умение преодолевать неловкости	1
	才高八斗	одаренные	10
талант (20)	才华横溢	талантливые	5
	学习能力强	способные к обучению	2
	折冲千里	дипломатические таланты	1

	才德兼备	имеют талант и мораль	1
	才貌双绝	талантливы и красивы	1
оценка (12)	出类拔萃	выдающиеся	10
	正常	нормальные	2
образованность (11)	知识渊博	эрудированные	5
	学识高	высокообразованные	3
	有才学	начитанные	2
	书生气	интеллигентные	1
креативность (9)	创造力高	креативные	7
	想象丰富	богатое воображение	1
	创造力中等	нормальные в креативности	1
здравомыслие (7)	理智	разумные	3
	思考力强	вдумчивые	2
	神机妙算	гениально-тонкий расчет	1
	逻辑力强	логичные	1
скромность (4)	大智若愚	истинный ум всегда скромен	4
настойчивость (3)	刻苦钻研	упорно погружаются в изучение	2
	殚智竭力	отдают силы и ум	1
другие (11)	精明能干	предприимчивые	2
	能言善辩	красноречивые	2
	做事周到	тщательные	1
	向上	активные	1
	有勇有谋	умные и доблестные	1
	才德兼备	имеют талант и мораль	1
	才貌双绝	талантливы и красивы	1
	集思广益	используют коллективные разум	1
	矜愚饰智	рисуются своим умом, чтобы изумлять глупцов и невежд	1

Таблица 23. Реакции русских мужчин относительно интеллекта китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
ум (23)	умные	15
	интеллектуальные	5
	мудрые	2
	твердолобые	1
сообразительность (16)	сообразительные	7
	смышленные	3
	находчивые	2
	гибкие	1
	Очень сообразительные парни, которые могут найти решение в короткий срок	1
	смекалка	1
	быстрота	1
здравомыслие (14)	здравомыслящие	5
	логичные	3
	критически мыслящие	1
	разумные	1
	алгоритмичные	1
	дальновидные	1
	расчетливые	1
	последовательные	1
образованность (7)	грамотные	2
	начитанные	1
	глубокие и разносторонние личности	1
	многогранные	1
	развитый	1
	узкий кругозор	1
оценка (7)	высокий	3
	Незаурядный	2
	Точность	1
	чистый	1
настойчивость (6)	целеустремленные	2
	настырные	1
	упрямые	1
	Усердные	1
	Занудные	1
предприимчивость (4)	предприимчивые	4

практичность (3)	прагматичность	1
	Практичность	1
	производительность на высшем уровне	1
трудолюбие (3)	Трудолюбивые	3
инновация (3)	технически-подкованные (есть выражение: как бы ты хорошо что-либо не делал, найдется азиат, который делает это лучше тебя),	1
	перспективные	1
	Новаторы идут в ногу с прогрессом	1
простота (3)	простота	1
	неглубокие	1
	Наивные	1
другие (21)	любопытные	1
	любопытные	1
	креативные	1
	творческий	1
	экономные	1
	бережливые	1
	организованные	1
	пунктуальные	1
	вербальный	1
	прямолинейные	1
	индивидуальный	1
	Коллективность	1
	легко впечатляются	1
	ответственные	1
	социальный	1
	аккуратные	1
	активные	1
	ловкий	1
хитрые	1	
суевающиеся	1	
серьезные	1	

Таблица 24. Реакции русских женщин относительно интеллекта китайских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
образованность (22)	грамотные	7
	образованные	2
	эрудированные	2
	развитые	2
	разносторонний	2
	Широкий кругозор	2
	высшее образование	1
	довольно начитанные	1
	культурные	1
	английский язык	1
	многосторонний	1
сообразительность (18)	сообразительные	5
	понятливые	3
	находчивый	2
	негибкий	2
	быстрота	2
	гибкость	1
	могут найти выход из трудного положения	1
	Обучаемые	1
приходят к решениям быстро	1	
ум (16)	умные	13
	математический склад ума	2
	мудрые	1
здравомыслие (15)	здравомыслящие	4
	логичный	2
	вдумчивость	1
	глубокомыслие	1
	мыслящие	1
	отсутствие логики	1
	рассудительные	1
	рациональные	1
правота	1	

	стратег	1
	расчетливые	1
оценка (6)	высокий	3
	специализация	1
	сложный	1
	хороша	1
простота (4)	простоватые	2
	наивность	1
	простодушные	1
любопытность (4)	любопытные	3
	интересующиеся	1
практичность (3)	неабстрактный	1
	прагматичен	1
	практическая направленность	1
толерантность (3)	покладистые	1
	терпимость	1
	терпимые к другим точкам зрения	1
другие (19)	креативные	2
	хитрые	2
	типичные	1
	шаблонность	1
	хорошая память	1
	хорошо развита память	1
	национализирован	1
	следующие советам родителей	1
	хорошее чувство юмора	1
	остроумный	1
	хорошие математические способности	1
	хорошие собеседники	1
	сосредоточенный	1
	работа с новыми технологиями	1
	занятость	1
	зубрежка	1
	хорошие слушатели	1

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. РЕАКЦИИ ИНФОРМАНТОВ ОТНОСИТЕЛЬНО РУССКИХ

Таблица 1. Реакции русских женщин относительно внешности русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
красота (34)	красивые	16
	ухоженные	5
	симпатичные	3
	женственные	2
	милые	2
	приятная внешность	2
	утонченные	2
	элегантные	1
рост (18)	изысканные	1
	среднего роста	8
	высокие	2
	изящная	2
	среднего телосложения	2
	невысокие	2
	Низкие	1
волосы (17)	средний или низкий рост	1
	длинноволосые	8
	русые волосы	3
	темноволосые	2
	прямые волосы	1
	тонкие волосы	1
	длинные ресницы	1
стройность (16)	накладные ресницы	1
	стройные	8
	изящная	2
	среднего телосложения	2
	пропорциональная фигура	1
	пышная фигура	1
	с хорошими формами	1
глаза (11)	худые	1
	большие глаза	5
	светлоглазые	2
	темные глаза	1
	чаще всего голубоглазые или зеленоглазые	1
	зеленые/серые/голубые глаза	1
	карие глаза	1
лицо (8)	выразительные черты лица	2
	румяные	2
	крупные черты лица	1
	мягкие черты лица	1
	овальное лицо	1
	уставшие черты лица	1
кожа (6)	светлая кожа	6
оценка (5)	разнообразные	3
	естественные	1
	гармоничные	1
одежда и аксессуары (5)	модные	2
	красиво одеваются	1
	стильные	1
	в виду русского менталитета большинство одеваются одинаково (в сравнении с китайками),	1
опрятность (4)	аккуратные	2
	опрятные	2
заметность (3)	блеск	1
	броскость	1
	яркость	1
улыбчивость (3)	улыбчивые	1
	нет улыбки	1
	хмурые	1
другие (8)	Гром баба	1
	здоровая	1
	спортивные	1
	узкие плечи	1

	тонкий носик	1
	осанка	1
	выглядят молодыми	1
	подражание западу	1

Таблица 2. Реакции русских мужчин относительно внешности русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
красота (27)	красивые	16
	милые	2
	ухоженные	2
	выразительная внешность	1
	обаятельные	1
	привлекательные	1
	притягательный	1
	Русских женщин всегда ценилась на высоком уровне	1
	симпатичные	1
	соблазнительные	1
волосы (21)	длинноволосые	11
	светловолосые	6
	русые	2
	густые, пушные волосы	1
	светлые густые длинные волосы	1
стройность (18)	худые	5
	стройные	3
	тонкая талия	2
	осиная талия	1
	худая талия	1
	гибкая фигура	1
	красивая фигура	1
	полные	1
	фигуристые	1
	крупное телосложение	1
миниатюрные	1	
рост (16)	высокие	8
	среднего роста	3
	низкие	2
	маленький рост	1
	крупное телосложение	1
	миниатюрные	1
глаза (12)	красивые глаза	3
	голубоглазые	3
	светлоглазые	2
	кареглазые	1
	пронзительный взгляд	1
	умеренный разрез глаз	1
	умные глаза	1
лицо (12)	мягкие черты лица	3
	румяные	3
	правильные черты лица	1
	четкие черты лица	1
	крупный лоб	1
	узколобая	1
	широколобые	1
	круглый подбородок	1
опрятность (7)	аккуратные	2
	опрятные	2
	чистые	2
	не знают как следить за собой	1
нос (3)	курносая	2
	красивый нос	1
одежда (3)	стильные	1
	деловой стиль	1
	Следуют (стараятся следовать) моде	1
другие (10)	уверенный	2
	спортивные	2
	гладкая кожа	1
	светлокожая	1

плечистые	1
кокетки	1
пухлые губы	1
подтянутая грудь	1

Таблица 3. Реакции китайских женщин относительно внешности русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
красота (51)	美丽漂亮	красивые	31
	精致优雅	элегантные	7
	绰约多姿	грациозные	4
	温柔	нежные	2
	妖艳	обворожительные	1
	甜美	приятные	1
	性感	сексуальные	1
	可爱	симпатичные	1
	御姐	взрослые привлекательные женщины	1
	美丽而傲慢	красивы и высокомерны	1
	冷艳	холодные и привлекательные	1
рост (18)	高	высокие	18
глаза(17)	眼睛大	большие глаза	5
	金发碧眼	светловолосые и голубоглазые	5
	明眸皓齿	ясные очи и белые зубы	2
	眼睛深邃	глубоко посаженные глаза	1
	蓝色眼睛	голубые глаза	1
	眼睛很美	красивые глаза	1
	长睫毛	длинные ресницы	1
	瞳色奇异	чудесный цвет глаз	1
кожа(13)	白皙	белокожие	12
	皮肤好	хорошая кожа	1
стройность (12)	苗条	стройные	5
	丰满	полные	2
	身材易变形	легко толстеют	1
	骨架大	крупное телосложение	1
	肥胖(中年及以上)	толстые (в зрелом возрасте)	1
	身材好(年轻)	хорошая фигура (в молодости)	1
	瘦	худые	1
лицо (10)	五官立体	европейские черты лица	7
	五官精致	красивые черты лица	1
	圆脸	круглое лицо	1
	棱角分明	резкие черты лица	1
волосы (6)	金发碧眼	светловолосые и голубоглазые	5
	长发飘飘	длинные волосы	1
возраст (6)	成熟	зрелые	3
	年轻	молодые	1
	御姐	взрослые привлекательные женщины	1
	易衰老	легко стареют	1
оценка (4)	异域风情	экзотическая внешность	1
	千姿百态	многообразные	1
	酷	классные	1
одежда и аксессуары (3)	时尚	модные	1
	付粉施朱	наносит макияж	1
	穿着得体	пристойно одеты	1
опрятность(3)	干净	чистые	3
другие (14)	健壮结实	здоровые и крепкие	2
	明眸皓齿	ясные очи и белые зубы	2
	知性	благопристойные	2
	冰清玉洁	порядочные	1
	洒脱	непринужденные	1
	冷艳	холодные и привлекательные	1
	美丽而傲慢	красивы и высокомерны	1
	冷漠	равнодушные	1
	严肃	серьезные	1
	个性	с характером	1
	高鼻梁	высокая переносица	1

Таблица 4. Реакции китайских мужчин относительно внешности русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций	
красота (43)	美丽漂亮	красивые	26	
	性感	сексуальные	4	
	可爱	симпатичные	3	
	温柔	нежные	2	
	妖艳	обворожительные	2	
	婀娜多姿	грациозные	2	
	闭月羞花	затмить луну и посрамить цветы	1	
	俏丽	миловидные	1	
	出水芙蓉	прекрасные	1	
	高贵	элегантные	1	
стройность (24)	苗条	стройные	11	
	娇小玲珑	изящные	3	
	胖	толстые	3	
	瘦	худые	3	
	丰满	полные	2	
	憔悴	истощенные и слабые	1	
	身材两极化	большая разница в телосложении	1	
	金发碧眼	светловолосые и голубоглазые	3	
глаза (16)	碧眼	голубоглазые	3	
	眼睛深邃	глубоко посаженные глаза	2	
	炯炯有神	ясные глаза	2	
	大眼睛	большие глаза	1	
	眼梢细长	разрезы глаз длинные и тонкие	1	
	高鼻大眼	высокий нос и большие глаза	1	
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	1	
	高鼻深目	высокий нос и глубоко посаженные глаза	1	
	眼睛好看	красивые глаза	1	
	рост (14)	高	высокие	14
		金发	светловолосые	6
	волосы (11)	金发碧眼	светловолосые и голубоглазые	3
浓眉大眼		густые брови и большие глаза	1	
曲眉		изогнутые брови	1	
白暂		белокожие	9	
кожа (10)	皮肤不好	плохая кожа	1	
	端庄优雅	благопристойные	5	
воспитанность (6)	粗鲁	грубые	1	
	高鼻梁	высокая переносица	2	
нос(5)	鼻子大挺	высокий и большой нос	1	
	高鼻大眼	высокий нос и большие глаза	1	
	高鼻深目	высокий нос и глубоко посаженные глаза	1	
	眉清目秀	имеют тонкие черты лица	1	
лицо (3)	尖下巴	острый подбородок	1	
	慈眉善目	доброе выражение лица	1	
	健壮结实	здоровые и крепкие	2	
другие (17)	放荡不羁	необузданные	1	
	文静	спокойные	1	
	洒脱	непринужденные	1	
	善良	добрые	1	
	开朗	приветливые и открытые	1	
	感性	чувственные	1	
	活力阳光	жизнерадостные	1	
	仪态万端	изысканные манеры	1	
	易老	быстро стареют	1	
	红嘴白牙	красные губы и белые зубы	1	
	红嘴白牙	красные губы и белые зубы	1	
	双腿细长	долговязые ноги	1	
	外表整洁	подтянутые	1	
	手指纤细	тонкие пальцы	1	
	不了解	не знаю	1	

Таблица 5. Реакции русских мужчин относительно внешности русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
рост (22)	высокие	14
	среднего роста	2
	коренастые	2
	крупного телосложения	2
	Рост выше среднего	1
	высокого роста и могучие плечи	1
волосы (21)	светловолосые	8
	бородатые	2
	не слишком густые брови	1
	волосатые	1
	длинные волосы	1
	жесткие светлые волосы	1
	короткостриженные	1
	лохматые	1
	мягкие волосы	1
	мягкие светлые волосы	1
	Не черные волосы как правило	1
	черноволосые	1
	преимущественно светлые оттенки глаз и волос	1
спортивность (14)	крепкие	6
	мускулистые	4
	спортивные	2
	коренастые	2
глаза (13)	глубокие глаза	4
	широкие глаза	2
	голубоглазые	1
	светлоглазые	1
	средний разрез глаз	1
	суровый взгляд	1
	чистые глубокие глаза	1
	широкоглазые-светглазые	1
	преимущественно светлые оттенки глаз и волос	1
	лицо (11)	овальное лицо
широколобые		2
скулы		1
грубые черты лица преобладают		1
европеоидные черты лица		1
красивые черты лица		1
мягкие черты лица		1
умеренная ширина лица		1
щекастые		1
стройность (10)	широкие	3
	худые	2
	крупного телосложения	2
	не толстые	1
	узкая талия	1
	опухшие	1
опрятность (7)	подтянутые	3
	аккуратные	1
	неаккуратные	1
	неопрятные	1
	опрятные	1
кожа (5)	светлокожие	4
	белокожие	1
плечо (4)	широкоплечие	2
	крупные плечи	1
	высокого роста и могучие плечи	1
красота (4)	красивые	2
	правильная внешность	1
	Не должно думать настоящему мужику о своей красоте	1
мужественность (4)	медведь	2

	брутальные	1
	мужественность	1
грудь (4)	богатырская грудь	1
	грудь колесом	1
	сильный торс	1
	мощный торс	1
одежда и аксессуары (3)	Балалайка	1
	деловой стиль	1
	не следуют моде	1
оценка (3)	нормальные	1
	слишком разнообразна, чтобы найти 5 общих для всех черт	1
	смешные	1
другие (13)	сильные	2
	хмурые	2
	уверенный	2
	грозный	1
	жесткие иногда	1
	курносые	1
	добрые	1
	закрытые	1
	Мороз	1
	Водка	1

Таблица 6. Реакции русских женщин относительно внешности русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
рост (28)	высокие	20
	коренастые	3
	изящность	1
	нормального телосложения	1
	среднее телосложение	1
	худые или среднего телосложения	1
	не очень высокие	1
волосы (19)	светловолосые	4
	русые волосы	3
	короткие волосы	2
	небритые	2
	бородатые	2
	брюнет	1
	волосатые	1
	короткие русые волосы	1
	не очень темные волосы	1
	густые брови	1
	усы	1
спортивность (17)	спортивные	9
	коренастые	3
	крепкие	3
	развитая мускулатура	1
	неспортивные	1
стройность (11)	имеют лишний вес	1
	средней массы тела	1
	статные	1
	стройные	1
	толстые (с пивным пузиком)	1
	изящность	1
	нормального телосложения	1
	среднее телосложение	1
	непропорциональные	1
	одутловатые	1
	худые или среднего телосложения	1
красота (11)	красивые	2
	иногда ухоженные (чаще нет)	1
	миловидность	1
	мужественные	1

	ухоженность	1
	несимпатичные	1
	неухоженные	1
	привлекательность	1
	приятная внешность	1
	Симпатичные	1
глаза (10)	большие глаза	5
	глубоко посаженные глаза	1
	светлоглазые	1
	суровый взгляд	1
	темноглазые	1
	чаще всего голубоглазые или зеленоглазые	1
опрятность (9)	аккуратные	2
	неопрятные,	2
	неряшливые	2
	нечистоплотные	1
	чаще неаккуратные	1
	следящие за собой	1
лицо (6)	выразительные черты лица	1
	грубые черты лица	1
	иногда неухоженные черты лица	1
	маскулинные черты лица	1
	четкая линия скул	1
	высокий лоб	1
кожа (6)	светлая кожа	5
	темные оттенки	1
плечо (6)	широкоплечие	5
	широкая грудная клетка и плечи	1
улыбчивость (6)	хмурые	2
	суровые	2
	холодные	1
	неулыбчивые	1
оценка (3)	разные	2
	славяне	1
другие (12)	сильные	2
	стиль	1
	стиль одежды простой	1
	незамысловатый	1
	простой	1
	благородные	1
	широкая грудная клетка и плечи	1
	грубые руки	1
	жесткие	1
	не бросакая внешность	1
	подражание западу	1

Таблица 7. Реакции китайских мужчин относительно внешности русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
рост (28)	高大	высокие	20
	高大魁梧	крупные	8
спортивность (20)	健壮结实	здоровые и крепкие	20
красота (18)	帅气英俊	красивые	13
	仪表堂堂	видные	2
	秀气	очаровательные	1
	面容坚毅	мужественный вид	1
	可爱	симпатичные	1
стройность (14)	高大魁梧	крупные	8
	瘦	худые	2
	虎背熊腰	богатырское сложение	1
	娇小	изящные	1
	挺拔	стройные	1
	肥胖	толстые	1
волосы (12)	大胡子	бородатые	3
	金发	светловолосые	3

	中年人头发 大多数偏少	большинство людей средних лет немного лысые.	2
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	2
	脱发	выпадение волос	1
	中年掉发	в среднем возрасте волосы выпадают	1
глаза (11)	眼睛深邃	глубоко посаженные глаза	5
	眼睛好看	красивые глаза	2
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	2
	碧眼	голубоглазые	1
	敏锐的目光	зоркие глаза	1
нос (9)	高鼻梁	высокая переносица	5
	鼻子大挺	большой и высокий нос	3
	酒糟鼻	винный нос	1
кожа (9)	白皙	белокожие	9
сдержанность (6)	放荡不羁	необузданные	3
	粗犷而细腻	необузданные но и тщательные	2
	文静	спокойные	1
лицо(5)	五官立体	европейские черты лица	3
	眉清目秀	имеют тонкие черты лица	1
	平头正脸	правильные черты лица	1
воспитанность (5)	粗鲁	грубые	2
	冲撞	неучтивые	1
	文质彬彬	приличные	1
	端庄	благопристойные	1
оценка (3)	一表人才	необыкновенные	2
	气宇不凡	незаурядные	1
оптимизм (3)	阳光	жизнерадостные	3
доброта (3)	凶狠	злые	3
другие (8)	潇洒	непринужденные	2
	英勇	смелые	2
	气宇轩昂	величественные манеры	1
	高冷	высокомерные	1
	刚毅	твердые	1
	不了解	не знаю	1

Таблица 8. Реакции китайских женщин относительно внешности русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
рост(24)	高大	высокие	24
спортивность (18)	健壮结实	здоровые и крепкие	18
красота (15)	帅气英俊	красивые	13
	相貌堂堂	видные	1
	精致	элегантные	1
кожа (12)	皮肤白皙	белокожие	11
	惨白	бледная кожа	1
глаза (10)	蓝眼睛	голубые глаза	5
	眼睛深邃	глубоко посаженные глаза	3
	眼睛贼大	большие глаза	1
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	1
лицо (10)	五官深邃	европейские черты лица	6
	棱角	резкие черты лица	3
	胡须很多	бородатые	1
стройность (8)	瘦	худые	4
	胖	толстые	2
	身材匀称	стройное телосложение	1
	身材好	хорошая фигура	1
волосы (8)	多毛	волосатые	2
	金发	светловолосые	2
	发量少	жидкие волосы	1
	卷头发	кудрявые волосы	1
	浓眉大眼	густые брови и большие глаза	1
	胡子拉碴	небритые	1
оценка (7)	有趣	интересные	1
	一表人才	необыкновенные	1

	有特色	своеобразные	1
	长相一般	обычная внешность	1
	异域风情	экзотическая внешность	1
	坏	плохие	1
	自然	естественные	1
нос (6)	鼻子大挺	большой и высокий нос	3
	高鼻梁	высокая переносица	3
мужественность (4)	须眉男子	настоящие мужики	4
оптимизм (4)	阳光	жизнерадостные	4
смелость (4)	英气	смелые	2
	彪悍	удалые	2
сдержанность (3)	放荡不羁	необузданные	2
	深沉	спокойные и тихие	1
серьезность (3)	严肃	серьезные	3
другие (9)	冷酷	холодные	2
	憨厚	простодушные	2
	干净	чистые	2
	正直	правдивые	1
	冷峻	суровые	1
	低调	не любят выпендриваться	1

Таблица 9. Реакции русских женщин относительно характера русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
трудолюбие (12)	трудолюбивые	8
	выносливые	2
	старательность	1
	усидчивость	1
доброта (11)	добрые	7
	добродушные	1
	доброжелательные	1
	дружелюбные	1
	великодушные	1
заботливость (10)	заботливые	5
	отзывчивые	3
	чуткие	1
	внимательные	1
независимость (10)	независимые	6
	самостоятельные	2
	имеют свою точку зрения	1
	Самодостаточна	1
сдержанность (10)	терпеливые	6
	спокойные	2
	вспыльчивые	1
	сдержанные	1
общительность (8)	открытые	4
	общительные	3
	разговорчивые	1
уверенность (8)	уверенные	4
	самоуверенные	3
	неуверенные в себе	1
сила (7)	сильные	4
	сильные духом	2
	властные	1
оптимизм (5)	жизнерадостные	1
	позитивные	1
	надежда	1
	печаль	1
	хмурые	1
щедрость (4)	щедрые	3
	великодушные	1
эмоциональность (4)	излишне эмоциональные	1
	эмоциональные	1
	горячие	1
	любящие	1

настойчивость (4)	упрямые	2
	Строптивые	1
	умение настоять на своем	1
здравомыслие (4)	вдумчивые	1
	понятливые	1
	понимающие	1
	осторожные	1
мягкость (4)	нежные	3
	мягкий	1
ум (3)	умные	2
	мудрые	1
целеустремленность (3)	целеустремленные	3
семья (4)	хозяйственные	3
	хозяйюшка	1
надежность (3)	доверчивые	2
	надежные	1
другие (32)	гостеприимные	2
	ответственные	2
	творческие	2
	внимательные	1
	аккуратные	1
	вежливые	1
	тактичные	1
	справедливые	1
	великодушные	1
	скромные	1
	уступчивая	1
	хитрые	1
	хитрые (в положительном знач)	1
	искренние	1
	двуличность	1
	требовательные	1
	женственные	1
	любопытные	1
	гордые	1
	непостоянная	1
	знающие	1
	интересные	1
	деньги	1
	смелые	1
	важные	1
	жертвенность	1
	завистливость	1
отсутствие адекватной самооценки	1	
цинична	1	

Таблица 10. Реакции русских мужчин относительно характера русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
доброта (17)	добрые	14
	добродушные	3
заботливость (16)	заботливые	10
	отзывчивые	5
	Внимательные	1
бережливость (10)	бережливые	7
	экономные	3
оптимизм (8)	жизнерадостные	2
	оптимисты	1
	веселые	5
сдержанность (7)	миролюбивые	2
	терпеливость	1
	терпимость	1
	спокойные	1
	задумчивая	1
	шумные	1
общительность (6)	общительные	2

	покладистые	2
	открытость	1
	душевность	1
ум (6)	мудрые	3
	Умные	3
хитрость (5)	хитрые	4
	Девушки стали хитрее	1
настойчивость (4)	упрямые	2
	волевые	1
	настойчивые	1
аккуратность (4)	аккуратные	3
	Внимательные	1
здравомыслие (4)	расчетливые	4
красота (4)	милые	1
	обаятельные	1
	женственные	1
	заботятся о своем внешнем виде	1
гостеприимство (4)	гостеприимные	4
семья (4)	хранительницы домашнего очага	1
	хозяйственные	3
сила (4)	сильные	2
	сила духа	1
	сильные духом	1
честность (4)	искренние	2
	честная	2
оценка (3)	загадочная	1
	Из огня да в полымя	1
	непонятная	1
другие (26)	верные	2
	вежливые	2
	кокетки	2
	смелые	2
	самоуверенные	1
	уверенность	1
	амбициозность	1
	целеустремленные	1
	щедрые	1
	способные	1
	старательные	1
	серьезная	1
	непунктуальные	1
	гордые	1
	позитивные	1
	любопытные	1
	нежные	1
	чистые	1
	ответственные	1
	меркантильные	1
	простой	1
	независимые	1

Таблица 11. Реакции китайских женщин относительно характера русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
общительность (28)	热情	приветливые	13
	开朗	приветливые и открытые	8
	平易近人	общительные	4
	外向	экстраверты	3
доброта (12)	善良	добрые	9
	友好	дружелюбные	3
мягкость (7)	温柔	нежные	7
оценка (7)	有趣	интересные	2
	另类	своеобразные	2
	城市	городские	1
	酷	клевые	1
	因人而异	у всех по-разному	1
заботливость (6)	细心	внимательные	3

	体贴	заботливые	2
	谅解他人	деликатные	1
настойчивость (6)	坚强	упорные	2
	固执	упрямые	2
	偏执	нетерпимые	1
	坚毅	твердые	1
	独立	независимые	3
независимость (6)	豪放	свободные от условностей	2
	洒脱	непринужденные	1
	活泼	живые	4
активность (5)	有活力	энергичные	1
	高傲	высокомерные	4
эгоизм (5)	任性	своевольные	1
уверенность (4)	自信	уверенные	4
серьезность (4)	严肃	серьезные	4
одежда и аксессуары (4)	爱美	любят наряжаться	4
сдержанность (4)	成熟稳重	выдержанные	1
	内敛	сдержанные	1
	耐心	терпеливые	1
	安静	тихие	1
гостеприимство (3)	热情好客	гостеприимные	3
аккуратность (3)	细心	внимательные	3
воспитанность (3)	端庄	благопристойные	1
	礼貌	вежливые	1
	优雅	элегантные	1
красота (3)	可爱	симпатичные	1
	窈窕	утонченные	1
	秀外慧中	хороши собой и умны	1
трудолюбие (3)	勤劳	трудолюбивые	3
честность (3)	真诚	искренние	1
	正直	правдивые	1
	诚实	честные	1
прямота (3)	直爽	прямые	3
смелость (3)	勇敢	смелые	1
	霸气	бравые	1
	彪悍	удалые	1
другие (25)	慷慨大方	щедрые	2
	风趣	юмористические	2
	有创造力	креативные	2
	责任感强	ответственные	2
	冷淡	равнодушные	2
	能喝酒	не дурак выпить	2
	忠厚老实	простодушные	1
	敏感	чувствительные	1
	情绪化	эмоциональные	1
	朴实	простые	1
	规矩	порядочные	1
	秀外慧中	хороши собой и умны	1
	骄傲	гордые	1
	大大咧咧	легкомысленные	1
	死板	негибкие	1
	不守时	непунктуальные	1
	不爱运动	неспортивные	1
	不拘小节	не обращают внимание на мелочи	1
	注重细节	обращают внимание на детали	1

Таблица 12. Реакции китайских мужчин относительно характера русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
общительность (22)	开朗	приветливые и открытые	10
	热情	приветливые	6
	善于与人交往	общительные	4
	外向	экстраверты	2
активность (11)	活泼	живые	9

	积极	активные	1
	满腔热情	воодушевленные	1
независимость (11)	独立	независимые	9
	洒脱	непринужденные	1
	自主	самостоятельные	1
доброта (10)	善良	добрые	6
	友好	дружелюбные	3
	残忍	жестокие	1
сдержанность (8)	不耐烦	нетерпеливые	1
	喜怒无常	неуравновешенные	1
	冲动	порывистые	1
	急躁	торопливые	1
	稳重	выдержанные	2
	文静	уравновешенные	1
	安静	тихие	1
воспитанность (8)	高雅	элегантные	4
	端庄	благопристойные	2
	有教养	воспитанные	1
	知性	интеллигентные	1
прямота (6)	豪爽	прямые	3
	耿直	прямодушные	2
	坦诚	откровенные	1
оптимизм (6)	乐观	оптимисты	5
	满腔热情	воодушевленные	1
мягкость (5)	温柔	нежные	5
настойчивость (5)	坚强	упорные	4
	执着	настойчивые	1
смелость (4)	勇敢	смелые	2
	冒险精神	рискованный дух	1
	豪迈	отважные	1
простота (3)	朴素	простые	2
	单纯	простодушные	1
эмоциональность (3)	情绪化	эмоциональные	2
	浪漫	романтичные	1
эгоизм (3)	自傲	высокомерные	1
	随意自私	эгоисты	1
	虚荣	тщеславные	1
другие (30)	不了解	не знаю	2
	顾家	хороший семьянин	2
	爱美	любят наряжаться	2
	体贴	заботливые	2
	令人生厌	надоедливые	1
	黏人	прилипчивые	1
	另类	своеобразные	1
	古怪	причудливые	1
	机敏	сметливые	1
	聪慧	сообразительные	1
	散浪	несобранные	1
	散漫	рассеянные	1
	睿智	мудрые	1
	聪明	умные	1
	真诚	искренние	1
	诚实	честные	1
	严谨	осмотрительные	1
	冷静	трезвые	1
	懒散	ленивые	1
	勤劳	трудолюбивые	1
	持家	бережливые	1
	自信	уверенные	1
	大方	щедрые	1
	可爱	симпатичные	1
	好客	гостеприимные	1

	处事果断	решительные	1
Таблица 13. Реакции русских мужчин относительно характера русских мужчин			
Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций	
доброта (15)	добрые	13	
	добродушные	2	
трудолюбие (12)	ленивые	10	
	трудолюбивые	2	
сдержанность (11)	агрессивные	5	
	спокойные	3	
	В основном сдержанные, но сложно выделить 5 общих для всех черт	1	
	порой агрессивные	1	
	терпеливость	1	
сила (10)	стойкие	4	
	всемогущий	1	
	лидерство	1	
	сталь	1	
	сила воли	1	
	сила духа	1	
	сильные	1	
оптимизм (7)	веселые	3	
	угрюмые	1	
	жизнерадостные	1	
	хмурые	1	
	улыбчивые	1	
общительность (6)	общительные	3	
	закрытость	1	
	Замкнутый	1	
	открытый	1	
настойчивость (5)	упорные	3	
	упрямые	2	
сообразительность (5)	смышленные	2	
	бойкий	1	
	изворотливые	1	
	смекалистые	1	
надежность (4)	верный	2	
	надежные	1	
	всегда держат своё слово	1	
оценка (4)	Крайности, но это не плохо и не хорошо	1	
	смешные	1	
	характерные,	1	
	харизматичность	1	
правильность (4)	справедливые	4	
смелость (4)	смелые	3	
	храбрость	1	
строгость (4)	жесткие	2	
	строгие	1	
	Суровые	1	
заботливость (3)	отзывчивые	2	
	внимательные	1	
предприимчивость (3)	предприимчивые	3	
воспитанность (3)	невежливые	1	
	наглый	1	
	Грубые	1	
ум (3)	умные	2	
	умный, но не показывает этого	1	
щедрость (3)	щедрые	3	
целеустремленность (3)	целеустремленные	3	
другие (24)	простые	2	
	активные	2	
	не пунктуальные	2	
	мужественные	2	
	ответственные	2	
	понятливые	1	
	незрелые	1	
	честный	1	

	душевные	1
	уверенность	1
	способные	1
	большое самомнение	1
	сочувственные	1
	с хорошим чувством юмора	1
	гордые	1
	радушные	1
	любопытные	1
	бескорыстные	1
	принципиальные	1

Таблица 14. Реакции русских женщин относительно характера русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
общительность (15)	общительные	6
	открытые	5
	необщительные	3
	душа на распашку	1
воспитанность (10)	грубые	7
	Невежи	1
	вежливый	1
	разнузданность	1
активность (9)	активные	4
	пассивные	1
	позитивный	1
	безынициативные	1
	неугомонные	1
	торопливость	1
сдержанность (8)	агрессивные	1
	вспыльчивый	1
	истеричность	1
	Уравновешенный	1
	шумные	3
	задиристые	1
доброта (7)	добрые	4
	всегда готовы помочь	1
	жестokie	1
	великодушный	1
простота (7)	простодушные	3
	прямолинейный	3
	наивные	1
трудолюбие (7)	ленивые	3
	трудолюбивые	2
	нетрудолюбивые	1
	старательность	1
уверенность (6)	самоуверенные	4
	уверенные	2
целеустремленность (5)	целеустремленные	4
	амбициозные	1
настойчивость (5)	упрямые	4
	настойчивые	1
здравомыслие (5)	здравомыслящие	1
	понятливые	1
	расчетливый	1
	рациональные	1
	безбашенный часто	1
оптимизм (4)	веселые	3
	хмурые	1
серьезность (3)	серьезные	3
сила (3)	сильный	2
	сильные духом	1
строгость (3)	суровые	2
	требовательность	1
ум (3)	умные	1
	мудры	1
	бестолковый	1
независимость (3)	несамостоятельные	2

	самостоятельность	1
надежность (3)	верные	1
	надежные	1
	держат данное слово	1
заботливость (3)	заботливые	2
	внимательные	1
эгоизм (3)	эгоисты	2
	самолюбивые	1
щедрость (3)	не щедрые	1
	великодушный	1
	немного жадные	1
другие (28)	юмор	2
	решительные	2
	смелые	2
	неаккуратные	1
	внимательные	1
	нежелание развиваться	1
	Традиционные,	1
	готов взять на себя ответственность	1
	ответственные	1
	Мягкотелые	1
	в случае опасности могут постоять за себя	1
	гордые	1
	гостеприимный	1
	грамотные	1
	креативные	1
	незаинтересованные	1
	неопрятные	1
	любящие	1
	хитрый	1
	гибкий	1
честные	1	
великодушный	1	
Лояльны	1	
понты	1	
ценят дружбу	1	

Таблица 15. Реакции китайских мужчин относительно характера русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
сдержанность (23)	暴躁	вспыльчивые	8
	冲动	порывистые	5
	粗犷	необузданные	4
	急躁	торопливые	2
	稳重	выдержанные	2
	冲撞	неучтивые	1
	沉着	спокойные	1
общительность (16)	热情	приветливые	7
	和蔼	покладистые	3
	开朗	открытые	3
	健谈	разговорчивые	1
	外向	экстраверты	1
	保守	закрытые, консервативные	1
смелость (13)	勇敢	смелые	6
	豪迈	отважные	2
	勇猛	храбрые	2
	战斗民族	боевой народ	1
	好战	боевые	1
	英勇	доблестные	1
настойчивость (9)	坚持不懈	упорные	5
	刚烈	твердые	4
здравомыслие (9)	冷静	трезвые	2
	有序	последовательные	1
	不理智	неразумные	1
	大大咧咧	легкомысленные	1
	有逻辑	логичные	1
	沉稳	осмотрительные	2

	遇事谨慎	осторожные	1
прямота (8)	直率	прямые	7
	直爽	откровенные	1
	粗鲁	грубые	5
воспитанность (5)	粗鲁	грубые	5
активность (5)	活泼	живые	2
	积极	активные	1
	战斗民族	боевой народ	1
	好战	боевые	1
щедрость (4)	大方	щедрые	4
независимость (4)	独立	независимые	2
	豪放	свободные от условностей	2
доброта (4)	心地善良	добрые	1
	友好	дружелюбные	1
	凶狠	злые	2
оптимизм (3)	乐天达观	оптимистические	1
	欢快跳脱	веселые	1
	兴高采烈	восторженные	1
эгоизм (3)	爱面子	самолюбивые	3
аккуратность (3)	粗心	невнимательные	1
	神经大条	невосприимчивые	1
	工作认真	внимательные на работе	1
другие (31)	懒惰	ленивые	2
	温柔	нежные	2
	冷漠	равнодушные	2
	正直	правдивые	2
	爱喝酒	любят алкоголь	2
	散漫	рассеянные	2
	男子气概	мужественные	1
	优秀	отличные	1
	团结	солидарные	1
	傲娇	люди, скрывающие симпатию высокомерием и равнодушием	1
	兴高采烈	восторженные	1
	特立独行	своеобразные	1
	复杂	сложные	1
	骄傲	гордые	1
	迷茫	нецелеустремленные	1
	严肃	серьезные	1
	大男子	мужской шовинизм	1
	保守	закрытые, консервативные	1
	自信	уверенные	1
	认真负责	ответственные	1
	忠厚	простодушные	1
	好客	гостеприимные	1
	玩世不恭	циничные	1
刚强	сильные	1	
不了解	не знаю	1	

Таблица 16. Реакции китайских женщин относительно характера русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
общительность (20)	热情	приветливые	9
	外向	экстраверты	3
	易相处	покладистые	2
	健谈	разговорчивые	2
	沉默	молчаливые	2
	内向	интроверты	1
	开放	открытые	1
воспитанность (14)	粗鲁	грубые	5
	礼貌	вежливые	4
	绅士	джентльмены	4
	优雅	элегантные	1
смелость (13)	勇敢	смелые	4
	战斗民族	боевой народ	3

	彪悍	удалые	3
	欺软怕硬	притесняют слабых и боятся сильных	1
	战斗力强	боевые	2
прямота (12)	直率	прямые	9
	刚正不阿	твердые и прямолинейные	3
юмор (11)	幽默	юмористические	11
эгоизм (9)	高冷	высокомерные	3
	任性	самовольные	3
	爱面子	самолюбивые	3
активность (9)	积极	активные	2
	活泼	живые	2
	战斗民族	боевой народ	3
	战斗力强	боевые	2
настойчивость (6)	刚正不阿	твердые и прямолинейные	3
	刚硬	твердые	1
	坚强	упорные	1
	固执	упрямые	1
здравомыслие (6)	沉稳	осмотрительные	2
	成熟	зрелые	2
	小心	осторожные	1
	冷静	трезвые	1
честность (6)	正直	правдивые	4
	真诚	искренние	1
	爽朗	чистосердечные	1
трудолюбие (5)	懒惰	ленивые	2
	不务正业	бездельничают	2
	勤劳	трудолюбивые	1
серьезность (5)	严肃	серьезные	5
сдержанность (4)	稳重	выдержанные	1
	克制	сдержанные	1
	有耐心	терпеливые	1
	冷淡深沉	спокойные и тихие	1
другие (32)	热情好客	гостеприимные	2
	友好	дружелюбные	2
	冷酷	холодные	1
	浪漫	романтичные	1
	认真	внимательные	1
	不拘小节	не обращают внимание на мелочи	1
	爱喝酒	любят алкоголь	1
	酗酒	пьянствуют	1
	不拘一格	не связывать себя общепринятыми нормами	1
	豪放	свободные от условностей	1
	脾气很好	хороший характер	1
	调皮	капризные	1
	刚中带柔	и стойкие и нежные	1
	面部表情丰富	выразительная мимика	1
	骄傲	гордые	1
	创造力	креативные	1
	冷淡	равнодушные	1
	大男子主义	мужской шовинизм	1
	盲目无知	слепые	1
	严厉	строгие	1
	宗教意识	религиозные	1
	乐于助人	с радостью помогают другим	1
	不专一不顾家	неверные и не заботятся о семье	1
	自信	уверенные	1
	敏捷	сообразительные	1
	大方	щедрые	1
	刚中带柔	и стойкие и нежные	1
	进取	целеустремленные	1
	憨态可掬	наивные	1
	不了解	не знаю	1

Таблица 17. Реакции русских женщин относительно интеллекта русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
сообразительность (21)	сообразительные	6
	смекалка	3
	гибкость	2
	понятливые	2
	догадливые	1
	находчивые	1
	подвижный	1
	понимающие	1
	понятливые, но склонные к романтизму	1
	живой	1
	способны решить любой вопрос	1
быстрый	1	
образованность (17)	грамотные	4
	развитый	3
	эрудированные	2
	высшее образование	1
	культурные	1
	начитанные	1
	образованные	1
	любят науки	1
	разносторонние	1
	объемность	1
	широта кругозора	1
ум (15)	умные	9
	мудрые	3
	глубокий ум	2
	системность	1
здравомыслие (11)	логичный	3
	вдумчивые	1
	здравомыслящие	1
	анализирующие	1
	дальновидность	1
	конструктивные	1
	последовательный	1
	рассудительные	1
рациональность	1	
оценка (10)	средний	4
	абстрактный	1
	гуманитарий	1
	избирательные	1
	интересные	1
	недооцененность	1
хитрость (6)	своеобразный	1
	хитрые	6
креативность (6)	креативные	4
	творческий	1
	нестандартно мыслящие	1
любопытность (5)	любопытные	3
	пытливый	1
	любопытные	1
другие (21)	своя точка зрения	1
	оригинальные	1
	эмоциональный	1
	обладают эмоциональным интеллектом	1
	самокритичность	1
	саморазвитие	1
	многозадачность	1
	могут делать много дел одновременно	1
	свобода от комплексов	1
	самостоятельный	1
	юмористки	1
	трудолюбие	1
	справедливые	1
толерантные	1	

	хорошая память	1
	открытость новым идеям	1
	основанный на упорной работе	1
	желание куда-нибудь уехать для лучшей жизни	1
	чуткий	1
	хорошо развитое воображение	1
	совершенствование	1

Таблица 18. Реакции русских мужчин относительно интеллекта русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
ум (21)	умные	10
	мудрые	7
	интеллектуальные	1
	мозговитые	1
	толковые	1
	глубокие	1
здравомыслие (17)	рассудительные	3
	здравомыслящие	2
	критическое мышление	2
	благоразумные	1
	Вдумчивые	1
	разумные	1
	стратегическое мышление	1
	трезвомыслящие	1
	алгоритмичные	1
	думающие наперед	1
	заблуждающиеся	1
	недальновидные	1
	продуманные	1
	оценка (10)	Гуманитарный
высокий		1
Незаурядный		1
средний		1
бесконечный		1
Его нет		1
чистый		1
странный		1
интересный		1
сообразительность (9)	находчивые	4
	смекалистые	2
	сообразительные	2
	быстро	1
хитрость (5)	Хитрые	5
консерватизм (4)	консервативны	4
решительность (3)	не склонны к риску	1
	нерешительные	1
	решительные	1
образованность (3)	грамотные	1
	начитанные	1
	хорошо развитый	1
настойчивость (3)	целеустремленные	2
	упрямые	1
другие (25)	многозадачные	2
	Примитивный	1
	доверчивые	1
	ответственность при принятии решений	1
	ответственные	1
	коллективный	1
	социальный	1
	креативные	1
	аккуратные	1
	предприимчивые	1
	индивидуальный	1
	лаконичность	1
	любопытство	1
	Меркантильные	1
Прямолинейные	1	

организованные	1
плохо ориентируются на местности	1
толерантные	1
Честные	1
эмоциональный	1
выдержка	1
разборчивые	1
ревнивые	1
жертвенные	1

Таблица 19. Реакции китайских женщин относительно интеллекта русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
ум (31)	聪明	умные	19
	睿智	мудрые	5
	秀外慧中	хороши собой и умны	3
	才智过人	премудрые	2
	智商高	высокий IQ	1
	智商一般	нормальный IQ	1
сообразительность (31)	足智多谋	находчивые	8
	聪明伶俐	сметливые	7
	灵活	гибкие	5
	理解力强	понятливые	4
	聪慧	сообразительные	2
	领悟力强	проницательные	2
	迟缓	медленные	2
	不太会转弯	ненаходчивые	1
талант (9)	才华横溢	талантливые	4
	锦心绣肠	литературный талант	1
	才貌兼全	талантливые и красивые	1
	艺术细胞丰富	художественный талант	1
	博学多才	высокообразованные и талантливые	1
	善学	способны к обучению	1
здравомыслие (8)	耳聪目明	люди трезвого ума	5
	考虑周全	вдумчивые	1
	理智的	разумные	1
	远见	дальновидные	1
оценка (7)	正常	нормальные	4
	出类拔萃	выдающиеся	2
	平淡无奇	заурядные	1
любопытность (5)	敏而好学	любопытные	5
креативность (3)	创造力强	креативные	3
образованность (3)	文化水平高	высокообразованные	1
	博学多才	высокообразованные и талантливые	1
	知乎	эрудированные	1
другие (10)	才貌兼全	талантливые и красивые	1
	乖巧	симпатичные и послушные	1
	擅谈	разговорчивые	1
	表达力好	вербальная способность	1
	喜欢冒险	рискованные	1
	胆大	храбрые	1
	心思敏捷	тщательные	1
	为他人着想	заботливые	1
	乖巧	умелые	1
	感性的	чувственные	1

Таблица 20. Реакции китайских мужчин относительно интеллекта русских женщин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
сообразительность (41)	聪明伶俐	сметливые	14
	足智多谋	находчивые	11
	灵活	гибкие	5
	聪慧	сообразительные	5
	颖悟绝伦	проницательные	3
	手疾眼快	ловкие руки и зоркие глаза	1
	悟性高	понятливые	1
	迟钝	медлительные	1
ум (36)	聪明	умные	16

	愚蠢	глупые	4
	大智若愚	истинный ум всегда скромнен	4
	睿智	мудрые	4
	秀外慧中	хороша собой и умна	4
	智力正常	нормальный ум	1
	呆头呆脑	придурковатые	1
	笨	тупые	1
	大智大勇	умные и доблестные	1
талант (10)	才华横溢	талантливые	6
	多才多艺	всесторонне одаренные	1
	能干	способные	1
	文采斐然	литературный талант	1
	计算能力较差	плохо разбираются в математике	1
образованность (6)	学养具佳	образованные и воспитанные	2
	文化水平高	высокообразованные	1
	学识丰富	начитанные	1
	博学	эрудированные	1
	愚昧无知	невежественные	1
предприимчивость (6)	精明能干	предприимчивые	5
	动手能力强	способные к практике	1
любопытность (5)	敏而好学	любопытные	5
красота (4)	秀外慧中	хороша собой и умна	3
	姱容修态	красота и ум	1
скромность (4)	大智若愚	истинный ум всегда скромнен	4
ловкость (3)	乖巧	умелые	3
общительность (3)	口齿伶俐	бойкий на язык	3
другие (10)	遇事冷静	резвые	1
	应场力	хладнокровные	1
	不同凡响	незаурядные	1
	普通的	обыкновенные	1
	活泼	живые	1
	贤惠	добродетельные	1
	勤劳	трудолюбивые	1
	大智大勇	умные и доблестные	1
	抓乖卖俏	умничают	1
	创造力强	креативные	1

Таблица 21. Реакции русских мужчин относительно интеллекта русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
сообразительность (24)	сообразительные	11
	смекалистые	5
	находчивые	3
	смышленные	2
	понятливые	2
	дипломатические	1
ум (22)	умные	11
	интеллектуальные	3
	математический склад ума	2
	технический склад ума	2
	Гениев хватает как и дураков	1
	ограниченный ум (не у всех)	1
	толковые	1
	глубокие	1
здравомыслие (17)	здравомыслящие	2
	рассудительные	2
	рациональные	2
	железная логика	1
	логика	1
	разумные	1
	алгоритмичные	1
	дальновидные	1
	заблуждающиеся	1
	конструктивные	1
	недальновидные	1
	планирование на будущее	1
	последовательные	1
трезво оценивают ситуации - рациональны	1	

оценка (8)	высокий	3
	Незаурядный	2
	лучший	1
	Самый обычный	1
	чистый	1
предприимчивость (5)	предприимчивые	5
настойчивость (4)	целеустремленный	2
	упорство	1
	упрямые	1
активность (3)	активные	3
хитрость (3)	проныра	1
	хитроумные	1
	хитрые	1
сдержанность (3)	терпеливые	2
	выдержка	1
другие (20)	коммуникабелен	1
	вербальный	1
	способные	1
	золотые руки	1
	индивидуальный	1
	самонадеянные	1
	Коллективность	1
	социальный	1
	творческий	1
	многозадачные	1
	интеллигентные	1
	уверенность	1
	прикладное мышление	1
	прямолинейные	1
	Пунктуален	1
	растратные	1
	толерантные	1
отзывчивые	1	
Топорный	1	
разборчивые	1	

Таблица 22. Реакции русских женщин относительно интеллекта русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Кол-во реакций
здравомыслие (18)	логичный	4
	рассудительные	3
	здравомыслящие	2
	разумные	1
	рациональность	1
	"авось"	1
	доказательный	1
	доказывающие свою точку зрения	1
	ошибочность	1
	серьезно подходят к проблеме	1
	стратег	1
трезво оценивают ситуацию	1	
ум (15)	умные	8
	глупцы	1
	Не очень умные	1
	не примитивный ум	1
	туповатые	1
	умные, если разовьют свой потенциал	1
	системность	1
	узколобость	1
сообразительность (15)	гибкость	3
	находчивые	3
	сообразительные	3
	понятливые	2
	быстрые	2
	схватывающие на лету	1
	хорошая смекалка	1
образованность (13)	грамотные	4

	широкий кругозор	3
	малоначитанные	1
	начитанные	1
	эрудированность	1
	безграмотные	1
	знание во многих областях	1
	чаще не разносторонние	1
креативность (8)	креативный	2
	изобретательные	2
	мышление за рамками	1
	нестандартные подходы в работе	1
	нестандартный	1
	нетривиальность	1
оценка (6)	средний	3
	абстрактный	1
	гуманитарий	1
	специализированность	1
любопытность (5)	любопытные	2
	пытливый	1
	тяга к новым знаниям	1
	любопытные	1
трудолюбие (3)	прокрастинация	1
	ленивый, но способный	1
	трудолюбие	1
другие (17)	хитрые	2
	остроумные	1
	есть чувство юмора	1
	многие имеют предпринимательскую жилку	1
	применение знаний на практике	1
	прогрессивен	1
	консервативные	1
	простота	1
	пунктуален	1
	однозадачность	1
	твердость	1
	ловкие	1
	внимательные	1
	ленивый, но способный	1
	строгие	1
	работа с техникой	1

Таблица 23. Реакции китайских мужчин относительно интеллекта русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций	
ум (55)	聪明	умные	18	
	愚蠢	глупые	9	
	睿智	мудрые	9	
	大智若愚	истинный ум всегда скромн	8	
	大智大勇	умные и доблестные	4	
	才智	умственные способности	2	
	智力发达	интеллектуальные	1	
	内秀	не так просты, как кажется, очень неглупы	1	
	普京很睿智	Путин очень мудрый	1	
	笨	тупые	1	
	思路简单	простое мышление	1	
	сообразительность (23)	足智多谋	находчивые	9
		聪明伶俐	сметливые	5
灵活		гибкие	4	
聪慧		сообразительные	2	
悟性高		понятливые	1	
观察力		наблюдательные	1	
迟钝		медлительные	1	
талант (18)		才华横溢	талантливые	8
	才高八斗	одаренные	7	
	文采斐然	литературный талант	1	

	不精计算	плохо разбираться в математике	1
	空间概念强	люди, имеющие ориентацию в пространстве	1
скромность (8)	大智若愚	истинный ум всегда скромнен	8
смелость (4)	大智大勇	умные и доблестные	4
здравомыслие (4)	逻辑能力强	способность к логическому рассуждению	1
	缺少逻辑	отсутствие логики в мышлении	1
	建设性不高	неконструктивные	1
	老谋深算	дальновидные	1
креативность (4)	有创造力	креативные	2
	有思想	люди с идеями	1
	想象力	обильные воображением	1
образованность (3)	博学	эрудированные	2
	学养具佳	эрудированные и воспитанные	1
любопытность (3)	敏而好学	любопытные	3
предприимчивость (3)	精明	предприимчивые	2
	动手能力强	способные к практике	1
другие (12)	自以为是	самоуверенные	2
	果敢	решительные	1
	活泼	живые	1
	学养具佳	эрудированные и воспитанные	1
	鲁莽	грубые	1
	有时执拗	иногда упрямые	1
	直爽	прямые	1
	伶牙俐齿	бойкие на язык	1
	内秀	не так просты, как кажется, очень неглупы	1
	幽默	юмористические	1
	不羁之才	незаурядные	1

Таблица 24. Реакции китайских женщин относительно интеллекта русских мужчин

Семантическая группа	Реакция	Перевод	Кол-во реакций
ум (29)	聪明	умные	15
	睿智	мудрые	5
	大智若愚	истинный ум всегда скромнен	3
	高智商	высокий IQ	1
	愚蠢	глупые	1
	憨憨的	слабоумный	1
	才智过人	премудрые	1
	笨	тупые	1
	部分人智商高	у части русских высокий IQ	1
сообразительность (27)	足智多谋	находчивые	11
	灵活	гибкие	5
	理解力强	понятливые	4
	颖悟绝伦	проницательные	4
	见径识径	сообразительные	1
	巧捷万端	сметливые	1
	迟钝	несообразительные	1
талант (15)	才华横溢	талантливые	4
	才高八斗	одаренные	3
	博学多才	высокообразованные и талантливые	2
	善于发现	способные к открытию	2
	学习能力强	способные к обучению	1
	过目不忘	памятливые	1
	艺术性	художественный талант	1
	能干的	способные	1
	креативность (8)	创新	креативные
缺乏创造力		некреативные	1
оценка (7)	正常	нормальные	4
	平庸	заурядные	2
	出类拔萃	выдающиеся	1
образованность (6)	知识渊博	эрудированные	3

	博学多才	высокообразованные и талантливые	2
	有内涵	культурные	1
здравомыслие (5)	理智	разумные	3
	心思深沉	вдумчивые	1
	清醒	трезвомыслящие	1
предприимчивость (4)	精明能干	предприимчивые	3
	善于实验	способные к экспериментам	1
скромность (3)	大智若愚	истинный ум всегда скромен	3
другие (10)	善于与人打交道	общительные	1
	口舌如簧	красноречивые	1
	敏学	любопытные	1
	责任感	ответственные	1
	认真行事	внимательные	1
	过于直白	чрезвычайно прямые	1
	喜欢冒险	рискованные	1
	深沉	спокойные и тихие	1
	风趣幽默	юмористические	1
	小聪明	умничают	1

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. МЕДИАНЫ ОЦЕНОК ПО ПРИЗНАКАМ

Таблица 1. Медианы оценок китайских женщин по признакам

Признаки	Оценивающая группа			
	Китайцы		Русские	
	женщины	мужчины	женщины	мужчины
красивая	4,214	4,250	4,143	4,115
высокая	3,682	3,132	2,071	2,000
толстая	2,333	2,714	1,700	2,062
спортивная	2,962	3,167	3,000	3,083
чистая	4,711	4,429	4,618	3,857
аккуратная	4,618	4,618	4,500	4,071
добрая	4,618	4,115	4,250	3,900
открытая	3,286	3,033	3,583	3,955
тихая	3,591	3,833	3,500	2,000
вежливая	4,214	3,938	4,346	3,967
гостеприимная	4,167	3,682	4,200	4,062
щедрая	4,167	3,611	3,808	3,583
трудолюбивая	4,136	3,900	4,083	4,136
здравомыслящая	3,857	3,654	4,269	3,682
простодушная	3,600	3,200	3,278	2,722
умная	3,767	3,773	4,214	3,967
грамотная	3,900	3,938	4,167	3,967
понятливая	3,714	3,750	4,115	3,857
активная	3,625	3,800	3,600	3,700
скромная	4,083	3,917	3,917	3,583
уверенная	3,500	3,833	3,625	3,500
общительная	3,955	4,000	3,857	4,100
целеустремленная	3,917	3,731	3,917	3,955
честная	4,029	3,375	3,833	3,500
улыбчивая	4,429	3,864	4,429	4,250
креативная	3,750	3,375	3,864	4,000

Таблица 2. Медианы оценок китайских мужчин по признакам

Признаки	Оценивающая группа			
	Китайцы		Русские	
	женщины	мужчины	женщины	мужчины
красивый	3,500	3,808	3,269	3,643
высокий	3,389	3,289	2,591	2,500
толстый	2,944	3,050	2,250	2,409
спортивный	3,500	3,214	3,278	3,167
чистый	3,885	3,722	3,714	2,955
аккуратный	3,808	3,700	3,767	3,000
добрый	4,214	4,429	4,188	3,808
открытый	3,357	3,029	3,500	2,773
тихий	3,300	3,167	3,250	1,875
вежливый	3,885	3,929	4,100	3,357
гостеприимный	4,500	4,100	3,900	3,682
щедрый	4,136	3,833	3,900	4,000
трудолюбивый	4,083	4,083	4,500	4,750
здравомыслящий	4,000	3,773	4,125	3,955
простодушный	3,767	3,500	3,136	2,318
умный	4,100	3,833	4,029	4,045
грамотный	3,962	3,808	4,125	3,731
понятливый	4,000	3,682	4,071	3,955
активный	4,071	3,786	3,269	2,875
скромный	3,800	4,200	3,700	3,571
уверенный	4,045	3,682	3,667	3,577
общительный	4,250	4,000	3,667	2,900
целеустремленный	4,227	3,938	3,967	4,227
честный	3,962	3,500	3,808	3,367
улыбчивый	3,900	3,700	3,864	3,700
креативный	4,062	3,500	3,682	3,929

Таблица 3. Медианы оценок русских женщин по признакам

Признаки	Оценивающая группа			
	Китайцы		Русские	
	женщины	мужчины	женщины	мужчины
красивая	4,711	4,429	4,750	4,711
высокая	4,562	4,125	3,222	3,143
толстая	3,100	3,038	2,786	2,722
спортивная	3,357	3,786	3,111	3,500
чистая	4,033	4,083	4,618	4,269
аккуратная	4,100	4,000	4,562	4,562
добрая	3,833	3,944	4,000	3,929
открытая	4,167	4,033	4,000	3,786
тихая	3,611	3,269	2,938	2,389
вежливая	3,833	3,700	3,857	3,250
гостеприимная	3,955	3,800	4,167	4,100
щедрая	4,029	3,400	3,912	3,333
трудолюбивая	3,808	3,773	4,227	3,600
здравомыслящая	3,750	3,346	4,100	3,700
простодушная	3,375	3,167	2,786	2,600
умная	3,800	3,700	4,100	3,938
грамотная	3,868	4,000	4,300	3,974
понятливая	3,786	3,500	4,167	3,654
активная	3,900	3,786	3,682	4,000
скромная	3,577	3,312	2,921	2,773
уверенная	4,000	3,967	3,667	3,944
общительная	3,929	3,875	4,147	4,192
целеустремленная	3,500	3,375	4,136	3,808
честная	3,857	3,500	3,900	3,143
улыбчивая	3,929	3,794	3,417	4,167
креативная	3,900	3,400	4,056	4,618

Таблица 4. Медианы оценок русских мужчин по признакам

Признаки	Оценивающая группа			
	Китайцы		Русские	
	женщины	мужчины	женщины	мужчины
красивый	3,833	3,875	3,409	4,029
высокий	4,500	4,300	3,333	3,853
толстый	3,312	3,167	2,864	3,071
спортивный	3,808	3,955	3,583	3,600
чистый	3,643	3,278	3,500	3,382
аккуратный	3,714	3,591	2,227	3,038
добрый	3,286	3,188	3,056	3,667
открытый	3,885	4,227	3,389	3,625
тихий	3,682	3,083	3,136	2,808
вежливый	3,833	3,188	3,167	3,136
гостеприимный	3,962	3,885	3,500	3,500
щедрый	3,583	3,409	3,583	3,812
трудолюбивый	3,192	3,409	3,611	2,917
здравомыслящий	3,583	3,000	3,591	3,500
простодушный	3,150	3,100	3,714	3,214
умный	3,400	3,583	3,500	3,912
грамотный	3,812	3,773	2,500	3,773
понятливый	3,682	3,500	4,115	4,038
активный	3,857	3,667	3,955	3,409
скромный	3,136	3,115	3,786	2,900
уверенный	4,233	4,214	3,250	4,115
общительный	3,500	3,917	2,667	3,857
целеустремленный	3,591	3,250	3,200	3,800
честный	3,700	3,500	3,409	3,500
улыбчивый	3,286	3,714	3,333	2,900
креативный	3,833	3,500	2,864	3,333