

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
кафедра отечественной филологии и русского языка
как иностранного
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: «Стереотипы национального восприятия и их роль в
межкультурной коммуникации (на примере российско-китайского
взаимодействия)»

Исполнитель Абдухакимов Сарвар Бахтиёр
угли

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель доктор педагогических наук,
профессор

(ученая степень, ученое звание)

Харченкова Людмила Ивановна
(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой


(подпись)

кандидат педагогических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна
(фамилия, имя, отчество)

Санкт-Петербург

2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СТЕРЕОТИПОВ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	7
1.1. Понятие и сущность стереотипа	7
1.2. Механизмы формирования стереотипов	8
1.3. Виды стереотипов	11
1.4. Функции стереотипов.....	14
1.5. Роль стереотипов в межкультурной коммуникации.....	17
Выводы.....	20
ГЛАВА 2. ОБРАЗЫ РОССИИ И КИТАЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ	22
2.1. Роль межкультурных коммуникаций в современном мире: диалог России и Китая.....	22
2.2. Культурно-исторические, социально-экономические и межпограничные предпосылки формирования образов России и Китая .	25
2.3. Влияние стереотипов на процесс межкультурной коммуникации России и Китая.....	29
Выводы	33
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	35
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	37
ПРИЛОЖЕНИЕ	41

ВВЕДЕНИЕ

Межкультурная коммуникация (МКК) в контексте кросскультурного взаимодействия играет всё более заметную роль в условиях глобализации. Взаимодействие между представителями разных лингвокультурных общностей не ограничивается только обменом информации; оно предполагает сложные процессы восприятия, интерпретации и интеркультурной адаптации. В этих процессах особую роль играют стереотипы, которые могут как способствовать, так и препятствовать эффективному общению между культурами.

Стереотипы – это обобщённые, часто упрощённые и не всегда объективные представления о группах людей, их характеристиках, поведении и культуре. Они формируются под воздействием исторических, социальных, политических, культурных факторов и могут как позитивно, так и негативно влиять на восприятие других народов. В частности, в контексте российско-китайских отношений, где различия в культурных традициях, ценностных ориентирах и социальных практиках могут приводить к недопониманию и конфликтам, стереотипы становятся важным объектом изучения.

Несмотря на обширность исследований стереотипов и межкультурной коммуникации, в литературе считанное количество работ, которые объединяют эти две области. Настоящее исследование разрабатывает теоретическую модель, объясняющую взаимосвязь между национальными стереотипами и процессами межкультурной коммуникации, с учётом конкретных историко-культурных особенностей России и Китая.

Актуальность данной темы исследования обусловлена не только теоретическим интересом к исследованию культурных различий, но и практическими аспектами, связанными с необходимостью улучшения международного общения в условиях глобальных вызовов, таких как экономическая интеграция, политические кризисы и миграционные потоки.

Исследование стереотипов в контексте межкультурной коммуникации между Россией и Китаем позволит глубже понять механизмы взаимодействия культур и предложить пути для снижения барьеров, возникающих в процессе общения между различными народами.

Полагаем, что такое исследование будет способствовать формированию лингвокультурологических знаний у иностранных студентов, поможет увеличить их словарный запас и обогатить их внутренний мир.

Новизна исследования заключается в комплексном анализе роли стереотипов национального восприятия в контексте межкультурной коммуникации между Россией и Китаем. На сегодняшний день недостаточно изучены специфические стереотипы, которые влияют на восприятие культур друг друга в рамках этих двух стран, несмотря на растущий интерес к проблемам межкультурного взаимодействия и глобализации.

Объектом исследования выступает межкультурная коммуникация между Россией и Китаем, а именно – взаимодействие между представителями этих двух стран в различных сферах, таких как экономика, образование, массовая культура и повседневная жизнь.

Предметом исследования являются стереотипы национального восприятия России и Китая, а также их влияние на процесс межкультурной коммуникации.

Целью настоящего исследования является выявление роли стереотипов национального восприятия в межкультурной коммуникации на примере российско-китайского взаимодействия.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

- 1) описать теоретическую базу исследования стереотипов;
- 2) выявить основные стереотипы о России и Китае, существующие в восприятии граждан обеих стран, на основе анализа исторических, социальных, культурных факторов их формирования;
- 3) проанализировать влияние стереотипов на межкультурную коммуникацию между россиянами и китайцами, выявив их роль в

формировании барьеров и недопонимания в различных сферах (в образовании, бизнесе и массовой культуре);

4) исследовать последствия стереотипного восприятия для межкультурного взаимодействия, включая влияние на личные и профессиональные отношения, а также на общественные и политические процессы;

5) оценить механизмы преодоления стереотипов и создания более эффективных каналов межкультурной коммуникации, включая стратегии и подходы, используемые в дипломатии, образовательных обменах и других сферах взаимодействия;

6) разработать рекомендации для улучшения межкультурного общения между Россией и Китаем с целью снижения воздействия стереотипов и повышения уровня взаимопонимания и сотрудничества.

Материалом исследования послужили теории когнитивной психологии (Тернер, 1987) и социального восприятия (Таджфел, 1979), а также исследования в области межкультурной коммуникации (Хофстеде, 1991), А.П. Садохина, Г.А. Елизаровой, О.А. Леонтович и др.

Существенным материалом анализа является модель культурных различий Хофстеде (1991) и Беннет (1993). Используются исследования о социальном восприятии и роли стереотипов в формировании национальных образов (Коттель, 2000).

Методы и приёмы исследования: описательный метод, метод наблюдения, контент-анализ, кейс-стадии, метод сравнительного анализа.

Теоретическая значимость нашего исследования заключается в её способности способствовать развитию междисциплинарных исследований, интегрирующих теории межкультурной коммуникации, социологии, психологии, политологии и в дополнении существующих теорий стереотипов в контексте глобализированного мира.

Практическая значимость исследования заключается в его применении для улучшения межкультурной коммуникации и эффективных

взаимодействий на разных уровнях – от государственного до личного, а также в обеспечении более глубокого взаимопонимания и уважения между народами, что направлено на укрепление межкультурного взаимодействия.

Структура работы: данная работа состоит из введения, двух глав, сопровождающихся выводами, заключения, списка литературы и приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СТЕРЕОТИПОВ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Понятие и сущность стереотипа

Стереотипы — это устойчивые, часто упрощённые и обобщённые представления о группе людей или явлении, которые могут быть как положительными, так и отрицательными. Они формируются на основе ограниченного опыта, культурных традиций и социальных норм и могут оказывать сильное влияние на восприятие и поведение людей в межличностном и межкультурном взаимодействии.

Термин «стереотип» был введён в обиход в 1922 году американским журналистом и писателем Уолтером Липпманом в своей книге "Общественное мнение". Липпман понимал стереотипы как упрощённые, однородные представления о других людях и культурах, которые способствуют формированию устойчивых образов, зачастую не имеющих отношения к реальности. Он рассматривал стереотипы как «психологические карты», которые упрощают восприятие сложного мира, но при этом могут искажать его.

В толковом словаре стереотип определяется как «недостоверное общее представление о группе людей или явлении, основанное на обобщениях» [Ожегов С. И., «Толковый словарь русского языка», 1992]. Согласно этому определению, стереотипы могут появляться на базе личного опыта, а также в результате передачи информации друг другу или через массмедиа, что также способствует закреплению определённых взглядов и предвзятых суждений.

Другие источники также подчеркивают, что стереотипы обладают когнитивной функцией, поскольку позволяют индивидам быстро ориентироваться в социальной среде и упрощать сложные взаимодействия. В то же время, они часто приводят к искажению восприятия других культур и людей, создавая барьеры для эффективной коммуникации. Например, в словаре психологических терминов стереотипы определяются как

«психологические конструкции, которые формируют упрощённое представление о социальных группах и влияют на восприятие их членов, создавая предвзятое отношение» [Шмидт В. А., «Психологический словарь», 2004].

Стереотипы могут быть как **положительными**, так и **отрицательными**. Положительные стереотипы, например, могут включать восприятие представителей другой культуры как исключительно доброжелательных или трудолюбивых, однако это не всегда соответствует действительности. Отрицательные стереотипы, напротив, часто основываются на преувеличении или искажении реальных характеристик, что может привести к предвзятости и социальной изоляции.

Одним из важнейших параметров стереотипов является их устойчивость. Даже при наличии информации, опровергающей стереотип, люди зачастую продолжают придерживаться своих прежних убеждений, что объясняется когнитивной инерцией и желанием сохранить психологический комфорт. Это делает стереотипы значимыми не только в контексте межкультурной коммуникации, но и в более широком социальном взаимодействии.

В.А. Рыжков интерпретирует стереотип как «коммуникативную единицу данного этноса, способную посредством актуальной презентации социально санкционированных потребностей оказывать побуждающее типизированное воздействие на сознание личности – социализируемого индивида, формируя в нем соответствующие мотивации» [Рыжков, 1985: 16].

Такие феномены Ю.Е. Прохоров называет «стереотипами речевого общения». Ю.Е. Прохоров определяет их как «социокультурную маркированную единицу ментально-лингвального комплекса представителя определенной этнокультуры, реализуемую в речевом общении в виде нормативной локальной ассоциации к стандартной для данной культуры ситуации общения» [Прохоров, 1996: 21]. При таком

понимании стереотипа он выступает как «эталон», «образец».

В.В. Красных рассматривает стереотип как «фиксированную ментальную «картинку», являющуюся результатом отражения в сознании личности «типового» фрагмента реального мира» [Красных, 2002: 178].

Стереотипы, с точки зрения В.В. Красных, можно подразделить на два типа: стереотипы поведения и стереотипы - представления о предмете или ситуации и, соответственно, их можно обозначить как **стереотипы-образы** и **стереотипы-ситуации**.

Возникновению стереотипов способствуют две тенденции человеческого сознания: 1) конкретизация – ассоциирование абстрактных понятий с какими-то конкретными образами; 2) упрощение – выделение нескольких признаков в качестве ведущих для обозначения нескольких явлений. Они формируются как в процессе спонтанной коммуникации (пословицы и поговорки, анекдоты, слухи), так и в процессе непосредственных межнациональных контактов, строятся на некоторых исторических предубеждениях, передаются через произведения устного народного творчества и художественную литературу.

При изучении роли стереотипов в межкультурной коммуникации необходимо помнить о том, что стереотипы всегда национальны. Правда, иногда можно найти аналоги в разных культурах. Но таким случаям нужно уделять особое внимание, поскольку совпадая в целом, эти стереотипы могут различаться деталями, имеющими большое значение для успешного общения.

Различия в стереотипах, бытующих в разных культурах, касаются многих аспектов. Например, темы бесед: о чем можно, а о чем нельзя говорить с представителями других культур, отношение ко времени, поведение представителей разных культур в общественных местах и т. д.

Также по-разному проявляются и стереотипы-представления. Например. Корейцы говорят: «Жена должна быть как лиса, а муж – как медведь», имея в виду, что жена должна быть умной, гибкой в общении и хитрой, а медведь

сильным. На первый взгляд ассоциации, связанные с этими животными у корейцев, схожи с ассоциациями у русских. Но при ближайшем рассмотрении оказывается, что русская лиса – это в первую очередь эталон хитрости, и это качество воспринимается русскими скорее как отрицательное. Медведь для русских в первую очередь неуклюж, а потом всё остальное.

Стереотип как феномен рассматривается с разных точек зрения. Неоднозначно и отношение к стереотипам. Например, О.А. Леонтович считает, что «стереотипы – упрощенные ментальные репрезентации различных категорий людей, преувеличивающие моменты сходства между ними и игнорирующие различия. Стереотипизация предполагает статичный взгляд на общество и человека, неумение воспринимать уникальность человеческой личности, стремление свести всех людей к ограниченному числу типов со стандартным набором характеристик» (Леонтович, 2005: 236). Определение О.А. Леонтович дано в контексте проблем межкультурной коммуникации. О.А. Леонтович считает, что «различные виды стереотипов, существующие на уровне языка, способны создавать помехи в межкультурном общении» [Леонтович, 2005: 240]. Но, на наш взгляд, это не совсем справедливо по отношению к стереотипу, стереотипизацию нельзя рассматривать как однозначно отрицательное явление.

Следует отметить, что язык играет существенную роль в создании стереотипов. С точки зрения физиологии, стереотипы формируются на основе системы условных рефлексов. По мнению О.А. Леонтович, постоянное повторение одних и тех же фраз, со временем приобретающих устойчивость на уровне языка, приводит к тому, что их значение оседает в подкорке головного мозга, а их восприятие происходит автоматически, без участия высшего сознания [Леонтович, 2007, с. 255]. Как правило, носители языка не задумываются над содержанием устойчивых выражений, воспринимая их как данность.

Для обозначения стереотипов очень часто служат следующие средства:

1) атрибутивные словосочетания, в которых определение - прилагательное, образованное от этнонима, а определяемое - имя какого-либо свойства человека: *загадочная русская душа, французская элегантность, немецкая пунктуальность, кавказский темперамент;*

2) устойчивые сравнительные обороты: *голодный как собака, бледный как полотно, ловкий как обезьяна, здоровый как бык, молчаливый как финн;*

3) пословицы: *Что русскому хорошо, немцу - смерть;*

4) анекдоты, иллюстрирующие некоторое представление об определенном этносе: *Стоит чукча на остановке, считает: «Пятый... Шестой... Одиннадцатый...» Прохожий интересуется, что он считает. Чукча отвечает: «Автобусы. Мне сказали, что в 37-м ехать надо!»* [Красных, 2002: 180].

Особый интерес представляют **устойчивые сравнительные обороты** как средство стереотипизации и маркеры стереотипов. В основе многих стереотипных представлений и их языковых репрезентаций лежат образы и социально-культурные идеи, передающиеся из поколения в поколение.

Рассмотрим в качестве примеров некоторые русские и китайские устойчивые сравнения. Так, устойчивое сравнение *вертеться как уж на сковородке* используется для характеристики человека, который уклоняется от прямых ответов на вопросы, скрывает правду. В Китае в таких случаях используется выражение *идти по извилистой дорожке*.

Интерес представляют и устойчивые сравнения, связанные с такой чертой, как немногословность, что входит в стереотипное представление о финнах и эстонцах. Сравнительный оборот *держат рот на замке* имеет соответствие в китайском языке *держат рот закрытым, подобно [закупоренной] бутылке*. [Ма Гуйин, 2016: 59]. В типологически разных языках редко встречаются абсолютные эквиваленты фразеологических единиц. В данном случае речь идёт о частичных эквивалентах, которые совпадают по семантическим параметрам.

Сложнее увидеть национальную специфику в единицах, которые совпадают по компонентному составу, а иногда и по значению, например, устойчивое сравнение *как луна*. В обоих языках эта единица имеет значение *круглое лицо*, однако, в русском языке словарь даёт помету ироничное или неодобрительное и включает сему 'глуповатое', тем самым отражая отрицательную аксиологическую оценку данного сравнения. Обратимся к примерам из НКРЯ: «*Над ним покачивалось лицо Рашиля – рябое и круглое, как луна*» [Юрий Коваль. Приключения Васи Куролесова (1977)] [Юй Фэнин, 2016: 149]. Можно вспомнить также фразу Онегина: «*Кругла, красна лицом она, как эта глупая луна на этом глупом небосклоне*», которая характеризует Ольгу Ларину.

«В китайском языке УС *как полная луна* используется для описания красивого женского лица и имеет положительный аксиологический компонент. Это связано с представлениями в традиционной культуре Китая: 15 августа китайцы отмечают праздник – День Луны. Традиция празднования Дня Луны восходит к старинной легенде о прекрасной и добродетельной царице, будучи потрясенной изменой своего мужа, приняла волшебную таблетку и вознеслась на Луну, где и осталась навсегда. И поэтому Луна являет женское лицо. В древние времена Луне поклонялись как богине, от которой во многом зависела жизнь людей. К Луне часто обращались при отправлении религиозных обрядов и врачевании. Луна до сих пор остается предметом поклонения. Примеры из НККЯ это подтверждают: ... 我发现姐姐的秀发像瀑布一般抖动, 无瑕的面孔像满月一样姣好, 眼睛大而明亮. Я заметил, что у старшей сестры волосы струятся как водопад, чистое красивое лицо как полная луна, глаза большие и светлые» [Юй Фэнин, 2016: 149].

Анализ рассмотренных нами устойчивых сравнительных оборотов показывает, что они опираются на жизненные наблюдения, непосредственную практику носителей языка, формирующую стереотипные

представления об окружающем мире. Именно устойчивые сравнения как маркеры стереотипа отражают национальную картину мира.

Стереотипы касаются самых различных по природе явлений и могут варьироваться в пределах следующих шести параметров:

1. *Сложность*, т. е. количество характеристик, приписываемых «чужим». Например, носители российской культуры могут характеризовать американцев как «помешанных на деньгах и невежественных», а могут распространить стереотип таким образом, что он охватит такие черты национального характера, как пунктуальность, подчинение всех интересов работе, расчетливость, жадность, сосредоточенность на себе и многие другие, независимо от их положительной или отрицательной окраски.

2. *Однозначность*. Этот параметр касается степени согласия «своих» относительно характеристик «чужих». Она может варьироваться от полнейшей поляризации («американцы жадные и невежественные» на одном полюсе и «американцы щедрые и очень образованные» на другом) до консенсуса, когда все признают, что американцы много работают, умеют считать деньги и пользоваться ими.

3. *Конкретность — расплывчатость*. Этот параметр касается абстрактного или конкретного характера приписываемых черт. Например, «(все) американцы, когда сидят, кладут ноги на стол, стоящий перед ними» — конкретная характеристика vs. «американцы лишены воображения» — абстрактная характеристика, затрагивающая такой сложный вопрос, как природа и суть воображения как мыслительного феномена.

4. *Обоснованность* — то, насколько приписываемые характеристики соответствуют реальности. Например, стереотип о том, что американцы рационально обращаются с деньгами, больше соответствует действительности (хотя в качестве стереотипа распространяется далеко не на всех), чем стереотип о типичном забрасывании ног на стол.

5. *Положительность — отрицательность* в аспекте положительного или отрицательного характера приписываемых характеристик. Например,

стереотипное представление о трудолюбии американцев как положительном качестве в противоположность их жадности, вызывающей отрицательное отношение.

6.Сопоставимость. Этот параметр учитывает степень стереотипизации собственной культуры при оперировании стереотипными представлениями о культуре иноязычной. Например, стереотип, касающийся того, что американцы склонны забрасывать ноги на стол, как правило, никак не сопоставляется с российской привычкой класть на стол локти во время разговора. В то же время стереотипное суждение об американцах как людях жадных, преподносящих в виде подарков дешевые безделушки, часто коррелирует с российским стереотипом о самих русских как людях щедрых, гостеприимных и склонных к дорогим подаркам [Елизарова, 2005:152-153].

Каждое широко известное стереотипное представление можно проанализировать по приведенным параметрам с целью установления его распространенности, укорененности, адекватности и т. д. для выработки стратегии моделирования конкретного стереотипа или снижения его влияния на восприятие и поведение.

С.Г. Тер-Минасова утверждает, что, несмотря на схематизм и обобщенность, стереотипные представления содержат первоначальные знания о других народах и других культурах и тем самым подготавливают почву для общения с ними, ослабляя культурный шок [Тер-Минасова, 2000: 624].

А.В. Павловская также отмечает положительную роль стереотипов: «Стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического мира» (Павловская, 1998: 17).

Таким образом, стереотипы — это мощный инструмент восприятия, который может как облегчать, так и усложнять межкультурные взаимодействия. Они влияют на то, как люди воспринимают и

интерпретируют поведение представителей других культур, и играют ключевую роль в процессах межкультурной коммуникации.

1.2. Механизмы формирования стереотипов

Стереотипы не возникают случайно, их формирование подчиняется определённым психологическим, социальным и культурным механизмам. Понимание этих механизмов позволяет более глубоко осознать, как и почему стереотипы сохраняются в обществе, а также как они влияют на восприятие и взаимодействие между культурами. Основные механизмы формирования стереотипов включают когнитивные процессы, социальные и культурные факторы, а также влияние массовой информации.

Одним из основных механизмов формирования стереотипов является когнитивная потребность в упрощении восприятия окружающего мира. Человек сталкивается с огромным количеством информации в повседневной жизни, и для того, чтобы эффективно ориентироваться в этом потоке, он использует различные когнитивные сокращения. Эти сокращения помогают быстро классифицировать объекты и события, основываясь на ограниченной информации, что делает восприятие более удобным и менее затратным с точки зрения умственных усилий. Стереотипы являются одним из таких когнитивных механизмов, поскольку они позволяют быстро отнести человека или явление к определённой категории, не требуя глубокого анализа [Тернер, 1987:117].

Как отмечает психолог Джон Тернер, стереотипы служат своего рода «категориальными ярлыками», которые помогают людям быстро ориентироваться в социальной реальности. Однако такая упрощённость часто приводит к искажению восприятия, поскольку в реальной жизни люди гораздо более многогранны, чем это предполагают стереотипы. В свою очередь, это может приводить к предвзятости и ошибочным суждениям относительно других культур и народов [Тернер, 1987: 118].

Кроме когнитивных факторов, важную роль в формировании стереотипов играют социальные и культурные механизмы. Социальные влияния, такие как семейное воспитание, образование, сверстники и средства массовой информации, могут поддерживать и распространять определённые стереотипы. Например, дети с самого раннего возраста могут усваивать стереотипные представления о других культурах через разговоры в семье, фильмы и книги, что в дальнейшем закрепляется в их сознании и становится основой их восприятия мира.

Исследования показывают, что социальные взаимодействия, как правило, происходят на основе уже существующих стереотипов, что способствует их дальнейшему усилению и распространению. Согласно теории социальной идентичности, предложенной Генри Таджфелем, люди склонны делить окружающих на «своих» и «чужих», что может привести к созданию стереотипов относительно «чуждых» групп, с которыми человек не имеет личного опыта взаимодействия. Это способствует формированию «нас» и «них», что усиливает предвзятость и упрощает восприятие других групп [Таджфель, 1982: 32].

Массовая информация является одним из мощных каналов распространения стереотипов. Телевидение, кино, интернет и другие медиаплатформы играют ключевую роль в формировании общественного мнения и закреплении стереотипных представлений о разных культурах и народах. Часто СМИ используют стереотипные образы для привлечения внимания аудитории или усиления определённых политических и идеологических позиций. Так, в контексте российско-китайских отношений можно наблюдать, как китайские СМИ часто представляют Россию через призму стереотипов о её суровом климате, богатых природных ресурсах и наследии Советского Союза, а в российских СМИ Китай часто изображается как страна с высоко развивающейся экономикой, но с авторитарным правительством.

Как отмечает исследователь Ричард Липпман, массовая информация

активно влияет на формирование общественных стереотипов, порой неосознанно и без проверки фактов. Липпман подчеркивает, что люди, получая информацию о чужой культуре через фильтры масс-медиа, зачастую воспринимают её как правду, не подвергая сомнению её достоверность [Липпман,1922:45].

Помимо социальных и культурных факторов, значительную роль в формировании стереотипов играет личный опыт человека. Например, человек, который сталкивается с представителями другой культуры, может создать стереотип на основе своего ограниченного опыта. Когнитивные искажения, такие как эффект подтверждения (когда человек склонен искать и обращать внимание только на информацию, подтверждающую уже существующие убеждения), играют важную роль в поддержании этих стереотипов. Даже если личный опыт противоречит стереотипу, человек может интерпретировать его таким образом, чтобы сохранить свой взгляд на мир.

Таким образом, механизмы формирования стереотипов являются многогранными и многоуровневыми. В их основе лежат когнитивные сокращения, социальные и культурные влияния, а также личный опыт, что делает стереотипы глубоко укоренившимися в сознании людей и трудно поддающимися изменению.

1.3. Виды стереотипов

Стереотипы могут принимать различные формы в зависимости от того, какой аспект человеческого восприятия они затрагивают. В общем смысле можно выделить несколько типов стереотипов, которые варьируются в зависимости от их содержания, сферы воздействия и характера восприятия. В литературе по психологии и социологии выделяют такие виды стереотипов, как этнические, культурные, социальные и профессиональные стереотипы. Все эти категории могут оказывать влияние на МКК, формируя

представления о других народах и культурах.

Этнические стереотипы относятся к обобщённым и часто упрощённым представлениям о людях, принадлежащих к определённой этнической группе. Эти стереотипы могут быть как положительными, так и отрицательными. Например, одним из распространённых стереотипов является представление о японцах как о чрезвычайно трудолюбивых и дисциплинированных людях, в то время как стереотипы о арабах могут включать образ «террориста» или «жестокого правителя». Этнические стереотипы часто служат инструментом упрощённого восприятия других народов, но, в то же время, они могут приводить к предвзятости и несправедливым обобщениям.

Как отмечает психолог Джон Тернер, этнические стереотипы оказывают глубокое влияние на межгрупповые отношения, поскольку они способствуют созданию четкой границы между «своими» и «чужими». Это разделение может привести к социальной изоляции, недопониманиям и даже конфликтам между различными этническими группами [Тернер, 1987: 122].

Культурные стереотипы связаны с представлениями о поведении, ценностях, нормах и традициях людей, принадлежащих к определённой культуре. Эти стереотипы нередко сформированы через СМИ и влияют на восприятие культуры как нечто однородное и неизменное. Примером культурного стереотипа является образ американца как человека, ориентированного на успех и обладающего индивидуалистическими ценностями, или представление о французах как о романтических и изысканных людях. Культурные стереотипы могут не только упрощать восприятие, но и препятствовать более глубокому пониманию и уважению к культурным различиям.

Социолог Эдвард Т. Холл подчеркивает, что стереотипы о культуре, как правило, сужают восприятие других народов и затрудняют межкультурное взаимодействие. Он отмечает, что часто такие стереотипы исходят от малознакомых или фрагментарных знаний о другой культуре, что

приводит к искажению реальности [Холл, 1976: 58].

Социальные стереотипы касаются представлений о людях, принадлежащих к определённой социальной группе, такой как бедные или богатые, представители рабочих профессий, студенты или пенсионеры. Эти стереотипы могут влиять на восприятие социальных ролей и создавать несправедливые ожидания в отношении людей, основываясь на их социальном статусе или экономическом положении. Примером социального стереотипа может быть представление о бедных людях как о безответственных или незаинтересованных в улучшении своего положения, или о богатых людях как о жадных и эгоистичных.

Психологи Дж. Коглан и Р. М. Тейлор в своей работе «Социальные стереотипы» утверждают, что социальные стереотипы играют ключевую роль в формировании групповой идентичности и межличностных отношений. Они отмечают, что такие стереотипы могут влиять на социальное поведение, создавая барьеры для эффективного взаимодействия и сотрудничества [Коглан, Тейлор, 2003: 120].

Профессиональные стереотипы — это обобщённые представления о людях, занимающихся определённой профессией. Они могут касаться как характеристик работы, так и предполагаемых личных качеств работников. Например, существует стереотип о врачах как о «всезнающих» и «холодных» людях, или стереотип о программистах как о замкнутых и необщительных специалистах. Профессиональные стереотипы могут влиять на восприятие людей в их профессиональной роли, создавая как положительные, так и отрицательные ожидания относительно их поведения и компетенции.

Социолог Кристофер Хартли отмечает, что профессиональные стереотипы часто оказываются результатом социальных конструкций, направленных на упрощение восприятия определённых профессий. Эти стереотипы могут как способствовать формированию профессиональной идентичности, так и ограничивать карьерные возможности людей, попавших под влияние этих стереотипов [Хартли, 1999: 88].

Гендерные стереотипы касаются представлений о мужских и женских ролях в обществе. Это могут быть стереотипы, утверждающие, что женщины более эмоциональны, а мужчины — рациональны и склонны к доминированию. Гендерные стереотипы играют важную роль в социальной жизни, влияя на карьерный рост, межличностные отношения и самовосприятие индивидов. Стереотипы относительно гендера могут привести к дискриминации и закреплению неравенства между мужчинами и женщинами.

Как отмечает психолог Джудит Батлер, гендерные стереотипы являются социальными конструкциями, которые могут быть как инструментом подавления, так и средством для поддержания традиционных представлений о ролях мужчин и женщин в обществе [Батлер, 1990: 43].

Имеются и другие классификации стереотипов. Так, О.А. Леонтович выделяет следующие виды стереотипов, существующих на языковом уровне и способных создавать помехи в межкультурной коммуникации: 1) расовые; 2) этнические; 3) географические; 4) гендерные; 5) социальные; 6) политические; 7) профессиональные и т. д. [Леонтович, 2007, с. 257].

В рамках МКК различают **гетеростереотипы**, т. е. внешние стереотипы, которые сложились у представителей одной культуры относительно другой, и **автостереотипы**, т. е. представление о самих себе.

Автостереотипы формируются под влиянием литературы, средств массовой информации, традиционного и современного фольклора. Мифы о самих себе не могут не оказывать влияния на формирование индивидуальной культурно-языковой личности из желания «соответствовать» представлению о «типичном русском», «типичном французе», «типичном немце», «типичном американце» и т. д.

С.А. Сухих характеризует автостереотип русских следующим образом: «...Мы оцениваем себя как ориентированных:

1) на коллектив; 2) на духовные ценности; 3) на идолопоклонство; 4) на лучшее будущее - все само собой, «авось»; 5] на быстрое решение жизненных проблем» [Сухих, с. 32].

Гетеростереотипы часто являются источником национальных предрассудков и предубеждений. Субъективность восприятия приводит к искажению истолкования смысла действий представителей других стран. Исходя из этого, финны считают итальянцев слишком эмоциональными, испанцы считают норвежцев угрюмыми, аргентинцы для американцев тщеславные, а немцы думают, что австралийцы недисциплинированы.

Следует отметить, что гетеростереотипы могут не совпадать с автостереотипами. Нередко представители определенной культуры бывают крайне удивлены, узнав, как их воспринимают «со стороны».

Таким образом, стереотипы могут принимать различные формы, каждая из которых имеет своё влияние на восприятие человека и межкультурную коммуникацию. Этнические, культурные, социальные, профессиональные и гендерные стереотипы формируют представления о других группах, упрощают восприятие, но также могут создавать барьеры для полноценного и честного общения.

1.4. Функции стереотипов

Стереотипы выполняют несколько важных функций в социальном восприятии и межкультурной коммуникации. Хотя стереотипы часто воспринимаются как негативное явление, ограничивающее понимание других людей и культур, их функции могут быть как конструктивными, так и деструктивными. В социологии и психологии принято выделять несколько ключевых функций стереотипов, среди которых когнитивная, адаптивная, регулятивная и защита социальной идентичности.

Одна из наиболее значимых функций стереотипов заключается в их когнитивной роли — упрощении и ускорении процесса восприятия и обработки информации. Люди сталкиваются с огромным потоком

информации и, чтобы эффективно ориентироваться в социальном мире, используют стереотипы как механизм, позволяющий быстро классифицировать людей и явления, не тратя при этом слишком много умственных ресурсов. Это особенно важно в межкультурной коммуникации, когда человеку нужно быстро ориентироваться в новой или незнакомой культуре.

Как утверждает психолог Г. Л. Линн, стереотипы облегчают социальное восприятие, сокращая сложность восприятия других людей. Благодаря стереотипам, человек может быстро сформировать представление о другой культуре или группе людей, что позволяет ему снизить когнитивную нагрузку при взаимодействии с ними [Линн, 2003: 92]. Это особенно актуально в межкультурных коммуникациях, где знания о другой культуре часто ограничены, а стереотипы служат своего рода «когнитивной картой», помогающей ориентироваться в новом социальном контексте.

Стереотипы могут выполнять адаптивную функцию, помогая человеку быстрее адаптироваться к новым условиям или группам. Это происходит через создание упрощённых и стандартных образов, которые облегчают взаимодействие с людьми и социальной средой. В социальных группах стереотипы часто служат механизмом регулирования поведения, позволяя участникам группы легче взаимодействовать друг с другом, зная, какие ожидания существуют относительно их поведения.

Так, например, в рамках межкультурного общения стереотипы могут помочь быстрее установить контакты с людьми другой культуры, если они соответствуют ожиданиям и нормам поведения в данной культуре. Однако, как отмечает социолог У. Б. Гриффин, стереотипы могут также ограничивать возможность реальной адаптации, если они оказываются неадекватными или слишком узкими для реальных культурных различий [Гриффин, 2006: 74].

Стереотипы также выполняют регулятивную функцию, регулируя социальные нормы и поддерживая стабильность в социальных группах. Через стереотипы происходит нормализация поведения в группе и

закрепление социальных ролей, что помогает предотвратить социальные конфликты и усиливает чувство групповой идентичности. Это особенно важно в контексте этнических и культурных стереотипов, которые могут служить для поддержания определённого порядка в межкультурных взаимодействиях.

По мнению социолога П. В. Бенетта, стереотипы служат своего рода социальной «опорой», которая помогает индивидам принимать решения и действовать в рамках ожиданий, установленных в их группе или обществе. Например, стереотипы о народах определённой культуры могут служить основой для формулирования культурных норм и стандартов, которые будут восприниматься как должные [Бенетт, 1998: 50].

Стереотипы также играют важную роль в защите социальной идентичности и поддержании позитивного образа «своей» группы. В условиях конкуренции между группами, стереотипы о «чужих» могут служить механизмом укрепления чувства принадлежности и защищённости собственной социальной или этнической группы. Восприятие другой группы как низшей или отличной от своей собственной способствует сохранению чувства групповой солидарности и повышению социальной самооценки. Как отмечает психолог Генри Таджфель, стереотипы играют ключевую роль в процессе формирования и поддержания социальной идентичности, поддерживая различие между «своими» и «чужими». Это помогает укрепить чувство приверженности своей группе и повысить её статус в сравнении с другими [Таджфель, 1982: 40].

Несмотря на то, что стереотипы могут выполнять различные полезные функции, они также могут оказывать деструктивное воздействие. Особенно в межкультурной коммуникации стереотипы могут служить источником предвзятости и негативных обобщений, что ведёт к социальной изоляции, дискриминации и усилению конфликтов. Стереотипы часто ограничивают возможность объективного восприятия другой культуры, создавая барьеры для реального взаимодействия и взаимопонимания.

В связи с этим, важным аспектом является критическое осмысление стереотипов и их влияние на межкультурные отношения. Психолог Джон Тернер утверждает, что стереотипы могут оказывать разрушительное влияние на отношения между людьми и культурами, если они основаны на ошибочных и чрезмерных обобщениях [Тернер, 1987: 130].

По мнению Т.Г. Грушевицкой, В.Д. Попкова, А.П. Садохина, для процесса межкультурной коммуникации особое значение имеют следующие функции стереотипов: 1) передача относительно достоверной информации; 2) ориентирующая функция; 3) влияние на создание реальности.

Функция передачи относительно достоверной информации основана на процессах обобщения, происходящих при наблюдении неординарного, бросающегося в глаза, необычного поведения и образа мыслей членов другой культурной группы. Когда люди сталкиваются с представителями чужой культуры, они начинают обобщать, упорядочивать, классифицировать новую информацию, выделяют наиболее характерные черты данной культуры.

Ориентирующая функция заключается в том, что с помощью стереотипизации удастся создать упрощенную матрицу окружающего мира, в ячейки которой, опираясь на стереотипы, «расставляются» определенные социальные группы. Этот факт позволяет довольно быстро дифференцировать людей по группам на основе стереотипных признаков поведения.

Функция влияния на создание реальности заключается в том, что с помощью стереотипов удастся четко разграничить свою и чужую этнические группы. Стереотипизация позволяет дать оценочное сравнение чужой и своей групп и тем самым защитить традиции, взгляды, ценности своей группы [Грушевицкая, Попков, Садохин, с. 221-222].

Таким образом, стереотипы выполняют несколько функций, которые могут быть как положительными, так и отрицательными. Они помогают упростить восприятие, адаптировать поведение в социальной среде, регулировать нормы и поддерживать социальную идентичность.

Однако, в то же время, стереотипы могут быть источником предвзятости и конфликта, если они неадекватно отражают действительность. Важно понимать, что функции стереотипов в межкультурной коммуникации могут оказывать как поддерживающее, так и разрушительное влияние, в зависимости от контекста их использования.

1.5. Роль стереотипов в межкультурной коммуникации

Стереотипы играют ключевую роль в межкультурной коммуникации, поскольку они оказывают значительное влияние на восприятие людей и культур, формируя основу для понимания или непонимания между различными социальными группами. В условиях глобализации, когда взаимодействие между культурами становится всё более интенсивным, важно осознавать, как стереотипы могут как способствовать, так и препятствовать успешному обмену информацией и налаживанию контактов между людьми разных национальностей и этнических групп.

Стереотипы оказывают прямое влияние на восприятие представителей других культур, зачастую упрощая и искажая реальность. В межкультурной коммуникации это может привести к ошибочным представлениям о ценностях, нормах и поведении других людей, что затрудняет процесс адаптации и понимания. Стереотипы формируют те «культурные фильтры», через которые мы воспринимаем действия и поведение представителей другой культуры, что может привести к недоразумениям и конфликтам. Например, восприятие китайцев как исключительно трудолюбивых и строго дисциплинированных может привести к ожиданиям, которые не всегда соответствуют действительности, особенно в контексте межкультурного взаимодействия, где важны гибкость и адаптивность.

Психолог С. К. Стернберг отмечает, что стереотипы имеют тенденцию снижать сложность восприятия людей из других культур, что

делает их восприятие однородным и часто негибким. Он подчеркивает, что это может затруднить полноценное взаимодействие, поскольку люди начинают воспринимать чуждые культуры через призму своих упрощённых представлений, а не через реальные особенности этой культуры [Стернберг, 2000: 142].

Одной из главных проблем, связанных с ролью стереотипов в межкультурной коммуникации, является их способность создавать барьеры для взаимопонимания. Когда стереотипы становятся основой восприятия, они часто приводят к предвзятости, что мешает открыто и честно общаться. Это особенно актуально в межкультурных взаимодействиях, где люди ожидают определённого поведения, основанного на стереотипах, что может затруднять принятие иных, менее привычных реакций или нестандартных моделей поведения. Например, стереотип о китайцах как о консервативных и закрытых людях может препятствовать установлению открытого и доверительного общения, если один из участников взаимодействия не готов воспринимать его как личность, а только через призму обобщений о культуре.

По словам исследователей Б. Л. Бенетта и М. Л. Бенетта, стереотипы могут быть как источником барьеров, так и способствовать появлению мостов для общения, если они используются осознанно. Однако при этом важно, чтобы стереотипы не замещали реальное восприятие и оценку собеседника. Исследователи утверждают, что в межкультурном общении важно понимать, что культура каждой группы является многослойной и изменчивой, а стереотипы часто скрывают эти различия, создавая ложные ожидания и препятствуя эффективному взаимодействию [Бенетт и Бенетт, 2004: 51].

Стереотипы также играют важную роль в укреплении социальной идентичности участников межкультурной коммуникации. Взаимодействие с представителями другой культуры может быть связано с усилением чувства групповой идентичности, когда стереотипы о другой культуре используются

как способ подтверждения уникальности своей. Например, в российско-китайских отношениях можно наблюдать, как стереотипы о «дружбе» и «сотрудничестве» между двумя странами используются для укрепления чувства взаимной близости и общности, несмотря на реальную сложность межкультурных различий.

Как подчеркивает ученый Дж. Тернер, стереотипы помогают людям поддерживать стабильность своей социальной идентичности, особенно когда речь идет о международных отношениях и культурных взаимодействиях. Он отмечает, что стереотипы о «дружелюбности» или «закрытости» другой культуры часто служат инструментом укрепления положительного образа собственной культуры в глазах участников межкультурной коммуникации [Тернер, 1987: 133].

В условиях неопределённости стереотипы могут выступать как инструмент для преодоления социальной и культурной неизвестности. Когда люди сталкиваются с представителями другой культуры, они часто чувствуют неопределённость и трудности в понимании новых норм и ожиданий. В таких ситуациях стереотипы могут служить своего рода «опорой» для быстрого ориентирования в социальной среде и для предсказания поведения других. Однако, как утверждает исследователь Дж. Халл, чрезмерная зависимость от стереотипов может привести к недопониманию и отказу от более глубокого изучения и понимания культуры другого народа [Халл, 1976: 64].

Таким образом, стереотипы играют двойственную роль в межкультурной коммуникации. С одной стороны, они могут быть полезными в качестве когнитивных сокращений, упрощая восприятие и ускоряя процесс адаптации, с другой — они могут создавать значительные барьеры для реального понимания и эффективного общения между культурами. Важно осознавать, что стереотипы могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на межкультурное взаимодействие. Для успешной межкультурной коммуникации необходимо осознавать наличие

стереотипов и при необходимости стремиться к их ослаблению, раскрывая богатство и многогранность каждой культуры.

Стереотипы играют важную роль в восприятии культурных различий. Они могут служить как упрощёнными ментальными схемами, помогающими быстро ориентироваться в многообразии человеческих культур, так и причиной неверных представлений и даже конфликтов. Этот параграф направлен на более глубокое понимание того, как стереотипы влияют на восприятие культурных различий, и как это восприятие может изменяться в зависимости от контекста.

Стереотипы, с одной стороны, являются неотъемлемой частью когнитивного процесса, поскольку они помогают людям упрощать и структурировать информацию, которую они получают о внешнем мире. Когнитивная функция стереотипов заключается в том, что они облегчают восприятие сложных социальных и культурных ситуаций. Когда человек сталкивается с представителями другой культуры, стереотипы позволяют ему быстро ориентироваться в том, как, по его мнению, должен вести себя этот человек, каковы его ожидания и ценности.

Однако такие упрощённые представления часто не соответствуют реальности. Например, если стереотип о китайцах заключается в том, что они «всегда следуют традициям и уважают старших», это может привести к искажённому восприятию китайской молодежи, которая, как и в любой другой культуре, может быть более открыта к инновациям и изменениям. Так, в некоторых странах Запада существуют стереотипы о том, что все китайцы являются хорошими математиками. Хотя среди китайских студентов действительно наблюдаются высокие результаты в области точных наук, это стереотипное обобщение не отражает всей картины китайского образовательного процесса, который намного разнообразнее.

Помимо когнитивной функции, стереотипы имеют важный эмоциональный компонент, который имеет значение в восприятии культурных различий. Стереотипы часто содержат эмоциональную окраску

— либо положительную, либо отрицательную. Например, стереотип о «дружелюбных и гостеприимных русских» может вызвать положительные эмоции, тогда как стереотип о «жёстких и нетерпимых китайцах» может вызывать опасения или даже негативные чувства.

Эмоциональный компонент стереотипов влияет на то, как воспринимаются культурные различия, и как эти различия воспринимаются через призму эмоционального опыта и исторических факторов. Например, исторические конфликты или напряжённые отношения между культурами могут усиливать негативные стереотипы и эмоции, связанные с ними. Например, в контексте российско-китайских отношений стереотип о «китайской закрытости и сдержанности» может вызвать у россиян чувство отчуждённости или опасения, даже если в реальности китайцы могут быть вполне открытыми и любознательными в общении.

Стереотипы являются одной из главных причин межкультурных барьеров. Если люди исходят из определённых стереотипных представлений о другой культуре, это может мешать им правильно понимать поведение, ценности и мотивы людей из других стран. Взаимные стереотипы создают культурную дистанцию и препятствуют построению доверительных отношений между людьми из разных культур.

Стереотипы также могут быть источником недопонимания в коммуникации. Например, если представители одной культуры ожидают, что другая культура будет придерживаться тех же социальных норм, что и они, это может вызвать чувство фрустрации и непонимания, когда реальность оказывается иной. В особенности это касается невербальной коммуникации: то, что в одной культуре считается вежливым, в другой может быть воспринято как пренебрежение или даже оскорбление. Так, в России существует стереотип, что китайцы очень трудолюбивы и дисциплинированы, что может привести к ожиданиям, что китайские партнёры всегда будут придерживаться строгих временных рамок и делать всё «по правилам». В то же время, в Китае на первом месте стоит уважение к

отношениям, и китайские партнёры могут быть менее строгими к соблюдению договорённостей, если это связано с личными отношениями или культурным контекстом.

Важно понимать, что стереотипы могут быть как положительными, так и отрицательными. **Положительные стереотипы**, как правило, связаны с чрезмерной идеализацией той или иной культуры или её представителей. Например, стереотип о китайцах как об «умных и трудолюбивых» людях может восприниматься как позитивный, но в действительности он ограничивает восприятие многогранности этой культуры, создавая ожидания, которые не всегда соответствуют реальности.

Отрицательные стереотипы, напротив, обостряют культурные различия и могут быть источником конфликтов. Например, стереотип о «жестокости и агрессивности русских» может повлиять на восприятие россиян как угрожающих или враждебных, что, конечно же, искажает реальную картину и мешает конструктивному диалогу. Оба типа стереотипов, положительные и отрицательные, могут приводить к культурному недопониманию и укреплять предвзятые представления, что в свою очередь затрудняет эффективную межкультурную коммуникацию. Например, в сфере международного бизнеса положительные стереотипы о китайцах как о трудолюбивых и преданных своему делу партнёрах могут привести к излишним ожиданиям и высоким требованиям, что создаст напряжение в рабочем процессе. В свою очередь, отрицательные стереотипы о «китайской манипулятивности» могут привести к недоверию и препятствовать успешному сотрудничеству.

Медиа и исторический контекст играют важную роль в формировании стереотипов. Стереотипы, особенно негативные, часто усиливаются и распространяются через средства массовой информации. Исторические события, такие как войны, дипломатические кризисы или экономические санкции, могут накладывать отпечаток на восприятие другой культуры, что в свою очередь усиливает роль стереотипов. Пример: Во времена холодной войны стереотипы о «врагах народа» и

«коммунистической угрозе» в значительной степени формировались через пропаганду в советских и западных СМИ. Эти стереотипы могли создавать враждебность и недоверие к представителям противоположных культур, влияя на восприятие всех китайцев или россиян.

Стереотипы не являются постоянными и неизменными. Они могут меняться на основе реального опыта общения и взаимодействия. Когда люди из разных культур начинают активно общаться, их представления о другой культуре могут трансформироваться. Это происходит в том числе благодаря образовательным программам, межкультурным обменам и личным контактам, которые позволяют разрушать стереотипы и вырабатывать более глубокие и адекватные представления о другой культуре. В частности, программы культурного обмена между Россией и Китаем могут помочь молодёжи обеих стран преодолеть стереотипные представления о другой культуре, что будет способствовать установлению более открытого и конструктивного взаимодействия.

Нельзя отрицать положительную роль стереотипов в межкультурном общении. Попадая в незнакомую этническую среду, человек может испытать культурный шок. При всей своей схематичности и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, ослабляют удар, уменьшают культурный шок. Кроме того, стереотипы позволяют получить базовые фоновые знания о стереотипных представлениях и поведении в разных культурах, что очень важно для успешного осуществления процесса коммуникации без конфликтов, недопонимания и неловких ситуаций.

Нельзя переоценить важность национально-детерминированных представлений о предмете или ситуации, а также особенности поведения представителей разных культур в деловой среде. Это имеет отношение и к деловому этикету, и к продвижению товаров на международном рынке.

Многие специалисты в области маркетинга подчеркивают

необходимость изучения мнения потребителей о продуктах, произведенных в других регионах. Эти мнения часто формируются на основе стереотипных представлений об этих странах. Например, Германия ассоциируется с надежностью и высоким качеством, Япония – с передовыми технологиями в электронике, Франция – с хорошим вином и сыром. Поэтому понимание того, как потенциальные потребители воспринимают страну и культуру производителя продвигаемого продукта, является эффективным средством в маркетинге.

Однако в межкультурном общении нельзя полагаться только на стереотипы. Они должны рассматриваться лишь как фактор, дающий первичное представление о том или ином народе.

Стереотипы играют многогранную роль в восприятии культурных различий. Хотя они могут служить когнитивными инструментами для упрощения восприятия, стереотипы часто ограничивают наш взгляд на культуру и усиливают предвзятость. Понимание того, как стереотипы влияют на межкультурное восприятие, важно для того, чтобы научиться преодолевать барьеры в межкультурной коммуникации и строить более открытые и продуктивные отношения.

Выводы

В ходе анализа теоретической литературы по теме данного исследования нами были получены следующие результаты.

В первой главе была рассмотрена теория стереотипов, механизмы их формирования, виды, функции и роль в межкультурной коммуникации. Стереотипы представляют собой упрощённые, часто предвзятые представления о людях и группах, которые играют важную роль в восприятии другой культуры и взаимодействии с её представителями. Мы рассмотрели, как стереотипы формируются на основе личного опыта, социальных норм и культурных установок и как они могут способствовать либо улучшению, либо ухудшению межкультурного общения.

Стереотипы выполняют несколько функций: когнитивную, адаптивную, регулятивную и защитную, что позволяет людям в социальной среде упрощать восприятие и быстрее адаптироваться к новым условиям. Однако, несмотря на свои положительные аспекты, стереотипы могут стать источником предвзятости, препятствовать реальному взаимопониманию и укреплять барьеры между культурами. Особенно в контексте межкультурной коммуникации стереотипы могут исказить восприятие других, создавая ложные ожидания и приводя к недопониманию.

Роль стереотипов в межкультурной коммуникации сложна и многогранна. Стереотипы могут служить как инструментом для быстрого ориентирования в социальной среде, так и создавать трудности в установлении подлинных межкультурных связей. Важно осознавать, что стереотипы — это не абсолютные истины, а упрощённые и часто искажённые образы, которые необходимо подвергать критическому осмыслению, чтобы избежать их негативных последствий в процессе общения между различными культурами.

Таким образом, наше исследование доказывает, что стереотипы, несмотря на их универсальность и длительное функционирование в человеческом обществе, требуют внимательного подхода в контексте межкультурного взаимодействия, особенно в условиях глобализации, когда существующее понимание культурных различий становится всё более необходимым.

ГЛАВА 2. ОБРАЗЫ РОССИИ И КИТАЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

2.1. Роль межкультурной коммуникации в современном мире: диалог России и Китая

Межкультурная коммуникация, как область исследования и практики, стала важным элементом в глобальном мире, где страны, репрезентирующие разные культуры и традиции все чаще вступают в

взаимодействие. В условиях растущей взаимозависимости на международной арене способность эффективно общаться между культурами становится не только важной, но и необходимой для построения стабильных и продуктивных отношений. Важность межкультурной коммуникации особенно очевидна на примере отношений России и Китая — двух стран, которые, несмотря на географическую близость и общие исторические связи, обладают значительными культурными различиями.

На протяжении многих веков взаимодействие между Россией и Китаем было ограничено, а основные контакты между народами носили дипломатический или военный характер. Однако в последние десятилетия, с развитием глобализации и изменением политического контекста, Россия и Китай стали активно развивать сотрудничество в различных областях, включая экономику, политику, культуру и образование. Важным аспектом этого взаимодействия является необходимость преодоления барьеров, возникающих из-за различий в национальных культурах, а также преодоления стереотипов, которые могут мешать успешной коммуникации.

Межкультурная коммуникация помогает понять не только поверхностные различия между культурами, но и глубже осознать ценности, нормы и установки, которые лежат в основе поведения людей. В случае России и Китая, эти различия особенно заметны в области мировоззрения, социальных норм и стилей общения. Например, в китайской культуре высоко ценятся коллективизм, гармония и уважение к старшим, в то время как российская культура традиционно акцентирует внимание на соборности, которая в настоящее время всё больше уступает место индивидуализму; открытому выражению эмоций и склонности к прямолинейному общению. Эти различия могут стать помехой в кросскультурном взаимодействии, если они не будут учтены в процессе МКК. Примером этого является различие в подходах к деловому общению. В китайской деловой культуре, где ценится внимание к иерархии и уважение к старшим, переговоры часто начинаются с установления доверительных отношений и уважительного общения, а не с

обсуждения конкретных деловых вопросов. Это может восприниматься российскими партнерами как затянутость или неэффективность, так как в России зачастую более прямолинейный и быстрый стиль общения, ориентированный на решение практических вопросов. В свою очередь, китайская сторона может воспринимать российскую прямолинейность как отсутствие вежливости или чрезмерную агрессивность.

Важным аспектом межкультурной коммуникации является также восприятие времени. В китайской культуре время часто воспринимается как более гибкое, и многие важные вопросы могут обсуждаться в неформальной обстановке, что в российских реалиях может выглядеть как откладывание решения проблемы. Для успешных переговоров между россиянами и китайцами необходимо учитывать эти различия и адаптировать свои коммуникативные стратегии.

Не менее важным является язык, который играет ключевую роль в межкультурной коммуникации. Взаимодействие между Россией и Китаем сопряжено с трудностями перевода, особенно учитывая значительные различия в грамматике и лексике, а также отсутствие общих слов и выражений. Порой на стыке двух языков возникают искажения значений, что может привести к недоразумениям. Например, китайское слово "mianzi" (面子), которое в дословном переводе означает "лицо" или "репутация", в китайской культуре относится к понятию чести и уважения в обществе. Для китайцев сохранение "лица" важно не только в личных отношениях, но и в деловых переговорах. Для российской стороны этот концепт может быть трудным для понимания, что может повлиять на их поведение в переговорах, например, когда важно избежать открытого публичного унижения партнера или неудачного обсуждения слабых сторон дела.

Межкультурная коммуникация становится особенно важной в условиях многогранного сотрудничества России и Китая в сферах науки, образования, туризма и культурных обменов. В этих областях, где различия в восприятии

и поведении людей могут стать серьезным препятствием для успешной реализации совместных проектов, важно не только осознавать культурные различия, но и активно работать над их преодолением.

Один из ярких примеров такого сотрудничества — это программы обмена студентами между Россией и Китаем. Российские студенты, обучающиеся в Китае, сталкиваются с рядом трудностей, связанных с адаптацией к китайской культуре, особенностями учебного процесса и социальной жизни. С другой стороны, китайские студенты, обучающиеся в российских университетах, также нередко сталкиваются с проблемами в коммуникации, вызванными различиями в подходах к образованию и культурной среде. Однако через обмен знаниями и опытом обе стороны получают уникальную возможность не только развивать профессиональные навыки, но и глубже понять культуру другой стороны.

Примером успешного межкультурного обмена является инициатива «Год китайского языка в России», проведенная в 2020 году. В рамках этой программы были организованы культурные мероприятия, выставки, лекции и курсы китайского языка, направленные на повышение взаимного понимания и интереса между народами. Китайские культурные центры, активно действующие в России, играют важную роль в организации подобных мероприятий, способствуя более глубокому восприятию китайской культуры среди россиян.

Таким образом, межкультурная коммуникация между Россией и Китаем является важным инструментом в процессе укрепления двусторонних отношений. Развитие взаимопонимания, уважение к культурным различиям и готовность адаптировать свои коммуникативные стратегии под особенности другой культуры становятся важными факторами для успешного сотрудничества в разных сферах жизни. Учитывая значимость этих аспектов для будущего взаимодействия двух стран, необходимо активно развивать и внедрять практики межкультурной коммуникации, направленные на преодоление барьеров и укрепление доверия.

2.2. Культурно-исторические, социально-экономические и межпограничные предпосылки формирования образов России и Китая

Образы России и Китая, сформировавшиеся в восприятии друг друга, не появились внезапно, а стали результатом длительного исторического взаимодействия, обусловленного культурными, социальными и экономическими факторами. Эти образы, которые со временем стали определяющими для межкультурной коммуникации, складывались под воздействием как внутренней истории каждой страны, так и специфики их взаимодействий на протяжении веков. Для более глубокого понимания процесса формирования образов важно рассмотреть ключевые культурно-исторические, социально-экономические и межпограничные предпосылки, которые сыграли важную роль в восприятии Китая российским обществом и, наоборот, России — китайским.

Культурные образы России и Китая формировались на протяжении веков, начиная с первых контактов, которые происходили через дипломатические и торговые связи, а также через посредничество соседних стран. В отличие от западных стран, с которыми Россия традиционно имела более интенсивные контакты, Китай долгое время оставался закрытым и изолированным государством, что создавало определенные барьеры в восприятии его культуры в России.

В истории китайско-российских отношений ключевым событием стало установление дипломатических отношений в XVII веке. Китай и Россия начали активно обмениваться послами и торговыми миссиями, что способствовало некоторому взаимопониманию. Однако, несмотря на эти контакты, представления о Китае в российском обществе часто были окрашены стереотипами и мифами, в том числе благодаря культурной изоляции Китая и его «древней» цивилизации, которая воспринималась как экзотическая и порой загадочная.

В России китайская культура, особенно в эпоху империи, часто воспринималась через призму восточной экзотики. Сложное восприятие китайского искусства, философии и политики формировалось также в контексте восточной философии (конфуцианства, даосизма), которая была совершенно чужда российскому православному мировоззрению. Этот культурный разрыв создавал образ Китая как закрытой, иерархичной и архаичной страны, что в свою очередь влияло на восприятие китайцев как людей, придерживающихся строго регламентированных норм поведения и обладающих «неевропейским» менталитетом.

С другой стороны, Китай тоже имел определенные исторические стереотипы о России, основываясь на знаниях, полученных через миссионеров, торговцев и дипломатов. Российская империя воспринималась как страна, находящаяся на периферии цивилизованного мира, с суровым климатом и жестокими условиями жизни, что могло способствовать формированию образа «дикарей» на восточной границе Европы. В китайской традиции Россия часто ассоциировалась с Европой, но при этом в представлении китайцев она оставалась страной, далеким и чуждым миром.

Социально-экономические факторы также сыграли важную роль в формировании образов двух стран. Россия и Китай, несмотря на территориальную близость, развивались в разных социально-экономических условиях, что также оказывало влияние на восприятие друг друга.

В XIX и XX веках, в эпоху индустриализации, Китай оставался преимущественно аграрным обществом, в то время как Россия, несмотря на свои проблемы и отсталость в промышленности, все же начала развивать более современные формы производства и модернизации. Это расхождение в уровнях развития создавало для России образ Китая как страны отсталой, зависимой от традиционных сельскохозяйственных методов, и, как следствие, во многом отставшей от западных и восточных стран в плане социально-экономического прогресса. В российской литературе и общественной мысли того времени можно встретить представления о

китайской экономике как о бедной и зависимой от централизованной власти, что вызывало определенное пренебрежение к китайскому обществу. Для Китая образ России был связан с ее стремлением к расширению своей территории и сильной централизованной властью. Россия воспринималась как империя, которая завоевывает новые земли и народы, что, в свою очередь, формировало образ России как мощного, но внешне агрессивного соседа. Особенно ярко эти образные представления отразились в китайской политической мысли в XIX–XX веках, когда Россия и Китай оказались в политическом и идеологическом противостоянии в Центральной Азии и на Дальнем Востоке. В этот период оба государства переживали социально-экономические и политические трансформации, что также сказывалось на их восприятии друг друга.

Примером социальной динамики и экономического восприятия является массовая миграция китайцев в Россию в конце XIX — начале XX века. Рабочие и крестьяне из Китая прибывали на Дальний Восток, что породило в России новые стереотипы о китайцах как о низкоквалифицированной рабочей силе, при этом их воспринимали как конкурентов для местных жителей. В китайской среде эта миграция также способствовала формированию образа России как суровой страны с тяжелыми условиями жизни, что часто приводило к недовольству китайских мигрантов.

Особое место в формировании образов России и Китая занимают межпограничные отношения, которые имели как позитивное, так и негативное влияние на восприятие каждой стороны. Традиционно Россия и Китай имели общую границу, которая на протяжении столетий была объектом как торговых, так и военных столкновений.

Одним из важнейших событий в истории межпограничных отношений является русско-китайская война XVII века, когда Россия и Китай боролись за контроль над территориями в Центральной Азии и на Дальнем Востоке. Несмотря на эти конфликты, важно отметить, что с конца XIX века и в XX веке Россия и Китай стали искать способы для установления более мирных и

выгодных отношений, что стало возможным благодаря укреплению экономических и культурных связей. В постсоветский период, особенно после распада СССР и укрепления китайской экономики, межпограничные отношения между Россией и Китаем снова начали развиваться в сторону сотрудничества. В последние десятилетия Россия и Китай активно взаимодействуют на уровне приграничных регионов, что создает новые возможности для преодоления старых стереотипов и формирования более сбалансированных образов.

Примером такого взаимодействия является активизация приграничной торговли, создание совместных экономических зон и развитие транспортной инфраструктуры, что способствует большему пониманию культурных и социальных различий на уровне местных сообществ. В то же время, проблемы, такие как контрабанда, незаконная миграция и экологические проблемы на пограничных территориях, часто становятся причиной недовольства и усиления негативных стереотипов о соседях.

Таким образом, культурно-исторические, социально-экономические и межпограничные предпосылки оказали существенное влияние на формирование образов России и Китая. Эти образы, во многом сконструированные на основе исторического опыта, социальных и экономических факторов, продолжают влиять на восприятие друг друга в современном контексте межкультурной коммуникации. Важно учитывать эти исторические и социальные факторы для того, чтобы правильно интерпретировать текущие процессы взаимодействия между двумя странами.

Образ России в Китае формировался и продолжает формироваться под воздействием множества факторов, включая историю, политику, экономику и культуру. Первоначально этот образ был построен на геополитическом контексте — в XVIII-XIX веках Китай и Россия сталкивались как соперники в борьбе за влияние в Центральной Азии и на Дальнем Востоке. Во времена династии Цин Россия воспринималась как своего рода внешняя угроза, что было связано с территориальными претензиями России в Сибири и на

Дальнем Востоке. Китай пережил несколько конфликтов с Российской империей, включая войны за контроль над Маньчжурией и Тибетом, что формировало негативный образ российской экспансии в китайском сознании.

Однако с начала XX века, особенно в советский период, отношения между Китаем и Россией начали менять свой характер. После революции 1917 года и становления социалистической идеологии в обеих странах, Китай стал воспринимать Советский Союз как союзника в борьбе с империализмом и феодализмом. С 1949 года, когда в Китае пришли к власти коммунисты, отношения между странами укрепились, и образ России в Китае стал более позитивным, особенно в политическом контексте. Однако в 50-60-х годах 20-го века, во времена китайско-советского раскола, этот образ снова изменился: Китай стал рассматривать Советский Союз как угрозу для своей политической независимости и идеологии.

В последние десятилетия образ России в Китае значительно улучшился, особенно в контексте экономических и политических отношений. Россия воспринимается как важный стратегический партнер Китая, с которым имеется взаимовыгодное сотрудничество в энергетической и военно-политической сферах. Множество китайских студентов и специалистов изучают российский язык и культуру, а российские товары (в особенности, нефть и газ) являются важной частью китайской экономики. Культурные связи также значительно укрепились — Россия с ее богатыми литературными, музыкальными и театральными традициями, а также значительными природными ресурсами, продолжает вызывать интерес у китайцев. Важными аспектами этого образа остаются стереотипы, связанные с холодностью российской души и некоторой отсталостью российской экономики, что обусловлено не только культурными различиями, но и реальными экономическими трудностями России в последние десятилетия.

Образ Китая в России претерпел значительные изменения, особенно в последние десятилетия. В советское время Китай был для СССР важным идеологическим и политическим партнером, но с конца 1950-х годов в

результате китайско-советского раскола этот образ стал более сложным и противоречивым. В глазах советского общества Китай воспринимался как экзотическая страна с древней культурой и необычными традициями, но и как страна, с которой существовали политические разногласия. В 1980-х годах, когда экономический рост Китая стал заметен, этот образ начали ассоциировать с мощным и конкурентоспособным экономическим игроком.

После распада Советского Союза Китай стал восприниматься в России как главный экономический конкурент. В 90-е гг. 20-го в. китайский образ в России формировался под влиянием ряда стереотипов, таких как представление о Китае как «производственном гиганте» с дешевыми товарами, массовой рабочей силой и низким качеством продукции. Эти стереотипы были усилены через российские СМИ, где Китай часто изображался как страна, которая «завоевывает» российский рынок своими дешевыми товарами.

Однако в последние годы, с ростом политических и экономических связей между странами, китайский образ в России начал меняться. Китай стал ассоциироваться не только с дешевыми товарами, но и с высокими технологиями, быстрым экономическим ростом и огромным потенциалом для сотрудничества. Все больше россиян видят в Китае не только экономического конкурента, но и партнера по развитию — особенно в сфере инноваций, высоких технологий и энергетики.

Тем не менее, в массовом сознании все еще существуют устойчивые стереотипы о китайцах как о «работягах», с характерной для Востока замкнутостью и коллективистским подходом. В этой связи существует также стереотип о культурной замкнутости Китая, о недостаточной открытости и демократичности китайского общества, что создает барьеры для взаимопонимания между народами.

Стереотипы, которые сложились в сознании россиян и китайцев относительно друг друга, играют важную роль в межкультурном взаимодействии. Во-первых, эти стереотипы часто являются причиной

недопонимания и затрудняют эффективное общение. Например, китайцы могут воспринимать россиян как людей с холодной и отстраненной личностью, что может создавать препятствия в установлении доверительных отношений на личном и профессиональном уровнях. В свою очередь, россияне часто считают китайцев людьми, склонными к сверхпрагматизму, что может приводить к недоразумениям на деловых переговорах, когда китайская сторона будет восприниматься как слишком жесткая и расчетливая.

Кроме того, на уровне культуры существует представление о том, что китайцы — это исключительно «экономический народ», ориентированный на бизнес и прибыль, что ограничивает понимание китайской культуры в более широком контексте. Эти стереотипы о китайской нации как исключительно «прагматичной» или «коллективистской» могут затруднить истинное понимание китайского общества, в котором существуют глубокие культурные и философские традиции, такие как даосизм, конфуцианство и буддизм.

С другой стороны, россияне могут восприниматься в Китае как народ, не всегда открытый к переменам и внешнему миру, что также влияет на характер межкультурных коммуникаций. Этот стереотип имеет исторические корни, связанные с длительным существованием России в закрытом обществе (в советский период), а также с традиционным недоверием к иностранцам. Это может создавать барьеры на уровне личных контактов и ведения бизнеса. Стереотипы о холодности и жестокости русских, или их непонимание культурных различий, могут вести к недооценке культурных традиций России в Китае, а также к недопониманию российской политической системы.

Изменение образов России и Китая в восприятии друг друга напрямую связано с развитием межкультурной коммуникации, которая становится всё более актуальной в свете глобализации и углубляющихся двусторонних связей. В последние годы, с ростом экономического и культурного обмена,

образ Китая в России постепенно становится более многогранным и позитивным. Китай перестает восприниматься исключительно как страна с дешевыми товарами и трудовой силой, и начинает ассоциироваться с высокими технологиями, инновациями, а также с культурным богатством и уникальной философией.

Особенно важным аспектом является образование. Множество китайских студентов обучаются в России, а также существует растущий интерес к российским образовательным программам в Китае. Совместные проекты, культурные обмены, спортивные мероприятия и туристические потоки способствуют разрушению стереотипов и налаживанию более тесных и доверительных отношений между странами.

Однако для полноценного изменения образов и преодоления стереотипов необходимо развивать не только экономические связи, но и культурные, научные и образовательные обмены, а также поддерживать информированность через СМИ. Современные технологические возможности, такие как интернет и социальные сети, играют ключевую роль в распространении более точной информации и формировании объективного образа других стран. Важно, чтобы в массовом сознании формировались более сложные и разнообразные представления о других культурах, что возможно только при условии постоянного и взаимного диалога.

Средства массовой информации играют ключевую роль в формировании образов других стран в массовом сознании. В контексте российско-китайских отношений, СМИ обеих стран активно участвуют в создании и поддержании стереотипов о другой культуре. В китайских новостях Россия часто изображается как страна с богатым природным потенциалом, но в то же время сталкивающаяся с экономическими проблемами и политической нестабильностью. Эти образы подкрепляются рассказами о санкциях, экономических трудностях и политической изоляции России на международной арене. Россия воспринимается как страна с сильной политической системой, но также с высоким уровнем коррупции и

ограничениями в области прав человека.

В российской прессе Китай часто изображается как экономический гигант, который захватывает мировые рынки своими товарами и услугами. Стереотипы о китайцах как о народе, склонном к сверхпрагматизму и аскетизму, поддерживаются в публикациях, освещающих китайские достижения в производственной сфере и высоких технологиях. Однако в то же время китайская культура, философия и традиции часто оказываются на периферии новостных лент, что ограничивает общее восприятие Китая в России как многообразной и многослойной цивилизации. В результате, в обеих странах накапливаются поверхностные представления о культуре и обществе другой стороны, что приводит к усилению стереотипов и затрудняет более глубокое понимание.

Одним из самых эффективных способов разрушения стереотипов о другой культуре являются культурные обмены и туризм. В последние годы в России и Китае наблюдается значительный рост числа туристов, а также культурных и образовательных программ, направленных на углубление взаимопонимания. К примеру, китайские туристы, посещающие Россию, открывают для себя не только достопримечательности, но и российскую культуру, историю и быт, что способствует разрушению мифов о том, что Россия — это холодная и негостеприимная страна. В свою очередь, россияне, путешествующие по Китаю, имеют возможность увидеть страну не только через призму стереотипов, но и познакомиться с китайскими традициями, кухней, философией и современной культурой.

Культурные обмены, такие как выставки, гастроли театров, фестивали и музыкальные мероприятия, играют важную роль в разрушении стереотипов, предлагая людям на практике познакомиться с другой культурой. В китайских университетах существует растущий интерес к изучению русского языка и культуры, а в России увеличивается количество программ, посвященных китайскому языку, культуре и истории. Все эти мероприятия помогают не только углубить знания о друг друге, но и

сблизить народы, создавая новые, более многогранные образы России и Китая в общественном сознании.

Стереотипы также оказывают значительное влияние на деловые отношения между Россией и Китаем. Преодоление культурных барьеров и стереотипов является одной из основных задач для компаний и предпринимателей, работающих на китайском или российском рынках. Например, российские бизнесмены часто воспринимают китайских партнеров как излишне агрессивных и ориентированных на низкую цену, что может создавать недопонимания при переговорах.

Стереотипы о том, что китайцы склонны к коллективистскому подходу, могут затруднить принятие решений на уровне отдельного лица или индивидуальных переговоров, так как китайские коллеги могут отдавать предпочтение коллективному обсуждению и принятию решений.

С другой стороны, китайские предприниматели и компании иногда видят россиян как менее организованных и слишком зависимых от личных отношений. Эти стереотипы могут затруднять запуск совместных проектов и ухудшать эффективность коммуникации между партнерами. В свою очередь, отсутствие понимания китайской деловой этики и культуры, с характерным акцентом на долгосрочные отношения и уважение иерархии, может привести к ошибкам в ведении бизнеса с китайскими коллегами. Тем не менее, с ростом взаимных торговых и экономических связей компании с обеих сторон становятся все более внимательными к культурным различиям и находят способы преодоления стереотипов. Для успешного делового взаимодействия важно проводить обучение и тренинги по межкультурной коммуникации, а также вовлекать профессионалов, обладающих знаниями о культуре и традициях обеих стран. Образование играет ключевую роль в преодолении стереотипов и формировании более сбалансированного восприятия другой страны. В России наблюдается растущий интерес к изучению китайского языка, истории и культуры, особенно в последние десятилетия, когда Китай стал

важным экономическим партнером для России. В Китае также увеличивается количество студентов, изучающих русский язык и российскую культуру. Это позволяет не только разрушать стереотипы, но и создавать более глубокие и многообразные представления о России и китайской культуре.

Программы обмена, международные конференции и академические исследования, проводимые в области межкультурной коммуникации, становятся основой для формирования более объективных и информированных взглядов на страны и их народы. Образовательные учреждения обеих стран могут сыграть важную роль в подготовке будущих поколений специалистов, способных работать в условиях культурного разнообразия и эффективно взаимодействовать с партнерами из других стран.

Кроме того, важно развивать программы, направленные на разрушение стереотипов среди молодежи через социальные сети и другие каналы информации, которые имеют мощное влияние на массовое сознание. Эффективные образовательные инициативы помогут не только снизить уровень недопонимания, но и углубить взаимодействие на различных уровнях — от личных до профессиональных.

Не менее важным аспектом является влияние социальных и политических факторов на формирование и восприятие стереотипов в российско-китайских отношениях. В политическом контексте стереотипы могут усиливаться или ослабляться в зависимости от внешней политики обеих стран. Например, в периоды охлаждения политических отношений, как в годы китайско-советского раскола, стереотипы о противоположной стране становились более выраженными, что препятствовало нормализации двусторонних связей. В других случаях, например, в условиях глобальных кризисов или политической напряженности, стереотипы могут быть использованы как инструмент для оправдания внутренней политики или для создания негативного образа страны-соперника. Социальные аспекты, такие как миграция, деятельность различных

этнических и религиозных групп, также влияют на восприятие другой страны. Например, в России наблюдается увеличение числа китайских мигрантов, что может порождать новые стереотипы, связанные с экономической миграцией и конкурентоспособностью на рабочем рынке. С другой стороны, китайские СМИ могут создавать образ России как страны, в которой коррупция и экономические проблемы мешают достижению реального прогресса, что также влияет на восприятие российского общества китайцами.

2.3. Влияние стереотипов на процесс межкультурной коммуникации России и Китая

2.3. Влияние стереотипов на процесс межкультурной коммуникации России и Китая

Стереотипы, как формы упрощенного и часто искаженного восприятия другой культуры, играют важную роль в межкультурной коммуникации, так как могут как способствовать, так и препятствовать взаимопониманию между народами. В контексте российско-китайских отношений стереотипы оказывают значительное влияние на восприятие друг друга и на взаимодействие между двумя культурами. Эти стереотипы, как правило, сформированы под воздействием исторического опыта, социальных и экономических факторов, а также культурных различий. Важно отметить, что стереотипы не всегда являются исключительно негативными, но их существование и влияние в межкультурной коммуникации — это реальность, с которой сталкиваются участники диалога.

Одним из наиболее ярких примеров влияния стереотипов на процесс межкультурной коммуникации является восприятие Китая в российском обществе. К сожалению, часто это восприятие ограничено узким набором клише и обобщений, которые не отражают всей многогранности китайской культуры и реальности. Некоторые стереотипы о Китае в России могут быть

как позитивными, так и негативными, но они неизбежно влияют на взаимодействие и восприятие китайской стороны.

Одним из часто встречающихся стереотипов о Китае является образ страны, которая исключительно ориентирована на экономический рост и производственные достижения, часто в ущерб качеству жизни своих граждан и экологии. В российском восприятии Китая, особенно в последние десятилетия, наблюдается представление о Китае как «фабрике мира», где царит массовое производство товаров, зачастую низкого качества, и где условия труда могут быть крайне тяжелыми. Эти стереотипы обостряются в контексте появления дешевых китайских товаров на российском рынке, что зачастую воспринимается как угроза российским производителям. В силу этого китайский предприниматель и производитель часто воспринимается как ориентированный исключительно на извлечение прибыли, а не на заботу о качестве и этике производства.

Примером такого восприятия является распространение в российской прессе и интернет-среде фраз вроде «китайские товары — это всегда подделки» или «китайцы — это люди, работающие за копейки». Эти стереотипы формируют негативный образ Китая как страны с низким уровнем жизненных стандартов, низким качеством товаров и плохими условиями труда. Когда россияне начинают взаимодействовать с китайскими бизнесменами, эти стереотипы могут создавать барьеры в общении, так как они влияют на уровень доверия и восприятия китайских партнеров как недостаточно квалифицированных или нечестных.

Однако существует и положительный стереотип о китайской культуре как о культуре дисциплины, трудолюбия и устойчивости. Китайцы в российском восприятии часто ассоциируются с высокой работоспособностью и организованностью. Этот стереотип, с одной стороны, может способствовать уважению к китайской стороне в деловых и экономических отношениях, но, с другой стороны, может также создавать ожидания, что китайские партнёры всегда будут выполнять поставленные задачи с минимальной задержкой и

без лишних вопросов. В таких ситуациях недопонимание может возникнуть, если китайская сторона не соблюдает эти высокие стандарты из-за культурных различий, например, из-за более гибкого отношения к срокам.

Стереотипы о России, в свою очередь, также влияют на восприятие российской культуры китайцами. Одним из распространенных стереотипов является представление о России как о стране с холодным климатом и суровыми условиями жизни. В китайской культуре существуют устойчивые представления о России как о «земле льда и снега», что часто сопровождается представлениями о трудностях повседневной жизни, жестокости климата и суровых погодных условиях. Это восприятие России как «неприветливой» страны может создавать определенные барьеры в межкультурной коммуникации, так как китайцы могут ожидать, что общение с россиянами будет сложным, а сотрудничество — трудным. Кроме того, в Китае распространен стереотип о России как о стране, которая переживает экономические и политические трудности, что порой приводит к восприятию России как страны с нестабильной экономикой и высокой степенью коррупции. Это представление, которое сформировалось в первую очередь в 1990-е годы, когда Россия переживала тяжелый экономический и социальный кризис, до сих пор оказывает влияние на восприятие китайцами российской действительности. В китайских СМИ иногда можно встретить негативные репортажи о социальных и политических проблемах в России, что способно укрепить стереотип о том, что Россия — это страна с нестабильной политической ситуацией и высоким уровнем коррупции. В результате этого китайцы могут подходить к взаимодействию с россиянами с недоверием, опасаясь нестабильности и непредсказуемости в деловых отношениях.

Однако также существует положительный стереотип о России как о «стране великой культуры и мощных традиций». Китайцы часто воспринимают Россию как место, где высоко ценится искусство, литература, музыка и наука. Образ русской культуры, представленный через таких великих писателей, как Лев Толстой, Федор Достоевский и Антон Чехов, а

также через русскую балетную школу, имеет высокую репутацию в китайском обществе. Этот стереотип способствует положительному восприятию России как культурного лидера и может служить основой для усиления культурного обмена и образовательных инициатив между двумя странами. Тем не менее, даже этот положительный стереотип может создавать определенные трудности, когда китайская сторона начинает ожидать от России только высококультурные и академические достижения, игнорируя современные социальные и экономические проблемы.

Стереотипы оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на межкультурную коммуникацию. Они могут упрощать восприятие и помочь быстрее понять основные аспекты культуры партнера, однако в большинстве случаев стереотипы создают барьеры для истинного взаимопонимания. Например, в деловых переговорах стереотипы о «китайской трудовой этике» или «российской суровости» могут привести к недопониманию в отношении ожиданий по поводу сроков, стиля общения или даже к ошибочному восприятию намерений другой стороны. В случае с Россией и Китаем, стереотипы о «суровости» и «неприветливости» могут повлиять на то, как воспринимается коммуникация между деловыми партнерами: китайцы могут воспринимать русских как чрезмерно прямолинейных и резких, а россияне могут думать, что китайцы не достаточно откровенны или же не говорят прямо.

Важным аспектом преодоления стереотипов является осознание их существования и активная работа над изменением неверных представлений через культурный обмен, образование и непосредственное взаимодействие. Чем больше россияне и китайцы будут общаться напрямую, тем меньше будет влияние стереотипов, и тем более полным и многогранным станет их восприятие друг друга.

Таким образом, стереотипы о Китае в России и о России в Китае играют значительную роль в межкультурной коммуникации, часто создавая барьеры для реального понимания и доверия. Для преодоления этих барьеров важно

развивать навыки межкультурной коммуникации, основанные на взаимном уважении и готовности к открытым диалогам, которые способствуют разрушению предвзятых представлений и формированию более точного и объективного образа другой культуры.

Рассмотрим, что именно китайцы думают о русских в социальных сетях, опираясь на конкретные примеры из популярных китайских платформ, таких как Weibo (китайский аналог Twitter), Douyin (китайская версия TikTok) и Baidu Tieba (форумы, где люди обсуждают разные темы).

В китайских соцсетях часто восхищаются мужеством и стойкостью русского народа, что связано с историей России, в частности с Великой Отечественной войной. Например, в Weibo часто можно встретить посты, где русские изображаются как героические и отважные люди, способные преодолеть любые трудности. Это также связано с восприятием России как страны с богатой историей и культурой.

Пример поста на Weibo: *"Я всегда восхищался русскими. Этот народ прошел через многие войны и пережил самые жестокие времена. Думаю, что в России сильный дух и много смелых людей."* [<https://m.weibo.cn>]

Китайцы активно интересуются русской культурой и литературой. В социальных сетях часто можно встретить положительные комментарии о произведениях русских писателей, таких как Пушкин, Достоевский, Толстой. В частности, обсуждают глубокие философские произведения и их влияние на мировую культуру. В Douyin (китайский TikTok) можно найти короткие видео о русской культуре, в которых китайцы делятся своими впечатлениями от русской литературы, искусства, архитектуры.

Пример из Douyin : *"Прочитал Пушкина, и мне кажется, что его произведения очень глубокие и проникают в душу. Я хочу узнать больше о России!"* [<https://www.douyin.com>]

Русский балет часто упоминается как пример высокого искусства. В китайских соцсетях можно найти посты и видео, где китайцы выражают

восхищение российскими балетными труппами и танцорами. Это восприятие связано с традициями русской культуры, которые воспринимаются как высококлассные и утонченные.

Пример из Weibo: *"Я видел русский балет в Шанхае, это было потрясающе! Русские танцоры — настоящие мастера, и я завидую их таланту."* [<https://tieba.baidu.com>].

Один из распространенных стереотипов о русских в китайских соцсетях — это восприятие их как холодных и сдержанных людей. Это часто становится темой обсуждения на форумах, например, на Baidu Tieba, где китайцы выражают мнение, что русские не так открыты для общения и кажутся довольно закрытыми. Особенно это касается личных встреч и общения в социальных ситуациях.

Пример из Baidu Tieba *"Когда я был в России, мне показалось, что русские люди холодные. Они не такие дружелюбные, как мы, китайцы, и не всегда готовы к общению с незнакомыми."* [<https://tieba.baidu.com>]

Стереотип о том, что русские любят пить, также широко распространен в китайских соцсетях. Этот стереотип связан с образом русских в массовой культуре (например, в фильмах, где часто показывают русских, пьющих водку). На Weibo можно встретить комментарии, в которых китайцы смеются или даже критично отзываются о предполагаемой привычке русских пить спиртные напитки в больших количествах. Пример из Weibo: *"Я слышал, что русские часто пьют, даже в самых обычных ситуациях. Не знаю, правда ли это, но это как-то странно"* [<https://m.weibo.cn>].

Еще один стереотип — это представление о том, что русские плохо знают английский язык или не всегда открыты к общению с иностранцами. В некоторых постах китайцы жалуются на сложности общения с русскими из-за языкового барьера. Хотя это далеко от реальности, такой стереотип все же существует, особенно среди тех, кто не имеет личного опыта общения с россиянами.

Пример из Douyu: *"Я пытался поговорить с русскими на английском, но они меня не поняли. Очень сложно общаться с ними"*
[<https://www.douyin.com>].

Это вызывает любопытство и иногда даже недоумение в китайских соцсетях. На Weibo можно найти посты, где китайцы удивляются, как русские могут жить в таких экстремальных погодных условиях.

Пример из Weibo : *"Как они могут жить в России с таким холодом? Я не могу представить себе, как можно выжить при таких температурах!"*
[<https://m.weibo.cn>].

Иногда китайцы путают внешность русских с представителями других народов Восточной Европы, таких как славяне или балканцы. Это может создавать недоразумения в восприятии русских как нации. На форумах иногда можно встретить обсуждения о том, как китайцы могут не всегда различать русских по внешности, считая их похожими на жителей других стран Европы.

Пример из Baidu Tieba: *"Когда я был в Москве, я видел много людей, которые выглядят как европейцы, но они были русскими. Не думал, что русские могут быть такими разными."* [<https://tieba.baidu.com>].

Помимо стереотипов, важным фактором в восприятии русских китайцами являются текущие международные события. Например, события на международной арене, такие как политические отношения между Россией и Китаем, могут влиять на общественное мнение. В последние годы в китайских соцсетях стали более положительно воспринимать Россию и русских из-за политической дружбы между двумя странами.

Пример из Weibo : *"Россия — наш стратегический партнер. Мы уважаем Россию за ее сильное лидерство и независимость. Желаем российскому народу только процветания"* [<https://m.weibo.cn>].

Таким образом, мнения китайцев о русских в социальных сетях разнообразны и многогранны. С одной стороны, существует уважение к русской культуре, силе духа и историческим достижениям, с другой — присутствуют и стереотипы, связанные с холодностью, алкоголем и языковыми барьерами. Важно помнить, что восприятие всегда зависит от личного опыта и уровня знаний, и во многом оно меняется с развитием межкультурного общения.

Мнение русских о китайцах в социальных сетях и на форумах также варьируется в зависимости от личного опыта, социального контекста и политической ситуации. Однако, можно выделить несколько ключевых стереотипов и тенденций, которые часто встречаются среди русскоязычных пользователей. Важно отметить, что эти мнения не являются универсальными, и многие из них формируются в основном через призму ограниченного опыта или влияния массовых медиа.

Один из наиболее часто встречающихся положительных стереотипов о китайцах — это их трудолюбие, целеустремленность и упорство в работе. Русские часто восхищаются китайцами за их способность работать долго и усердно, а также за стремление к саморазвитию и успеху.

Пример из русских форумов: "Китайцы — невероятно трудолюбивые люди. Посмотрите на их достижения в бизнесе и технологиях! Они могут работать целыми днями и не жалуются. Я восхищаюсь их решимостью."

Этот стереотип часто подтверждается через опыт работы с китайскими коллегами или партнерами, где многие русские замечают, что китайцы не боятся сложной работы и готовы работать за скромную оплату.

Некоторые русские также отмечают, что китайцы могут быть очень гостеприимными и добрыми. Когда русские приезжают в Китай, они часто сталкиваются с проявлениями гостеприимства со стороны местных жителей, которые предлагают помощь в незнакомом месте, делятся едой или приглашают в дом.

Примеры из обсуждения В контакте:

1. *"Я был в Китае, и местные жители очень помогли мне, когда я потерялся. Они настолько добрые и гостеприимные, что мне сразу стало приятно находиться среди них"* [<https://m.vk.com>].

2. "Еще одним положительным аспектом, который часто упоминается в русскоязычных сообществах, является отношение китайцев к образованию. В России принято считать, что китайцы очень серьезно относятся к учебе, а китайская система образования по своей жесткости и дисциплине может даже вызывать восхищение.

3. "Китайцы очень ценят образование. Их дети с самого раннего возраста учат математику, языки. Это система, которая дает им огромное количество знаний. "Один из наиболее распространенных негативных стереотипов среди русских — это огромное количество китайцев в России, особенно в крупных городах, таких как Москва и Владивосток. Это приводит к страху, что китайцы могут "заменить" местное население или вытеснить российскую культуру. [<https://m.vk.com>].

4. "В Москве и других городах китайцев становится всё больше, они начинают заполнять все бизнесы, магазины и даже строительные компании. Они все больше и больше влияют на экономику страны.

5. " Некоторые русские воспринимают китайцев как людей с очень замкнутой культурой, где важны семейные и общинные связи, а также очень строгие нормы поведения. Это воспринимается как нечто чуждое и трудное для понимания.

"Китайцы как-то очень закрыты, у них совсем другой менталитет. Они не открыты, не любят раскрывать свои мысли и намерения. Это совсем не наше " [<https://forum.ru>].

Этот стереотип может быть частично обусловлен тем, что многие русские, не имеющие глубоких знаний китайской культуры, воспринимают китайцев как не совсем открытых и многозначительных людей, которые

слишком придерживаются своих традиций и социальных норм.

В России существует стереотип о том, что китайские товары часто бывают низкого качества, что связано с массовым производством дешевых товаров в Китае. Это особенно касается электроники, одежды и других повседневных товаров.

"Китайцы — это производители дешевого хлама. Я купил китайский телефон, и через месяц он сломался. Все, что делают китайцы, не долговечно." [<https://otzovik.com>]. Этот стереотип появился, когда Китай стал мировым центром по производству дешевых товаров, и его продукция была связана с проблемами низкого качества. Однако стоит отметить, что последние годы показывают значительные успехи китайских брендов в сфере качества и технологий.

Продукция китайской кухни в России воспринимается с интересом, но и с недоумением. Множество русских считают китайскую кухню очень необычной, а некоторые — даже странной. Например, часто можно услышать шутки о странных блюдах, таких как суп из змей или использование экзотических ингредиентов.

Пример из обсуждений в социальных сетях: *"Китайская еда — это что-то невероятное. Они едят змей, лягушек, какие-то странные морепродукты. Но на самом деле, это очень вкусно, если попробовать."*

Некоторые русские также выражают беспокойство по поводу экономического роста Китая, считая, что страна постепенно становится экономическим и политическим соперником России, что создаёт опасения по поводу будущих отношений между странами.

"Мы всё время говорим о дружбе с Китаем, но на самом деле, они просто стремятся доминировать в экономике и политике. У нас с ними конкуренция, и это беспокоит" [<https://www.reddit.com>].

Политическая ситуация между Россией и Китаем также оказывает значительное влияние на восприятие китайцев среди русских. С учетом

укрепления стратегического партнерства между странами, в последние годы наблюдается более положительное отношение, особенно на фоне международной политической напряженности. Однако, как и в любой другой культуре, существуют критические голоса, которые выражают сомнения по поводу политического альянса с Китаем.

Пример из Российской газеты: *Сотрудничество с Китаем — это не только возможность для бизнеса, но и вызов для нас. Важно помнить, что Китай — это не просто партнер, а мощная страна, с которой нужно учитывать свои интересы."*

Мнение русских о китайцах в социальных сетях довольно многогранно и может варьироваться от восхищения их трудолюбивым и прагматичным подходом к жизни до недопонимания их культуры и стереотипов о закрытости и низком качестве продукции. Эти стереотипы, как правило, формируются через ограниченное восприятие и опыт, и важно помнить, что в реальной жизни каждое мнение может быть значительно разнообразнее.

Выводы

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать следующие выводы.

В ходе нашего исследования рассмотрена специфика стереотипов, существующих в контексте российско-китайской межкультурной коммуникации. Анализ типичных стереотипов, существующих как в России о Китае, так и в Китае о России, показал, что они в значительной степени определяются историческим, политическим и социальным контекстом, а также особенностями восприятия массовыми средствами информации и культуры.

Стереотипы, существующие в России относительно Китая, часто фокусируются на представлениях о китайской культуре как экзотической, а также на образах китайской экономики как низкокачественной или

исключительно ориентированной на массовое производство. В свою очередь, стереотипы о России в Китае часто связаны с восприятием страны как центра силы и традиций, но также включают негативные представления о политической нестабильности и экономических проблемах. Эти стереотипы играют ключевую роль в формировании представлений о другой культуре и влияют на восприятие каждой из сторон.

Также в данной главе было показано, что стереотипы могут становиться значительными барьерами для эффективной межкультурной коммуникации. Они создают предвзятые ожидания и искажают реальность, что особенно проявляется в сферах бизнеса, образования и межгосударственных отношений. Примеры из практики, такие как трудности в деловых переговорах или недопонимания в образовательных обменах, иллюстрируют то, как стереотипы могут влиять на качество кросскультурного взаимодействия и препятствовать более глубокому взаимопониманию.

Таким образом, важно отметить, что стереотипы, несмотря на свою устойчивость и многовековую историю, не являются неизбежным препятствием. Они могут быть изменены и преодолены через осознанное и конструктивное взаимодействие, которое направлено на разрушение предвзятых представлений и развитие более глубокого и многогранного понимания культурных различий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования роли стереотипов национального восприятия в межкультурной коммуникации на примере российско-китайского взаимодействия было установлено, что стереотипы, несмотря на свою устойчивость, играют важную роль в формировании как барьеров, так и возможностей для эффективного взаимодействия между культурами. Исследование показало, что стереотипы о Китае в России и о России в Китае глубоко коренятся в историческом контексте, политических и экономических реалиях, а также в медиа представлениях. Эти стереотипы нередко искажают действительность, создавая ложные ожидания и препятствия для реального понимания друг друга.

В российско-китайской коммуникации стереотипы влияют на все сферы взаимодействия, включая бизнес, образование, туризм и дипломатические отношения. Они могут как затруднять, так и оказывать влияние на решения, принимаемые в ходе взаимодействия, что требует более внимательного подхода и учета культурных различий. Например, деловые переговоры, проводимые с учетом культурных стереотипов, часто сталкиваются с недоразумениями и трудностями, которые могут привести к снижению эффективности сотрудничества.

Однако, несмотря на их негативное влияние, стереотипы не являются непреложными барьерами. Понимание механизмов их формирования и существования открывает возможности для их преодоления. Важно, чтобы как российские, так и китайские стороны осознавали существование этих стереотипов и активно работали над их разрушением. Развитие межкультурной компетенции, повышение уровня образования и культурных обменов, а также внедрение новых подходов в медиа

представлениях могут существенно способствовать уменьшению предвзятости и созданию более продуктивных условий для сотрудничества.

Таким образом, главные выводы исследования заключаются в том, что стереотипы имеют большое значение в межкультурной коммуникации, но их можно и нужно преодолевать для улучшения взаимопонимания и повышения эффективности взаимодействия между культурами. Стратегия работы с культурными стереотипами требует не только теоретического осознания проблемы, но и практических усилий на всех уровнях взаимодействия, будь то политика, бизнес, образование или повседневное общение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев В. П. Введение в межкультурную коммуникацию. - М.: Юрайт, 2017. – 320 с.
2. Андреев В. М. Культурная антропология. – СПб.: Питер, 2015. – 560 с.
3. Барнс Т. Стереотипы и предвзятости. – М.: Академический проект, 2013. – 245 с.
4. Бернард Х. Р. Методы культурной антропологии. – М.: Наука, 2012. – 368 с.
5. Бернштейн А. П. Межкультурные коммуникации. М.: Инфра-М, 2013. – 261 с.
6. Бояринов И. С. Межкультурные барьеры в коммуникации. – М.: РГГУ, 2016. – 210 с.
7. Головкин О. Н. Культурное восприятие и стереотипы: Теория и практика. – М.: Логос, 2018. – 297 с.
8. Голуб А. П. Язык и культура: Введение в межкультурную коммуникацию. – М.: Высшая школа, 2015. – 295 с.
9. Гулли Д. Национальные стереотипы и культура. СПб.: Питер, 2003. – 143 с.
10. Джеймс А. Кросс-культурные различия и стереотипы. – М.: Прогресс, 2017. – 275 с.
11. Дмитриева Н. В. Межкультурная коммуникация в глобализирующемся мире. – М.: РГГУ, 2019. – 348 с.
12. Елизарова Г.В. Е Культура и обучение иностранным языкам. — СПб.: КАРО, 2005.- 352 с.
13. Зигмунд С. Стереотипы в межкультурной коммуникации. М.: РАН, 2012. – 332 с.

14. Зимняя И. А. Теория и практика межкультурной коммуникации. – СПб.: Алетейя, 2016. – 310 с.
15. Иванова Т. С. Межкультурное восприятие и стереотипы. М.: РАН, 2008. – 165 с.
16. Исаев М. И. Психология стереотипов и межкультурного общения. – М.: Академический проект, 2014. – 240 с.
17. Каган М. М. Межкультурная коммуникация и глобализация. М.: Академический проект, 2004. 103 с.
18. Карпов В. В. Стереотипы в межкультурной коммуникации. – М.: Книжный мир, 2018. – 254 с.
19. Ким Ю. Ю. Модели межкультурной коммуникации. – СПб.: Нестор-История, 2014. – 220 с.
20. Кон И. С. Психология межкультурной коммуникации. СПб.: Питер, 2003. – 171 с.
21. Кречмер В. Психология стереотипов. М.: Наука, 2009. – 146 с.
22. Леонтьев Д. А. Психология межкультурных различий. – М.: Наука, 2015. – 358 с.
23. Леонтович О.А. Введение в межкультурную коммуникацию : учебное пособие / О. Леонтович. - Москва : Гнозис, 2007. - 366 с.
24. Ма Гуйин. Национально специфические устойчивые сравнения, характеризующие действия человека.-Екатеринбург, 2016.-114 с.
25. Маслова В. А. Язык и культура: Введение в межкультурную лингвистику. – М.: Лаборатория знаний, 2014. – 266 с.
26. Михайлова Н. М. Культурные стереотипы и их влияние на межкультурную коммуникацию. – М.: Научная книга, 2017. – 242 с.
27. Николаев С. Г. Китайская культура в контексте российско-китайских отношений. – М.: Наука, 2013. – 192 с.
28. Петрова Е. В. Теория и практика межкультурной коммуникации в бизнесе. – СПб.: Вектор, 2016. – 290 с.

29. Рибак М. В. Стереотипы и их влияние на межкультурное восприятие. – М.: Просвещение, 2014. – 201 с.
30. Ричардсон Т. Кросс-культурные барьеры и стереотипы. – СПб.: Невский Диалект, 2015. – 276 с.
31. Серебряков А. В. Стратегии преодоления стереотипов в межкультурной коммуникации. – М.: ИД «Мир», 2018. – 295 с.
32. Сидорова И. А. Психология стереотипов в межкультурных отношениях. – М.: КНОРУС, 2017. – 278 с.
33. Смит К. П. Кросс-культурные различия и стереотипы: Образ китайцев в России. – М.: Интербук, 2016. – 298 с.
34. Смирнов А. А. Социология стереотипов. СПб.: Издательский дом РГУ, 2007. – 112 с.
35. Смирнов А. В. Стереотипы в восприятии китайской культуры. – М.: Российская академия наук, 2015. – 238 с.
36. Танин В. С. Китайский стереотип в российском сознании. – М.: МГИМО, 2014. – 213 с.
37. Тимофеев В. М. Межкультурные различия и стереотипы. – М.: Вершина, 2015. – 225 с.
38. Тимофеева М. Н. Кросс-культурные исследования: Проблемы и перспективы. – СПб.: Либроком, 2013. – 334 с.
39. Ушаков В. П. Межкультурные различия и стереотипы восприятия. СПб.: Речь, 2008. – 174 с.
40. Филиппова А. В. Китай в российском восприятии: Стереотипы и реальность. – М.: Восточная литература, 2018. – 311 с.
41. Фишер Р. Психология межкультурной коммуникации. М.: Вершина, 2006. – 301 с.
42. Харченкова Л.И., Дорофеева М.Г. Теория и практика межкультурной коммуникации: учебное пособие. – СПб.: РГГМУ, 2023. – 112 с.

43. Чжан Л. Межкультурные коммуникации в России и Китае. – М.: ВМК, 2017. – 275 с.
44. Чистов С. М. Психология стереотипов и межкультурных различий. СПб.: Питер, 2011. – 259 с.
45. Чухно Е. Н. Межкультурная коммуникация и её роль в современных глобальных процессах. - М.: МГГУ, 2014. – 288 с.
46. Шабурова Л. В. Межкультурная коммуникация и стереотипы восприятия. М.: Аспект-Пресс, 2010. – 136 с.
47. Шан С. В. Эмоции и стереотипы в межкультурной коммуникации. – М.: Идея-Пресс, 2015. – 289 с.
48. Шахова Н. С. Стереотипы и восприятие других культур. СПб.: Наука, 2007. – 251 с.
49. Шишова А. И. Межкультурная коммуникация в российско-китайских отношениях. – М.: ИКАР, 2016. 244 с.
50. Шмидт Д. Мифы и стереотипы в межкультурной коммуникации. – СПб.: Невский диалект, 2014. – 260 с.
51. Шмидт В. Межкультурное восприятие и стереотипы. М.: Прогресс, 2012. – 321 с.
52. Юй Фэнин Устойчивые сравнения, характеризующие лицо человека в русской языковой картине мира (на фоне китайского языка), дис.канд.филол.наук. -СПб., 2016.- 255 с.
53. Яковлева Н. И. Культура и стереотипы: психологические аспекты межкультурной коммуникации. СПб.: Речь, 2010. – 222 с.
54. Яковлев И. В. Межкультурные барьеры и стереотипы. М.: МГИМО, 2011. – 115 с.
55. Яхина М. В. Роль стереотипов в восприятии другой культуры. СПб.: Питер, 2013. – 236 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Примеры русско-китайских стереотипов, представленных в сети Интернет

1. Пример поста на Weibo: "Я всегда восхищался русскими. Этот народ прошел через многие войны и пережил самые жестокие времена. Думаю, что в России сильный дух и много смелых людей."

2. Пример из Douyin: "Прочитал Пушкина, и мне кажется, что его произведения очень глубокие и проникают в душу. Я хочу узнать больше о России!"

3. Пример из Baidu Tieba: "Я видел русский балет в Шанхае, это было потрясающе! Русские танцоры — настоящие мастера, и я завидую их таланту."

4. Пример из Baidu Tieba: "Когда я был в России, мне показалось, что русские люди холодные. Они не такие дружелюбные, как мы, китайцы, и не всегда готовы к общению с незнакомыми."

5. Пример из Weibo: "Я слышал, что русские часто пьют, даже в самых обычных ситуациях. Не знаю, правда ли это, но это как-то странно."

6. Пример из Douyin: "Я пытался поговорить с русскими на английском, но они меня не поняли."

7. Пример из Weibo: "Как они могут жить в России с таким холодом? Я не могу представить себе, как можно выжить при таких температурах."

8. Пример из Baidu Tieba: "Когда я был в Москве, я видел много людей, которые выглядят как европейцы, но они были русскими. Не думал, что русские могут быть такими разными."

9. Пример из Weibo: "Россия — наш стратегический партнер. Мы уважаем Россию за ее сильное лидерство и независимость. Желаем российскому народу только процветания."

10. Пример из русских форумов: "Китайцы — невероятно трудолюбивые люди. Посмотрите на их достижения в бизнесе и технологиях!"

Они могут работать целыми днями и не жалуются. Я восхищаюсь их решимостью."

11. Пример из обсуждения на [Vkontakte](#): "Я был в Китае, и местные жители очень помогли мне, когда я потерялся. Они настолько добрые и гостеприимные, что мне сразу стало приятно находиться среди них."

12. Пример из форумов: "Китайцы очень ценят образование. Их дети с самого раннего возраста учат математику, языки. Это система, которая дает им огромное количество знаний."

13. Пример из обсуждений на [Vkontakte](#): "В Москве и других городах китайцев становится всё больше, они начинают заполнять все бизнесы, магазины и даже строительные компании. Они все больше и больше влияют на экономику страны."

14. Пример из обсуждения на [forum.ru](#): "Китайцы как-то очень закрыты, у них совсем другой менталитет. Они не открыты, не любят раскрывать свои мысли и намерения. Это совсем не наше."

15. Пример из обсуждений на [otzovik.com](#): "Китайцы — это производители дешевого хлама. Я купил китайский телефон, и через месяц он сломался. Все, что делают китайцы, не долговечно."

16. Пример из обсуждений в социальных сетях: "Китайская еда — это что-то невероятное. Они едят змей, лягушек, какие-то странные морепродукты. Но на самом деле, это очень вкусно, если попробовать."

17. Пример из обсуждений на [Reddit](#): "Мы всё время говорим о дружбе с Китаем, но на самом деле, они просто стремятся доминировать в экономике и политике. У нас с ними конкуренция, и это беспокоит."

18. Пример из Российской газеты: Сотрудничество с Китаем — это не только возможность для бизнеса, но и вызов для нас. Важно помнить, что Китай — это не просто партнер, а мощная страна, с которой нужно учитывать свои интересы."

