

Чэнь Яо, Ерофеева Елена Валентиновна

Пермский государственный национальный исследовательский университет

г. Пермь, Российская Федерация

chen.yao@yandex.ru, elenerofee@gmail.com

Авто- и гетеростереотипы китайских мужчин и женщин

Аннотация

В настоящей статье представлены результаты социолингвистического эксперимента, целью которого было выявление особенностей выражения гендерных авто- и гетеростереотипов о внешности. Данные были получены в ходе анкетирования 60 информантов (30 мужчин и 30 женщин). Для анализа реакций применялись методы семантического и количественного анализа. Полученные реакции были объединены в группы по общности выраженных в них семантических признаков, в результате чего были построены полевые модели структуры стереотипов, включающие ядро, среднюю зону и периферию. Исследование продемонстрировало значительное сходство общего количества семантических признаков ядерных зон у мужчин и женщин. Средние (общие признаки «стройность», «рост», «поведение») и периферийные (нет общих признаков) зоны в большей степени демонстрировали различия нежели сходства, что свидетельствует о неполной стереотипизации соответствующих признаков. Как и ожидалось, в автостереотипах оказалось меньше отрицательных оценок, чем в гетеростереотипах.

Ключевые слова: автостереотип, гетеростереотип, внешность, семантический признак, реакции, ядро, средняя зона, периферийная зона.

© Чэнь Яо, Ерофеева Е. В. 2021

Для цитирования: Чэнь Яо, Ерофеева Е. В. Авто- и гетеростереотипы китайских мужчин и женщин // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 3. С. 204–219. doi: 10.22250/2410-7190_2021_7_3_204_219.

1. Введение [Introduction]

1.1. Теория У. Липпмана о стереотипе [Walter Lippmann's theory of stereotypes]

Термин «стереотип» впервые был введен американским политологом, журналистом, социологом У. Липпманом в 1922 г. По мнению У. Липпмана, «стереотипы – это упорядоченные, схематичные детерминированные культурой “картины мира” в голове человека, упрощённое представление о явлениях и предметах действительности» [Липпман, 2004, с. 110]. Стереотипное представление возникает не из собственного опыта человека, а из воспринятого им заранее сформированного мнения социума: реальный внешний мир слишком велик и объёмен, вследствие чего человеку трудно воспринять его непосредственно, однако у человека в голове существуют заранее сформированные системы восприятия явлений и предметов действительности, которые становятся когнитивными моделями, используемыми в процессе принятия и обработки информации [Там же]. Стереотипы являются именно такими когнитивными моделями. Они позволяют человеку быстрее обрабатывать полученную информацию и экономить внимание и усилия в процессе восприятия. Иными словами, стереотипизация выполняет функцию экономии или минимизации когнитивных усилий.

В книге «Общественное мнение» У. Липпманом были выделены четыре аспекта стереотипов [Липпман, 2004, с. 95–115]. Во-первых, стереотипы всегда проще реальности; они отражают далеко не все свойства и черты действительности, но в картине мира стереотипов почти всё удовлетворяет потребности человека и соответствует его ценно-

стам. Во-вторых, человек получает стереотипы в готовом виде через масс-медиа, других людей и т. д., а не формулирует их по собственному опыту. В-третьих, стереотипы в большей или меньшей степени ложны, они всегда приписывают конкретному человеку черты, которыми он обязан обладать лишь из-за своей принадлежности к определённой группе [Там же]. Примером этого аспекта стереотипов может являться представление иностранцев о том, что все китайцы хорошо разбираются в математике. В-четвёртых, стереотипы характеризуются устойчивостью. Даже если человек узнает, что его стереотипы к конкретной социальной группе далеко не соответствуют действительности, он все-таки не отказывается от этих стереотипов, считая, что существует исключение.

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

1.2. Виды стереотипов [Classification of stereotypes]

Изучение социальных стереотипов позволило выделить множество их разновидностей на основе различных критериев классификации.

По субъекту процесса стереотипизации, т. е. по носителям стереотипа, выделяют общественные и индивидуальные стереотипы. Первые в американской социальной науке определяются как «культурные стереотипы» [Нельсон, 2003]; российские исследователи употребляют термин «социальные стереотипы» [Семендяева, 1986 ; Стефаненко, 1999]. С учётом социальных групп, подвергающихся стереотипизации, выделяют следующие часто встречающиеся социальные стереотипы: гендерные, национальные (этнические), возрастные, профессиональные, расовые, религиозные, региональные, политические, классовые и т. д. Под индивидуальными стереотипами понимается набор качеств, приписываемых представителям группы конкретным человеком. Индивидуальные стереотипы могут совпадать с общественными стереотипами, или противоречить им, поскольку формирование индивидуальных стереотипов находится под влиянием личностно-психологических особенностей, функционирующих в индивидуальном сознании. В связи с этим, индивидуальные стереотипы также называют социально-психологическими стереотипами [Семендяева 1986].

Классификация стереотипов, основанная на эмоционально-оценочных компонентах содержания стереотипов, позволяет подразделить стереотипы на п о з и т и в н ы е и н е г а т и в н ы е. Термины, используемые разными авторами, могут варьировать. Так, У. Квастхофф по данному параметру предлагает классифицировать стереотипы как отрицающие (агрессивное содержание) либо утверждающие (безобидное содержание) [цит. по : Демьянков, 1996, с. 177]. Стоит подчеркнуть, что стереотипы с разным эмоционально-оценочным содержанием могут обладать одинаковыми когнитивными компонентами и предполагать одно и то же качество, придаваемое какой-либо группе. Иначе говоря, когнитивные компоненты стереотипов совпадают, а эмоционально-оценочные – отличаются друг от друга.

По степени адекватности отражения действительности стереотипы разделяют на истинные и ложные. Американский социолог и психолог К. Юнг утверждает, что стереотип является «ложной классификационной концепцией» [цит. по : Бабаева, 2000], в связи с чем социальные стереотипы долгое время рассматривались как ложные и предвзятые суждения. Однако в 1950 году канадский психолог О. Клайнберг выдвигает известную гипотезу о «зерне истины» в стереотипе. По мнению Клайнберга, в стереотипе объём истинных знаний превышает объём ложных знаний [Klineberg, 1950]. С этой гипотезой соглашаются многие исследователи, в том числе российский психолог Т. Г. Стефаненко. Она считает, что «социальные стереотипы вовсе не сводятся к совокупности мифических представлений. Большинство современных исследователей определяют социальный стереотип как образ социального объекта, а не просто как мнение об этом объекте, никак не обусловленное объективными характеристиками последнего и всецело зависящее от воспринимающего (стереотипизирующего) субъекта» [Стефаненко, 1999, с. 245]. Т. Г. Стефаненко ещё ссылается на высказывание А. Н. Леонтьева: «Образ может быть более или менее адекватным, более или менее полным, иногда даже ложным, но мы всегда «вычерпываем» его из реальности» [Леонтьев, 1983, с. 255].

По отношению «свой»/«чужой» стереотипы разделяются на автостереотипы и гетеростереотипы. Автостереотип является представлением какой-то социальной группы о самой себе, а гетеростереотип определяет оценочные взгляды данной группы о других социальных группах. Разные учёные предлагают разные термины внутри этой классификации: используются термины «эндостереотипы» и «экзостереотипы» [Леонтович 2005], «in-group» 'внутригрупповой' и «out-group» 'внегрупповой' стереотипы [Castano et al., 2002].

В данной статье будут рассматриваться именно авто- и гетеростереотипы гендерных групп, поэтому остановимся на них подробнее. Взаимообусловленность автостереотипов и гетеростереотипов связана с явлением «ингруппового фаворитизма». «Ингрупповой фаворитизм подразумевает формирование более позитивного образа собственной культуры по сравнению с другими» [Садохин, 2005, с. 236], иначе говоря, человек сознательно или несознательно предпочитает свою группу другим. Большинство учёных отмечают такую более положительную окраску автостереотипа, чем гетеростереотипа, при этом «автостереотипы... монотонно позитивны, а гетеростереотипы имеют гораздо более широкий эмоциональный диапазон» [Солдатова, 1998, с. 74]. Однако важно понять, что авто- и гетеростереотипы не обязательно показывают противоположные образы. По результатам исследования, назначенного для изучения образов «типичного американца и советского человека», проведённого в 1987 г., Т. Г. Стефаненко считает, что образы своей и чужой групп часто дополняют друг друга [Стефаненко, 1999, с. 247].

1.3. Гендерные стереотипы [Gender stereotypes]

Поскольку мы будем изучать авто- и гетеростереотипы о внешности китайских женщин и мужчин, в данном разделе отдельно рассмотрим гендерные стереотипы. В науке термин «гендер» был введён впервые американским психологом Р. Столлером в его работе «Пол и гендер: к развитию маскулинности и фемининности», вышедшей в свет в 1968 г. Хотя пол и гендер часто считаются синонимами и неразрывно связаны в повседневной жизни, согласно У. Столлеру, «гендер – это понятие, которое базируется на психологических и культурных пояснениях, достаточно независимых от тех, которые толкуют биологический пол» [Stoller, 1968, p. 80]. У. Столлер полагает, что пол представляет собой биологический, а гендер – социальный, культурный феномен. Отличаясь от пола, понимаемого как совокупность биологических и анатомических характеристик, понятие «гендер» в дальнейшем используется для определения психологических, социальных и культурных характеристик мужчины и женщины. В соответствии с этим в

современной науке гендерные стереотипы понимаются как «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов» [Кирилина, 1999, с. 98–99].

Гендерные стереотипы являются одним из подвидов социальных стереотипов. Гендерные стереотипы возникают на биологически-социальной основе, отражают целый ряд биологических признаков, социальных ролей, поведенческих и психологических характеристик, принадлежащих представителям разных полов. Гендерные стереотипы имеют тесную связь с социальными ролями мужчин и женщин [Eagly, 1987].

На гендерные исследования в лингвистике российские учёные обратили внимание несколько позже, чем западные. Согласно О. Н. Колосовой, в российской лингвистике существует три основных подхода к гендерным исследованиям: первый заключается в интерпретации социальной природы языков мужчин и женщин и выявлении языковых различий между ними; второй представляет собой социолингвистическое рассмотрение гендерных стереотипов, т. е. научное редуцирование «мужского» и «женского» языков до особенностей языкового поведения полов; в третьем подходе акцент делается на когнитивном аспекте различий в языковом поведении мужчин и женщин [Колосова, 1996]. Исследователи, работающие в последнем направлении, «не только определяют частотность различий в языковом поведении полов и пользуются её показателями, но и создают целостные лингвистические модели когнитивных оснований языковых категорий» [Там же, с. 27].

Российский лингвист А. В. Кирилина считает, что «гендерные отношения фиксируются в языке в виде культурно обусловленных стереотипов, накладывая отпечаток на поведение, в том числе и речевое, на личность и на процессы её языковой социализации» [Кирилина, 1999, с. 9]. В соответствии с данным утверждением гендерные стереотипы понимаются как «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [Там же, с. 98–99]. Таким образом, А. В. Кирилина отмечает, что гендерные стереотипы могут быть «вычислены» по данным языка. При этом, стереотипы характеризуются не только стабильностью, но и определённой изменчивостью, которая чаще всего проявляется в оценочно-эмоциональном компоненте гендерных стереотипов [Там же].

В Китае гендерные исследования начались в конце 70-х – начале 80-х гг. прошлого века [史耕山 (Ши Гэншань), 张尚莲 (Чжан Шанлянь) 2006; 赵学德 (Чжао Сюедэ) 2008; 姚春林 (Яо Чуньлинь) 2009; 周民权 (Чжоу Миньчуань) 2010, 2011; 黄千 (Хуан Цянь) 2011]. В своём изучении гендера китайские учёные опирались на работы европейских и американских исследователей. В целом внимание китайских лингвистов сосредоточено на речевых и языковых различиях разных уровней в речи мужчин и женщин, а также стратегиях речевого поведения представителей разных гендерных групп в Китае; изучается, кроме того, гендерная асимметрия и дискриминация в аспектах словообразования, порядка слов и обращений в китайском языке [Ван Минь, 2016, с. 49]. Китайские учёные проводят и сопоставительные исследования гендерных различий в китайском и других языках, например, английском, японском и русском и т. д.

2. Эксперимент [Experiment]

2.1. Материал и методы исследования [Material and methods]

Напомним, что предметом исследования в данной статье являются авто- и гетеростереотипы о внешности китайских женщин и мужчин.

Для получения языкового материала о стереотипных представлениях китайских женщин и мужчин об их внешности был проведён социолингвистический эксперимент, в котором приняли участие 60 китайских студентов (30 женщин и 30 мужчин). Всех информантов попросили выполнить следующее задание: «Напишите 5 слов о внешности

китайских женщин и мужчин». В результате анкетирования было получено 300 реакций о внешности китайских женщин и 290 реакций о внешности китайских мужчин. В процессе обработки данных применялись сравнительно-сопоставительный, семантический и количественный виды анализа. Все реакции информантов были сгруппированы в зависимости от представленности в них определённых семантических признаков. Приведём пример: реакции 美丽 ‘красивые’, 秀气 ‘прелестные’, 温柔 ‘нежные’, 出水芙蓉 ‘прекрасные’, 可爱 ‘симпатичные’ были объединены в группу на основе семантического признака «красота». При обобщении данных эксперимента количественный метод позволил рассмотреть представленность (объём) тех или иных семантических признаков в структуре стереотипа. Сравнительно-сопоставительный метод использовался для сопоставления авто- и гетеростереотипов китайских женщин и мужчин об их внешности.

2.2. Обсуждение результатов [Results and discussion]

Все полученные от информантов реакции были распределены по семантическим признакам, составляющим основу стереотипного восприятия людей разного пола. Признаки и их частоты для разных гендерных групп информантов представлены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1. Частота актуализации семантических признаков в гендерных авто- и гетеростереотипах о внешности (абс. ед.)

[Table 1. The frequency of activating semantic features of gender auto- and heterostereotypes about appearance (absolute values)]

Признаки	Женщины о		Мужчины о	
	женщинах	мужчинах	женщинах	мужчинах
Красота	78	50	84	45
Стройность	17	15	12	13
Поведение	12	20	15	23
Глаза	9	6	4	6
Рост	8	16	6	11
Зубы	5	0	3	0
Лицо	4	4	5	12
Волосы	3	4	2	2
Кожа	3	4	9	6
Опрятность	3	5	0	4
Особенности	3	8	5	10
Характер	2	8	2	10
Ум	1	0	0	2
Ноги	1	0	0	0
Губы	0	1	3	0
Пальцы	0	0	1	0
Нос	0	0	0	2
Брови	0	2	0	1
Всего	149	143	151	147

Интересно, что при задании, направленном на описание внешности, информанты тем не менее считали необходимым описать не только собственно черты облика, но включали в свои реакции также оценку поведения, характера и ума (см. табл. 1). Очевидно, эти черты, не являясь по сути чертами внешности, оказывают существенное влияние на её оценку с точки зрения информантов, формируя целостный образ человека, при этом наиболее значимой оказывается оценка поведения, характер менее значим и появляется в основном при оценке мужчин, а ум отмечается только в единичных случаях.

Для каждого стереотипа на основе анализа частотного распределения признаков выделялись ядро, средняя зона и периферия.

2.2.1. Автостереотип о внешности китайских женщин [*Chinese female appearance autostereotype*]

Как видно из таблицы 1, китайские женщины в представлении женщин прежде всего характеризуются через признак «красота». Из 148 реакций больше половины (78) – это реакции, описывающие с разных сторон красоту женщин: 美丽 ‘красивые’ (24), 秀气 ‘прелестные’ (8), 温柔 ‘нежные’ (8), 出水芙蓉 ‘прекрасные’ (6), 可爱 ‘симпатичные’ (6), 闭月羞花 ‘затмить луну и посрамить цветы’ – устойчивое выражение, применяющееся для обозначения высшей степени красоты (5), 一笑千金 ‘очаровательные’ (4) 婀娜多姿 ‘грациозные’ (3), 古色古香 ‘античные’ (1), 一表非凡 ‘незаурядные’ (1), 妖娆 ‘обворожительные’ (1), 稚齿婣婣 ‘молодые и женственные’ (1), 秀外慧中 ‘хороши собой и умны’ (1), 成熟 ‘зрелые’ (1), 小家碧玉 ‘яшма в бедной семье’ (1) – фразеологизм, обозначающий красивых и молодых женщин из бедной семьи, в современном китайском языке описывающий только красоту женщин. Только одна реакция этой группы (с частотой 2) говорит об обычности внешности женщин – это реакция 朴实无华 ‘простые и нероскошные’. В целом признак «красота» составляет ядро автостереотипа о внешности китайских женщин.

Значительно уступает по частоте, но все же является важным для формирования стереотипного представления китайских женщин о самих себе такой признак, как «стройность» (17). Информанты-женщины отмечают, что китайские женщины имеют стройную фигуру: 亭亭玉立 ‘стройные’ (7), 瘦 ‘худые’ (6), 娇小 ‘тонкая фигура’ (3), 骨架小 ‘некрупное телосложение’ (1).

Следующим по значимости в структуре стереотипа выступает признак «поведение». Женщины считают, что они, с одной стороны, 冰清玉洁 ‘порядочные’ (3), 得体 ‘пристойные’ (3), 端庄 ‘благопристойные’ (2), но с другой –大方 ‘раскованные’ (3) и 成熟 ‘зрелые’ (1).

Признаки «глаза» и «рост» имеют почти одинаковую частоту (9 и 8 соответственно). Китайские женщины считают, что у них 明眸皓齿 ‘ясные глаза и белые зубы’ (5), 黑眼 ‘чёрные глаза’ (2), 眼似银杏 ‘большие круглые глаза’ (1) и 双眼皮 ‘двойное веко’ (1). При этом некоторые женщины считают, что китайские женщины 高 ‘высокие’ (3), но большинство все же придерживается мнения о их невысоком росте: 个子稍矮 ‘немного низкого роста’ (2), 身高一米六居多 ‘большинство около 160 см’ (1), 骨架小 ‘некрупного телосложения’ (1), 不高 ‘невысокие’ (1).

Признаки «стройность», «поведение», «глаза» и «рост» составляют среднюю зону автостереотипа китайских женщин о внешности.

Оставшиеся признаки, представленные в таблице, формируют периферию автостереотипа и встречаются в корпусе реакций от 5 до 1 раза. Перечислим их с примерами:

– «зубы» – 明眸皓齿 ‘ясные глаза и белые зубы’ (5);

– «лицо» – 眉清目秀 ‘имеют тонкие черты лица’ (1), 面若桃花 ‘милое лицо’ (1), 面部扁平 ‘плоское лицо’ (1), 五官端正 ‘правильные черты лица’ (1);

- «волосы» – 黑头发 ‘чёрные волосы’ (2), 长发飘飘 ‘длинные волосы’ (1);
- «кожа» – 白 ‘белокожие’ (1), 肤如凝脂 ‘хорошая кожа’ (1), 黄皮肤 ‘желтокожие’ (1);
- «опрятность» – 清纯 ‘чистые’ (2), 整洁 ‘опрятные’ (1);
- «особенности» – 各不相同 ‘разные’ (2), 无线条 ‘неспортивные’ (1);
- «характер» – 汉子 ‘мужественные’ (1), 柔和 ‘мягкие’ (1);
- «ум» – 秀外慧中 ‘хороши собой и умны’ (1);
- «ноги» – 腿长 ‘длинные ноги’ (1).

Таким образом, основу автостереотипа о внешности китайских женщин составляет признак «красота» (китайские женщины красивы), который дополняют в первую очередь признаки «стройность» (китайские женщины стройные) и «поведение» (китайские женщины благовоспитанны).

2.2.2. Гетеростереотип о внешности китайских женщин [*Chinese female appearance heterostereotype*]

По данным таблицы 1 признак «красота» также является самым важным в представлении китайских мужчин о китайских женщинах. Из 143 реакций больше половины реакций (84) – это реакции, изображающие прекрасную внешность китайских женщин: 美丽漂亮 ‘красивые’ (35), 闭月羞花 ‘затмить луну и посрамить цветы’ (8), 精致优雅 ‘элегантные’ (5), 温柔‘нежные’ (4), 可爱 ‘симпатичные’ (4), 清秀 ‘прелестные’ (3), 绰约多姿 ‘грациозные’ (3), 愁眉啼妆 ‘обворожительные’ (2), 时尚 ‘модные’ (2), 俏丽 ‘миловидные’ (2), 温柔大方 ‘нежные и непринужденные’ (1), 容貌耐看 ‘ненадождающая внешность’ (1), 秀丽‘очаровательные’ (1), 出水芙蓉 ‘прекрасные’ (1), 小家碧玉 ‘яшма в бедной семье’ (1), 浓妆艳抹 ‘разряженные’ (1), 性感 ‘сексуальные’ (1), 感性 ‘чувственные’ (1), 喜欢染发 ‘любят красить волосы’ (1), 爱美 ‘любят наряжаться’ (1). Отмечены две реакции, описывающих непривлекательные стороны внешности китайских женщин – это реакции 朴素 ‘простые и скромные’ (3), 憔悴沧桑 ‘выглядят усталыми’ (3). Очевидно, признак «красота» представляет собой ядро гетеростереотипа китайских мужчин о китайских женщинах.

Следующий признак «поведение» не является чертой внешности, но он очень важен в формировании образа. Данный признак представлен гораздо меньшим объёмом реакций, чем признак «красота» (15 реакций). Информанты-мужчины считают, что китайские женщины 端庄优雅 ‘благопристойные’ (7), 矜持 ‘сдержанные’ (2), 文静 ‘уравновешенные’ (2), 冰清玉洁 ‘порядочные’ (1), 端正 ‘приличные’ (1), 仪态万千 ‘приличные манеры’ (1). Два информанта отмечают, что китайские женщины 在小处显摆 ‘любят рисоваться’ (2).

По частоте признак «стройность» занимает третье место в стереотипе мужчин о женщинах (12 реакций). По мнению информантов-мужчин, у китайских женщин стройная фигура: 亭亭玉立 ‘стройные’ (3), 身材中等 ‘среднего телосложения’ (3), 瘦弱 ‘худые’ (2), 娇小玲珑 ‘изящные’ (2), 娇小 ‘тонкая фигура’ (1). Только один информант отмечает, что китайские женщины имеют 身材一般 ‘обычную фигуру’ (1).

Следующим по частоте реакций информантов выступает признак «кожа» (9). Китайские мужчины указывают, что китайские женщины 白皙 ‘белокожие’ (6), 皮肤偏黄 ‘желтокожие’ (1), имеют 皮肤细嫩 ‘нежную кожу’ (1) и 肤色较浅 ‘светлую кожу’ (1).

Признаки «поведение», «стройность» и «кожа» составляют среднюю зону стереотипного образа китайских женщин в глазах информантов-мужчин.

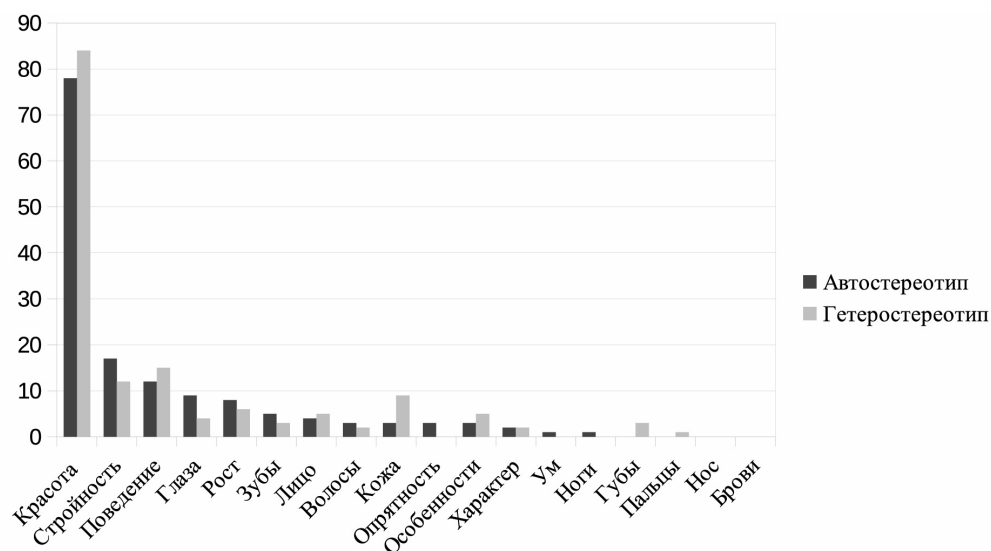
Остальные признаки с реакциями, указанными информантами-мужчинами в анкетах, составляют периферийную зону гетеростереотипа мужчин о женщинах. Количество реакций под этими признаками небольшое, от 6 до 1 раза. Рассмотрим эти реакции:

- «рост» – 身材中等 ‘среднего телосложения’ (3), 娇小玲珑 ‘изящные’ (2), 身高中等 ‘среднего роста’ (1);
- «особенности» – 清纯 ‘невинные’ (3), 别致 ‘необычные’ (1), 平凡 ‘обыкновенные’ (1);
- «лицо» – 眉清目秀 ‘имеют тонкие черты лица’ (3), 脸大 ‘большое лицо’ (1), 扁平五官 ‘плоское лицо’ (1);
- «глаза» – 明眸皓齿 ‘ясные глаза и белые зубы’ (2), 黑眼睛 ‘черные глаза’ (1), 双瞳剪水 ‘чистые глаза’ (1);
- «зубы» – 明眸皓齿 ‘ясные глаза и белые зубы’ (2), 朱唇皓齿 ‘красные губы и белые зубы’ (1);
- «губы» – 樱桃小嘴 ‘губы в форме вишенки’ (1), 嘴唇细薄 ‘тонкие губы’ (1), 朱唇皓齿 ‘красные губы и белые зубы’ (1);
- «волосы» – 长发飘飘 ‘длинные волосы’ (1), 头发乌黑 ‘черные волосы’ (1);
- «характер» – 保守 ‘закрытые, консервативные’ (1), 自信 ‘уверенные’ (1);
- «пальцы» – 手指纤细 ‘тонкие пальцы’ (1).

Итак, сделаем вывод, что ядром гетеростереотипа китайских мужчин о внешности китайских женщин является признак «красота» (китайские женщины красивы). Следуя за признаком «красота», признаки «поведение» (китайские женщины благопристройны), «стройность» (китайские женщины стройны) и «кожа» (китайские женщины белокожие) входят в среднюю зону стереотипного образа китайских женщин.

2.2.3. Сопоставление автостереотипа и гетеростереотипа о внешности китайских женщин [Comparing Chinese female appearance auto- and heterostereotypes]

Сходства и различия между авто- и гетеростереотипами о внешности китайских женщин, наглядно представлены на рисунке 1.



Р и с у н о к 1. Авто- и гетеростереотипы о внешности китайских женщин [Figure 1. Chinese female appearance auto- and heterostereotypes]

Сначала выделим сходства между стереотипными представлениями о внешности китайских женщин. Во-первых, количество семантических признаков в авто- и гетеростереотипах почти одинаково – 15 и 13 соответственно. Во-вторых, и в автостереотипе, и в гетеростереотипе ядерную зону занимает признак «красота» (78 и 84 соответственно). В целом информанты-женщины и информанты-мужчины в анкетах с разных сто-

рон описывают красоту китайских женщин, при этом только 2 женщины и 4 мужчин отмечают, что китайские женщины 朴素 ‘простые и нероскошные’. Однако стоит обратить внимание на то, что три информанта-мужчины отмечают усталую внешность женщин: 憔悴沧桑 ‘выглядят усталыми’.

В-третьих, признаки «поведение» и «стройность» попадают в среднюю зону авто- и гетеростереотипов о внешности китайских женщин. Почти все информанты хвалят поведение китайских женщин, используя такие прилагательные, как 端庄 ‘благопристойные’, 冰清玉洁 ‘порядочные’, 大方 ‘раскованные» и т. д. Только один информант-мужчина отмечает, что китайские женщины 在小处显摆 ‘любят рисоваться’. Говоря о «стройности», все информанты приходят к согласию, что китайские женщины 亭亭玉立 ‘стройные» и 瘦弱 ‘худые’.

В-четвёртых, в периферийную зону авто- и гетеростереотипов попадают такие признаки, как «зубы», «лицо», «волосы», «характер», «особенности» и др. В основном информанты считают, что у китайских женщин 明眸皓齿 ‘белые зубы’, 长发飘飘 ‘длинные волосы’, 头发乌黑 ‘черные волосы’, они 眉清目秀 ‘имеют тонкие черты лица» и 扁平五官 ‘плоское лицо». В-пятых, несмотря на разницу в количестве реакций под признаками «глаза» и «кожа», информанты-женщины и информанты-мужчины придерживаются единого мнения, что у китайских женщин 明眸皓齿 ‘ясные глаза» и 黑眼睛 ‘черные глаза», 白 ‘белая кожа» и 肤如凝脂 ‘хорошая нежная кожа».

Рассмотрев сходства между авто- и гетеростереотипами о внешности китайских женщин, приступим к анализу их различий. В среднюю зону автостереотипа женщин входят признаки «глаза» и «рост», которые принадлежат периферии гетеростереотипа мужчин о внешности женщин. И наоборот, признак «кожа», включённый в периферию автостереотипа женщин, попадает в среднюю зону представления мужчин о женщинах (см. рис. 1).

Следует указать, что у мужчин и женщин разные мнения о росте женщин. Информанты-женщины считают, что они 个子稍矮 ‘немного низкого роста» и 骨架小 ‘маленького телосложения». А информанты-мужчины думают, что китайские женщины 身高中等 ‘среднего роста» и 身材中等 ‘среднего телосложения».

В анкетах женщины пишут о 各不相同 ‘разнообразии» их «особенностей», а мужчины отмечают 清纯 ‘невинность» женщин. Кроме этого, две женщины считают себя 汉子 ‘мужественными» и одновременно 柔和 ‘мягкими», а два мужчины отмечают, что у китайских женщин 保守 ‘закрытый, консервативный», зато и 自信 ‘уверенный» характер.

Важно отметить, что китайские женщины подчёркивают в своём образе ещё и признаки «опрятность», «возраст», «ум» и «ноги», о которых вообще не упоминают информанты-мужчины. Соответственно, мужчины описывают «губы» и «пальцы» женщин, о чём сами женщины не упоминают.

На основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что в целом авто- и гетеростереотипы о внешности китайских женщин очень похожи, ядро стереотипов формируется одними и теми же признаками, однако в средней зоне и особенно в наборе признаков периферии наблюдаются расхождения между стереотипами, сформированными в сознании китайских женщин и мужчин.

2.2.4. Автостереотип о внешности китайских мужчин [Chinese male appearance autostereotype]

Данные таблицы 1 показывают, что «красота» представляет собой самый значимый признак в структуре автостереотипа китайских мужчин. Из 147 реакций больше трети реакций характеризуют красивую внешность китайских мужчин: 帅气 ‘красивые» (9), 英俊 ‘красивые и энергичные» (7), 气宇不凡 ‘незаурядные» (5), 相貌堂堂 ‘видные» (5), 温柔 ‘нежные» (3), 秀气 ‘прелестные» (3), 儒雅 ‘изысканные» (3), 可爱 ‘симпатичные»

(2), 玉树临风 ‘юноши с выдающейся внешностью’ (2), 阳刚 ‘мужественные’ (2), 秀丽 ‘очаровательные’ (1), 时髦 ‘модные’ (1), 衣冠楚楚 ‘изящно одетые’ (1). Стоит отметить, что по мнению одного информанта китайские мужчины朴实 ‘простые, нероскошные’ (1). По количеству реакций и видно, что признак «красота» составляет ядро в автостереотипе китайских мужчин.

Уступая признаку «красота» по частоте, признак «поведение» является вторым по важности в представлении китайских мужчин о самих себе (23 реакции). Информанты-мужчины отмечают, что они 风度翩翩 ‘имеют изящные манеры’ (3) и 气宇轩昂 ‘величественные манеры’ (2); они считают себя 潇洒 ‘раскованными’ (3), 风流倜傥 ‘свободными от условностей’ (3), 温文尔雅 ‘благовоспитанными’ (2), 貌似端庄 ‘благопристойными’ (2), 文质彬彬 ‘приличными’ (2), 恬静寡欲 ‘безмятежными и сдержанными’ (1), 神采奕奕 ‘бодрыми’ (1), 精干 ‘деловыми’ (1) и 文静 ‘уравновешенными’ (1). Некоторые информанты дают отрицательные оценки своему поведению, считая себя 粗旷 ‘дерзкими’ (1) и 普遍俗气 ‘вульгарными’ (1).

Третье место по количеству реакций занимает признак «стройность» (13). Говоря о стройности, китайские мужчины придерживаются разных мнений. Некоторые считают, что у них 身材中等 ‘среднее телосложение’ (2) и 身材一般 ‘обычная фигура’ (1), они 板正 ‘стройные’ (1) и 偏瘦 ‘худые’ (1), 身材平均 ‘разница в телосложении людей мала’ (1); некоторые думают, что они 五大三粗 ‘здоровенные’ (1), 昂藏七尺 ‘рослые’ (1), 身体健硕 ‘крепкие’ (1) и 英姿 ‘внушительные’ (1); третьи считают, что они 油腻 ‘жирные’ (1), имеют 啤酒肚 ‘пивной живот’ (1) и что 中年人偏胖 ‘люди средних лет немного толстые’ (1).

Признаки «лицо», «рост», «характер» и «особенности» в автостереотипе мужчин о внешности имеют почти одинаковую частоту (12, 11, 10 и 10 соответственно). Информанты считают, что у них 眉清目秀 ‘тонкие черты лица’ (4), 慈眉善目 ‘доброе выражение лица’ (3), 面部圆润 ‘круглое лицо’ (1), 端正 ‘правильные черты лица’ (1). Некоторые информанты отмечают, что у них 五官扁平 ‘плоское лицо’ (2) и 五官一般 ‘обычное лицо’ (1). Что касается роста китайских мужчин, то существуют разные мнения: кто-то из информантов считает, что они 身高中等 ‘среднего роста’ (2), 身材中等 ‘среднего телосложения’ (2), 身高一般 ‘обычного роста’ (1); кто-то считает себя 高大 ‘высоким’ (1), 五大三粗 ‘здоровенным’ (1), 昂藏七尺 ‘рослым’ (1) и 英姿 ‘внушительным’ (1); с этим не соглашаются другие информанты, думая, что китайские мужчины 短小精悍 ‘невысокие, но энергичные’ (1) и 身材平均 ‘разница в телосложении мала’ (1). Китайские мужчины отмечают, что они обладают следующими чертами характера: 阳光 ‘жизнерадостный’ (3), 温厚 ‘добродушный’ (1), 勤奋 ‘прилежный’ (1), 憨厚 ‘простодушный’ (1), 威严 ‘серьезный’ (1), 谦虚 ‘скромный’ (1), 自信 ‘уверенный’ (1), 爽朗清举 ‘чистосердечный’ (1). Информанты выделяют такие «особенности» китайских мужчин, как 平凡大众化 ‘обыкновенные’ (6), 一表人才 ‘необыкновенные’ (3), 小清新 ‘необычные’ (1).

Таким образом, признаки «поведение», «стройность», «лицо», «рост», «характер» и «особенности» включены в среднюю зону автостереотипа китайских мужчин. Оставшиеся признаки составляют периферию автостереотипа; их частота реакций варьирует от 1 до 6:

- «кожа» – 皮肤偏黄 ‘желтокожие’ (5), 白 ‘белокожие’ (1);
- «глаза» – 剑眉星眸 ‘светлые глаза’ (2), 眼睛小 ‘маленькие глаза’ (1), 黑眼睛 ‘черные глаза’ (1), 浓眉大眼 ‘густые брови и большие глаза’ (1), 黑发黑眼 ‘черные волосы и глаза’ (1);
- «опрятность» – 干净 ‘чистые’ (3), 邋遢 ‘грязные’ (1);
- «нос» – 鼻梁低 ‘низкая переносица’ (1), 鼻子偏矮 ‘плоский нос’ (1);
- «волосы» – 黑发 ‘черные волосы’ (1), 黑发黑眼 ‘черные волосы и глаза’ (1);

- «ум» – 呆 ‘тупые’ (1), 聪明 ‘умные’ (1);
- «брови» – 浓眉大眼 ‘густые брови и большие глаза’ (1).

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что признак «красота» (китайские мужчины красивые) выступает ядром автостереотипа о внешности китайских мужчин, затем следуют признак «поведение» (китайские мужчины раскованные и свободные от условностей, но при этом имеют изящные манеры), признак «особенности» (китайские мужчины обыкновенные). Важно подчеркнуть, что признаки «стройность» и «рост» важны для описания внешности мужчин, а признак «характер» важен как дополнение образа мужчин, однако эти признаки не стереотипизированы в полной мере: мнения информантов как о стройности и росте, так и о характере расходятся.

2.2.5. Гетеростереотип о внешности китайских мужчин [*Chinese male appearance heterostereotype*]

По данным таблицы 1 видно, что китайские мужчины в представлении китайских женщин также характеризуются в первую очередь через признак «красота» – количество реакций, актуализирующих этот признак, превышает треть от всех реакций (50). Среди этих 50 реакций большинство описывают положительные стороны внешности китайских мужчин: 帅气 ‘красивые’ (15), 英俊 ‘красивые и живые’ (8), 玉树临风 ‘юноши с выдающейся внешностью’ (5), 气宇不凡 ‘незаурядные’ (3), 相貌堂堂 ‘видные’ (3), 衣冠楚楚 ‘изящно одеты’ (2), 看起来比较舒服 ‘выглядят приятными’ (1), 时尚 ‘модные’ (1), 阳刚 ‘мужественные’ (1), 个别很帅 ‘некоторые красивые’ (1), 优秀 ‘отличные’ (1), 俊朗 ‘прелестные’ (1). Но некоторые информанты-женщины отмечают, что китайские мужчины имеют 中规中矩 ‘обычную внешность’ (2), они 不修边幅 ‘небрежно одеты’ (1), 其貌不扬 ‘неказистые’ (1), 一般丑 ‘некрасивые’ (1), 简朴 ‘простые и нероскошные’ (1), даже 丑 ‘уродливые’ (1) и 有的长相女性化 ‘некоторые очень женственно выглядят’ (1). Очевидно, признак «красота» представляет собой основу гетеростереотипа китайских женщин о внешности китайских мужчин, однако наполнение его может варьировать.

Стоит уделить особое внимание признаку «поведение» (20 реакций). Для информантов-женщин китайские мужчины себя ведут как 翩翩君子 ‘джентльмены’ (2): они имеют 风度翩翩 ‘изящные манеры’ (4) и 气宇轩昂 ‘величественные манеры’ (3), они 貌似端庄 ‘благопристойные’ (1), 文质彬彬 ‘приличные’ (1), 得体 ‘пристойные’ (1); кроме этого мужчины 风流倜傥 ‘свободны от условностей’ (3), 潇洒洒脱 ‘непринуждённые’ (3), 神采奕奕 ‘бодрые’ (1) и 老实 ‘добродушные’ (1).

Признаки «рост» и «стройность» с почти одинаковой частотой (16 и 15 соответственно) оказываются на третьем и четвёртом местах по количеству реакций. Информанты-женщины придерживаются разных мнений о росте мужчин: Некоторые считают, что китайские мужчины 高 ‘высокие’ (8) и 英姿 ‘внушительные’ (1); другие считают, что китайские мужчины 身高中等 ‘среднего роста’ (2) и 身材中等 ‘среднего телосложения’ (1); третьи отмечают, что китайские мужчины 不高 ‘невысокие’ (2), даже 矮 ‘низкого роста’ (2). При этом некоторые информанты-женщины указывают, что китайские мужчины 瘦小 ‘худые’ (6) и 修长 ‘стройные’ (3); другие, наоборот, считают, что китайские мужчины 壮 ‘здоровые’ (3), 魁梧 ‘рослые’ (1) и даже 胖 ‘толстые’ (1); ещё одна женщина отмечает, что у китайских мужчин 中等身材 ‘среднее телосложение’ (1).

Итак, признаки «поведение», «рост» и «стройность» оказываются в средней зоне представления китайских женщин о внешности китайских мужчин.

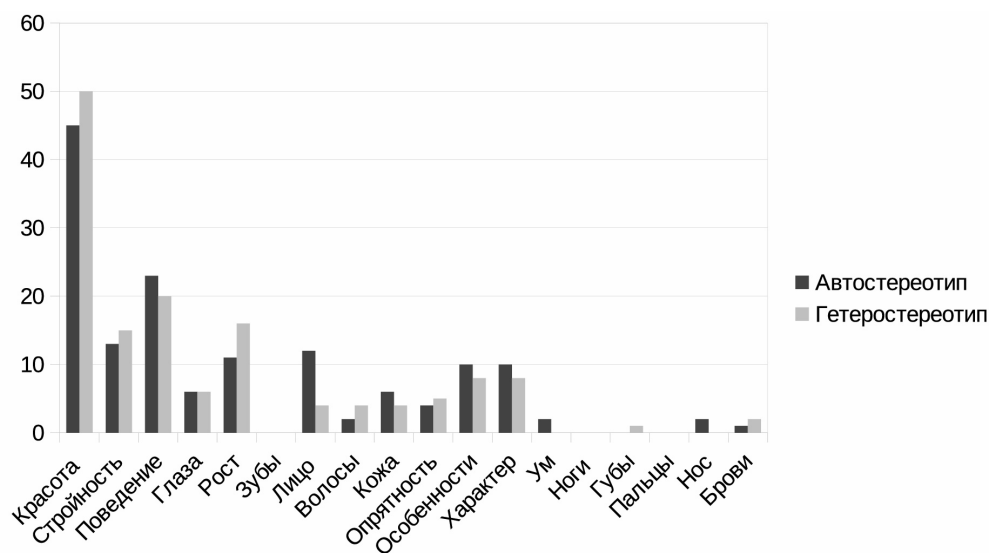
Рассмотрим периферийные признаки в структуре гетеростереотипа о внешности китайских мужчин:

- «особенности» – 一表人才 ‘необыкновенные’ (4), 各有特色 ‘разные’ (2), 刚强 ‘сильные’ (2);
- «характер» – 阳光 ‘жизнерадостные’ (3), 责任 ‘ответственные’ (2), 温和 ‘кроткие’ (1), 正气 ‘правильные’ (1), 怂 ‘трусливые’ (1);
- «глаза» – 黑眼睛 ‘чёрные глаза’ (3), 眼睛大小不一 ‘бывают большие и маленькие глаза’ (1), 小眼 ‘маленькие глаза’ (1), 浓眉大眼 ‘густые брови и большие глаза’ (1);
- «опрятность» – 干净 ‘чистые’ (3), 外表整洁 ‘опрятные’ (2);
- «лицо» – 五官端正 ‘правильные черты лица’ (2), 眉清目秀 ‘имеют тонкие черты лица’ (2);
- «кожа» – 黄皮肤 ‘желтокожие’ (3), 皮肤白 ‘белокожие’ (1);
- «волосы» – 黑发 ‘чёрные волосы’ (4);
- «брови» – 浓眉 ‘густобровые’ (1), 浓眉大眼 ‘густые брови и большие глаза’ (1);
- «губы» – 唇厚 ‘пухлые губы’ (1).

Итак, подведём итоги: признак «красота» (китайские мужчины красивые) выступает важнейшим признаком в системе гетеростереотипа китайских женщин о внешности китайских мужчин. Затем идёт признак «поведение» (китайские мужчины свободны от условностей, имеют изящные и величественные манеры). Как и в случае с автостереотипом, информанты дают разные оценки росту и стройности китайских мужчин, следовательно, представления о росте и стройности китайских мужчин стереотипизированы неустойчиво.

2.2.6. Сопоставление автостереотипа с гетеростереотипом китайских мужчин [Comparing Chinese male appearance auto and hetero stereotypes]

Графически частоты семантических признаков в авто- и гетеростереотипах о внешности китайских мужчин показаны на рисунке 2.



Р и с у н о к 2. Авто- и гетеростереотипы о внешности китайских мужчин
[F i g u r e 2. Chinese male appearance auto- and heterostereotypes]

Сходства между двумя видами стереотипов состоят в следующем.

1. Количество семантических признаков в авто- и гетеростереотипах почти одинаково – 14 и 13 признаков соответственно.

2. Ядром в стереотипе мужчин о самих себе и в стереотипе женщин о мужчинах является признак «красота» (с частотой 45 и 50 соответственно). В основном мужчины

и женщины дают высокие оценки внешности китайских мужчин. Однако 7 из 50 информантов-женщин отмечают, что китайские мужчины 不修边幅 ‘небрежно одеты’, 其貌不扬 ‘неказистые’, 一般丑 ‘некрасивые’, 简朴 ‘простые и нероскошные’, даже 丑 ‘уродливые’ и 有的长相女性化 ‘некоторые очень женственно выглядят’.

3. Уступая признаку «красота», признаки «поведение», «стройность» и «рост» являются частью средней зоны авто- и гетеростереотипов о внешности мужчин. Почти все информанты-мужчины и информанты-женщины придерживаются единого мнения о хорошем поведении китайских мужчин, отмечая, что они 风度翩翩 ‘имеют изящные манеры’ и 风流倜傥 ‘свободны от условностей’. Однако двое мужчин считают, что китайские мужчины нехорошо себя ведут, они очень 粗旷 ‘дерзкие’ и 普遍俗气 ‘вульгарные’. Мнения и женщин, и мужчин по поводу стройности и роста китайских мужчин расходятся.

4. Признаки «кожа», «глаза», «опрятность», «волосы» и «брови» оказываются в периферийной зоне авто- и гетеростереотипов о внешности китайских мужчин. По большому счёту информанты считают, что китайские мужчины 黄皮肤 ‘желтокожие’ и 干净 ‘чистые’, имеют 黑发黑眼 ‘чёрные волосы и глаза’ и 浓眉 ‘густые брови’.

5. Несмотря на то что признак «лицо» находится в разных зонах стереотипных представлений, информанты-мужчины и женщины единодушно считают, что у китайских мужчин 眉清目秀五官端正 ‘тонкие и правильные черты лица’.

Рассмотрев сходства, приступим к анализу различий между авто- и гетеростереотипами о внешности китайских мужчин.

1. Информанты-мужчины чаще описывают свою внешность с точки зрения «особенностей», чем информанты-женщины. Поэтому признак «особенности» включается в среднюю зону автостереотипа и периферийную зону гетеростереотипа. Об «особенностях» китайских мужчин также существуют разные мнения. Большинство информантов-мужчин считают себя 平凡大众化 ‘обыкновенными’, но информанты-женщины, напротив, оценивают их как 一表人才 ‘необыкновенных’.

2. Существуют два признака («нос» и «ум») в периферийной зоне автостереотипа, о которых ни разу не упомянули информанты-женщины в описании внешности мужчин. В периферийной зоне гетеростереотипа встретился признак «губы», который не отмечается в автостереотипе. Таким образом, в периферии стереотипа актуализируются представления об отдельных чертах лица, но разных для различных полов.

В целом авто- и гетеростереотипы о внешности китайских мужчин очень похожи. Признак «красота» выступает ядром в структуре стереотипов, в средней и особенно периферийной зонах наблюдаются большие расхождения в стереотипном образе китайских мужчин.

3. Выводы [Conclusion]

Проведённый анализ авто- и гетеростереотипов о внешности китайских женщин и мужчин позволил сформулировать следующие выводы.

1. Объёмы словников информантов-мужчин и информантов-женщин, фиксирующих внешний образ китайских женщин почти равны. При оценке красоты, поведения и лица женщин большинство информантов используют устойчивые выражения и фразеологизмы, которые часто встречаются в обыденной жизни китайцев; так же дело обстоит и с представлениями о внешнем образе китайских мужчин.

2. В целом автостереотипы и гетеростереотипы о внешности китайских женщин и мужчин очень похожи. Признак «красота» формирует ядро обоих стереотипов. Для подавляющего большинства информантов китайские женщины и мужчины выглядят красивыми. В средней и периферийной зонах существуют расхождения между стереотипными представлениями о внешнем образе. Это подтверждает мнение А.В. Кириловой об одновременной стабильности и вариативности стереотипов.

3. Не являясь чертой внешности, признак «поведение» тем не менее представляет собой важный элемент внешнего образа китайских женщин и мужчин: данный признак оказывается в средней зоне и автостереотипа, и гетеростереотипа. Большинство информантов отмечают, что китайские женщины благопристойные, а китайские мужчины свободны от условностей, но имеют «приличные манеры».

4. Признаки «стройность» и «рост» являются значимой чертой внешности человека. Автостереотип и гетеростереотип о стройности китайских женщин совпадают: китайские женщины стройные и худые. А вот мнения мужчин и женщин о росте китайских женщин расходятся: сами женщины высказывают разные точки зрения о своём росте, а мужчины считают, что китайские женщины среднего роста и телосложения. Представления о стройности и росте китайских мужчин стереотипизированы не в полной мере, поэтому информанты дают разные оценки стройности и росту мужчин.

5. Периферийные зоны авто- и гетеростереотипов женщин и мужчин представлены разными семантическими признаками и, соответственно, разными индивидуальными реакциями.

6. В гетеростереотипах китайских женщин и мужчин больше отрицательных оценок, чем в автостереотипах, что подтверждает «ингрупповой фаворитизм»: автостереотип имеет более положительную окраску, чем гетеростереотип.

Список литературы

- Бабаева, 2000 – Бабаева А. В. Мужское и женское поведение в истории культуры: (Пособие по спецкурсу). Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2000, 90 с.
- Ван Минь, 2016 – Ван Минь. Гендерные исследования в китайской лингвистике // Вестник Пермского ун-та: Российская и зарубежная филология. 2016. Вып. 4 (36). С. 49–57.
- Демьянков, 1996 – Демьянков В. З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М. : Филол. фак. МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. С. 177–179.
- Кирилина, 1999 – Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М. : Ин-т социологии РАН, 1999. 189 с.
- Колосова, 1996 – Колосова О. Н. Когнитивные основания языковых категорий : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / Колосова Ольга Николаевна ; МГУ им. М. В. Ломоносова. М., 1996. 325 с.
- Леонтович, 2005 – Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. М. : Гнозис, 2005. 352 с.
- Леонтьев, 1983 – Леонтьев А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения: в 2 т. М. : Педагогика, 1983. Т. 2. С. 251–261.
- Липпман, 2004 – Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М. : Общественное мнение, 2004. 384 с.
- Питерова, Тетерина, 2016 – Питерова А. Ю., Тетерина Е. А. Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения // Наука. Общество. Государство. 2016. Т. 4, № 1 (13). URL : https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/piterova_ayu_teterina_ea_16_1_14.pdf (дата обращения : 25.11.2019).
- Садохин, 2005 – Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М. : Высшая школа, 2005. 310 с.
- Семендяева, 1986 – Семендяева О. Ю. Стереотип как социальный и социально-психологический феномен : дис. ... канд. философ. наук : 09.00.00 / Семендяева Ольга Юрьевна ; Ин-т социологических исследований АН СССР. М., 1986. 195 с.
- Солдатова, 1998 – Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности. М. : Смысл, 1998. 389 с.
- Стефаненко, 1999 – Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. М.: Академ. проект, 1999. 320 с.
- Castano E., Paladino M.-P., Coull A. Protecting the ingroup stereotype: Ingroup identification and the management of deviant ingroup members // The British journal of social psychology. 2002. Vol. 41 (3). P. 365–386.

- Eagly A. Sex differences in social behavior: a social-role interpretation. Hillsdale, NJ : Erlbaum, 1987. 190 p.
- Klineberg O. Tensions Affecting International Understanding. A Survey of Research. Social Science Research Council, 1950. 227 p.
- Stoller R. Sex and gender: on the development of masculinity and femininity. New York City : Science House, 1968. 383 p.
- 黄千. 性别语言学三十年研究成果综述. 现代 语文 [Хуан Цянь. О результате тридцатилетнего исследования гендерной лингвистики в Китае // Современный китайский язык. 2011. № 3. С. 4–8].
- 赵学德. 汉语的 性别差异研究综述. 妇女研究论丛 [Чжао Сюедэ. Общее о гендерном различии в китайском языке // Коллекция исследований о женщинах. 2008. № 6. С. 77–81].
- 周民权. 当代俄罗斯社 会性别语言学研究论略. 中国俄语教学 [Чжоу Миньчуань. Об исследовании гендерной лингвистики в России // Русский язык в Китае. 2010. № 3. С. 12–16].
- 周民权. 国内俄语学界社会性别语言学研究略论. 中国俄 语教学 [Чжоу Миньчуань. Об исследовании гендерной лингвистики китайских русистов // Русский язык в Китае. 2011. № 2. С. 24–28].
- 史耕山, 张尚莲. 国内语言性别差异 研究概述. 外语教学 [Ши Гэншань, Чжан Шанлянь. Исследование гендерной асимметрии в китайской лингвистике // Обучение иностранным языкам. 2006. № 3. С. 24–27].
- 姚春林. 国内有关语言与性别研究述评. 新疆师范大学学报 [Яо Чуньлин. Об исследовании языка и гендера в Китае // Вестник Синьцзянского педагогического университета. Социология. 2009. № 3. С. 110–117].

UDC 81'276.3

doi: 10.22250/2410-7190_2021_7_3_204_219

Chen Yao, Elena V. Erofeeva**Perm State University****Perm, Russian Federation**

chen.yao@yandex.ru, elenerofee@gmail.com

Auto- and heterostereotypes of Chinese women and men: Appearance

Abstract

The current paper reports the results of sociolinguistic experiment that aimed to determine the language patterns of expressing gender auto- and heterostereotypes about female and male appearance. The data were obtained from questionnaires performed by 60 subjects (30 males and 30 females). Semantic and statistic analyses were used to process the subjects' reactions. The obtained reactions were grouped in accordance with common semantic features, and it resulted in developing the field models of stereotypes structure with the core, middle zone and periphery. The study showed a considerable similarity of the total number of semantic features in the core zones for men and women. The middle zone (with the common features of “slim”, “height” and “behavior”) and the periphery (with no common features found) demonstrated rather differences than similarity that indicated incomplete stereotypization of the features. As expected, autostereotypes contained less negative features than heterostereotypes.

Keywords: autostereotype, heterostereotype, appearance, semantic feature, reactions, core, middle zone, peripheral zone.

© Chen Yao, Erofeeva E. V. 2021

For citation: Chen Yao, Erofeeva, E. V. Avto- i heterostereotypy kitayskikh muzhchin i zhenshin [Auto- and heterostereotypes of Chinese women and men: Appearance]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* [Theoretical and Applied Linguistics], 7 (3), 204–219. doi: 10.22250/2410-7190_2021_7_3_204_219.

References

- Babaeva, A. V. (2000). *Muzhskoe i zhenskoe povedenie v istorii kul'tury* [Male and female behavior in the history of culture]: A coursebook. Voronezh: Voronezh State University Press.
- Wang Min. (2016). Gendernye issledovaniya v kitayskoy lingvistike [Gender studies in Chinese linguistics]. *Vestnik Permskogo Universiteta: Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 4 (36), 49–57.
- Demyankov, V. Z. (1996). Stereotip [Stereotype]. In E. S. Kubryakova (Ed.), *Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov* [Brief dictionary of cognitive terms] (pp. 177–179). Moscow: Lomonosov Moscow State University (Faculty of Philology) Press.
- Kirilina, A. V. (1999). *Gender: lingvisticheskie aspekty* [Gender: Linguistic aspects]. Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences.
- Kolosova, O. N. (1996). *Kognitivnye osnovaniya yazykovykh kategoriy* [Cognitive basis for language categories]: Doctoral in Philological sci. diss. Moscow: Lomonosov Moscow State University.
- Leontovich, O. A. (2005). *Russkie i amerikantsy: paradoksy mezhkul'turnogo obshheniya* [Russians and Americans: Paradoxes of interpersonal communication]. Moscow: Gnozis Press.
- Leontyev, A. N. (1983). *Obraz mira* [The image of the world]. *Izbrannye psikhologicheskie proizvedeniya* [Selected studies in Psychology]: In 2 volumes (Vol. 2, pp. 251–261). Moscow: Pedagogika Press.
- Lippman, W. (2004). *Obshhestvennoe mnenie* [Public opinion] / Translated from English into Russian by T. V. Barchunov. Moscow: Obshhestvennoe mnenie Press.
- Piterova, A. Yu., Teterina, E. A. (2016). Social'nye stereotipy: osobennosti formirovaniya i izucheniya [Social stereotypes: The characteristics of the formation and study]. *Nauka. Obshhestvo. Gosudarstvo* [Science. Society. State], 4, (13). Retrieved November 25, 2019 from <https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/piterova_ayu_teterina_ea_16_1_14.pdf>.
- Sadoxin, A. P. (2005). *Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoy kommunikatsii* [Introduction to the theory of cross-cultural communication]. Moscow: Vysshaya shkola Press.
- Semendyaeva, O. Yu. (1986). *Stereotip kak social'nyy i social'no-psixologicheskiy fenomen* [Stereotype as social and psychological phenomenon]: PhD in Philosophy. Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences.
- Soldatova, G. U. (1998). *Psikhologiya mezhetnicheskoy napryazhennosti* [The psychology of inter-ethnic tension]. Moscow: Smysl Press.
- Stefanenko, T. G. (1999). *Etnopsikhologiya* [Ethnopsychology]. Moscow: Akadem. Proekt Press.
- Castano, E., Paladino, M.-P., Coull, A. (2002). Protecting the ingroup stereotype: Ingroup identification and the management of deviant ingroup members. *The British Journal of Social Psychology*, 41 (3), 365–386.
- Eagly, A. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum Press.
- Klineberg, O. (1950). *Tensions affecting international understanding. A survey of research*. Social Science Research Council.
- Stoller, R. (1968). *Sex and gender: on the development of masculinity and femininity*. New York City: Science House.
- Huang Qian. (2011). Xing bie yu yan xue san shi nian yan jiu cheng guo zong shu. *Xian dai yu wen* [A summary of the research results of gender linguistics in the past thirty years. *Modern Chinese*, 3, 4–8].
- Zhao Xuede. (2008). Han yu de xing bie cha yi yan jiu zong shu. *Funvyanjiuluncong* [A review of research on gender differences in Chinese. *Women's Studies*, 6, 77–81].
- Zhou Minquan. (2010). Dang dai e luo si she hui xing bie yu yan xue yan jiu lun lue. *Zhong guo e yu jiao xue* [A brief review of contemporary gender linguistics in Russia. *Teaching Russian in China*, 3, 12–16].
- Zhou Minquan. (2011). Guo nei e yu xue jie she hui xing bie yu yan xue yan jiu lun lue. *Zhongguoeyujiaoxue* [A brief discussion on Russian studies of Chinese researchers in the field of gender linguistics. *Teaching Russian in China*, 2, 24–28].
- Shi Gengshan, Zhang Shanglian. (2006). Guo nei yu yan xing bie cha yi yan jiu gai shu. *Wai yu jiao xue* [An overview of gender asymmetry studies in Chinese linguistics. *Foreign language teaching*, 3, 24–27].
- Yao Chunlin. (2009). Guo nei you guan yu yan yu xing bie yan jiu shu ping. *Xin jiang shi fan da xue xue bao* [A review of language and gender studies in China. *Journal of Xinjiang Normal University*, 3, 110–117].