

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Кун В. Средства выражения стереотипных представлений о китайцах в русском языке // Филология: научные исследования. 2024. № 10. DOI: 10.7256/2454-0749.2024.10.72023 EDN: MWYZTK URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72023

Средства выражения стереотипных представлений о китайцах в русском языке

Кун Вэйкань

ORCID: 0009-0008-1581-0395

аспирант; кафедра русского языка, общего языкоznания и речевой коммуникации; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина

620075, Россия, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Ленина, 51, каб. 312

 weikan@mail.ru



[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2024.10.72023

EDN:

MWYZTK

Дата направления статьи в редакцию:

14-10-2024

Дата публикации:

21-10-2024

Аннотация: Предметом исследования является анализ этнических гетеростереотипов о китайском этносе в русском языке, с акцентом на языковые средства, используемые в российских СМИ. В статье рассматриваются различные языковые конструкции, которые выражают стереотипные представления о китайцах, такие как выражения "даже китайцы", "хитрые китайцы" и "мудрые китайцы". Исследование охватывает период с 1991 по 2024 год и включает анализ анекдотов с этнонимом "китайцы". Основное внимание уделяется выявлению и классификации языковых средств, отражающих как положительные, так и отрицательные стереотипы о китайцах, включая их трудолюбие, хитрость и роль Китая в мировой экономике. Работа подчеркивает важность критического восприятия стереотипной информации и культурного обмена для улучшения межкультурного общения. Методология исследования основывается на

анализе публикаций из базы данных *Integrum* с 1991 по 2024 год, используя классификацию языковых средств для экспликации этностереотипов, предложенную Л.П. Крысиным, включая акцентирование, сравнение, обобщение и использование фразеологизмов. Основными выводами проведенного исследования являются выявление и систематизация языковых средств, отражающих этнические гетеростереотипы о китайцах в русском языке. Исследование показало, что в российских СМИ широко используются выражения, такие как "хитрые китайцы" и "мудрые китайцы", что подчеркивает устойчивость этих стереотипов. Анализ анекдотов, содержащих этноним "китайцы", также выявил, как юмор может способствовать распространению стереотипных представлений. Работа акцентирует внимание на двойственной природе стереотипов, которые могут включать как положительные, так и отрицательные характеристики. Это подчеркивает важность критического подхода к восприятию стереотипов и необходимость культурного обмена для снижения предрассудков. Результаты исследования имеют значительное значение для межкультурного общения, указывая на необходимость открытости и избегания чрезмерных обобщений в взаимодействии между культурами.

Ключевые слова:

стереотип, гетеростереотип, Китай, китаец, этноним, этнос, коллокация, частица, фразеологизм, анекдот

Введение

В основе данной статьи лежит понятие *этностереотип*, которое активно исследуется в современной гуманитаристике, см., например: [\[3; 7; 12; 1; 17; 18; 19; 21; 20\]](#) и др. Этностереотипы мы определяем как упрощенные и устойчивые представления о представителях того или иного этноса [\[23, с. 231\]](#), включая внешние антропологические особенности, поведенческие характеристики, личностные свойства людей, составляющих тот или иной народ, их интеллектуальные, психические параметры и многое другое. В нашей работе мы анализируем гетеростереотипы как устойчивые представления о другом этносе [\[10, с. 108\]](#).

Целью работы является выявление и классификация языковых средств, выражающих стереотипные представления о китайцах в русском языке, на основе анализа данных из российских СМИ.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили публикации, собранные с помощью поисковой базы данных *Integrum* за период с 1991-го по 2024 год, в которых упоминаются стереотипы о китайском этносе.

При сборе материала мы отталкивались от классификации языковых средств, при помощи которых эксплицируются этностереотипы, предложенной Л.П. Крысиным. В частности, ученым были отмечены следующие языковые средства.

1. Акцентирование стереотипных черт с помощью усилительно-выделительной частицы даже.
2. Сравнение свойств лица с «эталонным» представителем определенного этноса со

словом *настоящий*.

3. Обобщение и гиперболизация стереотипных свойств народа при помощи кванторных слов: *все, каждый, любой*.

4. Фразеологизмы, пословицы и поговорки, включающие этнонимы: *хитрый, как сто китайцев; китайцы на одно лицо; один (старый) мудрый китаец*.

5. Сравнительные обороты с частицей как: *трудолюбивы, как китайцы; вежливы, как китайцы*.

6. Атрибутивные словосочетания с прилагательными, образованными от этнонаима, и именами свойств человека, или коллокации, состоящие из атрибутивного прилагательного и названия этноса: *китайская мудрость; мудрые китайцы; трудолюбивые китайцы*.

7. Слова, в свернутой форме негативно оценивающие черты представителей других этносов, например: *жаргонное китаёза*.

8. Особое внимание Л.П. Крысин уделил экспликации этностереотипов при помощи анекдотов, которые «часто эксплуатируют расхожие представления о том или ином этносе или какой-либо его группе в качестве сюжетообразующих компонентов» [\[7, с. 453-454\]](#).

Результаты исследования

Е.С. Мучкина отмечает, что «этнические стереотипы находят свое выражение в различных импликациях, осуществляющих приращение смысла к исходным значениям слов-этнонимов» [\[11, с. 114\]](#), поэтому мы рассматривали стереотипы, которые выражаются при помощи этнонаима *китаец / китайцы*.

1. Акцентирование стереотипных черт с помощью усилительно-выделительной частицы *даже*.

Частица *даже* в составе выражения *даже китайцы* (1739 док.) акцентирует как положительную, так и отрицательную коннотацию стереотипных представлений. Частица *даже* имеет следующие значения, при помощи которых происходит экспликация стереотипов: 1) «Употр. при сообщении о том, что противоречит ожидаемому, осуществляется вопреки ему. 3) Употр. для выделения той части сообщения, к-рая его подтверждает, приводя дополнительные аргументы или еще более вескую информацию» [\[15, с. 178\]](#).

Выявляется стереотип о высокотехнологичности страны, высокой производительности труда, о трудолюбии представителей китайского этноса в значении «старательного человека» [\[15, с. 1004\]](#):

Даже китайцы, делающие семимильные шаги в развитии техногенной цивилизации, обеспокоились (Звезда Алтая; 24.10.2018);

По производительности труда эта компания **обошла даже китайцев** (Деловой Петербург; 25.10.2018);

Здесь стоит, по утверждениям сотрудников завода, самый мощный кузнечный пресс в мире, «такой не могут построить **даже китайцы!**» (Коммерсантъ; 19.11.2010).

При помощи выражения даже китайцы часто эксплицируется стереотип о бедности и плохих условиях жизни китайского народа. Частица даже противопоставляет китайцев представителям других этносов:

Мясо — дорогое удовольствие, даже китайцы не всегда могут позволить себе говядину и баранину (МК; 10.02.2020);

Большинство народа живет в таких условиях, в которых ни один европеец, ни один американец, ни один японец... даже китаец не мог бы выжить (Известия; 07.09.2005);

Даже китаец со средним уровнем дохода предпочитает не вызывать врача, потому что это накладно (Звезда (Пермь); 05.09.2013).

Негативный характер имеет стереотип о склонности китайского этноса к воровству, склонности китайцев к обману:

В этом плане даже китайцы стали честнее (Золотой Рог (Владивосток); 06.04.2004).

2. Сравнение свойств человека с «эталонным» представителем этноса.

В словосочетании **настоящий китаец / настоящие китайцы** (318 док.). прилагательное **настоящий** имеет следующие значения, с помощью которых воссоздается эталонный образ китайца: 1) «Подлинный, действительный, не поддельный»; 2) «Действительно такой, какой должен быть; представляющий собой лучший образец, идеал чего-н» [\[15, с. 496\]](#).

Выделяется трудолюбие китайцев и их ответственное отношение к работе:

У настоящих китайцев хорошая квалификация и крайне ответственное отношение к производству (Недвижимость и строительство Петербурга; 08.06.2015).

Выражение **настоящий китаец** может иметь ироническую тональность, когда речь идет о стереотипном образе Китае как производителе контрафактных товаров, подделок под западные бренды:

Говорят, настоящий китаец, помимо традиционных фанзы, сына и мандаринового дерева, должен за свою жизнь вырастить еще и кроссовки «Абудас», тренировочные штаны «Найка» и магнитофон «Парасоник» (Сургутские ведомости; 07.02.2005).

Стоит отметить наличие стереотипов о китайцах с нейтральной смысловой окраской. Коллокация **настоящий китаец** используется для воссоздания внешнего облика китайцев и их традициях:

Ожидали увидеть настоящих китайцев, вероятно, в шелковых халатах, с косичками, с веерами и зонтиками в руках (Российская газета; 29.07.2004);

Потом я привык и уже ел палочками, как настоящий китаец (Мещерская Сторона (Рязань); 15.09.1999).

3. Этностереотипы выражаются через обобщение и гиперболизацию свойств с использованием кванторных слов **все, каждый, любой.**

Словосочетания **все китайцы** (3101 док.) и **каждый китаец** (1433 док.), игнорируя личностную индивидуальность, утверждают общность расхожих стереотипных черт:

Самые банальные стереотипы: все китайцы на одно лицо, у них низкий рост, едят только рис, не пьют молоко и алкоголь, все занимаются боевыми искусствами (Байкальские зори; 22.08.2019);

А он улыбается радостно, как все китайцы в разговоре, и ласково спрашивает: «Вам с собой завернуть или здесь поджарить?..» (Новая Сибирь; 28.10.2000);

Надо сказать, что мнение, будто **все китайцы едят только острую пищу, сплошной рис или всякую экзотику вроде жареных кузнечиков, змей и кошек**, не более чем стереотип (Эхо планеты; 27.07.2007).

Обобщение и гиперболизацию стереотипных черт вербализирует и словосочетание **каждый китаец**:

Специфика китайской медицины – предотвращение заболеваний, пока они ещё не появились: **каждый китаец** с детства привык постоянно принимать **нужные для здоровья травы** (АиФ; 31.05.2006);

Все разумно. У них же не православие в основе, а конфуцианство. Учение с идеей целесообразности в основе. **Целесообразие** – вот что у **каждого китайца** в голове (АиФ; 11.02.1999);

Каждый китаец знает начало «Бесед и суждений» **Конфуция**: «Учиться и повторять выученное – это ли не радость!» (Дружба народов; 15.08.2012);

Кроме того, в душе **каждый китаец**, как я уже говорил, **предприниматель, делец**, и если есть возможность разбогатеть, он ее постарается не упустить (Деловой журнал Профиль; 17.03.2008).

В словосочетании **любой китаец** (370 док.) местоименное прилагательное **любой** также имеет «обобщительное» (А.М. Пешковский) значение, подчеркивающее характерные для китайского народа качества или действия:

Любой китаец производит больше, чем съедает (АиФ; 20.01.2016);

Любой китаец умеет заниматься и занимается тайцзицюань – дыхательно-двигательной гимнастикой, доступной здесь любому от мала до велика... (Дружба народов; 15.02.2016);

Разбудите ночью любого китайца, и он с легкостью назовет «пять принципов добродетельного мужа», то есть пять основных этических принципов конфуцианства (Известия; 19.10.2006).

4. Русский язык изобилует фразеологизмами и пословицами, которые отражают различные культурные стереотипы. В частности, выражения, связанные с Китаем и китайцами, часто используются в повседневной речи и имеют свои специфические коннотации. Рассмотрим несколько таких фразеологизмов: **хитрый, как сто китайцев, китайцы на одно лицо, один(старый) мудрый китаец**.

Хитрый, как сто китайцев

Данный фразеологизм используется для описания человека, который проявляет особую хитрость и изворотливость. Сравнение хитрого человека с китайцем подчеркивает стереотипное представление о том, что китайцы, якобы, обладают выдающимися способностями к манипуляциям. Важно отметить, что такие обобщения не всегда

отражают действительность и могут приводить к предвзятости [\[1, с. 119\]](#). Например:

Её родители: суровая, с профилем римского императора, молдаванка баба Аня и хитрый, как сто китайцев, хохол (Народная газета Московского региона; 23.01.1999);

Как только её ни пытались изловить. И давилки ставили, и петли, и капканы... Всё едино — пшик. Хитрая, как сто китайцев (Каргополье; 04.08.2022).

Китайцы на одно лицо

Выражение отражает распространенный межкультурный стереотип в русском языке. Оно не только демонстрирует чрезмерное обобщение внешности китайцев, но и выявляет «эффект другой расы» (other-race effect) в межрасовом распознавании лиц. Исследования показывают, что людям обычно легче распознавать и различать лица своей расы, в то время как способность распознавать лица других рас снижена [\[2, с. 143\]](#). Например:

*Все шло отлично, коммерсанты даже не трудились переклеивать в паспортах фотографии, поскольку были уверены: для наших пограничников **все китайцы на одно лицо*** (Иностранец; 13.08.2002).

Предполагаемая неспособность пограничников различать китайских граждан не только отражает стереотип, но и указывает на потенциальные проблемы в системе безопасности, основанные на расовых предубеждениях.

*Оказалось, что я перепутал и торговца, и лоток. Смущенно потупив взор, я выбрался из толпы, с остервенением продолжая про себя повторять: **Все вы китайцы на одно лицо*** (Семья; 20.12.2000).

Здесь выражение используется как эмоциональная реакция на личную неспособность различить конкретных людей.

Оба примера иллюстрируют, как стереотип может влиять на межличностные взаимодействия и даже на институциональные практики.

Для преодоления подобных стереотипов необходимо повышать осведомленность о других культурах, формировать позитивное восприятие других народов, а также увеличивать возможности межкультурного взаимодействия и диалога культур [\[16, с. 431; 22, с. 248\]](#). Позитивный межкультурный контакт способствует снижению предрассудков и улучшению межгрупповых отношений.

Один(старый) мудрый китаец

Данное выражение обычно используется при раскрытии изречений китайских мыслителей [\[13, с. 124-125\]](#) и означает наличие у китайцев жизненной мудрости, их склонности к философствованию, что связано с популярностью в России китайской философии. При помощи фразеологизма один (старый) мудрый китаец рассказывают философские притчи:

*На глаза попалась **притча про старого мудрого китайца**, который как-то сказал своему другу: «Этим примером я хотел тебе показать правду жизни: если ты ищешь в комнате только коричневые вещи, а в жизни — только плохое, то ты и будешь видеть только их, замечать исключительно их, и только они будут тебе запоминаться и участвовать в твоей жизни».* (Кубанские новости; 19.02.2016).

Фразеологизм один (старый) мудрый китаец сказал в некоторых случаях используется для передачи бытовых мудростей. Например:

Давным-давно один мудрый китаец сказал: «Китайская кухня имеет ту же значимость в мире вкусовых ощущений, что и европейская музыка в мире звуков» (События (Протвино); 16.03.2007).

5. Сравнительные обороты трудолюбивы, как китайцы; вежливы, как китайцы и умные, как китайцы отражают общественные стереотипы о характерных чертах представителей этой нации:

Все опрятны, как немцы, трудолюбивы, как китайцы, одинаково зажиточны и дружелюбны (Дружба народов; 15.02.1997);

Русские не стараются всеми силами избежать спора, как англичане или немцы, не отмалчиваются, как финны и эстонцы, не улыбаются вежливо, как китайцы и японцы (Наш современник; 31.08.2016).

6. Атрибутивные словосочетания с прилагательными, образованными от этнонима, и именами свойств человека представляют собой коллокации, комбинации двух или более слов, регулярно встречающихся в языке [\[4, с. 137\]](#).

В российских СМИ китайская мудрость (2183 док.) наиболее часто используется для представления стереотипов о китайцах и их культуре:

Как гласит древняя китайская мудрость, «сила побеждает иногда, а справедливость побеждает всегда» (Известия; 03.11.2021);

Есть, кажется, такая китайская мудрость: «живи быстро – умри молодым». Только вряд ли от этого становится легче (МК; 29.10.2002);

Китайская мудрость гласит: «Наступи на хвост Тигру, и если он не укусит тебя, впереди – свершение» (Деловой журнал Профиль; 22.12.1997).

Словосочетание китайская мудрость воспринимается как символ вдумчивости, подчеркивающий философскую и культурную глубину китайского подхода к жизненным ситуациям.

Для экспликации этнических стереотипов в российских СМИ также используется коллокация мудрые китайцы (770 док.). Мудрость как одна из характерных черт китайского народа в одних контекстах может пониматься как «глубокий ум, опирающийся на жизненный опыт» [\[15, с. 464\]](#). Выражение мудрые китайцы, подчеркивающее жизненную философию и жизненный опыт нации, выступает в одном синтагматическом ряду с глаголами говорить, утверждать, считать. Такие контексты отличаются положительной коннотацией:

Мудрые китайцы говорят: чтобы себя хорошо чувствовать, надо в день делать десять тысяч шагов (Вечерний Челябинск; 14.05.2010);

Мудрые китайцы считают, что только так и проходит вся наша жизнь (Труд; 13.01.2007);

Как утверждают мудрые китайцы, долгий путь в десять тысяч ли – и тот начинается с первого шага (Еврейское слово; 30.09.2009).

Представления о мудрости китайцев в других контекстах часто связаны с их хитростью и изворотливостью, склонностью к обману, что также выражается при помощи коллокации **мудрые китайцы**. Такие контексты чаще всего имеют негативную коннотацию:

За дружественными реверансами **мудрые китайцы, как правило, скрывают собственный интерес** и готовы торговаться до последнего (Российская газета; 09.11.2006);

Вот так **мудрые китайцы на протяжении многих веков **обманывают** своего наивного Цаована** (Вечерний Томск; 29.01.2014).

В российских СМИ частотно выражение трудолюбивые китайцы (488 док.). По данным социологических опросов, представления о трудолюбии остаются наиболее распространенным стереотипом о китайцах среди россиян [\[8, с. 238\]](#). При помощи выражения трудолюбивые китайцы эксплицируется положительный стереотип о трудолюбии представителей китайского этноса, о высоком уровне их работоспособности:

Рекорд в этой сфере поставили трудолюбивые китайцы (Известия; 07.08.2008);

Только за первый день кампании **трудолюбивые китайцы уничтожили около 2 тыс. назойливых насекомых** (Наша Версия; 16.07.2007);

Все эти факторы позволили **трудолюбивым китайцам оставить нашу некогда экономически сильную страну далеко позади** (Южноуральская панорама; 26.06.2004);

Трудолюбивые китайцы получали хорошую прибыль и приносили деньги станице (Коммерсантъ-Деньги; 16.11.2015).

7. Слова, в свернутой форме негативно оценивающие черты представителей других этносов. Часто они носят дискриминационный и унизительный характер, например: жаргонное китаёза.

Для экспликации стереотипов о китайцах используется разговорная единица китаёза, образуемая от этнонима, см. толкования в словарях разговорной речи: «Китаёза – китаец» [\[6, с. 58\]](#); «Уничиж. разг.-сниж. О китайце» [\[14, с. 257\]](#).

В СМИ слово китаёза (329 док.) обычно употребляется как устаревшее:

Весь этот ужас и начал персонифицироваться в тех, кого **еще вчера снисходительно, добродушно-презрительно называли «ходями», «**китаезами**», «узкоглазыми»** (Дружба народов; 15.12.2022);

Уинстон Черчилль, например, **называл жителей Поднебесной «китаезами»** и отказывался предоставить Пекину место в Совете Безопасности ООН (Профиль; 23.09.2009).

С другой стороны, слово китаёза не вышло из употребления. Лексема китаёза обычно эксплицирует негативные стереотипы о китайском народе. Например, стереотипные представления о глупости, хитрости и злом характере китайцев:

Япошки – и мерзавцы, и наглые ловкачи. Китаезы – идиоты и болваны (Огонек; 24.08.2015);

Даже если это хитрый и злой китаёза (Новый мир; 16.03.2005).

Функция называния китайцев китаёзами предполагает употребление их в синтаксически обусловленном (в позиции предикативного центра), квалификативно-оценочном [\[5, с. 25\]](#) значении, в функции уничижительного бранного слова по отношению к некитайцу:

– *Ты профан, твой идеал – Китай, ты – **китаеза**!* (Независимая Газета; 25.02.2011);

*В детстве меня **дразнили китаезой*** (Трибуна; 24.03.2006).

8. Другим распространенным средством экспликации стереотипных представлений о китайцах являются анекдоты [\[12, с. 148\]](#). Именно анекдоты обычно отражают наиболее укоренившиеся в сознании стереотипы [\[9, с. 219\]](#).

Наш материал показывает, что самыми распространенными являются анекдоты о многочисленности китайского этноса, которые обычно не имеют негативно-оценочной окраски и констатируют в шутливой тональности факт перенаселенности Китая:

*В Интернете даже появились анекдоты, что **китайцам мало места на Земле**, но они нашли выход* (Аргументы и факты; 23.06.2004);

*Как в старом анекдоте про **китайцев**: «прорываемся **небольшими группами, по два-три миллиона**»* (Профиль; 29.03.2004);

*В качестве инвестиции Китай собирается **вложить в Россию сто миллионов китайцев*** (АиФ – Дальний Восток; 15.08.2018);

*Когда **китайцы дерутся** район на район, **драку видно из космоса*** (Комсомольская правда (Иркутск); 25.04.2016);

*Если русский мужчина за жизнь должен родить сына, построить дом и посадить дерево, то **настоящий китаец должен в жизни посадить десять деревьев и построить десять домов** – в общем, как-нибудь отвлечься...* (Коммерсантъ-Деньги; 10.05.2010).

Встречаются анекдоты о низком качестве китайских товаров:

Китайский менеджер продал душу дьяволу. Через неделю она сломалась.. (АиФ; 08.08.2012);

о Китае как мировом производителе товаров:

*Ну вот, например, такой анекдот: **Бог создал человека, а все остальное создали китайцы*** (Комсомольская правда; 16.06.2011).

Внешнее сходство китайцев с точки зрения европейцев также подвергается иронии и высмеиванию:

*Есть подозрение, что **за китайцев выступает один и тот же спортсмен*** (Комсомольская правда; 09.08.2016).

*Я работаю с парнем из Китая, которого зовут Ким, и однажды, когда мы выпивали в баре, я спросил у него: – Ким, тебя когда-нибудь задевало, что белые говорят: «**Все китайцы на одно лицо**»? Он ответил: – Ким сейчас дома, я его жена* (АиФ; 31.07.2019).

Заключение

Анализ способов языкового выражения стереотипов о китайцах в российских СМИ

выявляет сложные и тонкие взаимосвязи между языком, культурой и социальным познанием. Российские СМИ используют различные языковые средства для выражения стереотипов о китайцах, включая сравнительные конструкции, устойчивые словосочетания, идиомы и разговорные выражения. Эти способы выражения не только отражают глубокое укоренение стереотипов в языке, но и демонстрируют сложность межкультурного восприятия. Примечательно, что эти стереотипы включают как положительные аспекты (такие как трудолюбие, мудрость), так и отрицательные (такие как хитрость и низкое качество товаров). Эта противоречивость подчеркивает важное влияние культурных различий на формирование стереотипов и напоминает нам о важности расширения культурного обмена и понимания для устранения предрассудков.

СМИ играют ключевую роль в распространении и усилении стереотипов. Повторное использование определенных выражений может непреднамеренно усиливать некоторые стереотипы. Однако мы также наблюдаем, что некоторые единицы (например, китаёза) считаются устаревшими, что указывает на эволюцию стереотипов во времени. Особенно примечательно, что шутки часто используются для распространения стереотипов, что может сделать их более приемлемыми и легкими для распространения. Эти выводы не только раскрывают динамическую природу стереотипов, но и подчеркивают важность критического мышления при восприятии стереотипной информации.

Значение этого исследования выходит за рамки лингвистики и культурологии, имея важные последствия для межкультурного общения между Китаем и Россией. Эти стереотипы могут как способствовать пониманию, так и вызывать недоразумения, поэтому сохранение открытого отношения и избегание чрезмерных обобщений становится особенно важным в межкультурном общении.

Библиография

1. Абрамова В. И., Архангельская Ю. В. Инокультурные топонимы, этнонимы и их дериваты в русской лексике и фразеологии: символы, эталоны, стереотипы, лингвокультурные коды // Тульский научный вестник. Серия История. Языкоzнание. 2021. №. 1 (5). С. 115-124.
2. Ананьева К. И. «Эффект другой расы»: теоретические концепции, исследовательские инструменты, экспериментальные данные // Экспериментальная психология. 2021. Т. 14. №. 4. С. 142-163.
3. Бартминский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. М. : Индрик, 2005. 512 с.
4. Захаров В. П., Хохлова М. В. Анализ эффективности статистических методов выявления коллокаций в текстах на русском языке // Компьютерная лингвистика: по материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Бекасово, 26-30 мая 2010 г.). М. : Изд-во РГГУ, Т. 9 (16), 2010. С. 137-143.
5. Золотова Г. А. Синтаксический словарь: репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. М. : Наука, 1988. 440 с.
6. Крысин – Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 2. К-О / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова, Отв. ред. Л. П. Крысин. М. : Издательский Дом ЯСК : Языки славянской культуры, 2017. 861 с.
7. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. С. 450-455.
8. Лю Ц. Исследование имиджа Китая в России // Теории и проблемы политических исследований. 2022. Т. 11. №1А. С. 234-240.
9. Манцаева А. Н., Батаева Д. Н. Этнические стереотипы в межкультурной коммуникации

- // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. №. 2 (27). С. 218-221.
10. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М. : Издательский центр «Академия», 2001. 208 с.
11. Мучкина Е. С. Этнические стереотипы и их отражение в семантике этнонимов // Филология и человек. 2010. №. 4. С. 107-118.
12. Пасевич З. В. Языковые средства выражения этностереотипов в текстах русских анекдотов о китайцах // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. №. 3-3 (105). С. 148-155.
13. Ся Ш. Китай, китайский, китаец в русской фразеологии // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2008. №. 2. С. 120-126.
14. Химик – Химик В. В. Большой словарь русской разговорной речи. М.: Норинт, 2004. 768 с.
15. Шведова – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова, Отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Издательский центр «Азбуковник», 2011. 1175 с.
16. Barroinirsina R. R., Sadiyah E. E., Putri M. N., Astutu L. A. P., Sholihah J. Literature study: application of multicultural counselling in overcoming ethnic stereotypes // International Conference on Guidance and Counseling. 2024. Vol. 2. №. 1. P. 427-432.
17. Buzinova L. M., Voloshina T. G., Parnikova T. V., Chernova O. O. Ethnic Stereotypes' Reflection by Means of Modern Cinematography // Вопросы журналистики, педагогики, языкоznания. 2023. Т. 42. №. 3. С. 505-514.
18. Cao Y., Wang D., Bai Y., Ru T. Effect of ethnic stereotype threat on academic performance: Experimental evidence from rural China // China Economic Review. 2024. Vol. 86. P. 1-18.
19. Kroon A. C., Trilling D., Raats T. Guilty by association: Using word embeddings to measure ethnic stereotypes in news coverage // Journalism & Mass Communication Quarterly. 2021. Vol. 98. Iss. 2. P. 451-477.
20. Levchenko V. V., Pavlenina T. Y. Ethnic stereotypes and prejudices of modern Russian youth // Вестник университета. 2024. № 3. С. 187-196.
21. Punti G., Dingel M. Rethinking race, ethnicity, and the assessment of intercultural competence in higher education // Education Sciences. 2021. №. 11. №. 3. P. 1-17.
22. Pushkina K. V., Pushkin A. A., Tenyakova E. A. Ethnic stereotypes and their influence on the formation of ethnocultural tolerance among chuvash students // 9th International Conference on Education & Education of Social Sciences: Abstracts & Proceedings E-publication, Istanbul (17-18 January, 2022). Istanbul, 2022. P. 240-248.
23. Salmina, N.G., Zvonova, E.V., Pestereva, N.A., Pham Hong Nhunh Ethnic Stereotypes in the Perception of Advertising by Young People // Lomonosov Psychology Journal. 2023. № 46(4). P. 227-247.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования – комплексный анализ языковых средств выражения стереотипных представлений о китайцах в русском языке. Эмпирическим материалом послужила выборка языковых средств из российских СМИ за период с 1991 по 2024 гг., публикации были собраны с использованием поисковой базы данных Integrum. Исследование полученных данных позволил автору выявить и классифицировать языковые средства, выражающие стереотипные представления о китайском этносе в

русском языке.

Методология исследования основана на сочетании теоретического и эмпирического подходов с применением методов лингвистического анализа, обобщения, синтеза.

Актуальность исследования обусловлена важностью для современного общества выявления разнообразных феноменов языка и культуры и, соответственно, необходимостью их исследования. Этностереотипы, как устойчивые представления о том или ином этносе, оказывают влияние на межкультурную и межличностную коммуникацию, следовательно, неверное представление об ином этносе негативно сказывается на её эффективности. Кроме того, сегодня увеличивается интенсивность разноуровнего взаимодействия России и Китая, поэтому формирование корректного представления о китайском этносе дает возможность выстраивать эффективное и продуктивное партнерство.

Научная новизна связана с обоснованными выводами о частотности различных языковых средств выражения стереотипов о китайском этносе в российских СМИ: самыми частотными являются этностереотипы выражаются через обобщение и гиперболизацию свойств с использованием кванторного слова все и атрибутивные словосочетания с прилагательными, образованными от этнонима, и именами свойств человека представляют собой коллокации – китайская мудрость. Иллюстративные примеры использования языковых средств в публикациях отражают глубокое укоренение стереотипов в языке.

Стиль изложения научный, структура, содержание. Статья написана русским литературным языком. Структура рукописи включает следующие разделы: введение (автор уточняет, что в работе гетеростереотипы анализируются как устойчивые представления о другом этносе, и ставит целью выявление и классификация языковых средств, выражающих стереотипные представления о китайцах в русском языке, на основе анализа данных из российских СМИ); материалы и методы исследования (указываются источники эмпирического материала и способы его сбора, автор указывает, что основывался на классификации языковых средств, предложенной Л.П. Крысиным); результаты исследования (автор наглядно демонстрирует как языковые средства эксплицируются этностереотипы в российских СМИ, приводит данные о частотности использования различных языковых средств, отмечает наличие как позитивных стереотипов (трудолюбие, мудрость), так и негативных (хитрость и низкое качество товаров); заключение (выводы); библиография (включает 23 источника отечественных и зарубежных авторов). Содержание в целом соответствует названию.

Выводы, интерес читательской аудитории

Для большей наглядности и лучшего восприятия результатов анализа эмпирического материала было бы хорошо добавить в статью диаграмму или таблицу с частотностью языковых средств выражения стереотипных представлений о китайцах в русском языке, а также привести данные об общем объеме проанализированных публикаций. В заключение также можно добавить данные о наиболее и наименее частных языковых средствах. Библиографические описания некоторых источников нуждаются в корректировке в соответствии с ГОСТ и требованиями редакции.

Исследование выходит за рамки лингвистики и культурологии, полученные результаты будут интересны тем, кто вовлечён в межкультурное общение между Китаем и Россией. Проведенный анализ эмпирического материала и иллюстративные примеры показали актуальное представление о китайском этносе в российских СМИ. Именно средства массовой информации играют ключевую роль в распространении и усилении стереотипов, соответственно исследование публикаций позволяет подтвердить или опровергнуть укоренившие стереотипы. В статье подчёркнута важность критического мышления при восприятии стереотипной информации, это позволяет сформировать

корректный имидж этноса, что необходимо для эффективной межкультурной коммуникации.

В целом рукопись соответствует основным требованиям, предъявляемым к научным статьям. Материал представляет интерес для читательской аудитории и после доработки может быть опубликован в журнале «Филология: научные исследования» (рубрика «Лингвистика»).