Оригинальная статья / Original article

УДК 81-23

Лингвокультуры Китая и Великобритании: роль и значение национальных особенностей в формировании языковой картины мира

Ван Ци¹ ✉

¹ Белгородский государственный университет
ул. Победы, д. 85, г. Белгород 308000, Российская Федерация

✉ e-mail: mirmiracle123@yandex.ru

Резюме

Актуальной проблемой современной лингвистики выступает специфика сосуществования и взаимоотношений языков и культур в ходе контактного взаимодействия. В современном мире, подверженном процессам глобализации и индигенизации, невозможно представить человека обособленно от ему подобных, в связи с чем вопросы и проблемы, связанные с взаимодействием социальных групп, а также правильным интерпретированием и пониманием языков и культур, входят в ранг релевантных аспектов исследования. Влияние глобализации на состояние культурных образований способствует проведению многоуровневого анализа лингвокультурной специфики наиболее продуктивных языков в рамках мирового сообщества – китайского и английского. Целью исследования является определение лингвокультурной специфики бесконтактных языков – китайского и английского с позиции выявления их уникальных характеристик в процессе функционирования национальных стереотипов, формирующих языковую картину мира Китая и Великобритании.

Методология исследования основана на междисциплинарном подходе, в рамках которого применяется анализ специфики лингвокультур Китая и Великобритании с целью выявления универсалий и уникалий, формирующих национальный характер китайцев и англичан.

В ходе работы систематизируется теоретический материал исследования, при этом особое внимание акцентируется на специфике формирования и развития представлений о китайском и английском народах на основе известных стереотипов. Практический материал исследования представляет собой анализ стереотипов с позиции лингвокультурологии, иллюстрирующий этнолингвистические особенности представителей разных групп, с учетом соответствия реальности или гиперболизации тех или иных факторов, вызванных ложным пониманием чужой культуры.

В результате исследования были выделены тематические группы пословиц и поговорок, репрезентирующие специфику национального характера китайцев и англичан относительно их отношения к любви, дружбе, деньгам, познанию, труду, жизни. Анализ позволил выявить как универсальные свойства (значимость дружественных отношений и любви для китайской и британской лингвокультур), так и уникальные характеристики (отношение к деньгам и труду) лингвокультур Китая и Великобритании, что обусловлено влиянием экстралингвистических факторов.

Ключевые слова: лингвокультурология; стереотип; лингвокультура Китая; лингвокультура Великобритании; языковая картина мира.

Конфликт интересов: Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Для цитирования: Ван Ци Лингвокультуры Китая и Великобритании: роль и значение национальных особенностей в формировании языковой картины мира // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12, № 3. С. 48-67.

Статья поступила в редакцию 11.07.2022

Статья подписана в печать 03.08.2022

Статья опубликована 06.09.2022

China and the UK Language and Culture: National Peculiarities' Role in the Process of Language Picture Formation

Wang Qi¹ ✉

¹Belgorod State University
85 Pobedy str., Belgorod 308000, Russian Federation

✉ e-mail: mirmiracle123@yandex.ru

Abstract

The actual problem of modern linguistics is the specifics of the coexistence and relationship of languages and cultures in the course of contact interaction. In the modern world, which is the subject to the processes of globalization and indigenization, it is impossible to imagine a person apart from communication, and, therefore, questions and problems related to the interaction of social groups, as well as the correct interpretation and understanding of languages and cultures, are among the relevant aspects of the research work. The influence of globalization of cultural formations contributes to the multi-level analysis of the linguistic and cultural specifics of the most productive languages within the world community - Chinese and English. The aim of the study is to determine the linguistic and cultural specifics of contactless languages – Chinese and English from the point of view of identifying their unique characteristics in the process of national stereotypes functioning performing the language picture of the world of China and Great Britain.

The methodology of the research is based on an interdisciplinary approach, using the analysis of Chinese and British language and culture to identify the universal and unique features formulating the national character of the Chinese and the British.

In the course of the work, the theoretical material of the research work is systematized with special attention to the specifics of the formation and development of ideas about the Chinese and English peoples based on well-known stereotypes. The practical material of the work is an analysis of stereotypes from the standpoint of language and culture study, illustrating the ethnic and linguistic features of different groups representatives, taking into account the correspondence to the reality or exaggerating certain factors caused by a false understanding of foreign culture peculiar features.

The research work results in the classification of proverbs and sayings thematic groups, representing the specific features of Chinese and British national character regarding to their attitude to love, friendship, money, knowledge, work, life. The analysis revealed both universal characteristics (the importance of friendly relations and love for both Chinese and British language and culture) and unique features (the attitude to money and work) of Chinese and British language and culture due to the influence of extra linguistic factors.

Keywords: language and culture study; stereotype; language and culture of China; language and culture of the UK; language picture of the world.

Conflict of interest: The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

For citation: Wang Qi. China and the UK Language and Culture: National Peculiarities' Role in the Process of Language Picture Formation. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*. 2022, 12(2): 48–67 (In Russ.).

Received 11.07.2022

Accepted 03.08.2022

Published 06.09.2022

Введение

Стереотипы возникают не на пустом месте, зачастую они имеют в своей основе прочный фундамент или своими корнями уходят в многолетнюю историю коммуникации представителей разных культурных и этнических групп. Но, так-

же как возникшие на объективной основе, некоторые стереотипы являются лишь продуктом поспешных выводов о культуре и традициях народа, сделанных людьми, не разбирающимися в чужой культуре, через призму собственного «правильного» и «единственно истинного» виде-

ния картины мира в целом. Из-за этого многие ложные этнические стереотипы часто гиперболизируются, что приводит как к ложному пониманию менталитета представителя определенного народа, так и к неправильному, ошибочному, нередко негативному восприятию государства в целом [1].

Так, в процессе общения люди часто сталкиваются с представителями не только своей, но и другой группы, а, соответственно, и иной культурой, которая может во многом отличаться от их собственной культуры. Такие контакты нередко приводят к проблемам межличностного общения, которые в дальнейшем могут возыметь более серьезный масштаб и перерасти в проблемы взаимопонимания на межгрупповом или даже межгосударственном уровнях. В таких случаях важную роль играет межкультурная коммуникация, занимающаяся предупреждением возникновения и ликвидацией проблем, непониманий в процессе интернационального общения. Однако, в связи с ускорением темпов развития общества и мира в целом, индивидам не всегда предоставляется возможным использовать на практике знания, навыки и умения из межкультурной коммуникации. Так, часто подобное общение сопровождается возникновением межнациональных конфликтов или появлением стереотипов, как негативно окрашенных представлений о представителе иной нации. В свою очередь стереотипы с непостижимой скоростью распространяются по всему миру, заведомо формируя определенный, чаще всего негативный, образ уже не об отдельном человеке, а о целой группе людей вплоть до отдельного государства.

Стереотипное мышление в современном обществе наблюдается повсеместно, поскольку по истечении определенного времени они глубоко внедряются в сознание и, соответственно, в культуру людей. Но, к сожалению, многие стереотипы являются лишь порождением меж-

расового непонимания, обладают яркой эмоциональной окраской и часто подменяют понятие предрассудков, что, в свою очередь, ведет к усугублению противоречий между нациями. В связи с этим, проблема изучения стереотипов, как в рамках межкультурной коммуникации, так и в повседневной жизни, входит в ранг актуальных проблематик, поскольку расширение теоретических знаний коммуникации людей друг с другом позволит в дальнейшем исключить практические ошибки и предотвратить появление многих конфликтов [7].

Материалы и методы

В ходе исследования применялась группа общенаучных методов, к ключевым из которых в рамках данной работы принадлежат анализ и аналогия; в группу частных методов входят описательный метод, позволяющий изучить отдельные единицы и понятия языковой системы, структурный метод, способный выявить не только отдельные языковые единицы, но также и провести анализ их структурных взаимоотношений.

Результаты и обсуждение

Цель исследования заключается в выявлении универсалий и уникалий стереотипов как отражения лингвокультурной картины мира на примере культур Китая и Великобритании.

Стереотипы в межкультурной коммуникации: теоретические основы исследования

В существующем в настоящее время мире, стремительно развивающемся в условиях глобализации, несмотря на расширение и слияние многих политических и идеологических границ, происходит интенсивное взаимопроникновение культур, а также развитие их взаимозависимости и взаимовлияния. На сегодняшний день трудно найти тот этнос или народность, которые хоть сколько-нибудь не испытали на себе воздействия извне, а поэтому и влияние друг на друга

разного рода культур наблюдается повсеместно. Такое воздействие обуславливается обменом исторического наследия, разнообразными контактами между общественными институтами многих государств и народов, а также активно развивающимися сферами туризма, торговли, дипломатических контактов.

Понятие культуры неразрывно связано с устойчивым образом жизни определенной группы людей, который включает в себя такие понятия как «быт», «ценности», «установки», «идеалы», «манеры», «нормы морали», «модели поведения», «способы общения» и др.

В большинстве гуманитарных наук понятие «культура» относят к фундаментальным областям исследования, то есть основополагающим. Однако, несмотря на то, что «культура» является одним из ключевых понятий большинства гуманитарных наук, на современном этапе развития науки не существует единого общепринятого, фиксированного и четкого её определения, которое в полной мере могло отразить всю многоаспектность этого понятия. Именно поэтому существует множество терминов и определений понятия «культура», каждый из которых объективно отражает её сущность в различных аспектах и в различных оттенках.

Современные исследования показывают, что в последнее время интерес к «культуре» неукоснительно растет. Так, «по подсчетам американских культурных антропологов А. Кребера и К. Клакхона, с 1871 по 1919 гг. различными науками было дано семь определений культуры, с 1920 по 1950 их число возросло до 150 дефиниций. В настоящее время различных определений культуры насчитывается более 500» [5, с. 45]. Такое многообразие трактовок ещё раз доказывает, что культура является глубоким и многогранным явлением, характеризующим в себе многие стороны человеческой жизни. Тем не менее, можно выделить наиболее часто используемые определе-

ния культуры в различных аспектах общественной жизни: «культура – это универсальное явление человеческой жизни» [4, с. 32]; культура как «отдельная сфера жизни общества, которая существует в виде системы учреждений и организаций, занимающихся производством и распространением духовных ценностей» [5, с. 34].

Суммируя данные определения, культуру можно охарактеризовать как «вторую для человека природу» - сумму всех его достижений, сотворенных им же самим. Здесь стоит обратиться к понятию «культурная антропология», которое рассматривает любую культуру через призму человека и различных социальных групп. Культурная антропология представляет собой «отрасль антропологической науки, занимающаяся изучением различных культур и особенностей развития различных наций и народностей» [1, с. 65]. Культурная антропология занимается вопросами становления и дальнейшей эволюции культур отдельных народов и рассматривает культуру именно как систему человеческих ценностей, идеалов, убеждений и установок, которые отражаются в различных продуктах жизнедеятельности людей, как духовных, так материальных. В рамках данной науки исследователь может рассматривать культуру в максимально возможном количестве аспектов её проявлений.

Культурно-антропологический подход подводит к выводу, что общую культуру всего человечества составляет множество различных по отношению друг к другу локальных культур, которые, в конечном счете, формируют так называемую общую культурную картину мира. Носителями каждой локальной культуры являются отдельные народы и этносы.

Культурная картина мира – это неоспоримое доказательство того, что в различных культурах люди могут реагировать и воспринимать мир совершенно разными способами. Одни и те же явления воздействуют на представителей ло-

кальных культур принципиально иными способами. Поэтому культурная картина мира позволяет сформировать отдельное представление о менталитете каждого народа, что в конечном счете подводит к мысли о том, что различное видение одного и того же мира разными людьми полностью исключает возможность создания единой мировой культуры. Это обуславливает важность существования и функционирования межкультурной коммуникации как отдельной науки.

Современный человек находится в постоянном взаимодействии с окружающим миром, что, в условиях глобализации мира, априори подразумевает контакт с культурами, отличными от его собственной культуры. Это требует от индивидов полного понимания и уважения чужих культур, посредником налаживания диалога между которыми выступает межкультурная коммуникация, поскольку именно она обеспечивает интерпретацию информации и координацию общей деятельности людей.

Межкультурная коммуникация рассматривается многими исследователями как «совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам» [2] и подразумевает взаимодействие/общение людей, придерживающихся различных верований, манер и ценностей.

Немаловажным является и тот факт, что межкультурная коммуникация не может проходить абсолютно «безболезненно» для представителей разных культур, поскольку в любом случае будут возникать те или иные трудности и напряженности в общении. Это обуславливается разницей в ожиданиях и убеждениях, которые, будучи свойственны каждому, порой принципиально отличаются друг от друга в культурах разных народов. Тем самым межкультурная коммуникация, основываясь на знании «своей» и противоположной стороны, способна сгладить разницу культурных

обычаев и предотвратить невозможность общения или возникновение межкультурного конфликта.

Стереотипы: определение и сущность

У каждого человека в мире, у каждой группы людей, этноса, народа, общества имеются собственные представления о мире, в котором они живут. Это все объясняется разностью культуры. В связи с этим, в процессе рассматривания культурного взаимодействия людей всегда следует помнить, что люди воспринимают друг друга через уже имеющееся, исторически сложившееся, представление друг о друге. Такие представления получили названия *стереотипы*. Человек обычно использует стереотипные представления в тех случаях, когда не имеет возможности толковать получаемую от другой культуры информацию глубоко и осознанно.

Впервые термин «стереотип» был использован У. Липпманном в 1922г. В работе «Общественное мнение» автор рассматривает стереотипы в качестве четких, фиксированных и детерминированных картинок в голове человека (*«the pictures in our heads»*), которые являются своеобразной экономией усилий человека при восприятии сложных, не свойственных его культуре проявлений [8]. Также автор заявляет, «для того чтобы охарактеризовать предмет, не обязательно видеть его, обычно сначала мы даем ему определение, а потом рассматриваем; в огромном шумном многоцветии внешнего мира мы вычленим то, что уже было определено нашей культурой» [8]. Таким образом, в процессе межкультурной коммуникации партнеры воспринимаются друг другом не по непосредственно их общению, а по заведомо известным шаблонам, на которое накладывается наблюдаемое в реальном времени поведение. С помощью стереотипов человек заранее наделяется какими-либо качествами, на основе чего производится попытка прогнозировать его дальнейшее поведение.

Но У. Липпманн также отмечает одну важную особенность понятия «стереотип» - это ориентированность на определенный идеал, утопичный образ мира, формирующийся в сознании одного общества.

На сегодняшний день, восприятие человеком другого человека производится через призму устоявшихся стереотипов. Взаимодействие между коммуникантами любого рода, как в рамках своей культуры, так и в рамках межкультурного взаимодействия, сейчас строится, в основном, базируясь на принципе стереотипизации. Встречаясь с представителями других культур, люди имеют склонность невольно сравнивать их с собой, «примеряя чужую культуру на свою». Естественно, различие культур порождает искаженное восприятие непосредственно самого поведения, смысла каких-либо действий другого человека, что, в свою очередь, создает много отрицательных чувств и эмоций, в частности, напряженность и враждебность. В процессе таких повторяющихся контактов у народов складывается определенное представление о некоторых, наиболее запоминающихся и выделяющихся чертах характера и поведения друг друга.

Стереотипы в основном эмоционально окрашены, либо позитивно (симпатиями), либо негативно (антипатиями), что обусловлено тем фактом, что у каждого народа одно и то же поведение вызывает разное отношение и, соответственно, получает разную оценку.

Происхождение и механизмы формирования стереотипов

Истоки формирования стереотипов лежат в привычных для людей условиях их жизни, для которых характерным является множественное повторение одних и тех же действий и ситуаций, в результате чего такое многообразие закрепляется у человека в виде моделей мышления/поведения на подсознательном уровне; «процесс формирования стереотипов происходит благодаря способности

человеческого сознания закреплять информацию об однородных явлениях, фактах и людях в виде устойчивых идеальных образований» [2]. Далее такие однородные образования фиксируются в виде образов и оценок, которые впоследствии и становятся стереотипами. Они складываются во время совместной деятельности через обращение внимания человека на определенных свойствах, которые очевидны и понятны большинству других людей.

По результатам многих наблюдений специалистов, около 2/3 всех форм человеческого поведения проявляются в виде стереотипов. Согласно исследованиям Т. Г. Грушевицкой, В. Д. Попкова и А.П. Садохина возникновение и укоренение стереотипов происходит несколькими путями:

– усвоение стереотипов в процессе социализации и инкультурации: в связи с тем, что стереотипы являются неотъемлемой частью культуры, то они усваиваются в сознании человека наравне с другими социальными, духовными и моральными нормами, присущими данной культуре;

– усвоение стереотипов происходит в результате взаимодействия с людьми, с которыми происходит максимально частый в повседневной жизни контакт: родственники, друзья, преподаватели и т.д.;

– возникновение стереотипов через ограниченные (разовые) личные контакты;

– через средства массовой информации, поскольку СМИ в современном мире не ограничены ни по масштабу, ни по силе, в результате чего зачастую мнение СМИ вытесняет собственные установки, ценности и идеалы» [2].

Кроме того на коммуникативном уровне стереотипы также могут формироваться, учитывая фактор особенностей индивида: акцентов, манеры разговора, постановки ударений, особенностей интонаций, темпа речи, речевых стратегий и др.

В качестве еще одного аспекта, формирующего стереотипы, можно выделить этноцентризм – «склонность человека оценивать все жизненные явления сквозь призму ценностей своей этнической группы, рассматриваемой в качестве эталона» [1]. В данном случае происходит сопоставление чужих культур с собственной, которая качественно воспринимается на порядок выше, что способствует формированию негативно окрашенных стереотипов. Отрицательный момент заключается в том, что такие этнические стереотипы будут выступать в качестве барьера при межкультурной коммуникации и лишь затрудняют взаимопонимание между народами.

Функции стереотипов

Согласно концепции У. Липпманна главной функцией стереотипного мышления является экономия умственных усилий, а также защита собственных ценностей. Тем не менее, когда межкультурное взаимодействие приобретает все более актуальный и незаменимый характер, функции стереотипов, по сравнению с I четвертью XX в., значительно расширились. Будучи по своей природе ярко окрашенными образами, стереотипы обладают множеством универсальных качеств: целостность, устойчивость, пластичность, рациональность, в связи с чем в работах Т.Г. Грушевицкой выделяются в качестве функций стереотипов следующие:

- передача относительно достоверной информации;
- ориентирующая функция;
- влияние на создание реальности [2].

Кроме того, поскольку понятие стереотипов неумолимо развивается и расширяется, а сами они представляют собой лишь психологические эмоционально окрашенные образы, существует множество классификаций их функций. Так, например, в работах Э.П. Чакалова выделяются следующие функции стереотипов, которые:

- «объясняют человеческие поступки путем предоставления готовой и простой информации;
- позволяют предвидеть различные формы поведения партнеров по коммуникации;
- формируют основы собственного поведения по отношению к собеседникам и партнерам;
- защищают традиции, обычаи, привычки своей культуры, делят мир на своих и чужих («что русскому хорошо, то немцу – смерть», «незванный гость хуже татарина» и т.д.);
- обеспечивает членов общества соответствующими эталонами, моделями, стандартами поведения» [8].

Формирование представления о народе на основе известных стереотипов (на примере Китая и Великобритании)

Стереотипы являются неотъемлемой частью практически любого взаимодействия людей внутри общества. Таким образом, в процессе межкультурного взаимодействия на любом уровне стереотипы также будут играть если не решающую, то немаловажную роль.

Стереотипы возникают не на пустом месте, зачастую они имеют в своей основе прочный фундамент или своими корнями уходят в многолетнюю историю коммуникации представителей разных культурных и этнических групп. Но, также как возникшие на объективной основе, некоторые стереотипы являются лишь продуктом поспешных выводов о культуре и традициях народа, сделанных людьми, не разбирающимися в чужой культуре, через призму собственного «правильного» и «единственно истинного» видения картины мира в целом. Из-за этого многие ложные этнические стереотипы часто гиперболизируются, что приводит как к ложному пониманию менталитета представителя определенного народа, так и к неправильному, ошибочному, нередко негативному восприятию государства в целом.

В связи с этим стереотипы необходимо использовать не как четкую «инструкцию» и «описание» какого-либо общества, а как основу, некий базис для дальнейшего, более глубоко изучения и понимания чужой культуры. Так, стереотипы условно можно разделить на три категории: ложные (полностью основанные на субъективном мнении некоторой социальной группы), истинные (являющиеся объективным, но стереотипизированным и стандартизированным восприятием народа), а также частично правдивые (стереотипы, сущность которых совпадает с реальностью в неполной мере).

Стереотипы о Китае и китайском народе:

Китайская нация, как и всякий другой восточный народ, обладает принципиально другим менталитетом и культурой, нежели чем западные общества. Китайский менталитет представляет собой сложную, запутанную и во многом отличающуюся от привычной для европейца систему ценностей и взглядов, которая во многом основывается на их исторической преемственности, особой письменности, многовековой изоляции и автаркии, тяжелых условиях ведения хозяйства, а также базируется на уникальных и специфических религиозных и философских учениях. В связи с этим можно выделить несколько ярких черт/особенностей национального характера Китая, которые во многом сыграли немалую роль в той стереотипизации китайской нации, которая наблюдается в мире в настоящее время:

замкнутость:

Народ Китая издавна ведет себя автономно, что проявляется как на уровне общества в целом, так и на уровне автономии каждой личности. Ввиду того, что китайское население всегда страдало от недостатка территорий и жизненного пространства, оно было вынуждено приспособиться к подобному образу жизни, который заключался в поиске необходимого для существования пространства не вне, а внутри личности, что позволило

использовать в основном не внешние, а внутренние резервы человека, на которые направляется его основная энергия. В связи с этим у большинства китайцев наблюдается склонность к интроверсии, которая зачастую в глазах европейца может трактоваться как лицемерие, неодобрение и враждебность;

склонность к простым логическим конструкциям:

Образ мышления китайского народа в значительной степени отличается от западного, поскольку он направлен на практическое решение и склонен к упрощению до максимально возможного уровня. Китайцы не будут отдавать предпочтение сложным, абстрактным элементам. Вместо этого он из всей палитры всевозможных вариантов поведения выберет наиболее упрощенный и понятный, который позволит ему при затрате минимума энергии получить максимальный результат.

Таким образом, в основном, именно две вышеупомянутые черты национального характера китайского человека привели к возникновению огромного числа стереотипов об этом народе. Так, будучи азиатским государством, страной Востока, Китай в силу особенностей своих исторических традиций за пределами собственной территории окутан множеством стереотипов различного рода, некоторые из которых лишь частично характеризуют модель поведения этой нации, а некоторые – основываются полностью на искажении реальной действительности.

В ходе нашего исследования мы выявили серию стереотипов, к ключевым из которых относятся:

1. «все китайцы на одно лицо»:

Этот стереотип основывается лишь на разнице физиологических черт внешности китайцев. Государство, численность населения которого превысила один миллиард человек, априори не может быть безликой. Так, внешность китайского человека, естественно, можно

свести к набору определенных черт, которые являются генетически присущими китайской нации: круглая форма лица, широкие скулы, прямые темные волосы, узкие карие глаза. Но это всё лишь не более чем усредненный антропологический портрет нации, как, например, набор черт внешности славянского человека – белая кожа, яркий румянец, округлое лицо, светлые волосы и светлые глаза. Так же как европейцы, русские и любые представители других наций кардинально отличаются друг от друга, китайцы обладают уникальным набором внешних данных и различают друг друга с первого взгляда. Таким образом, данный стереотип порожден проявлениями культурного шока, а также разницей в антропологии людей Запада и Востока. Поэтому способность различать китайцев по внешности является лишь вопросом среды проживания, времени и привычки.

2. *«все китайцы низкорослые»:*

Данный стереотип также своими корнями уходит в антропологию представителей китайской нации. Средний рост китайского мужчины не превышает 170 см, тем не менее, рост – физический показатель, который, как и любой другой физиологический признак, может варьироваться. Так, согласно зафиксированному данным, в КНР проживают люди, которые зарегистрированы как одни из самых высоких в мире. Кроме этого в Китае проживает признанный в 2005-2007 гг. Книгой Рекордов Гиннеса самый высокий человек в мире – китаец Бао Сичунь, рост которого составляет 2,36 м. [9].

3. *«в китайской семье может быть лишь один ребенок»:*

Несомненно, общеизвестное правило «Одна семья – один ребенок» на протяжении не одного десятилетия лежало в основе демографической политики КНР. Но у данной концепции были и свои исключения, так, китайская семья могла иметь второго ребенка, за которого она

выплачивала государству штраф. Кроме того, ребенок лишался всех социальных льгот, а родителям увеличивался налоговый платеж. То есть, второй ребенок не запрещался – иметь его было попросту невыгодно. Схожими привилегиями обладали и семейные пары, которые являлись представителям и национальных меньшинств. Начиная с 1 января 2016 г. абсолютно всем китайцам официально стало разрешено иметь двоих детей. Учитывая этот факт, можно сделать вывод, что данный стереотип явно гиперболизирован и не учитывает всех тонкостей законодательства и демографической политики Китайской Народной Республики, которая своей целью ставит улучшение качества жителей своих граждан, что крайне сложно реализовать ввиду чрезвычайной нехватки жизненного пространства. Примечательно, что китайский народ сам понимает проблемы своей высокой численности по сравнению с другими государствами мира [10].

4. *«в Китае жестоко карают за любые действия, связанные с наркотиками»:*

Тема наркотических препаратов исторически является болезненной для китайской нации, поскольку, начиная с Опиумных войн XIX в., огромная часть населения Китая страдала наркотической зависимостью, что не могло положительно сказаться на судьбе китайского народа. В связи с этим, нынешнее правительство Китая делает всё, чтобы минимизировать наркотики в обиходе. Так, наказания за любые действия, связанные с этой сферой, крайне суровы и могут достигать даже смертной казни, которая легализована в КНР. Таким образом, этот стереотип один из немногих основывается на реальной действительности и является правдивым.

5. *«все в Китае разговаривают на китайском языке»:*

Этот стереотип представляет собой некий двойной стандарт, причиной тому является непосредственно структура китайского языка, который внешне являясь

однородным, на самом деле представляет собой совокупность множества диалектов, кардинально отличающихся друг от друга. В Китае, наряду с доминирующим пекинским диалектом «мандарин»/ «путунхуа», повсеместно введенным реформой Мао Цзэдуна (как раз с целью ликвидации проблемы плохого понимания друг друга), существует еще несколько десятков иных, менее популярных, диалектов, которые разительно отличаются от основного фонетикой, грамматикой и лексикой. Диалектами они называются лишь ввиду единой иероглифической письменности. Так, жители северных и южных провинций, говоря на китайском языке, не понимают друг друга ввиду использования разных диалектов. Карта китайских диалектов выглядит очень «пестро» и по сей день, из-за чего нельзя однозначно сказать, что в Китае все говорят по-китайски [12]. В связи с этим при контакте с представителями Китайской Народной Республики необходимо ответственно и осторожно подходить к употреблению китайского языка, ведь элементарные знания основного диалекта не гарантируют стопроцентное взаимопонимание между коммуникантами.

6. *«все китайцы – коммунисты и атеисты»:*

Этот стереотип основывается на стереотипированном представлении коммунизма и социализма. Бесспорно, КНР является государством, во главе которого стоит коммунистическая партия, отстаивающая атеизм и возводящая культ личности основоположника китайского коммунизма – Мао Цзэдуна. Это обуславливает коммунистически ориентированное большинство граждан КНР. Но Китай является огромным государством, в котором сосуществует множество различных конфессий и диаспор. Так, среди китайских жителей можно найти и религиозных людей, большинство из которых являются последователями конфуцианства, буддизма и даосизма. Кроме того, среди них также встречаются представители

христианства и даже ислама. В связи с этим можно сделать вывод, что этот стереотип основывается на правде, но характеризует далеко не всех граждан Китая.

7. *«китайцы ненавидят японцев»:*

В основе этого стереотипа лежат исторические взаимоотношения Японии и Китая, в процессе которых китайская нация не раз оказывалась угнетенной японским народом. Такое положение во многом объясняет до сих пор негативный образ Японии-агрессора (связанный с действиями второй мировой войны) и обусловлен соответствующим отношением со стороны китайцев. Свидетельством тому являются многие социальные опросы: так по результатам очередного опроса среди китайских студентов от 2018 г., «...ни один из принимавших участие в исследовании студентов не согласился с утверждением, что Япония полностью принесла извинения за вторжение в Китай в середине XX в.» [6].

8. *«все китайцы бесцеремонные и невоспитанные»:*

Такой вердикт выносится китайской культуре ввиду колоссальной разницы в традициях и этикете западных государств и Китая. С точки зрения китайцев «громко» пить и есть, чавкая, плевать в общественных местах, толкаться – это норма. Причина такого поведения кроется даже не в ином понимании этикета, а в самой китайской философии, согласно которой человеческий организм – это высокоорганизованная система, которая прекрасно понимает свои потребности. В связи с этим, с точки зрения китайца, нельзя препятствовать тому, чтобы организм избавлялся от шлаков и токсинов тогда, когда ему угодно, и место нахождения в этот момент не играет существенного значения – будь то работа, дом, общественный транспорт и уличное кафе. В то же время, то, что для европейского или русского человека считается нормой, например, обращаться к старшему по имени или заплатить за друга за обед, для представителей Китая будет

выглядеть как серьезное нарушение этикета. Примечательным является тот факт, что китайские манеры не позволяют гражданам КНР открыто указывать на «неприличное»/ «неправильное» с их точки зрения, поскольку это вынуждает «провинившегося» публично «потерять лицо», что само по себе недопустимо в рамках нормы китайской культуры, так как китайцы в первую очередь, как бы парадоксально это не звучало, беспокоятся об удобстве окружающих.

9. «*в Китае везде нужно торговаться, а для самих китайцев обмануть иностранцев – самоцель*»:

Этот стереотип является лишь порождением китайской модели мышления, согласно которой торговля – это своеобразная игра, где каждый знает правила и четко им следует. Так, в Китае не берут чаевых – это попросту у них не принято, поэтому мнение об обмане сразу становится несостоятельным. Что касается торговли в местах, где цена не определена четко, в основном это – различного рода рынки и ярмарки, то здесь уже каждый «игрок» должен сам добиваться наиболее выгодных для него условий как раз вышеупомянутым способом (в среднем на рынках цена товара завышена в 3-4 раза, и лишь путем «переговоров» можно снизить цену до её реальных размеров) [11]. Это касается как самих китайцев, так и иностранцев, только китайцы, будучи прирожденными «бизнесменами», знают и активно следуют этим неписаными правилам, с которыми туристы и иностранцы могут быть просто не знакомы. Этот факт не означает, что китайцы ставят перед собой цель обмануть иностранцев и вынудить их заплатить больше, а говорит о том, что не все люди так хорошо разбираются в китайской культуре и менталитете, как им кажется и как им хотелось бы.

10. «*в КНР не говорят по-английски*»:

Такой стереотип основан на том, что в Китае на бытовом уровне очень сложно

общаться с его представителями без знания непосредственно китайского языка. Английский язык действительно не популярен в Китае, но его изучают в китайских школах, как и, например, в русских, практически повсеместно. Открытым остается вопрос о его необходимости. Большинству китайцев английский язык не необходим для нормальной жизни, поэтому, как ценители своих традиций, они не считают нужным его оттачивание. Но так же, как и в других государствах, люди, понимающие необходимость знания английского языка, основательно подходят к его изучению, и представители Китая не являются исключением. Тем не менее, на фоне огромного населения процент китайцев, владеющих английским языком, невелик, что и привело к возникновению такого стереотипа.

11. «*китайцы едят один рис*»/ «*китайцы едят кошек и собак*»:

Китайская кухня окутана самыми известными и популярными за пределами Китая мифами и стереотипами, в частности про постоянное употребление в пищу риса и кошек. На самом же деле китайская кухня является одной из наиболее разнообразных кухонь во всем мире. Так, несомненно, рис в Китае – практически неотъемлемая часть любого блюда (сравнимо с употреблением хлеба в России). Также при встрече вместо обычного и дословного «*你好吗?*»/ «как дела?», иногда в этом же значении можно услышать «*你吃饭吗?*», что в дословном переводе: «Вы ели рис сегодня?» [12]. Такое употребление не является свидетельством пристрастия китайцев к еде и рису, это высказывание своими корнями уходит в историю Китая, когда на протяжении огромного периода времени население Китая голодало и состояние дел человека характеризовало наличие хотя бы одного приема пищи за день, а самым доступным продуктом в Китае является вышеупомянутый рис. Необходимо отметить, наряду с рисом китайцы активно употребляют в пищу разнообразные овощи,

фрукты, лапшу и мясо. Ввиду последнего популярным является мнение, что китайцы активно питаются собаками и кошками. Собачье мясо еще в Древнем Китае считалось почетным деликатесом, но с того времени прошел не один век. Будучи символом одного из двенадцати знаков зодиака Китая, собака является в то же время и священным животным в этом государстве, убийство которого ради мяса не допускается в буддийской идеологии. В современности приготовление собак стало редким, но известным явлением в Китае, поскольку считается, что собачье мясо (в отличие от мяса кошек) обладает хорошим вкусом и лечебными свойствами.

Стоит отметить также, что употребление собак распространено и в таких государствах, как Северная и Южная Корея, Вьетнам. Так, в самом Китае сейчас, несомненно, есть люди, которые употребляют собак (но не кошек) в пищу, но количество таких проявлений ничтожно мало, несмотря на то, что существуют отдельные рестораны, специализирующиеся на таком мясе. Употребление в пищу собак постепенно уходит в прошлое, уступая место более традиционным китайским блюдам, поэтому касающиеся китайской кухни стереотипы должны восприниматься людьми как часть тысячелетней культуры и многовековых традиций, а не как элементы варварских обычаев.

12. *«все китайцы законопослушны и не умеют отдыхать»:*

Исторически сложилось, что китайцы всегда были вынуждены существовать при сложных климатических, природных, экономических и социальных условиях. Со сложнейшими условиями жизни было невозможно справиться в одиночку, что вынуждало этот народ образовывать так называемые общины. У китайцев обостренное чувство долга ассоциируется с необходимостью четкого соблюдения социально-ролевых отношений в обществе. В итоге у них сложилась опреде-

ленная система качеств, которые они подсознательно считают необходимыми для выживания. Этим обуславливается их жесткая дисциплина, покорность, сплоченность и коллективизм, чувство зависимости от коллектива, высокий уровень доверия к группе, подчинение вышестоящим (социальная иерархия подразумевает четкое следование отведенным людям статусам, а высшим долгом каждого является – долг перед государством). Они стараются минимизировать столкновение своих интересов с интересами законодательства, что никак нельзя отнести к негативной черте национального характера. Ввиду специфики такого мышления, они на протяжении долгого времени отдают предпочтение не развлечениям, а получению качественного образования, построению карьеры. Большинство китайцев лишь в зрелом возрасте могут позволить себе расслабиться, «ослабить тиски» и посвятить часть своего времени отдыху, хобби, путешествиям. В качестве подтверждения можно привести еще один китайский анекдот:

«*Менеджер: "Вы только что тридцать лет, как уже тридцать лет опыта?"* Истец: "Не удивительно, причина в том, что было много сверхурочной работы!"» [10].

«*Директор: "Вам всего лишь тридцать лет, почему у вас трудовой стаж уже тридцать лет?"* Истец: "Ничего удивительного, причина в том, что было много сверхурочной работы!"» [10].

Конечно, такое поведение не характерно абсолютно для каждой личности, но является шаблоном для большинства жителей Китая.

13. *«Китай – страна драконов»:*

Этот стереотип полностью основывается на культуре Китая и поэтому является безоговорочно правдивым. Как в России орел, во Франции петух, а в Австралии кенгуру, так в Китае – дракон, это своеобразный символ государства. В отличие от западных цивилизаций, в китайской культуре дракон – это не крово-

жадное существо, а защитник и друг. Воплощая в себе мудрость, богатство и силу, красный дракон в Китае символизирует саму жизнь и могущество государства. В связи с этим увидеть дракона в Китае можно практически на каждом шагу.

На этом палитра стереотипов о Китае не заканчивается. Китайская Народная Республика, безусловно, кардинально отличается от большинства государств современности. Богатое историческое прошлое, специфический менталитет, тысячелетние традиции и культура, а также многовековой опыт самоизоляции и автономии способствуют как сохранению китайской идентичности, так и возникновению многих стереотипов и предрассудков в отношении этой нации. Как уже упоминалось, некоторые стереотипы можно отнести к явно гиперболизированным, некоторые – к частично правдивым. Так, стоит отметить, что ввиду большой разницы в понятии «нормы культуры» Китая с другими государствами, при взаимодействии с представителями этого государства специалистам и коммуникантам следует быть хорошо эрудированными, эмоционально устойчивыми. Также необходимо обладать высоким уровнем развития межкультурной чувствительности.

Стереотипы о Великобритании и английском народе:

Национальная культура англичан представляет собой совершенно иное явление, нежели культура Китая. Несмотря на историческую приверженность Великобритании к автономии, самостоятельности и независимости, что несколько схоже с историческим путем Китая, английский национальный характер если не абсолютно, то в большей степени противопоставлен китайскому. В первую очередь это обусловлено принадлежностью Великобритании к странам Запада, которые по многим аспектам могут быть противопоставлены странам Востока.

Национальный характер англичан представляет собой уникальную и самобытную структуру, во многом различающуюся с культурами других европейских стран и народов. Так, большинство исследователей в отношении национального английского выделяют следующие черты: консерватизм, гордость, деловитость, приоритетное отношение к материальному, нежели к духовному, приверженность к своим традициям, недоверие к чужому и иностранному, сдержанность.

Эти и другие черты и формируют представления британцев о мире, их отношении к окружающим, посторонним явлениям. Своей главной и неотъемлемой чертой англичане считают самообладание, которое воспринимают как основное достоинство характера человека. Так, в качестве скрытого девиза английской нации можно выделить выражение «Умей держать себя в руках», которое наилучшим образом характеризует модель поведения британцев, поскольку для них человек тем достойнее, чем лучше способен контролировать себя. Характерным является высказывание известного британского актёра Майкла Кейна, который дал следующую оценку своему народу: «*English people are always known to be well mannered and cold but we are not cold - we don't interfere in your situation. If we are heartbroken, we don't scream in your face with tears - we go home and cry on our own*» [13].

Эту детерминирующую действия англичан черту воспитывают в них с раннего возраста. Подсознательно представители английской нации убеждены, что родителям лучше следует быть строгими, нежели мягкими, в отношении своих детей, поскольку они уверены, что излишнее проявление родительской любви к ребенку лишь испортит его и нанесет вред еще не окрепшему характеру. Таким образом, жесткая дисциплина и «внутренний стержень» воспитываются в англичанах с малых лет, что, несомненно,

оказывает колоссальное воздействие на поведение этих детей в будущем, когда они станут зрелыми людьми. Такое отношение к жизни сформировало тот самый английский менталитет и национальный характер, порождениями которых являются множественные, известные всему миру стереотипы о британцах.

В ходе нашего исследования мы выявили следующие стереотипы о британцах:

1. *«англичане исключительно вежливы и незмоциональны»:*

Данный стереотип является наиболее близким к истине, поскольку полностью основывается на национальном характере англичан. Британцы исключительно вежливы, в чем можно убедиться при наблюдении их разговоров с другими людьми, поскольку редкий представитель Великобритании позволит себе нагрубить в беседе, особенно с малознакомым человеком. Но вежливость и их хорошие манеры важны для самих англичан вовсе не потому, что это приятно их собеседникам. Такое поведение обусловлено незримыми правилами английского общества, согласно которым порядочному англичанину не стоит открыто выражать свои чувства и эмоции, а также вести себя так, как ему заблагорассудится. Именно поэтому они также считают открытое, порой раскованное, эмоциональное поведение признаком невоспитанности, что заставляет их превратно судить о многих иностранцах, для которых подобное поведение является таким же приемлемым, как сдержанность для самих британцев. В связи с этим многие принимают такую шаблонную вежливость англичан за их истинное лицо, вовсе не подозревая, что она является лишь стандартной маской, за которой скрыто истинное, часто неспокойное душевное состояние представителя английской нации. Но вежливость британцев порой подвергается насмешкам даже со стороны их самих.

2. *«англичане очень законопослушны»:*

Этот верно описывающий британскую нацию стереотип вытекает из уже упомянутого самообладания, которое порождает обостренное чувство справедливости и благоразумия, что сейчас уже стало неотъемлемой чертой как британского менталитета, так и их образа жизни. Тем не менее, британцы иногда грешат ироничными замечаниями и шутками в сторону закона и власти. В качестве примера можно привести английскую шутку: *«Don't steal, don't lie and don't cheat. The government hates competition»* - *«Не воруй, не лги и не обманывай. Правительство не любит конкуренцию»* [14].

3. *«англичане консервативны»:*

Эта общеизвестная английская черта уже стала как стереотипным, так и догматичным явлением, описывающим британскую нацию. В основном, это связано с «островным менталитетом» Великобритании, всегда существовавшей изолированно от других европейских государств. Англичане в виду своей действительно консервативной природы всегда предпочитали и будут предпочитать стабильность спонтанности. Такая черта вызывает непонимание иностранцами этого народа, что придало данному стереотипу негативную окраску. Но на самом деле англичане просто склонны к иному темпу и распорядку собственной жизни. Желая привносить в собственную жизнь как можно меньше спонтанных элементов, англичане стараются планировать каждое свое действие, отдавая предпочтение спокойному, стабильному, размеренному образу жизни. Но консерватизм британцев вовсе не означает полный отказ от всего нового. Так, будучи, как и все люди, любознательными, они охотно знакомятся с чем-то новым, хотя предпочтение всегда будут отдавать уже известному – своим традициям, обычаям и культурным особенностям старому, что позволяет им сохранить свою национальную идентичность и индивидуальность.

4. *«англичане так сильно любят чай, что пьют его по расписанию»:*

Этот стереотип является чуть ли не самым распространенным об англичанах во всем мире. Такой стереотип продиктован прежде всего литературным и историческим влиянием, поскольку распространился в мире именно благодаря художественным произведениям английской литературы. Но старинная английская традиция чайных церемоний и «*five o'clock tea*» уже во многом переросла в их культурное наследие и ушла в прошлое, оставив за собой этот не во всем правдивый стереотип. Англичане действительно во многом отдают предпочтение чаю вместо кофе, пьют его в основном с молоком, но в настоящее время мало кто из британцев придерживается общеизвестного «чайного распорядка».

5. «англичане любят поговорить о погоде»:

Это едва ли не второй по распространенности стереотип после пристрастия к чаю британцев. Действительно, тема погоды является одной из самых универсальных и нейтральных, а потому и часто затрагиваемых не только в Великобритании, но и во всем мире. Также повышенное внимание к этой теме у британцев вызвано специфическим климатом Великобритании, ввиду которого во многих районах страны в среднем около 100 дней в году являются дождливыми. Английская погода стала стереотипным понятием также благодаря британской классике, так А. К. Дойл в своем «Знаке четырех» писал: «Был сентябрьский вечер, около семи часов. С самого утра стояла отвратительная погода. И сейчас огромный город окутывала плотная пелена тумана, то и дело переходящего в дождь. Мрачные, грязного цвета тучи низко нависли над грязными улицами» [14].

6. «англичане сходят с ума по футболу»:

Поскольку именно Англия является родиной футбола, то, безусловно, любовь англичан к нему сильнее, нежели еще у кого-то. В Великобритании футбол часто

называют «*The beautiful game*» – «красивая игра», что подтверждает особое отношение англичан к данному виду спорта. Для многих британских мужчин футбол является своего рода религией, влияющей на социализацию многих из них, что во многом связано с менталитетом Великобритании, согласно которому, сдержанность и самообладание являются первоочередными атрибутами поведения каждого британца. Футбольные же матчи являются одной из немногих возможностей для англичан выразить свои чувства и эмоции в полной мере, не боясь при этом социальных ограничений и общественного осуждения. Так, данный стереотип можно считать одним из наиболее распространенных, но, тем не менее, весьма обоснованным, правдивым, а также имеющим объективную под собой основу.

На этом стереотипы об англичанах, естественно, не исчерпывают себя. В целом, можно сделать вывод, что многие из них являются в большей степени достоверными и обоснованными, нежели стереотипы о китайской культуре. Это может быть связано с меньшими различиями в менталитетах и культурах Великобритании с другими западными странами и принципиальными различиями с Китаем. Так, стереотипы о британцах являются проявлением её специфического для посторонних людей менталитета.

Проявление стереотипного отношения китайской и британской нации к общечеловеческим ценностям (на примере пословиц и поговорок)

Стереотипное мышление может рассматриваться как на примере конкретных стереотипов в отношении к определенному народу, так и на примере непосредственно языка этого народа, который в той же, если не в большей, степени отражает культурные особенности мышления и менталитета людей. Так, с лингвокультурологической точки зрения особый интерес представляют пословицы, поговор-

ки, фразеологизмы и различные устойчивые выражения, поскольку именно эти языковые единицы прошли сквозь многовековую историю народа и являются продуктом умозаключений и выводов не одного поколения людей, что позволяет сделать вывод об их устойчивости и практичности. Это, в свою очередь, можно считать стереотипным мышлением, поскольку пословицы и поговорки являются устойчивым представлением об определенных явлениях и людях, чем, согласно мнению многих исследователей, и является непосредственно стереотип.

Так, стереотипами могут являться не только общие представления одной нации о другой, направленные на исследуемую группу, но и видение окружения непосредственно этой группой, что уже обладает вектором, направленным из группы.

Анализируя пословицы и поговорки языков двух кардинально различающихся наций, можно сравнить мировоззрение этих народов, выявить их универсалии и уникалии. В качестве наглядного примера будет целесообразно выделить тематические группы пословиц и поговорок, которые касаются общечеловеческих ценностей. В ходе нашего исследования мы выделили такие тематические группы пословиц и поговорок, отражающих отношение к любви, дружбе, к деньгам, к познанию, к труду, к жизни.

1. Отношение к любви:

Любовь издревле воспевалась людьми, и поэтому она воспринимается как самое высокое и светлое чувство абсолютно всеми. В то же время существует множество оттенков отношения к ней. Так, в английском языке немало выражений, характеризующих любовь как главную движущую силу мира, например: «*Love makes the world go round*» - *Любовь движет миром*; «*Love laughs at locksmiths*» - *Любовь смеется над цепями* [14]. В китайской же философии в вопросах любви предпочтительное и главное место отдается судьбе, высшим си-

лам, которые определяют все человеческие отношения, в том числе и любовь: «*有缘千里来相会*» - *Даже тем, кто находится в отдалении друг от друга, судьбой предначертана встреча* [10].

2. Отношение к дружбе:

Такая общечеловеческая ценность как дружба в китайской и английской философии занимает в равной степени значимую позицию, например, как в английском, так и в китайском языках существуют пословицы и устойчивые выражения, которые подчеркивают зыбкость человеческой дружбы, а также сложность поиска истинного и верного друга: «*广交友, 无深交*» - *Друг для всех — друг никому*, «*知音难觅*» - *Верного друга трудно найти* [12]; «*A friend to all is a friend to none*» - *Друг для всех — друг никому*, «*The friend is the man who knows all about you, and still likes you*» - *Друг — это человек, который всё о тебе знает, и все равно тебя любит* [11].

3. Отношение к деньгам:

Отношение к деньгам у жителей Китая и Великобритании во многих аспектах различается, так, для китайского народа деньги, кроме как средство существования, являются еще и предметом многих споров и раздоров между людьми. В китайском языке существует выражение, которое в переводе на русский язык звучит следующим образом: «*Деньги делают людей чужими*» [12]. В английской же культуре, в отличие от китайской, деньги представляют собой главный рычаг воздействия на мир и основное средство получения общественных благ, что доказывает английское выражение «*Money talks*» - *Деньги говорят*, то есть в данном аспекте — *деньги решают всё*. В то же время, в английском языке существует афоризм, который отдаленно соотносится с китайской философией о пагубном воздействии денег на человека: «*Money often unmakes the men who take it*» - *Деньги часто губят тех, кто их наживает* [14].

4. Отношение к познанию:

Стереотипное мышление китайского и британского народов в отношении человеческих знаний, в основном, спорное. В качестве яркого примера можно привести соотношение таких понятий как «старость» и «познание». Так, согласно китайской философии, человек должен развиваться, самосовершенствоваться и получать знания на протяжении всей своей жизни – «活到老，学到老» - *Живи до старости, учись до старости* [12], в то время как в британской культуре позиция прямо противоположная – «*You cannot teach old dogs new tricks*» - *Старых собак новым трюкам не научишь* [11].

5. Отношение к труду:

В отличие от познания, труд, с точки зрения китайской и британской лингвокультуры, является делом, требующим особых усилий и умений. В связи с этим, отношение народов к этому понятию относительно схожее: «*A Jack of all trades is master of none*» - *Джек, который берется за многие ремесла, хорошо не владеет ни одним* [13] / «欲速则不达» - *Если гонишься за быстротой — не достигнешь*, «万事开头难» - *Любое дело начать очень сложно*, «一步一个脚印儿» - *Каждый шаг оставляет след* [12].

6. Отношение к жизни:

Все общечеловеческие ценности выражаются в целом в отношении людей к самой жизни, своему существованию. В этом аспекте стереотипный подход к собственной жизни и культуре проявляется в большей степени, что позволяет замечать яркие особенности лингвокультурологических особенностей двух наций. Так, и в китайском, и в английском языках внимание акцентируется на ценности и редкости достойных людей, полностью отдающих своему делу, например: «千军易得，一将难求» - *Легко найти тысячу солдат, но трудно найти хорошего генерала* / «*A volunteer is worth twenty pressed men*» - *Один доброволец стоит двадцати принужденных*. Также одинакова позиция британцев и китайцев относительно силы

единства людей, например: «人心齐，泰山移» - *Если люди сплотятся, то и гору Тайшань передвинут* / «*No man is an island*» - *Человек — не остров*. В то же время, общее отношение представителей этих двух народов к жизни разнится. Так, китайская философия и культура агитирует человека не упускать всякого рода возможности и жизненные шансы, в то время как британский менталитет склонен к расчетливости и сомнениям, например: «不作死就不会死» - *Не делай, не помрешь*, «机不可失，时不再来» - *Не упускай шанс, ведь вряд ли появится другой* / «*It's better to be safe than sorry*» - *Лучше быть осторожным, чем сожалеть*. В качестве универсальной, можно выделить парадигму «золотого правила морали», которая одинакова для большинства культур мира. Так, в китайском и английском языках существуют свои традиционные аналоги русской поговорки «Что посеешь, то и пожнешь»: «种瓜得瓜，种豆得豆» - *Посадишь дыню — получишь дыню, посадишь бобы — получишь бобы*; «*He that mischief hatches mischief catches*» - *Кто вынашивает зло, зло и получает* [14].

Выводы

Таким образом, стереотипы прочно укоренились в человеческом сознании. Общество производит и придерживается их уже на бессознательном уровне, порой даже не замечая этого. Тем не менее, стереотипы могут быть направлены как в группу, так и из нее.

Направленные на какую-либо социальную группу (в частности: народ или нацию) стереотипы могут отличаться характером своей объективности. Так, одни стереотипы являются лишь обобщенным представлением о культуре и народе, другие – гиперболизированными частными особенностями культуры этого народа, а некоторые могут стать продуктом невежества и культурного шока представителей другой нации. Те стерео-

типы, которые направлены из группы на окружающий мир, на его явления, а не на других индивидов, являются в большей степени объективными и «собираемыми» образами представления этим народом окружающей его внешней среды. Такие стереотипы в своем большинстве едины и однообразны для всего населения или всей социальной группы, так как они уже стали частью культуры и языка этих людей.

На основании проведенного исследования, можно сделать вывод, что стереотипы занимают особое место в межкультурной коммуникации и, являясь частью культуры каждого отдельно взятого народа, не должны исключаться из поля зрения в процессе коммуникации.

В процессе исследования рассматривались наиболее популярные стереотипы, касающиеся народов Китая и Великобритании. Было рассмотрено происхождение данных стереотипов, а также их состоятельность и обоснованность. Кроме непосредственно стереотипов, также изучались многие аспекты менталитета, философии и культуры китайского и британского народов, что позволило более ши-

роко раскрыть сущность и почву возникновения этих явлений.

Итак, после проведенной работы, можно сделать вывод, что многие стереотипы являются лишь порождением непонимания и неправильного толкования собеседника в процессе коммуникации. Также существует множество стереотипов, которые по своей природе стали правдивым отражением действительности. Но для более четких и оформленных выводов и заявлений необходимо провести колоссальную работу по выявлению, анализу и характеристике уже не только наиболее часто встречающихся в повседневности стереотипов, но и большинства из них. Также для создания полной картины необходимо в будущем более углубленно изучить проявления стереотипов непосредственно в культуре и в языке. Таким образом, перспективой дальнейшего исследования видится анализ лингвокультурной специфики пословиц, поговорок, афоризмов, фразеологизмов, различных литературных произведений и других памятников национальной культуры изучаемых народов.

Список литературы

1. Белая Е. Н. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ФОРУМ, 2011. 208 с.
2. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 352 с.
3. Го Л. Ментальные стереотипы в межкультурной коммуникации // Язык. Словесность. Культура. 2014. № 4. С. 82-93.
4. Зникина Л.С. Язык и коммуникация: из теории и практики межкультурного общения: учебно-методическое пособие по страноведению и социокультурной коммуникации для студентов гуманитарных специальностей. Кемерово, 2002. 92 с.
5. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: КНОРУС, 2014. 254 с.
6. Струкова М. И. Стереотипы восприятия Японии жителями Китая в контексте современных отношений двух стран // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2007. №6. С. 190-196.
7. Чакалова Э.П. Национальная специфика языковой картины мира // Актуальные проблемы современного языкознания и литературоведения. Краснодар, 2005. С. 385-392.
8. Липпманн У. Общественное мнение. URL: <https://www.rulit.me/books/obshchestvennoe-mnenie-read-388600-32.html> (дата обращения: 17.11.2021).

9. Guinness World Records. URL: <http://www.guinnessworldrecords.com/> (дата обращения: 12.01.2022).
10. Струкова П. Диалекты китайского языка: без шансов, без вариантов. URL: <https://magazeta.com/2017/07/fangyan/> (дата обращения: 17.01.2022).
11. EnglishDom / All you need is love. URL: <https://www.englishdom.com/blog/posloviy-all-you-need-is-love-pogovorki-o-lyubvi-v-anglijskom-yazyke/> (дата обращения: 22.01.2022).
12. StudyChinese.ru. URL: <https://studychinese.ru/articles/4/206/> (дата обращения: 22.12.2021).
13. Lingualeo Blog. URL: <https://corp.lingualeo.com/ru/2016/10/25/12-anglijskih-poslovits/> (дата обращения: 29.12.2021).
14. EnglishDom / ТОП 45 пословиц на английском языке. URL: <https://www.englishdom.com/blog/top-45-poslovic-na-anglijskom-yazyke/> (дата обращения: 23.12.2021).

References

1. Belaia E.N. *Teoria i praktika meshkulturnoi kommunikatsii* [Theory and practice of intercultural communication: a textbook]. Moscow, FORUM Publ., 2011. 208 p.
2. Gruhevitskaia T.G., Popkov V.D., Sadohin A.P. *Osnovi meshkulturnoi kommunikatsii: utebnik dlia vuzov* [Fundamentals of intercultural communication: textbook for universities]. Moscow, Uniti-Dana Publ., 2003. 352 p.
3. Go L. Mentalnie stereotipi v meshkulturnoi kommunikatsii [Mental stereotypes in intercultural communication]. *Iazik. Slovesnost. Kultura = Language. Fame. Culture*, 2014, no. 4, pp. 82-93.
4. Znikina L.S. *Iazik i kommunikatsia: iz teorii i praktiki meshkulturnogo obshenia: uchebno-metodicheskoi posobie po stranovedeniu i sotsiokulturnoi kommunikatsii dlia studentov gumanitarnih spetsialnostei* [Language and communication: from the theory and practice of intercultural communication: an educational and methodological guide on country studies and socio-cultural communication for students of humanities]. Kemerovo, 2002. 92 P.
5. Sadohin A.P. *Vvedenie v teoriu meshkulturnoi kommunikatsii* [Introduction to the theory of intercultural communication]. Moscow, Knorus Publ., 2014. 254 P.
6. Strukova M.I. Stereotipi vospriiatiia Japonii shteliiami Kitaia v kontekste sovremennih otnosheni dvuh stran [Stereotypes of perception of Japan by Chinese residents in the context of modern relations between the two countries]. *Vesnik Nishegorodskogo univesiteta imeni N.I. Lobachevskogo = Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky*, 2007, no. 6, pp. 190-196.
7. Tchakalova E.P. Natsionalnaia spetsifika iazikovoii kartini mira [National specifics of the linguistic picture of the world]. *Aktualnii problemi sivremennogo jazikoznania i literaturovedenia = Actual Problems of Modern Linguistics and Literary Studies*. Krasnodar, 2005, pp. 385-392.
8. Lippmann U. *Obshestvennoe mnenie* [Public opinion]. Available at: <https://www.rulit.me/books/obshchestvennoe-mnenie-read-388600-32.html> (accessed 17.11.2021).
9. Guinness World Records. Available at: <http://www.guinnessworldrecords.com/> (accessed 12.01.2022).
10. Strukova P. Dialekty kitajskogo yazyka: bez shansov, bez variantov [Dialects of the Chinese language: no chances, no options]. Available at: <https://magazeta.com/2017/07/fangyan/> (accessed 17.01.2022).
11. EnglishDom / All you need is love. Available at: <https://www.englishdom.com/blog/posloviy-all-you-need-is-love-pogovorki-o-lyubvi-v-anglijskom-yazyke/> (accessed 22.01.2022).
12. StudyChinese.ru. Available at: <https://studychinese.ru/articles/4/206/> (accessed 22.12.2021).

13. Lingualeo Blog. Available at: <https://corp.lingualeo.com/ru/2016/10/25/12-angliyskih-poslovits/> (accessed 29.12.2021).

14. EnglishDom / TOP 45 poslovic na anglijskom yazyk [TOP 45 proverbs in English]. Available at: <https://www.englishdom.com/blog/top-45-poslovic-na-anglijskom-yazyke> (accessed 23.12.2021).

Информация об авторе / Information about the Author

Ван Ци, ассистент кафедры второго иностранного языка, Национальный исследовательский университет «Белгородский государственный университет», г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: mirmiracle123@yandex.ru

Wang Qi, Assistant of the Department of Second foreign language, National Research University “Belgorod State University”, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: mirmiracle123@yandex.ru