

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт лингвистики и международных коммуникаций
Кафедра «Русский язык как иностранный»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, доцент кафедры
делового иностранного языка
ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»
Л.Н. Лубожева

_____ 2020 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой
русского языка как иностранного

Е.В. Харченко

_____ 2020 г.

**Восприятие образа киногероя китайскими студентами (на
материале художественного фильма «Салют -7»)
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

ЮУрГУ – 45.04.01.2020-190.ВКР

Руководитель
канд. филол. н., доцент

_____ Ю.В. Казакова

«_____» _____ 2020 г.

Автор работы
Студент группы ЛМ-260

_____ Ли Шици

«_____» _____ 2020 г.

Нормоконтролер, преподаватель

_____ М.В. Баранчук

«_____» _____ 2020 г.

Работа защищена

с оценкой _____

«_____» _____ 2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Ли Шици. Восприятие образа киногероя китайскими студентами (на материале художественного фильма «Салют 7»). – Челябинск: ЮУрГУ, ЛМ - 260, 40 с. библиогр. список **38** наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью выявить особенности восприятия образа киногероя китайскими студентами (на материале художественного фильма «Салют 7»). В исследовании рассмотрены теоретические вопросы, связанные с понятиями «восприятие», «кинообраз», «стереотип». В работе в сравнении представлены образы героев-мужчин, закрепленные в сознании китайских и российских студентов. В ВКР описываются стереотипы, отраженные в кинообразах фильма.

Результаты работы могут быть использованы в практике преподавания межкультурной коммуникации.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1. Теоретические основы исследования	8
1.1. Понятие «восприятие»	8
1.2. Понятие «кинообраз»	11
1.3. Понятия «стереотип» и «национальный стереотип».....	13
Вывод по главе 1	18
ГЛАВА 2. Анализ восприятия кинообраза в художественном фильме «Салют – 7»	19
2.1 Анализ анкет на выявление первоначальной предпросмотровой установки.....	20
2.1.1. Ответы китайских респондентов	21
2.1.2 Ответы китайских респондентов	25
2.2. Анализ стереотипов в кинофильме «Салют-7».....	30
Вывод по главе 2	35
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	36
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	37

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования связана с тем, что изучение особенностей восприятия кинообразов вносит вклад в понимание типичных представлений носителей разных культур.

Объект исследования – восприятие образов киногероев.

Предмет исследования – восприятие образов киногероев художественного фильма «Союз – 7».

Цель исследования – выявить своеобразие восприятия образа киногероя китайскими студентами (на материале художественного фильма «Салют 7»).

Основными задачами для реализации этой цели являются

- рассмотреть теоретических понятий «восприятие», «кинообраз», «стереотип»;
- выявить своеобразие стереотипного представления о герое-мужчине у китайских и российских респондентов;
- выявить особенности восприятия кинообразов в художественном фильме «Салют-7».

Методы исследования:

- описательный (при обзоре теоретической литературы);
- сравнительно-сопоставительный метод (при сравнении ответов китайских и российских респондентов);
- анализа (при анализе анкет).

Материал исследования – научная литература (монографии, статьи), художественный фильм, анкеты.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во введении определяются предмет и объект исследования, актуальность, формулируются цели и задачи, решаемые в работе. Указываются методы исследования, раскрывается практическая значимость

работы, характеризуется структура дипломной работы.

В первой главе рассмотрены теоретические основы исследования, описаны понятия «восприятие», «кинообраз», «стереотип».

Во второй главе представлены данные анализа восприятия кинообразов фильма «Салют-7» на основе эксперимента.

В заключении обобщаются результаты исследования.

Практическая значимость работы. Результаты работы могут быть использованы в практике преподавания русского языка как иностранного, а также в курсе межкультурной коммуникации.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Понятие «восприятие»

Среди психических процессов человека, таких, как память, внимание, мышление, восприятие занимает особое место. Его можно назвать основой человеческого познания. Видимый и слышимый мир не входит в человека непосредственно. Для его восприятия необходим психический образ, элементами которого затем «оперируют» другие познавательные процессы. Деятельность человеческого восприятия специально направлена на создание такого образа внешней среды, объективного мира.

С детства мы просто начинали чувствовать мир и все вокруг нас. Мы видели красные яблоки, голубое небо, баскетбол и т.д., а теперь мы постепенно обнаруживаем, что это просто наши ощущения через органы чувств. Конечно, это один из самых простых физических процессов. Ощущение - это не восприятие. Восприятие - это процесс составной, но более сложный, чем ощущение, восприятие целостно и предметно. в их целостности. Возможно, иногда мы не знаем, как их различать. Но сейчас мы знаем, что восприятие, это процесс более сложный, чем ощущение.

А что такое восприятие? Например: если мы держим в руке розу и любуемся ей, вдыхая ее аромат, то такое целостное впечатление от розы будет называться восприятием.

После рождения люди уже имеют способность ощущения, но люди не могут узнать всецело суть этого явления. Результатом возникновения ощущения становится какое-то чувство, например, ощущение равновесия, яркости, сочности, вкусности. Восприятие же формирует определенный образ, состоящий из комплекса различных ощущений, тесно переплетенных между собой, поэтому восприятие, это не только сумма ощущений. Сюда также входят наши индивидуальные знания и представления о мире. Данный феномен тесно связан с другими процессами: памятью, мышлением, речью, мотивационной сферой и вниманием. Причем чтобы этот образ сложился в

наиболее полном ключе, требуется взаимодействие с ним, его изучение, исследование. Восприятие связано с осмыслением, обдумыванием, осознанием, синтезом и анализом признаков материального объекта, находящегося перед нами. В итоге мы комбинируем отдельные воспринимаемые детали в одно целое, что в итоге служит источником нашего личного жизненного опыта. Участвуя в восприятии, наше сознание на основе памяти и мышления приписывает некому образу целый комплекс ощущений.

Например: когда зрители сидят в кинотеатре и смотрят кино, зрители устанавливают связь с кино. Это процесс художественного восприятия. В процессе художественной коммуникации на первый план выходят такие основные понятия как: художественный образ и символ, которые передаются с экранов к зрителю, тем самым выступают в качестве связующего звена в процессе художественной коммуникации. Образ – это некоторая реальность, которая формируется в сознании человека во время просмотра кинофильма. Поэтому образ представляется в виде определенной реальности в восприятии зрителя и предстает в полной мере при формировании художественно-логического ряда кинофильма в восприятии зрителя. Эстетическое понимание художественного образа формируется из практического опыта и ассоциативного ряда, который возникает у зрителя.

Восприятие текста входит в область изучения психолингвистики. Психолингвистика – это наука, образовавшаяся на стыке двух смежных дисциплин: лингвистики и психологии, вследствие этого она использует теоретические и эмпирические методы обеих наук для исследования мыслительных процессов, лежащих в основе овладения.

В область, исследования психолингвистики входят проблемы языка и мышления, теории речевой деятельности, порождения и восприятия речи, восприятия текста. С точки зрения психолингвистики, текст - это воплощение коммуникативно-познавательного намерения автора, иерархия содержательно-смысловых блоков. Психолингвистика исследует взаимодействие индивидуума (читателя, слушателя, зрителя) с текстом как

формой языка.

Т.М. Дридзе отмечает, что текст – это «воплощение коммуникативно-познавательного намерения автора, иерархия содержательно-смысловых блоков». [5, с. 82].

О.С. Зорькина отмечает, что «индивид в процессе восприятия текста может получить собственную проекцию, отличающуюся как от проекций текстов других реципиентов, так и от авторского сообщения. Исследователь объясняет данный феномен рядом психологических причин: проявления мотивационной, когнитивной и эмоциональной сфер личности (мотивы и цели, которые побудили человека обратиться к данному тексту; эмоциональный настрой в момент восприятия текста; степень концентрации внимания на воспринимаемой информации и т. д.)» [8, С. 205–210].

В нашем исследовании рассматривается кинотекст, представленный художественным фильмом «Салют – 7» (2017, режиссер Клим Шипенко). Вслед за Г.Г. Слышкиным и М.А. Ефремовой к кинотексту мы относим связное, цельное и завершённое сообщение, выраженное при помощи вербальных и невербальных знаков, организованное в соответствии с замыслом автора при помощи кинематографических кодов, зафиксированное на материальном носителе и предназначенное для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия зрителями [30]. Кинотекст обладает качествами, которые позволяют определить его как текст не только в широком семиотическом (как знаковый комплекс), но и в узком лингвистическом (как совокупность высказываний) смысле [9, 30]. Как и любой другой текст, кинотекст является культурным феноменом, а значит, в нём проявляются особенности культуры, в рамках которой он был создан. Это предположение позволяет нам выявить особенности восприятия кинотекста и образов киногероев.

1.2. Понятие «кинообраз»

Кино – по сей день, все время движется вперёд, оно является искусством, которое объединяет живопись, литературу и фотографию. К тому же, кино – синтетический вид искусства, объединяющий театр, живопись, хореографию, музыку и многие другие виды искусств.

Общеизвестно, что любое изображение является знаком, имеющим значение и передающим информацию. Согласно Ю. М. Лотману, знаки делятся на условные и изобразительные: условные, когда между выражением и содержанием связь практически не мотивирована, например, слово; изобразительные (канонические), когда между выражением и содержанием связь очевидна и трактуется однозначно.

Образ – это некоторая реальность, которая формируется в сознании человека во время просмотра кинофильма. Поэтому образ представляется в виде определенной реальности в восприятии зрителя и предстает в полной мере при формировании художественно-логического ряда кинофильма в восприятии зрителя. Эстетическое понимание художественного образа формируется из практического опыта и ассоциативного ряда, который возникает у зрителя.

Однако при рассмотрении образов на экране, реципиент понимает их как воспроизводящие предметы реального мира. В этом случае между образом и предметом возникают семантические отношения. Одновременно кинообразы приобретают новые метафорические, метонимические, символические и другие значения посредством монтажа, скорости кадров, игры планами, освещением и других кинематографических приемов. Конечно, кинообраз должен быть неразрывно связан с ними.

Кинообраз является неотъемлемой частью фильма, поэтому кинообраз чрезвычайно важно изучать. По мнению В. Конецкой, кинообраз – это «единица, специфическая для кино, не имеющая аналога в вербальной коммуникации». Кинообраз – это образ героя кинофильма, созданный актёром (актрисой). Кинообраз – это фундаментальная, основная составляющая

любого кинематографического произведения. Кинообразы могут увлекать всех зрителей и могут помогать зрителям понять особенную внешность или характер каждого образа и узнавать причины и последствия того, что происходит в кино.

Как своего рода «говорение», кинообраз имеет ту же цель, навыки выражения и эффект выражения, что и любое «говорение» человека. Из этого можно сделать вывод, что изображенное мышление является важной частью мышления человека и составляет наиболее активную часть творческого мышления. Человеческие мышления очень сложно, иногда то, что можно увидеть только глазами, не полностью или почувствуй через сердце, в конце концов возможно понимать смысл каждого кинообраза.

Кинообразы передают информацию о персонажах фильма и социальных ценностях своим уникальным способом, ещё важнее, по В. Конечкой, могут служить определенным стереотипом поведения и оценки людей, в чем заключается их социальная значимость [18, с. 93]. Каждый кинообраз играет важную роль в каждом фильме, кинообразы способствуют развитию сюжета, они составляют целый замечательный фильм вместе с другими элементами фильма. Так, например, в нашем исследовании киногероем фильма «Салют-7» является Федоров, который олицетворяет собой образ смелого советского космонавта.

Для кинематографа важной задачей является реалистичная передача пространственно-временных аспектов действительности. Передача пространства и времени в кино это две основные составляющие успеха любого фильма вне зависимости от жанровой принадлежности. Для пространства и времени в кинофильме важны следующие характеристики: место и время действия, попутно происходящие события, характер героев и их типаж, эстетические акценты, историческая ситуация, событийный ряд, быт, нравы [7, с. 240].

1.3. Понятия «стереотип» и «национальный стереотип»

Предпосылка формирования стереотипов состоит в необходимости обобщения информации об окружающих нас людях. Следуя стереотипу, мы упрощаем картину мира, делаем ее более понятной. Поэтому использование стереотипов — целесообразная стратегия социального познания. Проблемы возникают тогда, когда стереотипы оказываются чрезмерно обобщенными или неверными.

Понятие «стереотип» в общественно-политический западный дискурс вошло с лёгкой руки Уолтера Липпмана, которое он применил в описании своей оригинальной концепции общественного мнения в 1922 г.

Согласно Липпману, стереотипы социально классифицируются по полу, расе, возрасту или профессии и, таким образом, формируют фиксированное впечатление о конкретном типе человека. Возможно вывести следующее определение: стереотип — это принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте. Система стереотипов представляет собой социальную реальность. Взаимодействие между партнерами как в рамках своей культуры, так и в межкультурной коммуникации строится в основном на знании стереотипов. Стереотипы имеют разнообразную сферу своего бытования и оказывают как позитивное, так и негативное влияние на реализацию межкультурного общения. Стереотипы могут действовать как на сознательном, так и на неосознаваемом уровне. Например, негативные суждения по отношению к национальным и расовым меньшинствам, как правило, являются социально неодобряемыми, и на сознательном уровне стереотипы превосходства рас и наций не выражены. Положительным является то, что стереотипы минимизируют усилия по обработке информации, поступающей из внеязыковой реальности, поскольку стереотипы – суть генерализации опыта познания мира человеком. До 1970–х годов ученые уделяли больше внимания стереотипам с точки зрения результатов, были обеспокоены негативным

воздействием, которое они оказывали при принятии неправильных социальных суждений, и больше связывали их с социальными вопросами, такими как предрассудки и несправедливость. Однако стереотипы не являются синонимами предрассудков и не всегда ошибочны. Это когнитивная структура, которая включает в себя множество компонентов, таких как знания, идеи и ожидания, и постоянно корректируется и изменяется в процессе установления индивидуальных и социальных категорий.

Стереотипы - это стабильно повторяющиеся цепочки (шаблоны, паттерны) мыслей, чувств и поступков. Стереотипы - это привычные нам способы воспринимать и реагировать на ситуации. В каком-то смысле, это наш способ думать, смотреть и реагировать на мир.

Стереотипы влияют на восприятие людей. Это привычные, упрощенные представления о других группах людей, о которых мы располагаем скудной информацией. Стереотипы редко бывают плодом личного опыта, чаще мы их приобретаем от той группы, к которой принадлежим, от родителей, учителей, от средств массовой информации. Они стираются, если люди разных групп начинают тесно взаимодействовать, узнавать больше друг о друге, добиваться общих целей. Влияют на нас и предубеждения – это эмоциональная оценка каких-либо людей как хороших или плохих, даже если мы не знаем ни их самих, ни мотивов их поступков.

Связь между восприятием и стереотипом близка, и процесс восприятия иногда может быть мгновенным. Как только стереотип сформирован, его трудно изменить, потому что, люди часто понимают что-то только поверхностно, что-то более всестороннее может быть неизвестно. Поэтому, когда люди узнают событие или человека, они могут быстро сделать вывод, соответствующий их собственному познанию, поэтому этот процесс происходит быстро, потому что у них нет больше информации, чтобы поддерживать формирование заключения.

Разделение видов стереотипов на самом деле является сложным процессом. Существует несколько типов, например: индивидуальный стереотип,

социальные стереотипы или культурные стереотипы и т.д. Социальные стереотипы также включает более богатые типы, например: национальный стереотип, гендерный стереотип, политический стереотип или профессиональные стереотипы и т.д.

Рассмотрим стереотип как элемент национальной культуры. Нет единого заключения о точной концепции национальных стереотипов. Стереотип специфичен для нации и является национальным стереотипом.

«Национальный стереотип относится к обобщению признаков черты нации» (З Бригам, 1971). Национальный стереотип является одним из социальных стереотипов, который относится к относительно простым, общим и фиксированным взглядам людей на конкретные этнические группы или их членов. Как особая социальная позиция, содержание национальных стереотипов является специфическим, часто это признание и описание стабильности национального характера и внешнего поведения определенной нации, это субъективное резюме основных характеристик нации.

Национальный стереотип — это обобщенно-типичные представления одного народа о другом или о самом себе, это схематизированный образ представителя какой-либо этнической общности, являющийся обычно упрощенным, иногда односторонним или неточным (искаженным) знанием о психологических особенностях и поведении людей другой национальности. Национальный стереотип относится к национальной группе или нации в целом и предполагает наличие определенных черт у всех ее представителей. Психологи давно исследуют причины, благодаря которым формируются этнические стереотипы. Их довольно много и далеко не все они безобидны. Приедем пример национальных стереотипов:

- все китайцы и немцы отчаянные трудоголики;
- все русские носят шапки ушанки, постоянно играют на балалайке и пьют водку;
- выходцы из средней Азии безграмотные и готовые работать за еду люди;

- все американцы улыбочивые, мечтающие захватить вселенную;
- все англичане — высокомерные снобы;
- все итальянцы — сангвиники;
- все французы — галантные Д.Артаньяны.

Самые популярные в России стереотипы — это гендерные роли, как в семье, так и на профессиональном поприще. Они настолько устойчивы.

Для людей консервативного склада ума, в особенности тех, чьи представления о жизни давно сформировались — все те, кто находятся вне устойчивой модели мировоззренческой системы — непонятны и чужеродны. Хуже того, идеальная почва для конфликтов — это миграционные процессы в обществе. Чужаки, да еще на собственной территории — многих людей это заметно раздражает. Таким образом, данные индивиды имеют только два пути построить отношения с чужаками: либо признать их равными, а то и превосходящими по возможностям конкурентами либо всячески дискриминировать вызывающий раздражение объект по отличительному и обязательно несвойственному дискриминатору признаку. Соответственно, стереотипы и дискриминация — довольно часто сопутствуют друг другу.

Стереотипы национального поведения позволяют ускорить процесс познания окружающей действительности и принятия решений. С их помощью осуществляется типологизация ситуаций и выбор ответных реакций. Знание стереотипов национального поведения дает возможность прогнозировать действия, реакции индивидов, принадлежащих к конкретной этнической группе, общности. Вместе с тем реакция в соответствии со стереотипами национального поведения может стать мало эффективной в условиях неоднозначности и усложненности ситуации, что ведет к деформации процесса межличностного взаимодействия, усугублению возникшего непонимания в ходе общения между индивидами. Таким образом, стереотипы, являясь определенными убеждениями «привычными знаниями» людей относительно качеств и черт характера других индивидов, а также событий, явлений, вещей, играют важную роль в процессе

межкультурных контактов.

Национальные стереотипы влияют на национальную идентичность личности и даже на чувство собственного достоинства личности. Этническая идентичность делится на положительную и отрицательную. Позитивная идентификация заставит членов нации позитивно и гордо смотреть на свою нацию, позитивная национальная идентичность позволит национальным членам активно защищать свои национальные интересы, позитивный взгляд на язык, культуру, религию, обычаи своего народа, поэтому, некоторые патриотические фильмы легко могут пробудить чувство национальной идентичности у людей. Если персонажи фильма явно соответствуют своим ценностям, то эмоции зрителей будут мобилизованы. Фильм, безусловно, один из лучших способов продвижения национального духа.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. Восприятие текста входит в область изучения психолингвистики. В процессе восприятия текста/кинотекста индивид получает «собственную проекцию», которая может отличаться от проекций текстов других реципиентов и от авторского сообщения.
2. Кинообраз – это душа фильма, у зрителей есть собственный набор критериев для оценки кинообраза. Будь то герой или антигерой.
3. Стереотип – это когнитивная структура, которая включает в себя множество компонентов, таких как знания, идеи и ожидания, и постоянно корректируется и изменяется в процессе установления индивидуальных и социальных категорий.
4. Национальный стереотип — это обобщенно-типичные представления одного народа о другом или о самом себе, это схематизированный образ представителя какой-либо этнической общности, являющийся обычно упрощенным, иногда односторонним или неточным (искаженным) знанием о психологических особенностях и поведении людей другой национальности.
5. При анализе стереотипов в литературных и кинопроизведениях, некоторые очевидные культурные стереотипы можно легко найти, например, в конкретных ситуационных диалогах или национальных обычаях. Но стереотипы, скрытые на более глубоких уровнях, требуют от нас их анализа с помощью научных методов.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ КИНООБРАЗА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ФИЛЬМЕ «САЛЮТ – 7»

Для анализа мы выбрали художественный фильм «Салют-7» режиссера Клима Шипенко (2017 г).

Сюжет фильма разворачивается в 1985 году. На советской космической станции «Салют-7» случилась авария, в результате которой конструкция сходит с орбиты и грозит обрушиться на Землю. Связь с «Салютом» установить не получается, и начальник Центра управления полетами (Александр Самойленко) решает отправить космонавтов на сложнейшее задание — пристыковаться к вращающейся на бешеной скорости станции и выявить причины поломки. Сделать это надо как можно скорее, поскольку американцы уже готовят свой шаттл, чтобы перехватить «Салют». Опытный пилот Владимир Федоров (Владимир Вдовиченков) и инженер Виктор Алехин (Павел Деревянко) отправляются совершать подвиг во имя советской космонавтики.

Этот фильм имеет реальную основу - самый сложный полет в истории космонавтики. Советским космонавтам Джанибекову и Савиных пришлось стыковаться со станцией в ручном режиме, а затем восстанавливать работоспособность космического корабля.

Создатели картины опирались на автобиографическую книгу Виктора Савиных «Записки с мертвой станции». Так как главные действующие лица, хотя и списаны с реальных космонавтов, все-таки имеют вымышленные элементы биографии, их имена решили изменить. Так, Владимир Джанибеков в картине стал Владимиром Федоровым, а Виктор Савиных в фильме сменил фамилию на Алехин.

Актер Вдовиченков признался, что старался искренне показать всю сложность работы космонавтов и те душевные переживания, которые связаны с вопросами верности семье или карьере. "Мне бы хотелось, чтобы наши космонавты, посмотрев картину, сказали: "Какие мы, оказывается, крутые парни". А ведь они те, в честь кого в нашей стране называли и называют

детей. Эти люди — настоящие герои", — сказал актер.

Оба космонавта и их вдохновитель Сергей Королев были готовы пожертвовать всем ради престижа родины. Они совершали невозможное ради выполнения невероятной задачи.

Огромная космическая держава в разгар Холодной войны теряет связь со своим главным козырем в противостоянии с США – орбитальную станцию "Салют-7" – таково исходное событие картины.

С целью анализа восприятия кинообраза нами был проведен опрос респондентов перед и после просмотра кинофильма. В качестве испытуемых в нашем эксперименте участвовали 20 китайских и 20 русских студентов-филологов, обучающихся в Институте лингвистики и международных коммуникаций Южно-Уральского государственного университета, уровень владения русским языком как иностранным у китайских студентов – не ниже В1+.

5.1. Анализ анкет на выявление первоначальной предпросмотровой установки

Испытуемым были предложены вопросы для выявления восприятия кинообразов (на материале художественно фильма «Салют-7»). Ответы испытуемых фиксировались в письменном виде. Отвечать можно было как на русском, так и на китайском языке.

Для выявления первоначальной установки, предшествующей знакомству с фильмом была составлена анкеты со следующими вопросами:

1. Из какой Вы страны?
2. Назовите героические профессии.
3. Опишите внешность мужчины-героя.
4. Опишите характер мужчины-героя.

Ниже приведены ответы китайских и российских респондентов и анализ полученного материала.

5.1.1. Ответы китайских респондентов

Таблица 1

Сводка ответов на вопросы китайских студентов

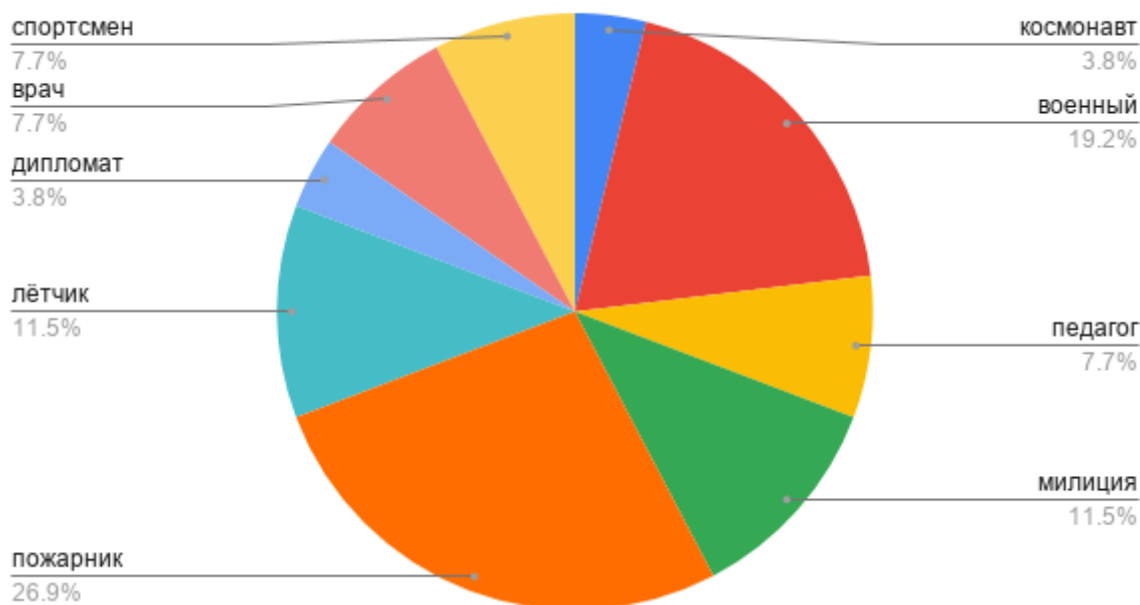
Номер	Героические профессии 说出英雄的职业	Внешность мужчины-героя 描述男性英雄的外貌	Характер мужчины-героя 描述男性英雄的性格
1	космонавт	высокий рост	смелый
2	военный, пожарник милиционер, врач	широкие лица , мечевидные брови	спокойный и скромный
3	педагог	глаза яркие	ответственный
4	милиция	сильный	справедливый
5	военный	цветущее здоровье	смелый
6	пожарник	высокий рост	смелый и добрый
7	милиционер, педагог, пожарник, спортсмен	имеющий правильные черты лица; яркие глаза	сильный и смелый обязательность
8	пожарник	высокий рост, в красном пожарном костюме	не дрогнуть перед смертью, смелый и добрый
9	военный	высокий рост	смелый
10	пожарник	смуглая кожа	сильный и смелый
11	лётчик	высокий рост	смелый
12	лётчик	много морщин на лице	сильный и смелый
13	военный	высокий рост, твёрдый взгляд	несгибаемый и смелый
14	пожарник	в красном пожарном костюме, высокий рост	не дрогнет перед смертью
15	дипломат	в костюме, твёрдый	несгибаемый

		ВЗГЛЯД	
16	пожарник	развитые мускулы высокий рост	смелый
17	военный	высокий рост бронзовый загар	чувство справедливости
18	лётчик	твёрдый взгляд	смелый
19	врач	носит очки	терпеливый
20	спортсмен	развитые мускулы	несгибаемый

Ниже представлен статистический график формирования различных экспериментальных данных:

График 1

Назовите героические профессии

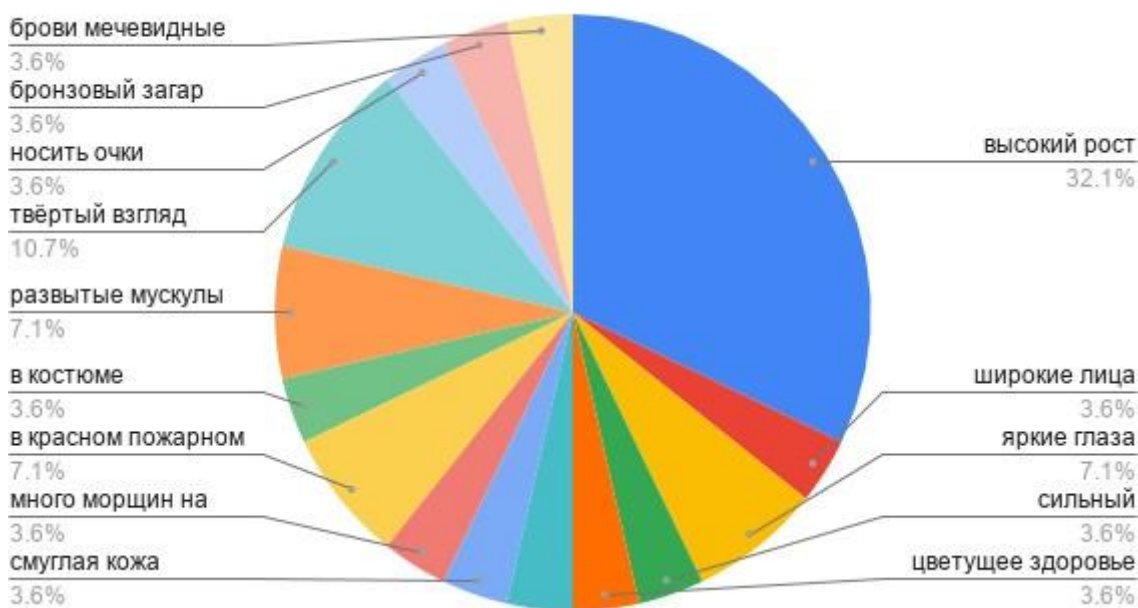


Круглая диаграмма показывает понимание карьеры героя китайскими студентами. Респонденты из Китая относят к героическим профессиям чаще всего пожарных и военных, они составляют 26,9% и 19,2% от общей доли. За этими профессиями следуют лётчик и милиционер – 11,5% и 11,5%.

Очевидно, что все ответы – это профессии, с которыми мы все знакомы. Эти профессии не только необычайны, но и уважаемы и героически. Много людей думают, что эти профессии полезны в критические моменты. Это в основном то, как люди воспринимают эти профессии. Эти профессиональные образы на самом деле стали довольно постоянным когнитивным восприятием.

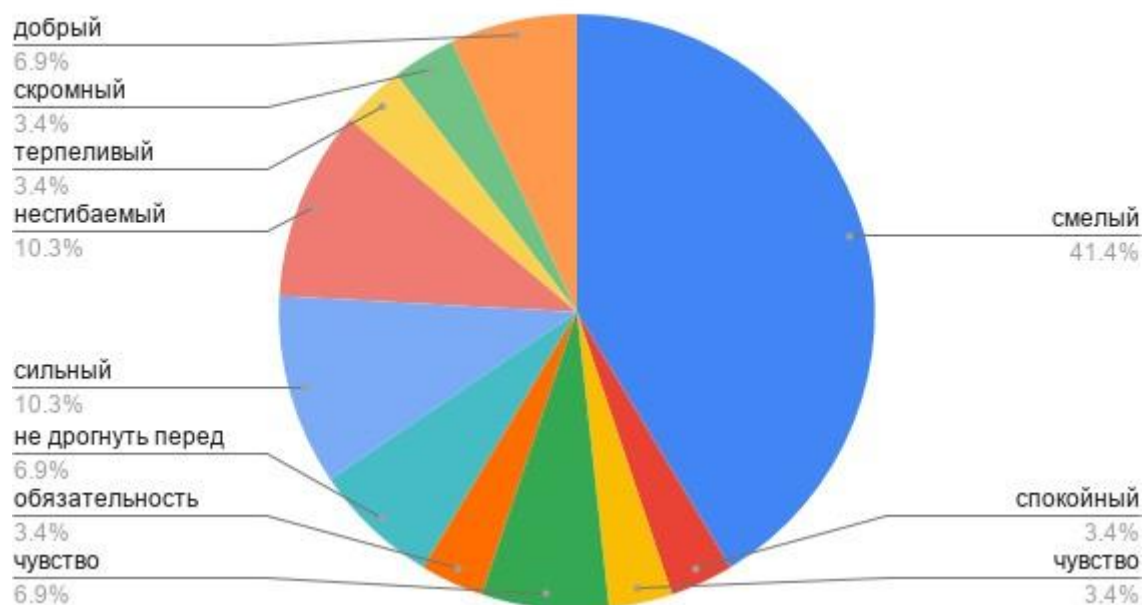
График 2

Опишите внешность мужчины-героя



Большинство китайских студентов считают, что мужчина-герой должен иметь *высокий рост (32,1%), твёрдый взгляд (10,7%), развитые мускулы и яркие (выразительные) глаза*. Также реципиенты указывали на такие черты лица, которые, по их мнению, характеризуют внешность героя: *много морщин на лице, широкое лицо, мечевидные брови, смуглая /загорелая кожа*.

Опишите характер мужчины-героя



Большинство китайских студентов считают, что мужчина-герой должен иметь *смелый, сильный и несгибаемый характер*, они составляют 41,4% и 10,3% от общей доли. Также частотны такие черты характера, как *бесстрашие (не дрогнет перед смертью), ответственность (обязательность) и доброта*.

Воспринимая героические профессии, люди думают, что герои должны быть наделены определенными качествами. Эти особенности наиболее очевидны: высокий рост - эта черта на самом деле является наиболее интуитивным восприятием. Почему некоторые становятся героями? Многие так думают, что если бы не было высоких, сильных тел, возможно, это не делает тебя героем. Это восприятие может быть не полным, но это нерушимая идея для многих людей, поэтому анализируя экспериментальные данные, можно получить выводы: героем быть очень трудно, но если у них есть смелый, храбрый, добрый и сильный характер, им легче справиться с трудностью. Героический образ в фильме также соответствует внутреннему образу и характеристикам героев в сознании большинства людей.

2.2.1. Ответы российских респондентов

Таблица 2

Сводка ответов на вопросы русских студентов

Номер	Героические профессии	Внешность мужчины-героя	Характер мужчины-героя
1	пожарный, хирург	темноволосый, с щетиной, высокий, крепкого телосложения	уверенный, целеустремленный, смелый
2	пожарный, космонавт, сотрудник МЧС, военный, фельдшер	спортивный	смелый, самоотверженный, умный, честный
3	пожарный, космонавт, сотрудник МЧС, военный, фельдшер	высокий, широплечий, спортивный	самоотверженный, смелый, умный, справедливый
4	пожарный	сильный	мужественный, отважный
5	космонавт, летчик-испытатель, доктор	выглядит как Дамир Юсупов	не считает, что он герой, после совершения героического поступка продолжает спокойно работать дальше.
6	врач, летчик, космонавт, военный, ученый, пожарный	взгляд добрый и одновременно мужественный	доводит дела до конца, отзывчивый, трудолюбивый, верный
7	космонавт, пожарный, врач	спортивный, высокий	отважный, добрый, самоотверженный

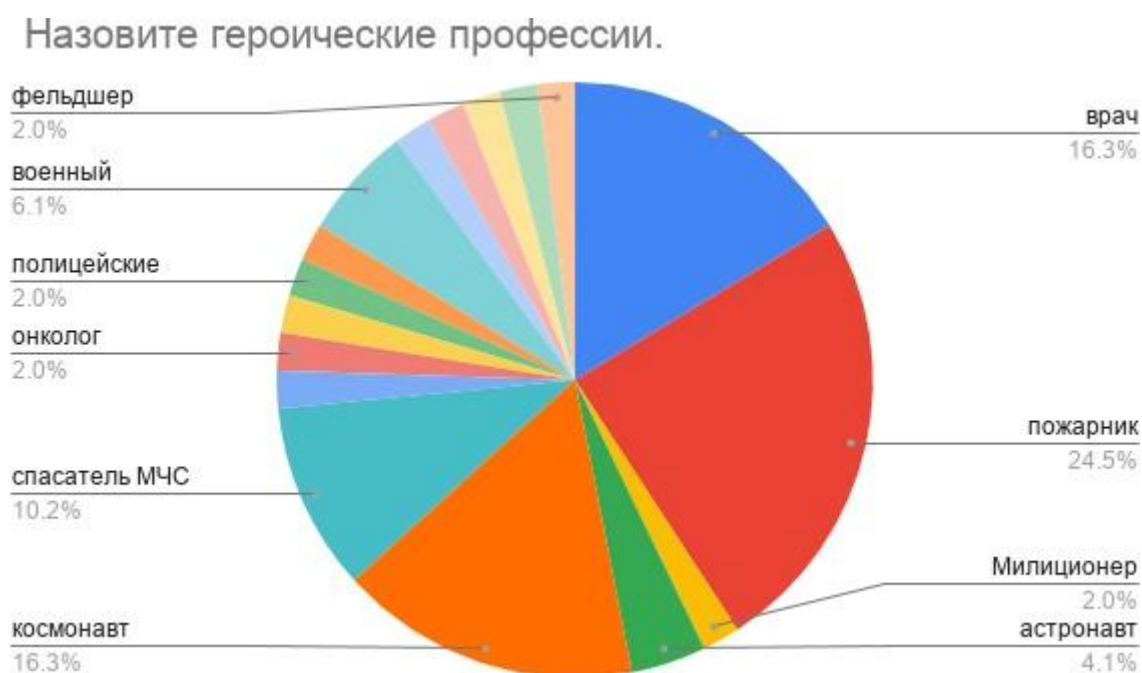
8	космонавт, пожарный, доктор	невысокий, но сильный	ответственный, сильный, трудолюбивый
9	спасатель МЧС	крепкое телосложение, серьезный взгляд	сдержанный, строгий
10	хирург, онколог, спасатель МЧС	какая разница, какой он на внешность	рассудительный, мудрый, смелый
11	МЧС	рост 180, крепкого телосложения, ухоженный внешний вид	отличный семьянин, смелый и добрый человек
12	астронавт	внушительная фигура	смелый, умный
13	космонавты, пожарные, полицейские, работники завода	высокий рост	энтузиазм, смелость, активность, оптимизм смелые, умные когда наступает чрезвычайная ситуация, спокойно решают проблемы, очень ответственны за свои задачи.
14	астронавт	красивый, голубые глаза	сильный, серьёзный, смелый
15	милиционер, врач, космонавт, пожарник	красивая, яркая	смелый, энергичный, сильный, честный
16	пожарники	высокий красавчик	добрый, смелый

17	пожарник	сильный здоровенный	смелый и добрый
18	врач	носить очки	смелый
19	врач	высокий рост	скромный
20	врач, пожарный	неприметный, но с изюминкой во внешности	ответственный, добрый, отзывчивый

Перейдем к подробному анализу данных, представленных в таблице 2.

Рассмотрим, какие профессии российские студенты отнесли к героическим.

График 4

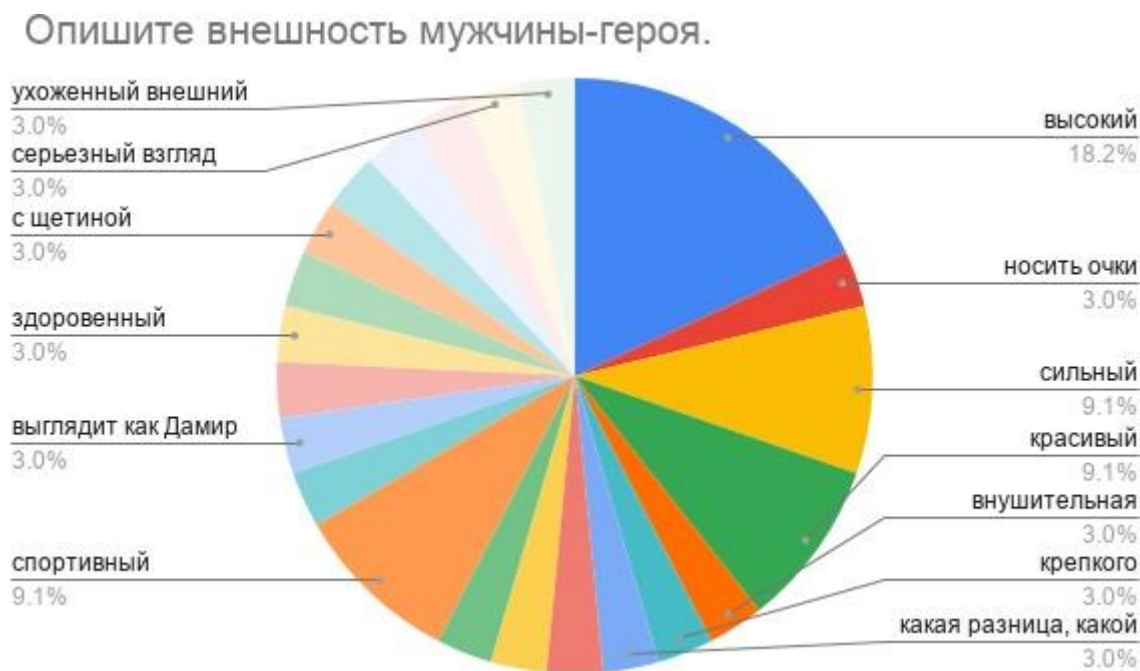


Круглая диаграмма показывает понимание профессии героя российскими студентами. Среди ответов респондентов больше всего *пожарных* (24, 5%), *космонавтов/астронавтов* (20,4%), *врачей* (16,3%) и *спасателей МЧС* (10,2%).

Как видим, много людей думают, что пожарник, космонавт, врач, военный и спасатель МЧС – самые героические профессии. По моему мнению, люди часто смотрят телевизор или читают газеты, поэтому и знают,

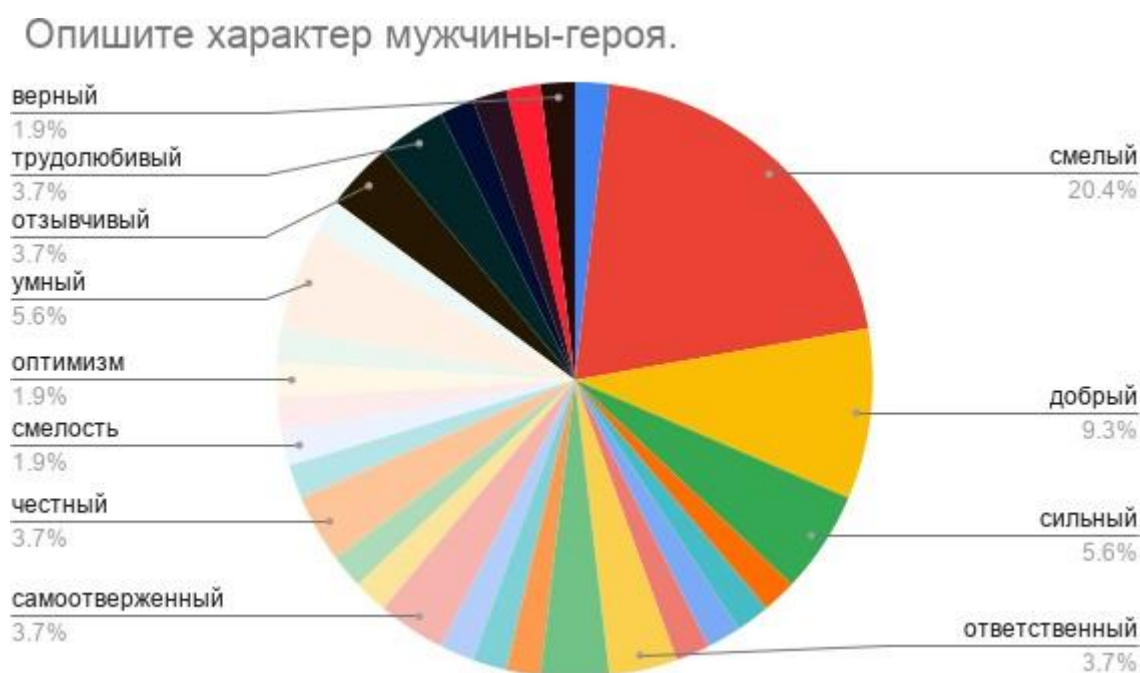
что эти люди, которые занимаются очень специфической работой и берут на себя ответственность и миссию. Например: во время пожара, пожарники всегда идут вперед вперёд в огонь, многие из них погибают от пожара. Этого достаточно, чтобы назвать героем пожарника, спасателя МЧС и т.д. Эти профессии ближе всего к образу героя в сознании людей.

График 5



Большинство российских студентов считают, что герой-мужчина должен иметь *высокий рост (18,2%), спортивное и сильное тело, крепкое телосложение, красивую внешность.*

На самом деле, на основе профессии героя, респонденты ассоциируют внешность героя: *высокий, сильный, красивый и спортивный.* Эти отличительные черты, которые большинство людей признают, свидетельствуют, что в сознании людей сложились определенные образы.



Большинство российских студентов считают, что герой-мужчина должен иметь *смелый* и *добрый характер*, они составляют 22,3% и 9,3% от общей доли. Также к частотным характеристикам отнесены такие черты, как *ум и сила*.

В. Демидова сказала: «Восприятие — это отражение предметов и явлений в совокупности их свойств и частей при непосредственном воздействии их на органы чувств. Оно включает в себя прошлый опыт человека в виде представлений и знаний» [3, с.38]. Таким образом, ответы соответствуют тому, что респонденты имеют в своем жизненном опыте.

Таким образом, ответы китайских и российских студентов показали, что профессии военных, милиционеров/полицейских, пожарных/спасателей МЧС космонавтов и летчиков респонденты относят к героическим.

Китайские и российские респонденты представляют героя высокого роста, спортивного телосложения, китайские студенты подробно описывают лицо (мечевидные брови, яркие глаза, морщины на лице) и выражение взгляда, российские студенты дают общую характеристику *красивый*.

При описании характера все студенты выделили *смелость, силу,*

доброту. Российские студенты часто давали характеристику *умный*.

После просмотра фильма «Салют-7» китайские студенты получили задание описать характер советского/российского мужчины-героя. В результате анализа анкет были выявлены следующие характеристики:

- смелый/доблестный/не боится трудностей/бесстрашный (42%);
- не отступает/ устойчивый/целеустремленный (10%);
- патриот/имеет чувство долга/ защитник национального имиджа России (10%);
- ценит дружбу (6%);
- искренний (6%);
- решительный (6%);
- бескорыстный, сильный, старательный, безрассудный, любит пить (10%).

Сравним данные ответы с ответами, данными до просмотра фильма. Мы видим, что основные качества героя, которые ожидают увидеть зрители, воплощены на экране в образе киногероев-космонавтов.

5.2. Анализ стереотипов в кинофильме «Салют-7»

Для анализа стереотипов мы взяли три кинообраза, которых респонденты назвали героями: космонавтов Федорова и Алехина и руководителя полетов Шубина и один кинообраз антигероя, которого также выделили респонденты: Шумакова. Сопоставив факты сюжета кинофильма, мы выделили стереотипы поведения героев и антигероя.

Скажем отдельно о кинообразе Федорова. Главный герой действительно типичный герой, который обладает четко заданными признаками характера. Кинообраз героя в фильме очень яркий. Федоров - типичный советский космический герой. Несмотря на то, что ему пришлось пройти через испытание отстранением от полетов, стержень героя не меняется, герой может вернуться в строй позже, но никогда не будет отсутствовать. В фильме

есть много моментов, когда изображен расстроенный космонавт, например: один вёл машину, а потом резко свернул, курение в одиночку и др. Когда Федоров сел в космический корабль, герой уже вернулся. Выбор между жизнью и смертью по-прежнему остается между двумя людьми, которые больше показывают оптимизм и храбрость российского народа, когда они пьют водку в космосе. В этот момент все пространство было похоже только на двоих и “соотечественника”, который случайно попал в космос. Это образ героя, который может отгородиться от жизни, столкнувшись лицом к лицу с неизвестным будущим, который является “русскими мужчинами, которые не боятся холода, “русскими героями, которые не боятся смерти.

Таблица 3

Кинообразы, отражающие стереотипы о героях

Герой	Профессия	Факты	Стереотип образа героя
Федоров	космонавт	1. Только Федоров может провести стыковку корабля.	бесстрашный, супер-герой
		2. Федоров выполнил задачу: космический корабль успешно состыкован и станция возобновила работу	профессионал высокого уровня
		6. В сложном моменте, он готов погибнуть и надеялся, что Алёхин может вернуться на Землю.	способность пожертвовать своей жизнью ради другого
Алёхин	Борт-инженер космонавт	1. Ради национальной безопасности и интересов он принял задание, которое	патриотизм

		невозможно было выполнить, хотя его жена беременная.	
		2. Восстановил работу станции	профессионал высокого уровня
		3. В сложном моменте Алёхин и его товарищ вместе стояли перед проблемой до конца и вместе пили водку.	бесстрашие
Шубин	Руководитель полетов	1. Он очень любит космический дело родины. Он работал старательно, чтобы осуществить спасти космического космическую станцию. 2. В сложном моменте он верил в своих коллег и всегда заботился о безопасности космонавтов.	Профессионализм, волевой характер, любовь к своему делу

Таблица 3

Кинообразы, отражающие стереотипы об антигерое

Антигерой	Профессия	Факты	Стереотип
Шумаков	Представитель власти	1. Он заботился только о том, как сохранить секрет страны, не думал о жизни и смерти космонавтов. Он думал, что космонавты	Хладнокровие, бездушие

		должны быть готовы к жертвоприношению в любое время и обязательно подчиняться общим интересам.	представителя власти
--	--	--	----------------------

Данные таблиц показывают, что кинообразы фильма «Салют-7» отражают стереотипы о героях и соответствуют представлениям зрителей о том, каким должен быть герой: смелый, решительный.

Необходимо отметить, что внешне кинообраз космонавтов соответствует представлениям китайских и российских зрителей (спортивное телосложение, твердый взгляд, морщинистое лицо).

Рисунок 1

Кард из фильма «Салют-7». Космонавт Федоров



Многие детали в фильме показывают существование стереотипов. Например, водка помогает космонавтам выжить в холодном отсеке корабля, Российские зрители понимают эту ситуацию как чудесное спасение, в то время как китайские зрители акцентируют внимание на том, что ситуация на корабле опасная, приборы космической станции требуют контроля и ремонта, в этой ситуации странно пить запрещенную в космосе водку. Но советские космонавты пьют водку на космической станции и чинят сложные

механизмы. Режиссер использовал стереотип о водке, но не во вред фильму, а, наоборот, с помощью этого дополнил историю, сделал ее особенной.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. Анализ анкет китайских и российских респондентов показал, что кинообраз космонавта можно отнести к героическим профессиям.

2. По мнению китайских и российских респондентов, героя должен иметь высокий рост, спортивное телосложение, китайские студенты отмечают черты лица (*мечевидные брови, яркие глаза, морщины на лице*) и выражение взгляда, российские студенты дают общую характеристику *красивый*. При описании характера все студенты выделили *смелость, силу, доброту*. Российские студенты часто давали характеристику *умный*.

3. После просмотра фильма «Салют–7» на основе увиденных кинообразов китайские респонденты выделили следующие типичные черты советского мужчины-героя: *смелость, решительность, искренность, патриотизм, ценит дружбу*.

4. Анализ сюжета фильма показал следующие типичные черты кинообразов героев-космонавтов: *бесстрашие, профессионализм, патриотизм*.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стереотипы – это сравнительно фиксированные, обобщённые или общие представления о том, как люди воспринимают определенную категорию людей или вещи. Стереотипы о стране могут в определенной степени упростить процесс познания людей, помочь людям быстро понять некоторые ситуации в стране в эту эпоху информационного взрыва и энергии. Иностранцы могут ответить на вопрос о том, что они знают о России, например: в России всегда холодно, россияне пьют больше всех в мире или Русские люди никогда не улыбаются. На самом деле, все эти взгляды односторонние. Национальные стереотипы влияют на национальную идентичность человека и даже на чувство собственного достоинства.

В ходе исследования мы обнаружили, что ответы в анкетах похожи: российские и китайские респонденты схоже воспринимают кинообраз героя-космонавта.

Конечно, через кинообразы мы можем эффективнее понять другую культуру. Итак, в фильме «Салют-7» продемонстрированы типичные качества русского народа. Мужчины смелые, бесстрашные и энергичные. Женщины красивые и нежные. На самом деле, с точки зрения китайцев, Россия - это страна, похожая на медведя. Русских людей также называют «боевой нацией». Конечно, это стереотип между народами, это также поверхностное понимание китайского народа о российском народе.

В Китае есть такая идиома: «только скользить по верхам», это значит, что только что люди увидели верхушку айсберга и не все. У такой сильной нации тоже есть нежность. Когда космонавт стоял с женой на балконе и смотрел на звезды, это была нежность мужа к его жене. Когда космонавт понял, что домой на Землю может вернуться только один человек, и космонавты пили водку вместе, это была нежность между мужчинами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Базен А. Что такое кино/А. Базен.Сборник статей. М.: Искусство, 1972. 384 с.
2. Белянин В.П. Психологическое литературоведение. Текст как отражение внутренних миров автора и читателя: монография / В.П. Белянин. – М.: Генезис, 2006. – 320 с.
3. Валиев, И.Н. Стереотипы социального взаимодействия. / И. Н.Валиев. – М.:2016. – С.53–55.
4. Дридзе Т.М. Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации): коллективная монография / Т.М. Дридзе, – М.: Наука, 1976. – 263 с.
5. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации (проблемы семиосоциопсихологии) / Т.М. Дридзе. – М.: Наука, 1984. –с. 82.
6. Ерасов Б.С. Социальная культурология. / Б.С.Ерасов - М.: Аспект-Пресс, 2003.
7. Зимняя И.А. Исследование речевого мышления в психолингвистике / И.А. Зимняя. – М.: Наука, 1985. – 240 с.
8. Зорькина О.С. О психолингвистическом подходе к изучению текста / О.С. Зорькина // Язык и культура. – Новосибирск. – 2003. – С. 205-210.
9. Иванова, Е.Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах [Текст] : автореф. дис канд. филол. наук / Е.Б. Иванова. – Волгоград, 2001. – 16 с
- 10.Ионин, Л.Г. Социология культуры: Учебное пособие. / Л.Г.Ионин. – М: 1994. – С.32–49.
- 11.Кравченко А.И. Культурология. / А.И.Кравченко - М.: Академический Проект, 2003. -496с.
- 12.Кравченко А.И. Культурология: Словарь. / А.И.Кравченко - М.:Академический проект, 2004. - 671с.

13. Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. / В. Г. Костомаров - М.: Рус. яз., 1990.
14. Культура и этнос. Учебное пособие для самостоятельной работы студентов / Сост. Л. В. Щеглова, Н. Б. Шипулина, Н. Р. Суродина. – Волгоград: Перемена, 2002.
15. Культурология: Хрестоматия (Сост. проф. П.С. Гуревич) - М.: Гардарики, 2005. - 592 с.
16. Кон, И. Психология предрассудка: Психология национальной нетерпимости. Минск / И. Кон – М.: 1998. – С. 69–81.
17. Колкер Я.М. Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации): коллективная монография / Я.М. Колкер. – М.: Наука, 1976. – 263 с.
18. Конечкая, В.П. Социология коммуникации : [Учебник] / В. П. Конечкая. - М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр. (Братья Карич), 1997. - 302 с.
19. Королева, О. Водка, ушанка, Катюша: какими Запад показывает русских Стереотипы про русских в западных фильмах. / О. Королева. – газета.ru.
20. Кцоева, Г.У. Опыт эмпирического исследования этнических стереотипов / Г.У. Кцоева – М.: Психологический журнал. – 1986. – № 2. – С. 256–287.
21. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – С. 235–236.
22. Лотман Ю. Новизна легенды // Экранный мир Сергея Параджанова. Сборник статей / сост. Ю. Морозов. Киев : Дух і лггера, 2013. С. 192–199. Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин : Ээсти Раа-мат, 1973. 123 с.

23. Нелюбина Ю. А. Кинодискурс, кинотекст и кинообраз: соотношение понятий // STUDIUM JUVENIS: Межвуз. сб. тр. молодых ученых. Вып. 6. Челябинск: СИМАРС, 2013. С. 117–121.
24. Павловская, А.В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации / А.В. Павловская // Вестник МГУ. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 1998. – №1. – С. 94–104.
25. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. Ю.Е. Прохоров - М.: Издательство ЛКИ, 2008.
26. Панченко В.А. Вильгельм фон Гумбольдт. Внутренняя форма языка как отражение самобытности этнической культуры. // Журнал Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.
27. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир - М.: 1995.
28. Сергеева, А.В. Русские. Стереотипы поведения, традиции, ментальность / А.В. Сергеева – М.: 2000. – С. 120–125.
29. Слобин Д. Психолингвистика / Д. Слобин, Дж. Грин; пер с англ. Е.И. Негневицкой; под общ. ред. и с предисл. А.А. Леонтьева. – 4-е изд. – М.: КомКнига, 2006. - 352 с.
30. Слышкин Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. М.: Водолей Publishers, 2004. 153 с.
31. Стернии И.А. Стернина М.А. Очерк американского коммуникативного поведения / Науч. ред. : И.А. Стернии, М.А. Стернина. Воронеж: Истоки, 2001.
32. Тер-Минасова С.Г.. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова – М.: Слово, 2000. С–159.
33. Тарасов Е.Ф. Тенденции развития психолингвистики / Е.Ф. Тарасов. – М.: Наука, 1987. – 168 с.
34. Уорф Б.Л. Отношения норм поведения и мышления к языку / Б.Л. Уорф // Новое в лингвистике. – М., 1960. – Вып. 1.

35. Федоров, А.В. Анализ стереотипов политически ангажированных медиатекстов на занятиях в студенческой аудитории (на примере фильмов Ренни Харлина «Рожденный американцем» (1986) и «Пять дней в августе» (2011) / А.В. Федоров – М.: Дистанционное и виртуальное обучение. – 2012. – № 7. – С.67–74.
36. Шахнарович, А. М. Язык, культура и социализация личности // Национально-культурная специфика речевого общения народов СССР. / А. М. Шахнарович. - М.: Наука, 1982. -С.20.
37. Щеглова Л. В. Философия культуры: Становление и развитие / Л. В. Щеглова, Н. Б. Шипулина, Н. Р. Суродина. - М.: Волгоград: Перемена, 2002.
38. Ягунова Е.В. Вариативность стратегий восприятия звучащего текста (экспериментальное исследование на материале русскоязычных текстов разных функциональных стилей) / Е.В. Ягунова. – Пермь, 2008. – 395 с.