

## РУССКИЙ КАК ЧУЖОЙ В КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ КНР<sup>1</sup>

Якушенкова О. С.

DOI: 10.24411/2500-0225-2018-10025

Якушенкова Олеся Сергеевна, доцент кафедры культурологии, кандидат философских наук, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», 414056, ул. Татищева 20А.  
E-mail: jestersshadow@mail.ru

Статья посвящена анализу образа русского как Чужого в культурном пространстве КНР. Для раскрытия данной темы автор опирается на поисковые запросы, связанные с Россией и русскими в китайской поисковой системе «Baidu». Анализ выполняется с двух ключевых позиций образа Чужого: алиментарности и сексуальности. При анализе алиментарных предпочтений Чужого были выбраны этнические группы и наиболее популярные интернет-запросы, связанные с представлениями об их алиментарных пристрастиях, что дало возможность выделить ряд условных признаков, корреляция между которыми была прослежена с помощью математических методов построения матрицы и статистических расчётов на основе формулы Пирсона. В результате были получены 5 больших моделей, взаимодействующих с друг другом в разной степени. Получившаяся картина продемонстрировала как пренебрежение по отношению к Чужому, который ест несъедобные вещи, так и определенный интерес к его ресурсам. Русские, в данном случае, не сильно отличались от других этносов в представлении китайцев, и не были для них самыми Чужими.

Анализ ключевых запросов, связанных с названиями государств, показал, что чаще всего в связке с Россией ищут видео эротического характера и т.п. В данном случае, русские оказываются наиболее сексуализированной этнической группой/государством в глазах пользователей китайского интернета.

Ключевые слова: Чужой, Воображаемый Чужой, алиментарность, сексуальность, интернет-запросы, Baidu, Китай, модель, матрица, корреляция,

### Введение

Австралийский ученый Бобо Ло, занимавшийся исследованием вопроса русско-китайских отношений, отмечает, что на сегодняшний день они находятся в лучшем состоянии, чем когда бы то ни было в истории. От околовоенной конфронтации середины прошлого столетия они вышли на уровень обещания нового «глобального многополярного порядка», способного преодолеть доминирование

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при поддержке РФФИ 17-33-01069-ОГН «Встреча с Чужим: российский и дальневосточный опыт межкультурной коммуникации».

американской гегемонии, отчего на Западе нередко наблюдается демонизация этой связи (Lo, p. 1).

Изменения, происходившие в обеих странах в 90-е и 2000-е гг. усилили амбивалентность отношений двух стран. С точки зрения автора, для России Китай символизировал «хороший» и «плохой» Восток: одну из великих цивилизаций мира, и в то же время варварство; для Пекина же Россия была в разное время то скупой императорской властью, то покровительственным наставником, то незаменимым помощником. При этом ни в один из исторических периодов отношения эти не были идеальными.

Анализируя алиментарные паттерны имагинативного Чужого в российском дискурсе в нашей предыдущей работе (Алиев & Якушенкова, 2018), мы увидели определенный страх перед китайцами, как этносом, способным к поеданию чего угодно. Российское интернет-пространство пестрит заголовками о китайцах-каннибалах, а при введении слова «китайцы» в поисковой системе «Яндекс» самые популярные запросы звучат как «китайцы на Дальнем Востоке ведут себя как оккупанты» и «китайцы вырубают лес в Сибири».

С точки зрения Бобо Ло, пока в России отмечается определенная синофобия, отношение китайцев к России сочетает в себе прагматизм и цинизм, а русофобия, хоть и имеет место, в целом меркнет перед равнодушием, поскольку Россия воспринимается как поставщик полезных ресурсов, а не угроза безопасности, пока Китай все чаще смотрит на Запад (Lo, p. 3).

### **Методология исследования**

В основе образа Чужого, с точки зрения российского исследователя Якушенкова С.Н., можно выделить три ключевых аспекта: сексуальность (поведенческие аспекты), алиментарность и вестиментарность (внешний облик) (Якушенков & Якушенкова, 2012). Наш анализ образа русского как Чужого в китайском культурном пространстве мы бы хотели выстроить в соответствии с этими категориями. При анализе была продолжена работа, проведенная нами несколько ранее для выявления имагинативных характеристик Чужого в российском культурном пространстве с использованием поисковых систем «Яндекс» и «Гугл». Для анализа алиментарных паттернов использовались статистические методы составления матрицы, в которой соотносятся вычлененные при рассмотрении интернет-запросов пользователей признаки с определенными этносами. В результате применения формулы корреляции по Пирсону были построены таблицы, в которых видны связи между признаками.

## Русский характер глазами китайцев

Для начала обратимся к тому, как воспринимает русский национальный характер китайская наука. Статья Чжо На «Две стороны русского национального характера» (Zhuo Na, 2007) утверждает, что русских нельзя представить без алкоголя, а более половины русского населения, испив вина, начинает лить слезы. И хотя мы готовы сплотиться перед лицом угрозы и пожертвовать собой, чтобы победить врага, в мирное время русские не рвутся выражать патриотичные чувства малыми подвигами.

С точки зрения китайского автора, в русском характере соседствуют щедрость и скупость, которые сильно повлияли на русско-китайские отношения, поскольку в свое время Россия резко разорвала отношения с Китаем<sup>1</sup> (Zhuo Na, с. 56).

В русском характере уживаются противоположности: национальная идеология и индивидуализм, лень и трудолюбие, наглость и почтение. В качестве возможных причин формирования столь странного в бинарных оппозициях характера автор выделяет:

1. Географические условия: Обширные территории приносят много плюсов и много минусов в русский характер, буквально разрывая его на противоборствующие части. Это дает возможность автору сравнить Россию с маятником, перемещающимся от Востоку Западу: она является Востоком для Запада и Западом для Востока, но и в ней самой должны уживаться две эти половины – в этом и есть причина внутренней борьбы.

2. Социальная структура: ведь, с точки зрения автора, Россия 1000 лет была феодальным государством (Zhuo Na, с. 57).

Несколько иной взгляд на русский национальный характер можно найти в статье другого китайского автора, Цзинь Хуэйсинь (Jin Huixin, 2011). Здесь автор не столько пытается выявить пользу русских для КНР, сколько предоставляет способ понимания специфики русского характера. Одним из ключевых событий, определивших особенности развития русской культуры, он называет Крещение Руси, приведшее к значительному влиянию византийской культуры на все стороны русской (от письменности до архитектуры). Самым далеко идущим влиянием византийской культуры на Россию является создание самодержавной идеологии и особой политической структуры. Вместе с христианством русская культура, по мнению автора, наследует противоречия Византийской культуры –

---

<sup>1</sup> Здесь автор апеллирует к охлаждению отношений после смерти Сталина

промежуточное положение между Востоком и Западом, а печать ее влияния прослеживается в русском искусстве и по сей день (Jin Huixin, с. 54).

Еще одним важным фактором формирования русского национального характера стало монгольское нашествие, на долгие годы предопределившее развитие российского государства и культуры. Именно благодаря ему, по мнению автора, формируется авторитарное сознание и склонность к мессианству (Jin Huixin, с. 57).

Значительное внимание автор, как видим, уделяет иностранному влиянию на формирование национального русского характера и его изменениям по мере исторического развития.

Мы не беремся судить о том, насколько подобные анализы точны, и спорить с авторами, поскольку нас интересует образ русского в китайском сознании, а образ этот, как положено Чужому, как правило, не строится на реальных категориях: мы видим, что при анализе национального характера автор ссылается на неурядицы в дипломатических отношениях – т.е. не всегда анализирует именно объект (русский характер), но то, как этот объект соотносится, в данном случае, с субъектом (Китаем) и какую пользу субъект может из этого извлечь.

### **Алиментарный аспект имажинативного Чужого**

В предыдущей нашей работе (Алиев & Якушенкова, 2018) мы выявили особенности формирования образа алиментарного Чужого в российском интернет-пространстве, проанализировав интернет-запросы в поисковых системах Гугл и Яндекс. Анализ показал, что китайцы, корейцы и японцы по совокупности общих запросов для всех этих этнических групп образуют некую единую группу «Чужих». Однако наиболее пугающим этносом в ней все же являются именно китайцы, так как лидирующие запросы по их алиментарным пристрастиям связаны с распространенным стереотипом об поедателях младенцев<sup>1</sup>.

В рамках текущего исследования мы сосредоточились на анализе интернет-запросов китайцев в китайской поисковой системе Baidu (Baidu, n.d.), включив в исследование такой список этносов: русские, украинцы, американцы (США), французы, немцы, тайцы, вьетнамцы, японцы, южные корейцы, монголы и китайцы.

---

<sup>1</sup> Подобные представления о китайцах-каннибалах были спровоцированы перформансом китайского художника-акциониста Чжу Юя, который был воспринят российскими интернет-пользователями как реальное событие.

Конечно, необходимо отметить, что данное исследование не отражает реальной картины алиментарной культуры указанных этносов, но показывает взгляд субъекта (в данном случае, пользователей китайской поисковой системы) на алиментарную культуру Чужого. Интернет-запросы отражают актуальность этого вопроса для китайских пользователей сети.

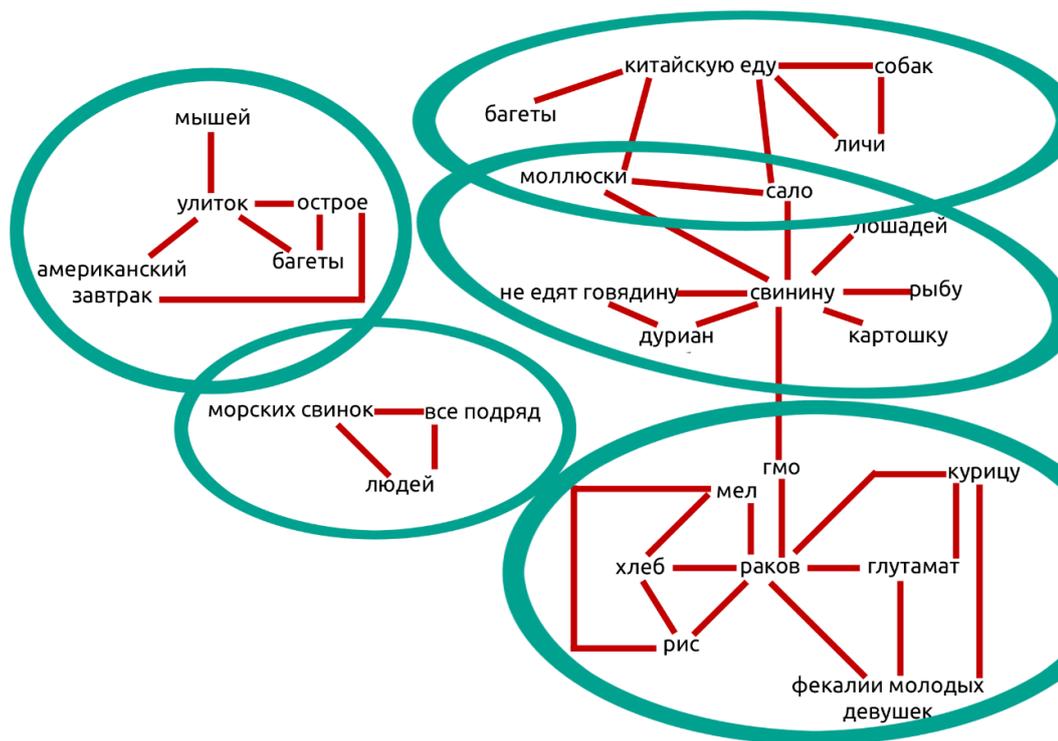
В ходе работы нами вводился запрос на китайском языке типа «этнос ест», где вместо термина «этнос» использовался этноним из нашего списка. Поисковая система, исходя из наиболее часто встречаемых запросов других пользователей, предлагала выбрать продолжение предложения. Таким образом мы выявили 32 наиболее популярных алиментарных признака и составили матрицу с выборкой этих признаков и исследуемыми этносами. Таблица отражала присутствие или отсутствие признака в связи с запросами, связанными с этносами: 1 использовалась для обозначения наличия признака в интернет-запросе, а 0 – его отсутствие. Далее, на основе формулы Пирсона, были выявлены сильнейшие связи признаков между собой. В силу слишком большого объема данных мы приводим в статье только часть проделанной работы (см. Таблица №1).

	хлеб	Раков	Рис	Мел	глутамат
хлеб	1				
раков	0,527046277	1			
рис	1	0,527046277	1		
мел	1	0,527046277	1	1	
глутамат	0,083333333	0,527046277	0,083333333	0,083333333	1
курицу	0,083333333	0,527046277	0,083333333	0,083333333	1
китайскую еду	0,123091491	-0,23354968	0,12309149	0,12309149	0,12309149

**Таблица №1. Часть корреляционной таблицы**

Диапазон коэффициента корреляции равный от 0,5 до 1 мы визуализировали на условной карте, что позволило нам сгруппировать данные и выделить основные универсальные алиментарные модели воображаемого Чужого.

В результате у нас получилось 5 больших моделей, взаимодействующих с друг другом в разной степени (см. Рисунок №2).



**Рисунок №1. Обозначены большие алиментарные модели воображаемого Чужого.**

Для удобства большие модели пронумеруем соответственно: 1, 2, 3, 4, 5. Стоящая отдельно модель №1 с запросами про все подряд, морских свинок и людей, характеризует запрос относительно этноса «Китайцы». Следующая группа, № 2 (с мышами, улитками и американским завтраком), совместила вьетнамцев и французов. Интересно, что в случае с анализом запросов в российской сети также была выделена связь между представлениями об этих этнических группах.

Группа № 3 (с раками и хлебом), включила в себя русских, американцев и японцев. Группа № 4, со свининой, частично связана с группой № 3 через американцев. В нее вошли тайцы, немцы, казахи, монголы, и, частично, украинцы. Последняя 5-ая группа включила южных и северных корейцев и украинцев.

В отличие от российских представлений о Чужом, где четко наблюдались отличия между алиментарной культурой «Западного» и «Восточного» Чужого (и единственным исключением из этой системы были французы, попавшие в группу с вьетнамцами и тайцами), здесь подобного не прослеживается. Наибольшее количество алиментарных запросов было связано с украинцами (5), а наименьшее с северными корейцами.

Получившаяся картина демонстрирует и пренебрежение перед Чужим, который готов есть непонятные (несъедобные) вещи. С другой стороны, одним из важных моментов образа Чужого является интерес к его еде. Именно на этом строится популярность разнообразных «экзотических» блюд и различные виды гастрономического туризма. В то же время присутствует и страх перед Чужим, готовым съесть нашу еду – отсюда и стремление посмотреть, готов ли Чужой есть нечто, привычное для нас (запрос о китайской кухне можно рассматривать как раз как вариацию этого традиционного стереотипа об интересе Чужого к нашей еде). Интересно, что аналогичная ситуация наблюдалась и при анализе интернет-запросов в российских поисковых системах: нас интересует, как американцы едят русскую еду, ровно в той же степени, как и китайцев интересуют украинцы и корейцы, едящие китайскую.

Как и в случае с российскими запросами, китайские демонстрируют совмещение фактических знаний о культуре других народов и страха перед Чужим, выражающегося в гротескных запросах о Чужом, едящем что-то совершенно несъедобное.

Наиболее «Чужими» по алиментарному образу оказались японцы, с запросами о «поеданий фекалий молодых девушек». Это, в принципе, отражает общую тенденцию к достаточно прохладному отношению к японцам в КНР и периодические вспышки ксенофобии, связанные с историческими военными конфликтами. Именно японцы чаще всего становятся врагами в массовой культуре КНР, хотя последние события несколько сместили этот вектор в сторону США и Южной Кореи, что, однако, пока не сильно отразилось на представлениях об их алиментарной культуре.

Таким образом, визуализируя корреляцию алиментарных признаков этносов, можно выявить следующую картину:

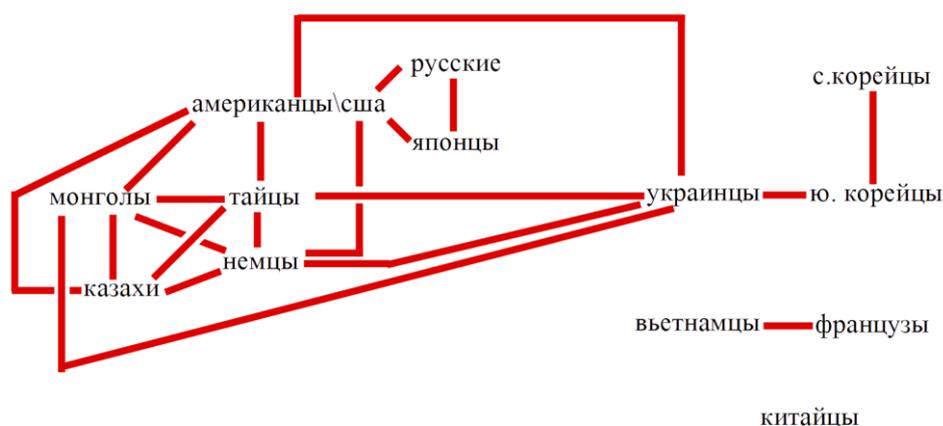


Рисунок №2.

Как мы видим, по алиментарным пристрастиям русские хоть и стоят немного в стороне, но все же не сильно пугают своими привычками, т.е. градус нашей Инаковости не слишком высок.

### **Сексуальный аспект образа Чужого**

Ситуация эта, однако, предстает в несколько ином свете, если начать анализировать наиболее популярные запросы, связанные со словом «Россия» через сервис анализа статистики поисковых запросов Baidu (index.baidu.com, n.d.).

Безусловно, лидирующим запросом весной и летом 2018 года в системе Baidu был запрос, связанный с Чемпионатом мира по футболу. Однако чуть позже этот запрос сменяется совершенно другим, выводя на первый план запросы, связанные с «русскими красотками» и порнографией.

По мнению французского антрополога К. Леви-Стросса, одним из самых важных обменных товаров в традиционном обществе являлись женщины (Леви-Стросс, 2001). При таком условии сексуальность Чужого представляется одним из важнейших факторов сосуществования с ним. Возникшая на почве запрета на инцест потребность в Чужих женщинах обусловила сексуализацию образа Чужого, так как в новой ситуации экзогамный род не мог существовать без подобного обмена. Таким образом Чужой занял дополнительную нишу «поставщика» важного ресурса – женщин. При этом такой обмен нередко сопровождался и обменом пищевыми продуктами.

В то же время сексуальность Чужого нередко пугает. Зачастую Чужой воспринимается как сексуально несдержанный или агрессивный. Чужим женщинам приписывается распутство, а мужчинам – немощь или неудержимость. Чем дальше от нас отстоит Чужой – тем необычнее и страннее его предпочтения, как алиментарные, так и сексуальные. Предполагаемая «распутность» Чужих женщин рождает фантазии о групповых браках, промискуитете и т. д., что, однако, в большинстве случаев является лишь отражением ментальных конструкторов, базирующихся на страхе перед Чужим, нацеленным на наши ресурсы и угрожающим нашим женщинам.

Кажущаяся сексуальная доступность чужой женщины нередко акцентируется именно ее готовностью вступить в связь с иностранцами, а не со своими соотечественниками, что переводит ее в разряд не субъекта, но объекта – потенциально полезного для «нас» ресурса.

Большинство запросов, связанных с Россией, приходятся на китайских мужчин (65%). Возраст 42% пользователей – 30-39 лет, и 35% – 40-49 лет. Интересно, что максимальное число запросов поступает от жителей провинции Гуандун, наиболее отдаленной от границы с Россией. Весьма схожая картина наблюдается и при анализе запросов, связанных с другими государствами – максимальный интерес приходится на людей в возрасте от 30 до 39.

Весьма отличаются, однако, сами запросы. По запросам, связанным с США, лидирующими в связке оказываются: «Запад», «хорроры», сериал «Американская история ужасов», «видео», интернет-сервис «Амазон», «альтернативная музыка» и «шуттеры», а также «Китай». С Японией: «бесплатные», «скачать», «видео», «Азия», «Запад», «манга», «высокое качество» (видео) и «3D». С Южной Кореей: «3D», «домены», «кино», кино рейтинга «r»<sup>1</sup>, «этикет», «бесплатное», корейские фильмы рейтинга «r», и «человеческое тело». В связи с Россией ищут: «Запад», «бесплатные», «видео», «красотки», «женщины», «бесплатные красотки», «русские красотки», «русские женщины», 18+, «русское порно», «секс», «США», «Украина». С Украиной: «Запад», «Россия», «красотки», «бесплатно», «видео», «секс», «альтернатива», «японское», «эротические видео с русскими красотками», «БДСМ». С Германией: «БМВ», «beta» (сайт для трансляций), «qq»<sup>2</sup>, «игры», «tencent»<sup>3</sup>, «переводчик», «видео», «Франция», «Ауди». С Францией: «мода», «Германия», «Британия», «Французская неделя моды», фильм «Неприкасаемые», «время», «дятел», «национальный флаг», «США», «бой быков», «Париж», «beta». С Испанией: «испанский язык», «время», «Португалия», «бренд», «национальный флаг», «Италия», «Франция», «правила», «Германия», «создание», «переводчик с испанского», «beta». С Великобританией: «США», «время», «марка», «лекарства», «qq», «Франция», «Китай», «Германия», «Байду», «почтовый ящик». С Италией: «автошоу», «Гуанчжоу», «дебют», «Армани», «Армани-дисконт», «время», «бренд», «Peugeot», «скидки», «флаг», «краткое название». С Вьетнамом: «туризм», «Нячанг», «война», «борьба с наркотиками», «национальный флаг», «Вьетнамская война». С Тайландом: «туризм», «виза», «тайская виза», «посадка», «beta», «Южная Корея», «телевидение», «бат», «карта».

---

<sup>1</sup> Согласно системе рейтингов Американской киноассоциации, фильмы, в случае просмотра несовершеннолетним требующие обязательного присутствия одного из родителей. Могут содержать ненормативную лексику, сцены насилия и т.д.

<sup>2</sup> Сервис обмена сообщениями

<sup>3</sup> Компания-владелец QQ

Россия и Украина, как видно, сильно выделяются в этом списке. Хотя они не единственные страны, в связи с которыми ищут видео, здесь этот запрос повторяется в нескольких вариантах, и даже в связи с Украиной ищут русских красоток. Стереотип о «русских красавицах», который очень льстит и поддерживается в том числе в российских СМИ, в итоге приводит к эротизации российского интернет-контента в восприятии китайцев, что, естественно, не соответствует действительности. Однако именно это придает нам максимальный градус Инаковости. Пока другие страны воспринимаются как источник бесплатных фильмов, игр, софта, модных тенденций и т.д., интерес к России базируется не на уровне виртуальных категорий, но на базовом уровне человека и его телесных проявлений.

### Список литературы

- Baidu*(2018). Retrieved from <http://www.baidu.com/>  
*Baidu Index* (2018). Retrieved from <http://index.baidu.com/>
- Jin Huixin (靳会新) (2011). 俄罗斯民族性格形成的历史文化因素. *俄罗斯中亚东欧研究*(*Russian, East European & Central Asian Studies*) (1), 53-61.
- Lo, B. (2008). *Axis of convenience: Moscow, Beijing, and the new Geopolitics*. London: ChathamHouse. 278 p.
- Zhuo Na, 卓娜. (2007). 俄罗斯民族性格的两面性. *Journal of Inner Mongolia Radio & TV University* (№9), pp. 56-57.
- Алиев, Р. Т., Якушенкова, О. С. (2018). Алиментарные модели воображаемого Чужого. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*, (4), стр. 162-170.
- Леви-Стросс, К. (2001). *Структурная антропология*. Москва: ЭКСМО-ПРЕСС.
- Якушенков, С. Н., Якушенкова, О. С. (2012). Тело варвара: конструирование образа Чужого на китайском фронтире . *Каспийский регион. политика, экономика, культура.*, 4, стр. 233-240.

THE RUSSIAN AS THE OTHER/ALIEN IN THE CULTURAL LANDSCAPE OF CHINA

Yakushenkova, O. S.

DOI: 10.24411/2500-0225-2018-10025

Yakushenkova Olesya Sergeevna, PhD in philosophy, associate professor of Cultural studies Department, Astrakhan State University, Russia  
E-mail: jestershadow@mail.ru

The article is devoted to the analysis of the image of the Russian as the Other/Alien in the Internet discourse of China. The author relies on the Chinese search engine «Baidu» and search queries related to Russia and the Russians. The analysis is based on two key aspects of the image of the Other: alimental (food) markers and sexuality.

In the analysis of food preferences of the Other several ethnic groups were selected, according to the most popular Internet queries related to ideas about their nutritional preferences, which made it possible to identify a number of conditional features, the correlation between which was tracked using mathematical methods of matrix construction and statistical calculations based on the Pearson formula.

As a result, five large models were obtained that interact with each other in varying degrees. The resulting picture showed both disregard for the Alien who eats inedible things, and a certain interest in his nutritional resources. The Russians in this case were not very different from other ethnic groups as imagined by the Chinese, and at the same time were not the worst Aliens for them.

Analysis of keyword queries associated with the names of the countries chosen for the investigation showed that the Chinese Internet users look for different things for each country. In the case with Russia, people most often are searching for videos or movies with erotic content or images of “Russian Beauties”. That allows the author to state that Russians are the most sexualized ethnic group in perception of Chinese Internet users.

Keywords: the Other/Alien, the Imaginative Other, nutritional markers, sexuality, Internet queries, Baidu, China, models, matrix, correlation.

### References

Baidu (2018). Retrieved from <http://www.baidu.com/>

Baidu Index (2018). Retrieved from <http://index.baidu.com/>

Jin Huixin (靳会新) (2011). 民族性格形成的历史文化因素. 俄罗斯中亚东欧研究 (*Russian, East European & Central Asian Studies*) (1), pp. 53-61.

Lo, B. (2008). *Axis of convenience: Moscow, Beijing, and the new Geopolitics*. London: Chatham House. 278 p.

- Zhuo Na, 卓娜. (2007). 俄罗斯 民族 性格 的 两面性. *Journal of Inner Mongolia Radio & TV University* (No. 9), pp. 56-57.
- Aliev, R.T., Yakushenkova, O.S. (2018). Alimentary models of the imaginative Other. *Caspian region: politics, economy, culture*, (4), pp. 162-170.
- Levi-Strauss, K. (2001). *Structural anthropology*. Moscow: Eksmo-Press.
- Yakushenkov, S.N., Yakushenkova, O.S. (2012). The body of a barbarian: the construction of the image of the Other on the Chinese frontier. *Caspian region. Politics, economics, culture*, 4, pp. 233-240.