

中国大学生对西班牙的刻板印象

——基于量化分析的视角

余蛮兴 刘家成 李龙翔*

吉林外国语大学 吉林 长春 130117

摘要：目前，中国大学生对于西班牙的真实了解较少，甚至产生了一定的刻板印象，对未来其从事中西交流事业会造成一定的消极影响。本文采用开放式调查问卷的方法，调查中国大学生对西班牙存在的刻板印象类型及内涵，并分析主要成因。通过对调查问卷进行量化分析发现，出国和与西班牙人交流的经历是影响大学生对西班牙产生刻板印象的主要原因。同时由于获取信息渠道的局限性，阻碍了中国大学生对西班牙的深入了解。因此，为使中国大学生，尤其是西语专业学生，对西班牙建立正确的认知，应加强学生的国际交流，创造直观感受西班牙的机会和场景，打破其对西班牙的刻板印象，以期将来成为中西友好交流的桥梁。

关键词：西班牙；中国；大学生；刻板印象

引言：

在全球化的时代背景下，我国与西班牙自 1973 年建交以来，至今（2023 年）已满五十周年，双方在经济贸易、绿色能源、文化体育等多个领域开展积极的合作，但由于双方地理距离较为遥远，当代中国大学生对西班牙所知不多。同时国内大学生获取信息来源的渠道较为狭窄，且不愿意主动去获取相关信息，得到的西班牙有关信息可能是再加工后的结果，不能直接了解真实情况，所以对西班牙的认知较为浅薄，从而导致了一定的国家刻板印象。

一、国内外研究现状

国内外学者对于刻板印象的研究开始较早，其中对于国家间的刻板印象研究文献丰富，研究成果也较为成熟，对刻板印象带来的问题及解决方法进行了深入的研究，涉及文化、种族、地理、政治等多个领域。2006 年 Lee 在著作中认为种族刻板印象的形成是因为他们依赖于国家的某些特征，从政治和经济，到宗教，到地理，以及一个人的内群体和外群体之间的关系状态，合作或冲突所形成的。^[1]2014 年潘晓青通过质性研究的方法对 8 名美国留学生进行了访谈，研究发现刻板印象主要和种族与国别有关。^[2]在 2016 年 Nikleva 等指出文化刻板印象关于民族学教育的关键时刻不是与他人疏离，而是与自己分离。^[3]2020 年 Šifrar 将长期在西班牙逗留和从未在西班牙逗留的大学生作比较，发现出国经历在一定程度上影响了学生所学外语的可用词汇及其对该国文化的刻板印象。^[4]2021 年费尔南德斯将西班牙喜剧电影与欧洲喜剧电影相比较，对区域性刻板印象进行研究，发现其成因是由文化的特殊性所决定的。^[5]2022 年王子刚等人利用调查问卷的方式对 412 名在校大学生进行调查，获得该群体关于阿根廷国家的刻板印象 28 项，整体偏向积极，在认知上并未出现与事实明显不符的情况。^[6]

国内外以中国大学生为视角，对西班牙的刻板印象调查研究较为稀缺。本文采用问卷调查的方式，在前人对刻板印象已有的定义下，认为刻板印象是由于地缘

关系导致的信息闭塞，在政治、经济、文化等因素的影响下所导致的对某一群体或族群产生的心理障碍。以此来分析中国大学生对西班牙的刻板印象所产生的原因以及影响，为后续采取对应的改善行动提供良好基础。

二、研究方法与设计

（一）研究方法

本文使用的研究方法主要为文献资料法和问卷调查法。前者主要是从现有的文献中找到关于刻板印象的理论及定义，为后面的实证分析奠定理论根基。后者通过设计开放式调查问卷，问题由浅入深，引导被试者描述关于对西班牙刻板印象的形容词，利用回收到的有效答卷分析中国大学生对西班牙的刻板印象类型及影响因素。

（二）研究对象

本次问卷调查对象为中国在校大学生群体。

（三）问卷设计

此次问卷为开放式问卷，内容主要分为两类。（1）基本信息，主要包括院系来源、性别、专业、年级、出国经历、与西班牙人交流情况和信息获取渠道等；（2）开放式问题，收集中国大学生对西班牙的刻板印象的形容词。利用设计的调查问卷对被试目标群体进行调查，研究小组要求被试群体用尽量多的中文形容词或短语对“西班牙”进行描述，被试者需要依靠主观意识真实地表达想法。主要目的是分析中国大学生对西班牙的了解程度，通过词汇进行测量，分析不同筛选项产生“刻板

印象”的原因。^[7] 答卷时间没有时间和地域限制, 答题平均时间在 2 分钟之内完成答题, 说明被试者能够第一时间内将对西班牙的刻板印象思考和加工并表达出来。

(四) 发放与回收

调查问卷利用问卷星平台制作, 通过微信、走班等途径, 以非概率抽样(滚雪球)方式发放问卷。本次调查问卷共获得 423 份答卷, 其中无效答卷 1 份, 有效答卷 422 份。整体分布均匀, 各类问题答案较为完整有效。

三、结果与分析

(一) 样本特征

表一 基本信息类
(数据来源: 根据调查问卷自制)

	人数	占比
院系来源	平顶山学院	184 43.50%
	吉林外国语大学	142 33.57%
	吉林师范大学	36 8.51%
	长春大学	22 5.20%
	北京理工大学	12 2.84%
	其他	26 6.38%
性别	男	134 31.91%
	女	288 68.09%
专业	西班牙语(含双语)	313 74.00%
	其他专业	109 26.00%
年级	大一—大二	303 71.63%
	大三—大五	119 28.37%

从表一可见, 此次问卷样本来源分布均匀, 以平顶山学院和吉林外国语大学为主, 涉及全国各省共计 26 所院校, 范围较广, 共得到 422 份答卷。

样本性别分布中以女性比例居大, 共 288 人, 占总人数的 68.09%; 由于外语和师范学校的特殊性, 男女比例不平衡, 所以在本次问卷调查中女性比例占比高; 在专业类别中, 以西班牙语专业学生为主, 占总人数的 74.00%, 其他专业占总人数的 26.00%; 而在年级中, 以大一、大二学生为主, 占总人数的 71.63%。以上样本特征分布较为均匀, 能够为本文提供多元、积极、有益的视角, 分析中国大学生对西班牙产生刻板印象的类型及原因的多样性。

(二) 整体结果分析

利用 Ruble 和 Zhang 的研究方法对收集到的形容词进行同类词条的分类, 主要包括: (1) 对同类的形

容词或短语进行合并; (2) 对明显错误或模糊的形容词删除。^[8] 两项工作皆由 3-4 人组成的研究小组讨论完成, 达到统一意见后将其合并, 将 422 份有效问卷中提取出的词条进行同义合并, 且仅保留频数大于等于 4 的形容词, 最终按频数降序得到 25 项能够较好代表中国大学生对于西班牙刻板印象的形容词, 并将其进行分类整合(见表二)。

表二 全部形容词筛选分类
(数据来源: 根据调查问卷自制)

序号	形容词	频数	序号	形容词	频数
国家与国民					
1	活泼热情的	123	7	富裕的	12
2	开放外向的	64	8	舒适安逸的	11
3	自由随性的	48	9	社会混乱的	7
4	散漫慵懒的	35	10	神秘的	6
5	盛产美食的	15	11	友好包容的	5
6	多情浪漫的	13	12	慢节奏的	4
文化与历史					
1	底蕴深厚的	20	5	热爱斗牛的	7
2	历史悠久的	17	6	节日众多的	5
3	文化多元的	16	7	曾经强盛的	5
4	擅长足球的	9	8	传统典雅的	4
自然与建筑					
1	风景秀丽的	35	4	海景城市的	4
2	气候宜人的	9	5	有沙滩的	4
3	建筑独特的	7			

整体印象分析: 所收集到的形容词除“社会混乱的”外, 大都偏向积极、正向, 在所有形容词中, 提及国家与国民的形容词最多, 共 12 条, 涉及国民形象、性格、国家社会形象、经济等; 其次是文化与历史, 共 8 条, 包含节日文化、历史渊源、运动等; 最后是地理与建筑, 共 5 条, 提及自然风景、地势环境等。这三者之间存在一定的关联性, 都是对西班牙各个方面的描述, 但同时也拥有独立性, 所提及的内容有浅有深, 有宏观有微观, 利用不同的形容词表达了对西班牙的个人印象。

(三) 影响因素

1. 出国经历

研究发现, 留学生在出国前和出国后对留学国家或国民的刻板印象会发生改变。^[7] 现将两者所产生的形容词词条进行整合和对比, 分析其中的差异(见表三)。

表三 是否具有出国经历
(数据来源:根据调查问卷自制)

是			否		
序号	形容词	频数	序号	形容词	频数
1	气候好的	13	1	有节奏感的	11
2	基础设施完善的	12	2	地中海的	10
3	发生盗窃的	11	3	语速快的	8
4	友好的	10	4	有魅力的	6
5	真性情的	8	5	节日多的	5
6	物价低的	5			
7	办事效率低的	4			
8	假期多的	4			

注:表三所展示词条为问卷收集到的未清洗的原始数据。

对于去过西班牙的大学生,他们眼中的西班牙相对于没有去过西班牙的大学生更为真实,其中提及到的自然与地理、国家与国民、文化与自然有了新的形容词变化,如“发生盗窃的”、“物价低的”、“办事效率低的”,主要集中于对西班牙安全性、生活条件的变化,反观没有去过西班牙的大学生,他们所谈及的西班牙就显得表面、浅显,而且主观性更强。

去过西班牙的大学生经过实地考察和实践证明,对大脑中已经形成的刻板印象进行再一次更加细致地加工处理,排除以往的刻板印象,形成新的印象,对调查问卷的答题更加清晰明了,能够更加快速的描述出真实有效的形容词。“真性情的”也是西班牙国民的真实写照,由于历史和文化的不断融合,造就了西班牙人“热情”“开放”的品行,也是有出国经历的学生对于西班牙的真实描述。

从表三所展示的形容词对比可知,出过国的大学生表达的现实情况是客观的,由于出国,中国大学生能从直接了解到关于西班牙的政治、历史、经济等与其国家息息相关的知识,打破先前没有出过国的刻板印象,回国之后,将学习到的西班牙相关知识进行共享,通过社交媒体等大众传媒向更多群体传播有益成果,进一步引导大学生及对爱好西班牙的群体进行更加深入地探讨和研究。通过对大学生是否去过西班牙的调查分析,发现其对西班牙刻板印象的产生与改善有着直接关系,所以出国经历是影响中国大学生对西班牙刻板印象产生的最主要原因。

2. 获取信息来源

在此问卷中设置了亲身体验、国内外社交媒体、

影视文学作品、老师专家讲授等六种获取信息渠道,根据问卷结果,中国大学生样本中获取与西班牙相关的信息路径主要为国内社交媒体、老师专家讲授和影视文学作品,此类获取信息渠道在传播信息时掺杂个人情感,缺乏真实性和时效性。无论通过哪种渠道来获取信息,也只能为中国大学生提供最基础的表面信息,而真正处理数据的是他们自身,通过自身认知对信息进行加工处理,最后形成对西班牙的何种印象也是因人而异的,所以获取信息来源的方式是中国大学生对该国刻板印象形成的次要原因(见表四)。

表四 获取信息来源
(数据来源:根据调查问卷自制)

方式	频数	占比
国内社交媒体	326	77.07%
老师专家讲授	307	72.58%
影视文学作品	269	63.59%
国外社交媒体	144	34.04%
其他方式	38	8.98%
亲身体验	37	8.75%

3. 专业

西语专业和非西语专业大学生的区别最主要在于获取西班牙有关信息的渠道,以及所提供的刻板印象种类。经过数据的清洗和整合之后发现,西语专业的大学生提供了22条有效形容词,主要关于国家与国民、历史与文化、自然与建筑,非西语专业的大学生提供了19条有效形容词,涉及的种类与西语专业相差无几。所以在本研究中,专业是影响中国大学生对西班牙刻板印象的次要原因。

4. 年级及学习西语时间

此次调查问卷面向所有大学生群体,但为了更深入的研究学过西语的大学生之间对西班牙刻板印象的差异,因此只对学过西班牙语的大学生做数据分析。

由于学习西语时间和年级成正比,所以本文将二者整合,分为两组:(1)大一至大二为第一组,即学习西语时间为0—2年;(2)大三至大五为第二组,即学习西语时间为2年以上。经过对收集到的形容词原始数据进行整合分析,去除“很好的”、“不错的”等无效形容词后,第一组得到63条有效形容词词条,保留频数4及以上的词条,最终得到有效形容词词条17条;经过同义项整合,去除无效形容词,并保留频数4及以上的36条词条后,第二组最终得到有效形容词词条8条。最终将两者进行对比整合分析差异发现:

低年级学生使用了更多形容词,如“神秘的”、“陌

生的”、“海岸线广阔的”等。这些形容词具有多样性并富含想象力,反映了中国大学生描述西班牙时的主观能动性。学习西班牙语的初期,中国大学生对西班牙形象有了新认识,形容词的使用表现出系统性更新。高年级学生使用的形容词较为统一,数量较少,出现了一些低年级学生未提及的形容词,如“阳光充足的”、“能歌善舞的”等。此情况可与大学生个体在大学期间的创造性发展趋势相关,随年级增长而趋于下降,且大四学

生的创造性思维最弱。^[9]

问卷调查结果显示,随着年级的增长和学习西语时间的延长,学生对西班牙的刻板印象形容词由多样转变为单一,描述的内容也从松散变为系统,涉及到政治、历史和经济等方面,显示出对西班牙的了解更加深入和全面。所以年级和学习西语时间长短对刻板印象的产生具有影响,可归类为次要原因。

结 语:

综上所述,出国经历是中国大学生产生对西班牙刻板印象的主要影响因素,而获取信息来源、专业、年级和学习西语时间长短是次要原因。出国更能深入地了解西班牙这一国家的相关知识,在日常生活中能够直接感受西班牙的政治、经济、文化、历史与自然,所以中国大学生学习了解西班牙相关知识的最好方法是走出国门,身临其境。在日后的中西交流事业中,将以西语专业学生为主力,所以该专业学生更应把握机会,出国交流学习,而非西语专业学生则应该通过多种渠道了解真实的西班牙。同时学校也应注重组织与西班牙相关的讲座或活动,聘请西班牙籍教师,促进学生积极地学习西班牙文化,提供接触西班牙的机会,不仅限于学习书本上的知识,以期在日后与西班牙的沟通往来中,能够保持客观的认知,做好中西交流的桥梁。

参考文献:

- [1]Lee T. L., Fiske S. T. Not an Outgroup, Not Yet an Ingroup: Immigrants in the Stereotype Content Model[J]. International Journal of Intercultural Relations, 2006, 30(6):751-768
- [2]潘晓青.美国在华留学生跨文化人际适应质性研究[J].比较教育研究,2014,36(08):74-81.
- [3]Nikleva D. G., Munoz F. J. R. Los estereotipos

culturales y la imagen de España en el mundo como parte de la competencia intercultural en español como lengua extranjera[C].XXVI Congreso Internacional ASELE,2016:755-772.

[4]Šifrar, M. Estereotipos culturales sobre España en estudiantes universitarios extranjeros: el caso de los Erasmus eslovenos[J].Ogigia.Revista electrónica de estudios hispánicos,2020,(27):213-234.

[5]哈拉·费尔南德斯·梅内塞斯,比森特·罗德里格斯·奥尔特加.吴宇,王坤(译).当代西班牙喜剧,“镜像电影”和欧洲电影:评《八个巴斯克姓》/《西班牙情事》[J].世界电影,2021,(05):145-163.

[6]王子刚,祝文浩,卢倩仪,利曼婷,王旭晴.山海之遥:中国大学生群体对于阿根廷国家刻板印象的测量与分析[J].中国与拉美,2022,(02):80-108+352-353.

[7]罗伟.职业性别刻板印象研究模型及方法综述[J].社会心理科学,2008,23(6):47-52.

[8]Ruble R. A., Zhang Y. B. Stereotypes of Chinese international students held by Americans[J].International Journal of Intercultural Relations,2013,37(2):202-211.

[9]金花,李永杰,贾绪计,徐晟.地方普通高校学生创造性思维的年级变化模式[J].黑龙江高教研究,2020,(12):127-134.

基金项目:吉林省大学生创新训练计划支持项目,项目名称:中国大学生对西班牙国家的刻板印象调查与分析(编号:S202410964040)

作者简介:

- 余蛮兴(2003—),男,汉族,湖南岳阳人,本科生在读,研究方向:区域国别研究。
- 刘家成(2005—),男,汉族,吉林通化人,本科生在读,研究方向:区域国别研究。
- 通讯作者(指导教师):李龙翔(1995—),男,汉族,河北保定人,助教,博士在读,研究方向:区域国别研究。