

УДК 001.4:327

# Этнические стереотипы в современном языковом пространстве

А.П. Миньяр-Белоручева, М.Е. Покровская

**М**ежнациональные отношения всегда были в центре внимания государства и обществу, но особенно значимым исследование проблем, касающихся межнациональных отношений вообще и этнической идентичности в частности, становится в эпоху глобализации. Это важно не только для поликультурных, но и монокультурных государств, которые также заняты поиском новых путей для создания благоприятных условий проживания и совместной деятельности разных народов и этнических групп на одной территории. Поиск решений данной проблемы подразумевает изучение национальных стереотипов в этнонимике, в частности, рассмотрение межнациональных отношений через призму восприятия тем или иным народом себя и других и отражение этих отношений в языке.

Благодаря глобализации завершились сложные, шедшие автономно и замкнуто в течение веков исторические процессы, было создано новое единое пространство. Ни одно событие, совершающееся на планете, не остается незамеченным, и его последствия можно ощущать в разных уголках земного шара. Глобализация кардинально изменила условия жизни и деятельности народов Земли.

Благодаря глобализации завершились сложные, шедшие автономно и замкнуто в течение веков исторические процессы, было создано новое единое пространство. Ни одно событие, совершающееся на планете, не остается незамеченным, и его последствия можно ощущать в разных уголках земного шара.

Впервые в истории человечество находится в условиях единого исторического процесса, при этом общение стано-

вится все разнообразнее и интенсивнее, экономика и политика приобретают всемирный характер. В этих условиях



**Алла Петровна Миньяр-Белоручева** –

доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова



**Марина Евгеньевна Покровская** – кандидат

филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова

от степени изученности стереотипных представлений одних народов о других, путей их распространения и формирования зависит дальнейшее историческое, политическое и культурное развитие человечества в целом.

**К** одному из идентификационных признаков человека относится его этническая принадлежность (Moscovici, 1984), которая осознается через дихотомию «свой – чужой» (Lippmann, 1922), поскольку, согласно Ф. Соссюру, «... один член никогда сам по себе ничего не значит, ... а не в состоянии что-либо обозначить без помощи b..., а b ничего не может обозначить без помощи a» (Соссюр, 1990, с. 101). Этническая принадлежность или

ских нормах, политических амбициях, стремлениях людей и в языковой культуре. Однако реально изучить картину мира каждого народа можно посредством исследования языка.

**Язык** способствует обогащению картины мира, создавая языковую картину мира, состоящую из многочисленных факторов, одним из которых, являются природные условия. Они диктуют народу не только особый стиль жизни, но и предопределяющее его видение окружающего мира, приводящее в его языковом сознании к тождеству с одной этнической общностью и отделению от других (Шпет, 1996).

**Результаты** различного познания од-

Стереотипы обусловлены картиной мира каждого народа, который, взаимодействуя со средой обитания, стремится постичь окружающий его мир, осознав свое место в нем. Картина мира человека складывается из законов природы, исторического процесса, опыта поколений, который проявляется в традициях, религиозных учениях, искусстве, этических нормах, политических амбициях, стремлениях людей и в языковой культуре.

этническая идентичность является результатом когнитивно-эмоционального процесса осознания себя представителем этноса, в определенной степени отождествления себя с ним и отделения от других этносов (Стефаненко, 1999). Оппозиция «свой – чужой» относится к одному из «главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения» (Степанов, 1997, С. 472). Национальное мироощущение как некий устойчивый фрагмент картины мира, хранящийся в сознании, получило название стереотип.

**Стереотипы** обусловлены картиной мира каждого народа, который, взаимодействуя со средой обитания, стремится постичь окружающий его мир, осознав

них и тех же предметов и явлений, обусловивших образование разных понятий, отражающихся в языковой картине мира, В. Гумбольдт назвал «различными способами видения предметов». Будучи пионером в данной области знания, ученый писал о носителях определенного языка как о представителях мировидения, которое сводится к формированию каждым народом свойственного только ему языкового сознания, формирующегося в глубинных процессах, связанных с языковой картиной мира, уникальной для каждого народа.

**Эти** идеи получили дальнейшее развитие в работах Г. Штейнтала, который проводил параллель между развитием мышления и социальной средой, од-

Этнический стереотип – это форма стереотипа, выраженного в культурной традиции и ориентированного в прошлое. Структура этнических стереотипов чрезвычайно сложна и многопланова. Будучи сформированными, этнические стереотипы активно поддерживаются в массовом сознании и редко претерпевают какие-либо изменения. Этнические стереотипы характеризуются устойчивостью, эмоциональной окрашенностью и передачей обобщенного образа этнической группы, который имеет свою персонификацию.

свое место в нем. Картина мира человека складывается из законов природы, исторического процесса, опыта поколений, который проявляется в традициях, религиозных учениях, искусстве, этиче-

ской из составляющих которой является язык, формирующий человеческое мышление и, в конечном итоге, языковую картину мира. Несмотря на то, что отдельный человек по-своему трактует

и реагирует на окружающий мир, в своих мироощущениях он руководствуется опытом народа, к которому принадлежит (Штейнталь, 1960).

**В** 1930-х годах Л. Уорф, исходя из гипотезы Э. Сепира, подчеркивая примат языка в мировосприятии человека, писал: «Мы расчлняем природу в направлении, подсказанном нашим языком. Мы выделяем в мире явлений те или иные категории и типы совсем не потому, что они самоочевидны, напротив, мир предстает перед нами как калейдоскопический поток впечатлений, который должен быть организован нашим сознанием, а это значит, в основном нашей языковой системой, хранящейся в нашем сознании» (Уорф, 1960, С. 175). Б. Уорф вывел новый принцип, согласно которому картина мира народа определяется языковой картиной мира. Это привело к стремлению понять и объяснить этническое разнообразие населения Земли.

**Положения** В. Гумбольдта о познании человеком мира через язык поддержал и развил, опираясь на работы Л. Сепира и Б. Уорфа, Лео Вайсгербер (Вайсгербер, 2004). Ученый рассмотрел аспекты, касающиеся формирования народной духовности, которая через языковое бытие становится духовностью человека, его мира внутри себя. Язык, как связующее звено между сознанием и бытием, образует некую промежуточную субстанцию, позволяющую человеку идентифицировать себя.

**Постоянный** интерес исследователей к означенным проблемам можно объяснить попытками осмыслить глубинные процессы формирования у разных народов не только языка, но и стереотипов, которые нередко бывают труднопреодолимыми, осложняющими коммуникацию.

**Понятие** «национальные стереотипы в этнонимике» синонимично понятию «этнический стереотип», который является составной частью социального стереотипа. Этнический стереотип рассматривается как «коммуникативная единица данного этноса, способная посредством актуальной презентации социально санкционированных потребностей оказывать побуждающее типизированное воздействие на сознание личности – социализируемого индивида, формируя в нем соответствующие мотивации» (Рыжков, 1985, С. 15–21).

Этнический стереотип – это форма стереотипа, выраженного в культурной традиции и ориентированного в прошлое. Структура этнических стереотипов чрезвычайно сложна и многопланова. Будучи сформированными, этнические стереотипы активно поддерживаются в массовом сознании и редко претерпевают какие-либо изменения. Этнические стереотипы характеризуются устойчивостью, эмоциональной окрашенностью и передачей обобщенного образа этнической группы, который имеет свою персонификацию.

Они подразделяются на автостереотипы (т.е. восприятие «своей» этнической группы) и гетеростереотипы (восприятие «чужой» этнической группы). Они нашли свое воплощение в эмоционально-экспрессивных маркированных лексических единицах, этнонимах и антропонимах. Изучение этих единиц осложняется языковым пуризмом, вызванным политикой толерантности. Следует отметить, что автостереотипы и гетеростереотипы могут быть как положительно, так и отрицательно маркированы, несмотря на существующее ошибочное представление о позитивности первых и негативности вторых. В данном случае полутона не только недопустимы, но и необходимы, иначе позитивное восприятие «своих» и негативное «чужих» исключит любую коммуникацию или взаимодействие.

Установлено, что позитивные автостереотипы и негативные гетеростереотипы необходимы для повышения самооценки, поскольку этнической группе, независимо от ее численности, всегда требуется собственный положительный образ и подтверждение ее исключительности. Превышение количества позитивных автостереотипов над позитивными гетеростереотипами является индикатором негативного отношения к представителям другой этнической группы. Было установлено, что «индекс этноцентризма» находится в прямой пропорциональной зависимости от степени позитивности автостереотипа и степени позитивности гетеростереотипа – он тем выше, чем больше между ними разница (Завьялова).

Как автостереотипы, так и гетеростереотипы характеризуются преемственностью традиционных представлений о себе и других народах. Вербализован-

ные знаки, отражающие автостереотипы – устойчивые представления этноса о самобытных национальных качествах, по сути, являются мифом народа

зе Елизаветы I, стал королем Англии Яковом I. Со временем образ Sandie/y или Sawney, приобрел статус гетеростереотипа, развитие которого пошло по

Установлено, что позитивные автостереотипы и негативные гетеростереотипы необходимы для повышения самооценки, поскольку этнической группе, независимо от ее численности, всегда требуется собственный положительный образ и подтверждение ее исключительности.

о самом себе, в котором прослеживается общая культура и история. Скорее всего, автостереотипы являются ироническим подтруниванием над определенной чертой характера своего народа. Они могут существовать как в течение столетий, так и нескольких лет. Выполнив свою политическую и социальную миссию, они уступают место другим, более актуальным, отражающим дух времени.

двум разным направлениям, одно из которых завершил Sawney Bean, другое – Jock, оба существуют до сих пор. Sawney Bean – отрицательный гетеростереотип, олицетворяющий все самое худшее и низменное, что может быть в человеке. К образу Джок шли более четырехсот лет. К концу XIX века отмечалось постепенное исчезновение гетеростереотипа Sandie/y или Sawney, завершившееся его окончательным вытеснением

Скорее всего, автостереотипы являются ироническим подтруниванием над определенной чертой характера своего народа. Они могут существовать как в течение столетий, так и нескольких лет. Выполнив свою политическую и социальную миссию, они уступают место другим, более актуальным, отражающим дух времени.

Как автостереотипы, так и гетеростереотипы могут выявлять отдельные черты характера народа, внешний вид, состояние, так и давать общее представление о нем, которое, как правило, закрепляется за антропонимом, олицетворяющим народ и государство. Любой вербальный стереотип всегда подкрепляется визуальным образом в виде шаржей, карикатур и кинообразов. Со вступлением в новую эпоху кинематографа и повышением роли пропаганды навязывать стереотипы стало гораздо легче. Они стали более прямолинейными, не допускающими каких-либо компромиссов.

Что касается англичан, то их излюбленным автостереотипом является Джон Булл (John Bull), образ которого появился в 1712 году, однако не потерял своей актуальности до сих пор. С этим антропонимом жители Альбиона отождествляют свой народ и страну.

Англичане отличались нетерпимостью к своим ближайшим соседям – шотландцам, дав им прозвище Sandie/y или Sawney, означающее простак, простофиля. Это была реакция англичан на шотландского короля Якова VI, который волей судьбы, представшей в обра-

в XX веке и заменой на гетеростереотип Джок (Jock). Для англичан Джок олицетворял шотландского солдата, для американцев – атлета.

Брат Джонатан (Brother Jonathan) являлся автостереотипом США в первые годы существования страны с 1776 до 1783 гг. Этот ироничный персонаж в шляпе и длинном военном сюртуке недолго олицетворял американского революционера, уступив место новому автостереотипу – дяде Сэму (Uncle Sam) с его неизменным цилиндром. Популярность этого образа возросла в период военных действий. Возникший как олицетворение США во время британо-американской войны 1812 года, дядя Сэм получил особую известность во время первой мировой войны, когда, обращаясь к каждому со знаменитого плаката, он помогал вербовать добровольцев для вступления в американскую армию, отправлявшуюся в Европу для участия в военных действиях в Старом Свете.

Остановимся на гетеростереотипах, которые, как уже отмечалось, являются индикатором восприятия людей, принадлежащих к одной расе или национальности, людьми другой националь-

ности. В Новом Свете гетеростереотип олицетворяет нетитульные слои населения, не являющиеся потомками первооткрывателей «Острова Черепах» – «Turtle Island». Рассмотрим изменения гетеростереотипов восприятия темнокожих американцев их белыми соотечественниками в США. Именно там

Но вместе с отменой рабства появляется образ нового темнокожего – Куна – «городского негра» (Urban Coon). В карикатурах он начинает изображаться как молодой щеголеватый и дерзкий горожанин, старательно подражающий белым, но при этом всячески презирающий их (urban, flamboyant, and

ванные ассоциациями с антропонимом Jim Crow со стороны афроамериканцев, привели к появлению еще одного значения: ренегат, перебежчик. Так негры называли своих братьев, которые пошли на сделку с белым истеблишментом.

Движение за гражданские права сыграло существенную роль в ломке этих отрицательных гетеростереотипов, однако полностью этого сделать не удастся. Чтобы сгладить напряженность, работа над изменением образа продолжается. В 1999 г. в фильме Star Wars: Episode I-The Phantom Menace появляется персонаж по имени Jar Jar, создание которого стало попыткой создания нового, немного ироничного, но положительного стереотипа.

Другой персонификацией стереотипа афро-американца является Jim Crow. Данный антропоним в переводе означает просто «негр». Такую кличку дали темнокожим гражданам американские расисты. Позднее значение этого слова метафоризировалось, расширившись до «расовая дискриминация, расизм вообще, но особенно по отношению к темнокожим» и «изоляция негров», а также «анти-негритянские, расистские мероприятия, направленные против негров». Сочетание Jim-Crow policy переводится как «политика дискриминации негров в США», а Jim-Crow laws как «законы, ущемляющие права негров». Данное сочетание является одним из практически полных синонимов к ставшему теперь не политкорректным слову Negro. В целом данный антропоним ассоциируется с политикой сегрегации. Отрицательные коннотации, вызванные этими ассоциациями со стороны афроамериканцев, привели к появлению еще одного значения: ренегат, перебежчик.

Одной из последних попыток сгладить межэтнические и межконфессиональные противоречия в американском обществе стал новый подход, предложенный в 2010 году Робертом Путманом и Дэвидом Кемпбеллом и выраженный «принципом тетушки Сьюзен и друга Эла» (the aunt Susan and my friend Al principle). Созданный образ подразумевает наличие практически в каждой американской семье родственника или знакомого, исповедующего другую религию, что не мешает испытывать к нему теплые чувства, и призван олицетворять единство американцев как народа, со-

Другой персонификацией стереотипа афро-американца является Jim Crow. Данный антропоним в переводе означает просто «негр». Такую кличку дали темнокожим гражданам американские расисты. Позднее значение этого слова метафоризировалось, расширившись до «расовая дискриминация, расизм вообще, но особенно по отношению к темнокожим» и «изоляция негров», а также «анти-негритянские, расистские мероприятия, направленные против негров».

в XIX веке сформировались стереотипы темнокожего слуги – «дяди Тома», который изображался как угодливый и преданный темнокожий слуга, большой добрый ребенок, который не может жить самостоятельно без опеки хозяев, и the Mammy (искаженный вариант mother), доброй, пышнотелой и простодушной темнокожей няни в кипельно белом фартуке. Словарь Merriam-Webster дает следующее определение для Mammy – «a black woman serving as a nurse to white children especially formerly in the southern United States». Эти стереотипы просуществовали вплоть до первой мировой войны, когда в Соединенных Штатах наблюдалась ностальгия по «старым добрым темнокожим» (good old darkies).

Это ностальгическое чувство было с успехом использовано в области рекламы, когда в 1875 году на коробках с мукой появляется Aunt Sally, одно из воплощений образа Mammy. Эта идея была подхвачена другими производителями, на потребительском рынке США на банках кофе из Луизианы появляется образ Aunt Dinah. Но самым ярким воплощением Mammy в рекламе остается Aunt Jemima. Ее придумали и воплотили в жизнь Ч. Рутт (Charles Rutt) и Ч. Дж. Ундервуд (Charles G. Underwood) в рекламе особой блинной муки, которая готовилась по рецепту некой тетушки Джемаймы. Авторы идеи воспользовались именем водевильного персонажа. Торговая марка Aunt Jemima стала неотъемлемой частью жизни США, что нашло свое отражение в языке в виде выражения «As American as apple pie, baseball and Aunt Jemima!»

contemptuous of Whites). Образ Куна является примером негативного гетеростереотипа.

Следует отметить, что стереотипы складывались стихийно. Официально впервые исследованием расовых и этнических стереотипов в США занялись социологи. В 1933 году Д. Кац (Daniel Katz) и К. Брали (Kenneth Braley) выявили вышеописанные типажи. Индустрия развлечений закрепила эти негативные образы. В юмористических шоу публику заставляли смеяться над ленивыми и растягивающими слова темнокожими, делая их чаще других персонажами интермедий. Голливуд внес свою лепту в закрепление этого образа. Персонификацией темнокожего стал актер С. Фетчит. Он изображал медлительного при ходьбе и в разговоре простофилю. Уровень его образования наглядно демонстрирует фраза: «I'se be catchin' ma feets nah, Boss» или «I ain'taskin you is you ain't. I is askin you is you is».

Остановимся еще на одной персонификации стереотипа темнокожего антропониме Jim Crow, что в переводе означает «негр, Джим Кроу». Такую кличку дали темнокожим американские расисты. Позднее значение этого слова метафоризировалось, расширившись до уровня – «расовая дискриминация, расизм вообще, но особенно по отношению к темнокожим» и «изоляция негров», а также «анти-негритянские, расистские мероприятия, направленные против негров». Сочетание Jim-Crow policy переводится как «политика дискриминации негров в США», а Jim-Crow laws – как «законы, ущемляющие права негров». Отрицательные коннотации, выз-



стоящего из представителей разных национальностей, этнических групп и конфессий.

Приведенные примеры доказывают, что негативные гетеростереотипы вербализуются в этнофолизах (экспрессивных коннотативно отрицательных этнонимах или этнических кличках) (Roback, 1944), которые превращаются в мощное оружие, уничтожающее человека. Наиболее остро это проявилось в конце 1950-х гг. в США, в плавильном котле разных рас, наций и народов, где негативные гетеростереотипы, выраженные в этнофолизах, не позволяли иммигрантам влиться в американское общество. Это приводило к этнической дискриминации, заставляя иммигрантов держаться за свое землячество. Для того, чтобы избавиться от этого, в США в 1980-1990-х гг. в более чем 350 государственных университетов ввели «кодексы речи» (speech codes), регулирующие речевое поведение студентов.

Глобализация выносит на первый план необходимость коррекции существующих негативных этнических стереотипов, что позволит «виктимизированным» слоям населения избавиться от чувства обиды, которое опасно тем, что в определенных условиях может приве-

сти к необратимым последствиям и даже спровоцировать дезинтеграцию страны.

Следует отметить, что степень толе-

Глобализация выносит на первый план необходимость коррекции существующих негативных этнических стереотипов, что позволит «виктимизированным» слоям населения избавиться от чувства обиды, которое опасно тем, что в определенных условиях может привести к необратимым последствиям и даже спровоцировать дезинтеграцию страны.

рантности в отношении одного народа к другому, прежде всего, отражается в гетеростереотипах. Позитивные гетеростереотипы свидетельствуют о глубоких изменениях в ментальности народов. Исторически сложившиеся отрицательные гетеростереотипы можно и нужно изменить на позитивные, несмотря на то, что это весьма сложный, но возможный процесс, нашедший подтверждение в недавнем прошлом.

Примером этому может служить Россия, которая занимает почти шестую часть Земного шара, с населением, составляющим треть жителей планеты. Она всегда «была страной загадочной, непонятной еще в судьбе своей» (Бердяев, 1990, С. 174). Отодвинутая в XII-XIII вв. за пределы европейской цивилизации, Россия порождала мифы у своих западных соседей, которые послужили основой для

вырабатываемых веками гетеростереотипов, с незначительными модификациями, существующими и поныне. Страх

перед Россией до сих пор витает на Западе, порождая новые мифы и новые отрицательные гетеростереотипы. Однако в первое десятилетие периода после холодной войны резко отрицательный гетеростереотип, олицетворяющий Советский Союз, постепенно стал меняться на положительный, персонифицирующий новую Россию. В этом заслуга и политиков, и лингвистов.

Поиск коннотативно нейтральных лексических средств номинации в этнонимике в современном языковом пространстве может создать благоприятные условия для жизни и деятельности людей различных национальностей и конфессий и в некотором смысле решить проблемы, касающиеся межнациональных отношений. Лингвистика призвана сыграть в этом процессе решающую роль.

#### Список литературы:

1. Бердяев Н.А. *Смысл истории*. – М., 1990.
2. Вайсгербер Й. Л. *Родной язык и формирование духа*. – М., 2009.
3. Завьялова М.В. *Этнические автостереотипы русских в странах Балтии*.  
// [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lib.tr200.net/v.phpid=88819&sp>
4. Рыжков В. А. *Регулятивная функция стереотипов*  
// Знаковые проблемы письменной коммуникации. : Межвузовский сборник научных трудов. – Куйбышев, 1985. С.15-21
5. Соссюр Ф. де *Заметки по общей лингвистике*. – М., 1990.
6. Степанов Ю. С. *Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования*. – М., 1997.
7. Стефаненко Т. Г. *Этнопсихология*. – М., 1999.
8. Уорф Б. Л. *Наука и языкознание*  
// Новое в лингвистике. –1960. – Вып. I. – С. 169-183.
9. Шпет Г.Г. *Психология социального бытия*. – М., Воронеж, 1996.
10. Штейнталь Г. *Грамматика, логика и психология*  
// Звегинцев.В.А. История языкознания XIX и XX вв. в очерках и извлечениях. Ч. I. – М., 1960. – С. 127-135.
11. Jewel K. Sue, *From Mammy to Miss America and Beyond: Cultural Images and the Shaping of US Social Policy*.  
//NY, 1993.
12. Lippmann W. *Public Opinion*. – NY, 1922.
13. Moscovici S. *The Phenomenon of Social Representations/Social Representations*.  
// Cambridge, 1984.
14. Roback A.A. *A Dictionary of International Slurs, with a Supplementary Essay on International Prejudice*.  
// Cambridge, Mass., 1944.