

Жерновая О.Р.

Нижний Новгород, Россия

**ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ
КАК ОТРАЖЕНИЕ МЕНЯЮЩЕЙСЯ
КУЛЬТУРНОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ
ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА**

УДК 81'27

ББК Ш 100.3

Аннотация. Статья посвящена одной из действительно ключевых тем современного политического дискурса – «стереотипы». Своим проявлением стереотипы обязаны межкультурным или межэтническим контактам, когда выявляются наиболее типичные черты, характерные для того или иного народа или культуры. Именно в социальной и культурной сфере формируются основные стереотипы, принимаемые обществом. Наиболее традиционными оказываются так называемые этнокультурные стереотипы – разделяемые не только в пределах одной культуры, но и, более широко, мнения о типичных образах представителей разных национальностей. Они отражают действительность, и если действительность меняется, то меняются и стереотипы. Этнокультурный стереотип способен меняться, эволюционировать в зависимости от изменяющихся культурных, политических и экономических факторов общества. Положительная ценность этнокультурного стереотипа – это его роль в формировании народной картины мира.

Ключевые слова: Этнокультурные стереотипы, нация, этнические группы, национальное самоопределение, суждения, стереотипные образы, этнические анекдоты, культурная оппозиция: «мы / они», «свой / чужой».

Сведения об авторе: Жерновая Оксана Романовна, заведующий кафедрой иностранных языков и лингвокультурологии факультета международных отношений, доцент, кандидат филологических наук.

Место работы: Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского.

Контактная информация: 603600, Россия, г. Н. Новгород, ул. Ульянова, д. 2.

E-mail: oxana.zh@mail.ru.

В социальных науках стереотип рассматривается как совокупность устойчивых упрощенных обобщений о группе индивидуумов, позволяющих распределять членов группы по категориям и воспринимать их глобально, согласно этим ожиданиям [Ребер 2000: 313]. Стереотипы строятся на основе недостаточной информации, на ограниченном личном опыте индивида и поэтому часто бывают ложными. Как правило, стереотипы трактуются как обобщения, основанные на случайных наблюдениях и крайне необходимы в освоении действительности, поскольку в обыденной жизни мы все оперируем стереотипами. Этимологически слово стереотип означало в греческом языке «твердый», «затвердевший», «неподвижный». Само слово «стереотип» было введено в научный обиход в «европейском» контексте американским журналистом, политологом У. Липпманом как сильное социокультурное и идеологи-

Zhernovaya O.R.

Nizhniy Novgorod, Russia

**ETHNIC-CULTURAL STEREOTYPES
AS A REFLECTION OF CHANGING
CULTURAL AND POLITICAL
REALITY OF A SOCIETY**

ГСНТИ 16.21.27

Код БАН 10.02.20

Abstract. The article deals with one of the topical questions of modern political discourse – “stereotypes”. Stereotypes are caused by intercultural or interethnic contacts, when the most typical characteristics of this or that national group of culture are easily identified. It is the social and cultural sphere where the main stereotypes, accepted by a society, are formed in. The most traditional stereotypes are the ethnic-cultural ones, shared not only within one culture but even broader, the opinions about the typical images of the representatives of different nationalities. They reflect a reality and if the reality changes, the stereotypes also change. The ethnic-cultural stereotype is able to change and evolutionize depending on changing cultural, political and economic factors of a society. The positive aspect of the ethnic-cultural stereotype is its role in the formation of the world of nations.

Key words: Ethnic-cultural stereotypes, nation, ethnic groups, national identity, assumptions, stereotypical images, ethnic anecdotes, cultural opposition “we / they”, “ours / theirs”.

About the author: Zhernovaya Oksana Romanovna, Head of the Chair of Foreign Languages and Language and Culture Studies of the Faculty of International Relations, Candidate of Philology, Assistant Professor.

Place of employment: Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky.

ческое понятие в 1922 г. и трактуется как «мыслительный образ».

У. Липпман считал, что стереотипы – это упорядоченные, схематичные детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных объектов мира. Во-первых, стереотип по Липпману – это всегда редуцированный образ реальности, поскольку только благодаря редукации он открывает возможность справиться со слишком сложной для отдельного человека реальностью. Во-вторых, стереотип (в применении к социальной реальности) содержит, как правило, оценочный момент, так как он является не просто констатацией факта, а ориентиром, указывающим в определенном направлении. Таким образом, редуцированность и оценочность стереотипа породили стремление к освобождению от стереотипов [Ромашко 2009: 222-223].

Лингвисты склонны утверждать, что в основе стереотипов лежат познавательные функции, они не отделимы от механизмов, при помощи которых человеческий разум постигает и категоризирует действительность; что язык по своей натуре опирается на упрощения, обобщения, а также оценку, и, следовательно, стереотипы нейтральны по своей природе, но в то же время подвержены изменениям и, конечно, могут быть использованы как в плохих, так и в хороших целях [Бартминьский 2009: 11], то есть стереотип понимается как ментальный стереотип, который коррелирует с «наивной картиной мира».

В кратком политическом словаре стереотип определяется как «схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенные и обладающие устойчивостью. Выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта [Краткий политический словарь 1987: 447]. Нельзя не согласиться с Г.В. Елизаровой, которая отмечает, что стереотипы «представляют собой не простые абстракции на основе личного опыта, но абстракции, приобретенные вербальным или невербальным путем в определенном лингвистическом и культурном сообществе за продолжительный период времени» [Елизарова 2001: 121].

Английские словари дают также аналогичные определения слова «stereotype» – «fixed mental impression» (фиксированное умственное представление) (The Concise Oxford Dictionary), «a fixed set of ideas about that a particular type of person is like, which is (wrongly) believed to be true in all cases» (фиксированный ряд идей, который принято считать правдивым представлением об определенном типе человека) (Longman Dictionary of English Language and Culture).

Из выше приведенных определений следует, что стереотип – это явление схематическое, стандартизированное, фиксированное, устоявшееся. Помимо этого, при создании стереотипов личностный момент наделяет эти ментальные образования эмоционально-оценочным содержанием, и как следствие стереотипы заставляют людей отрицательно оценивать то, что отличается от собственных характеристик.

Основные функции стереотипного оценивания, по У. Липпману, это функция экономии умственных усилий и функция защиты групповых ценностей, авторитетов, взглядов и мнений [Куницына 2001: 330].

Стереотип создает иллюзию идентификации людей и впоследствии иллюзию взаимопонимания в условиях дефицита времени. Он является, по словам Б.Д. Парыгина, чем-то вроде «готового ответа, освобождающего от самостоятельных, напряженных и ответственных решений» [Парыгин 1999: 192-194].

Использование стереотипов неизбежно при межкультурном общении, и их игнорирование может только усугубить ситуацию. «При всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, ослабляют удар, снижают культурный шок» [Тер-Минасова, 2008: 44]. Как четко подмечает А.В. Павловская, «стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического мира» [Павловская 1998: 17].

Встречаясь с представителями других народов и культур, человек обычно проявляет естественную склонность воспринимать их поведение с позиций своей культуры, «мерить на свой аршин» [Садохин 2009: 133]. Чаще всего непонимание чужого языка, символики жестов, мимики и других элементов поведения ведет к искаженному истолкованию смысла их действий, что порождает такие негативные чувства, как настороженность, презрение, враждебность. В связи с этим, реальным выходом из негативных ситуаций являются стереотипы, которые становятся своего рода подсказками, помогающими сформировать суждения, предположения и оценки других людей.

Своим проявлением стереотипы обязаны межкультурным или межэтническим контактам, когда выявляются наиболее типичные черты, характерные для того или иного народа или культуры. Так, постепенно складываются этнокультурные стереотипы, представляющие собой обобщенные представления о типичных чертах, характерных для какого-либо народа или нации в целом.

Немецкая аккуратность, «русский авось», китайские церемонии, африканский темперамент, вспыльчивость итальянцев, упрямство финнов, медлительность эстонцев, польская галантность – стереотипные представления о целом народе, которые распространяются на каждого его представителя. Этнокультурный стереотип может служить своеобразным эталоном стереотипа вообще, поскольку при его образовании механизмы стереотипизации проявляются наиболее ярко.

В основу этнокультурного стереотипа выбирается обычно какая-либо заметная черта внешности или характера и поведения человека. Такого рода стереотипы-клише становятся устойчивыми суждениями о представителях одних национальных групп с точки зрения других. На учете стереотипных представлений основано большинство анекдотов о национальном характере.

Приведем пример: «Послали представителям разных национальностей фильм следующего содержания: раскаленная пустыня и палящее солнце. С трудом идут мужчина и женщина. И вдруг мужчина достает сочный апельсин и отдает женщине. Зрителям задают вопрос: «Какой он национальности?»

Француз-зритель отвечает: «Только француз мог так галантно отнестись к даме!» Русский: «Нет. Это русский: надо же быть таким дураком! Сам бы съел». Еврей: «Нет, это еврей: кто бы мог еще достать в пустыне апельсин?» Здесь стереотипы – галантность французов, бесшабашность русских, изворотливость евреев.

Специалисты, изучающие этнокультурные стереотипы, отмечают, что нации, находящиеся на высоком уровне экономического развития, подчеркивают у себя такие качества, как ум, деловитость, предприимчивость, а нации с более отсталой экономикой – доброту, сердечность, гостеприимство. Подтверждением сказанному может служить исследование С.Г. Тер-Минасовой, согласно его результатам, в английском обществе более ценятся профессионализм, трудолюбие, ответственность и т.д., а в русском – гостеприимство, общительность, справедливость [Тер-Минасова 2008: 139-140].

Следующий этнический анекдот наглядно иллюстрирует, что стереотипы, будучи основной составляющей языковой картины мира определенного сообщества, отражают специфическую для данного сообщества интерпретацию окружающего мира.

Recently a worldwide survey was conducted by U. N. The question asked was: "Would you please give your opinion about the food shortage in the rest of the world?"

The survey was a huge failure. In Africa they didn't know what "food" meant. In Western Europe they didn't know what "shortage" meant. In Eastern Europe they didn't know what "opinion" meant. In South America they didn't know what "please" meant. And in the USA they didn't know what "the rest of the world" meant.

Перевод:

Недавно ООН проводила опрос общественного мнения во всем мире. Вопрос был следующий: «Пожалуйста, не могли бы вы высказать свое мнение насчет недостатка еды во всех остальных странах мира». Этот опрос с треском провалился. В Африке не знают, что значит слово «еда». В Западной Европе не знают, что значит «недостаток». В Восточной Европе не знают, что значит «мнение». В Южной Африке не знают «пожалуйста». А в США не знают, что значит «во всех остальных странах» [Барский 2009: 153].

Стереотипы заставляют людей отрицательно оценивать то, что отличается от собственных характеристик. «Человеку свойственно преувеличивать достоинства своего этноса и преуменьшать достоинства других. Например то, что у себя называется экономностью, у других будет скупостью; настойчивость у себя трактуется как упрямство у других и т.д. Стереотип – это такое явление языка и речи, такой стабилизирующий фактор, который позволяет, с одной стороны, хранить и транспортировать некоторые доминантные составляющие данной

культуры, а с другой – проявить себя среди «своих» и одновременно опознать «своего» [Маслова 2010: 110].

В этом проявляется феномен стереотипа – упрощенного, схематизированного, эмоционально окрашенного и чрезвычайно устойчивого образа какой-либо этнической группы и общности, распространяемого на всех ее представителей. Появление стереотипов обусловлено реализацией принципа экономии мышления, согласно которому людям психологически легче характеризовать обширные человеческие группы недифференцированно, грубо и пристрастно. Эти стереотипы усваиваются в детском возрасте, и дети используют их задолго до приобретения ясных представлений о тех этнических группах, к которым они относятся. Изменение стереотипов происходят редко, медленно и тяжело. «Осуждая других, мы невольно обнажаем собственный способ восприятия и, тем самым, наши собственные достоинства и недостатки. Иначе говоря, стереотипы показывают не только тех, к кому они относятся, но и нас самих» [Филиппова 2006: 18-19].

В 1940 году Джордж Оруэлл, обративший внимание на то, как незначительно воздействовала на рядовых солдат во время Первой мировой войны культура других стран, обратился к журналам для мальчиков «Джем» и «Магнет». В них ему не понравилось почти все, начиная с консервативной политической направленности и кончая абсурдной, устаревшей мизансценой.

«Как правило, исходя из того, что иностранцы из любой страны мало чем отличаются друг от друга и с большей или меньшей точностью соответствуют следующим стереотипам:

ФРАНЦУЗ: носит бороду, дико жестикулирует.

ИСПАНЕЦ, МЕКСИКАНЕЦ и т.п.: злобен, вероломен.

АРАБ, АФГАНЕЦ и т.п.: злобен, вероломен.

КИТАЕЦ: злобен, вероломен. Носит косичку.

ИТАЛЬЯНЕЦ: легко возбудим. Играет на шарманке или носит с собой стилет.

ШВЕД, ДАТЧАНИН и т.п.: добродушен, недалек.

НЕГР: комически выглядит, отличается верностью».

Horizon («Горизонт»), май 1940 г.

Фрэнку Ричардсу, автору этих историй, этих бесхитростных карикатур, которые пользовались невероятным успехом и о которых с презрением пишет Дж. Оруэлл, это не сошло бы с рук, не отличайся англичане таким дремучим незнанием иностранцев.

К изумлению Дж. Оруэлла, после появления его статьи Фрэнк Ричардс (настоящее имя которого Чарльз Гарольд Сен-Джон Гамильтон, и ему было всего шестьдесят четыре года) потребовал предоставить ему возможность ответить. Вот что он написал по поводу стереоти-

пов: «Относительно того, что иностранцы смешны: мистер Оруэлл, наверное, будет шокирован, но я должен сказать ему, что иностранцы на самом деле смешны».

Иными словами, Ф. Ричардс использовал так называемые гетеростереотипы (представления схематично обобщающие другие народы и культуры), которые и «являются источником национальных предубеждений, а иногда и межэтнических и межнациональных конфликтов» [Паксман 2009: 60-63].

Изменения стереотипов происходят редко, медленно и тяжело. Они редко проявляются на поведенческом уровне при отсутствии явной враждебности между группами, но играют доминирующую роль в реальном поведении индивидов, доходя до откровенной враждебности при обострении отношений.

Как известно, стереотипы отражают действительность, и если действительность меняется, то меняются и стереотипы. Следовательно, стереотипы не являются чем-то постоянным, неизменным. Например, во времена Советского Союза жители Кавказа ассоциировались с щедростью и гостеприимством, горячим темпераментом, богатством, выставляемым напоказ; из-за вооруженного конфликта в Чечне все кавказцы в России воспринимаются как потенциальные террористы и враги.

Сравнивая отношения между русскими и украинцами, можно заметить, что если во времена Советского Союза украинец был «свой», «младший брат», который совместно со «старшим» русским братом строил «светлое будущее», то сейчас стал резко увеличиваться процент анекдотов с персонажем – украинцем в общем составе «национальных анекдотов об «инородцах», со знаком «минус», где украинец преобразуется в клише «необразованного», «умственно неразвитого», «ленивого» персонажа. Вот как это представление реализуется в следующем анекдоте:

«Собравшись в зале представителям разных народов задают вопросы: «Какой народ самый глупый?» Единодушный ответ: Чукчи!» – «А какой народ самый ленивый?» – «Русские!» – «А какой народ самый жадный?» – «Евреи!» – «А какой народ соединяет в себе все эти три качества?» Молчание, потом голос из зала: «Затэ мы спиваем гарно!» Украинцы здесь прямо не называются, но имитация украинской речи (и указание на другую характерную черту – любовь к песням) не оставляет сомнений, кто имеется в виду [Левкиевская 2009: 54].

Новейшей, сформированной последними геополитическими событиями характеристикой украинца является его «незалежность», отношение к которой со стороны русских как к чему-то смешному, недостойному серьезного и уважительного отношения и создающему смеховой эффект при обыгрывании темы украинской самостоятельности. В то же время постоянной характеристикой «незалежного» является его

ненависть к «москалю», которого украинец готов обвинить во всех своих бедах. Например, «Тато, чи мы всю жизнь так погано жили? – ни раньше мы жили гарно, але москали погани придумали для нас незалежность».

Говоря, например, о типаже «немецкая домохозяйка», мы представляем себе постоянно занятую по дому женщину, у которой все разложено по местам, каждый день недели которой определен для выполнения того или иного вида деятельности – покупок в магазине, стирки, уборки и т.д. Ее дети образцово выполняют все ее требования, чисто одеты, причесаны, в ее доме все освящено вековыми традициями, она гордится тем, что является образцом жены и матери. Однако этот стереотип сегодня не соответствует действительности, более того, стараниями феминисток он уничтожается в сознании и жителей Германии и других стран.

Как уже было отмечено, этнокультурный стереотип способен меняться, эволюционировать в зависимости от изменяющихся культурных, политических и экономических факторов.

В структуре стереотипа выделяются эмоциональная составляющая (содержащая позитивную или негативную интерпретацию тех или иных черт, приписываемых данному народу), а также познавательная составляющая (в которую входит определенный объем представленный об этом народе, выражаемый в совокупности характерных черт, признаков и атрибутов, ассоциируемых с данным народом, сравнение его с другими, в том числе соседними, народами). Выступающие в стереотипе познавательные и эмоциональные составляющие не всегда остаются стабильными: изменения эмоциональных оценок происходят быстрее, изменения описательной части медленнее. Познавательная, описательная суть стереотипов оказывается более стабильной. Существенным для ее описания является не столько вопрос о содержании в ней «зерна правды» или же неправды, сколько вопрос о способе интерпретации объекта, его характеристики, приписываемой основной культурной оппозиции *мы / они, свой / чужой (другой)*.

Анализ этнокультурных стереотипов позволяет сделать вывод, что стереотипы являются результатом этноцентрической реакции – попытки судить о других людях с позиций только своей культуры. Понимание механизмов порождения этнокультурных стереотипов должно научить общество правильно реагировать на них, грамотно распознавать и преодолевать этнокультурные конфликты, препятствующие успешному развитию культурного диалога между народами.

ЛИТЕРАТУРА

Барский Л. Анатомия английского юмора. – М.: Красанд, 2009.

Бартмицкий Е. Базовые стереотипы и их профилирование // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре. – М., 2009.

Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. – СПб.: Союз, 2001.

Краткий политический словарь. – М., 1987.

Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. – СПб., М., Харьков, Минск: Питер, 2001.

Левкиевская Е.Е. Эволюция стереотипа украинца в русском языковом сознании // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре. – М., 2009.

Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2010.

Павловская А.В. Россия и Америка. Проблемы общения культур. – М., 1998.

Паксман Дж. Англия: Портрет народа. – СПб.: Амфора, 2009.

Парыгин Б.Д. Анатомия общения. – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 1999.

Ребер А. Большой толковый психологический словарь. Т. 2. [Пер. с англ.]. – М.: Вече, АСТ, 2000.

Ромашко С.А. Стереотип: к языковой и культурной археологии слова и понятия // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре. – М., 2009.

Садохин А.П. Введение в межкультурную коммуникацию. – М.: Омега-Л, 2009.

Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. – М.: Слово, 2008.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2008.

Филиппова М.М. Английский национальный характер. – М.: Аст-Астрель, 2006.

© Жернова О.Р., 2010