

О РОЛИ ЭТНОНИМА В ПРОЦЕССЕ СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ**Исина Г.И.***РГКП «Карагандинский государственный университет им. академика Е.А. Букетова,
г. Караганда, Казахстан, e-mail: g.issina@mail.ru*

Настоящая работа посвящена выявлению роли этнонимов, непосредственно отраженных в семантике фразеологических единиц, своего рода стереотипизированных устойчивых выражений, характерным признаком которых является их антропоцентрическая сфокусированность. Специфика значения культурно маркированного этнонима состоит в том, что название этноса может сохранять следы событий, с ним связанных, и фиксировать разнообразные ассоциации. Переосмысленные фразеологические выражения называют явления из социальной жизни человека, обозначают сферу социальных отношений и в основном касаются его этических, моральных, нравственных качеств, указывая через этноним на определенные черты этноса. Ярко выраженный антропоцентрический характер фразеологических единиц позволяет выявить этнические стереотипные представления прошлого, культурные концепты того или иного этноса.

Ключевые слова: этноним, стереотип, фразеологическая семантика, культурный концепт, этнос

THE ROLE OF ETHNONYMS IN THE PROCESS OF STEREOTYPIFICATION**Issina G.I.***Karaganda State University n.a. E.A. Buketov, Karaganda, Kazakhstan, e-mail: g.issina@mail.ru*

The current research is aimed to identify the role of ethnonyms directly reflected in the semantics of phraseological units, stereotyped fixed expressions, a characteristic feature of which is their anthropocentric focus. The significance specificity of culturally marked ethnonym is that the name of the ethnic group can save historical events associated with it, and to fix a variety of associations. Phraseological expressions contain phenomena of human social life, indicate the scope of social relations and mainly deal with its ethical, moral qualities, pointing certain features of the ethnic group. Strongly pronounced anthropocentric nature of phraseological units allows to reveal ethnic stereotypes of the past, cultural concepts of a particular ethnic group.

Keywords: ethnonym, stereotype, phraseological semantics, cultural concept, ethnosc

Введение

Социальные стереотипы представляют собой «совокупность ожиданий, предъявляемых к характерным чертам и поведению представителей социальных и этнических групп, целых народов» [1, с.196-197]. Это означает, что если у нас есть готовые стереотипы в отношении какой-то социальной группы, то мы ожидаем, что ее члены обладают определенными чертами и будут вести себя определенным образом. Наиболее часто употребляемую разновидность социальных стереотипов представляют этнические стереотипы, что обусловлено их яркостью, отчетливостью, а также практической остротой и актуальностью.

Каждый этнос в процессе своей жизнедеятельности на определенной территории в конкретных социально-экономических и исторических условиях вырабатывает свой стереотип поведения, который «поставляет» членам этноса общепринятые модели поведения в тех или иных стандартных ситуациях. Они способствуют ускорению процесса познания окружающей действительности и принятия решений. Находясь в тесной взаимосвязи с правилами и нормами национального этикета, стереотипы национального поведения помогают прогно-

зировать действия людей, принадлежащих к конкретной этнической группе, общности.

Целью исследования является выявление роли этнонимов, непосредственно отраженных в семантике вербализованных единиц.

Материал и методы исследования. В работе исследуется семантика фразеологических единиц, своего рода стереотипизированных устойчивых выражений, характерным признаком которых является их антропоцентрическая сфокусированность. Применение методов компонентного, семантического анализа, а также метода интерпретации вербальных стереотипов с помощью лингвокультурологического комментария способствует раскрытию их национально-культурной специфики.

Стереотипы – это утвердившиеся в социуме структуры общественного сознания, влияющие определенным образом, как на развитие самого этноса, так и на характер коммуникационного общения и взаимодействия обществ. Вторжение стереотипов может приобретать самые неожиданные формы. Подчеркнутое отрицание «чужого» может быть связано с подсознательным давлением, требующим засвидетельствовать свою верность и преданность миру «своего».

Основной единицей языковой реализации признака этничности во фразеологи-

ческих единицах является этноним. Этноним как наиболее общий термин используется для обозначения любого этноса (этнической группы, народа, народности и т.д.). Специфика значения культурно маркированного этнонима состоит в том, что название этноса может сохранять следы событий, с ним связанных, и фиксировать разнообразие ассоциации. Переосмысленные фразеологические выражения называют явления из социальной жизни человека, обозначают сферу социальных отношений и в основном касаются его этических, моральных, нравственных качеств, указывая через этноним на определенные черты этноса [2].

Этнический стереотип поведения представляет собой набор типовых программ, направленный, прежде всего, на «нейтрализацию тенденции к индивидуализации поведения, сдерживанию роста его вариативности, ибо ничем неконтролируемый рост многообразия неминуемо привел бы к распаду общества» [3].

В разных этнических культурах одним и тем же действиям может придаваться различное содержание, или одно и то же содержание может находить различное выражение в поступках. Стереотипные представления как раз и формируются при попытке интерпретировать поведение представителя другого этноса, которое обычно осуществляется с точки зрения особенностей своей собственной культуры. В зависимости от состояния межэтнических отношений стереотипы национального поведения могут приобретать позитивный или негативный характер.

Часто главные функции национальных стереотипов сводятся к тому, что они служат оправданием враждебности личности на межэтническом уровне и выполняют функцию позитивной ценностной дифференциации собственной группы. Этнокультурные стереотипы восприятия «себя» и «другого» могут рассматриваться как фрагменты этнокультурного сознания, отражающие активное познавательное восприятие мира.

При решении вопроса о соотношении национального стереотипа и национального характера особое значение приобретает объективность оценочных суждений. Зачастую стереотипы основываются не на личном впечатлении, а передаются в процессе коммуникации, от поколения к поколению в форме устойчивых, закрепленных в языке, пословиц и поговорок, представлений и образов. Например:

Every little American is born with his nose pointing west;

Every little Briton with his nose pointing everywhere - (американские пословицы);

England is a good land with bad people - (французская пословица);

Этнопсихологическая зависимость от мнения окружающих в таких случаях может стать фактором формирования ложного стереотипа, сквозь призму характеристик которого будет оцениваться последующий опыт общения с представителями указанной национальной или этнической группы [4, с.20]. У всех народов мир имеет два полюса: «свой мир» и «чужой мир». В определениях «свой» - «чужой» смешаны исторические, психологические, политические, экономические и религиозные мотивировки.

Личность предстает как носитель устойчивых этнических черт, от внешних признаков до так называемого национального характера. Роль и статус языка в аспекте оппозиции «свой-чужой» тесно связаны с этнической историей его носителей (А.А.Шахматов, В.Н.Топоров). Язык понимается как «этнический определитель», «вербальный код культуры». Важно, что язык, «являясь важнейшим коммуникативным средством, в то же время выполняет и весьма существенные сигнификативные функции, выступая в качестве условного знака принадлежности его носителя к определенной группе».

Каждая культура имеет свою, свойственную только ей, систему ценностей и категорий. Хотя эти ценности и категории повторяются во множестве культур, но там они имеют иную иерархическую организацию. Язык занимает особое место в системе описания картины мира. Благодаря языку может быть изображена целостная картина мира – как своя, так и «чужая» [5, с.11].

Существует интересное различие между установками к своим и чужим группам. «Наша» группа воспринимается во всем разнообразии, со многими качествами и особенностями взаимодействия ее членов, в то время как восприятие и оценка чужих групп более стереотипны: все члены чужой группы считаются сходными. Любопытно, что гетеростереотипы сохраняются даже тогда, когда человеку указывают на половые, возрастные, профессиональные и иные различия членов чужой группы. Нередко одинаково и стереотипно воспринимаются вообще все те люди, которые не являются членами своей группы, не из «наших» [6].

Этнические стереотипы представляют собой ментальные иррациональные образования, в которых фиксируется оценочное отношение к себе как этносу и другим этносам (Е. Бартминский, Л.Н. Гумилев, Г. Олпорт). В стереотипе личность находит групповую оценку существующего явления, которая вы-

ступает как усредненное представление о том или ином феномене действительности.

Культурологический признак «свой-чужой» закреплён в семантике многих языковых единиц, в том числе и фразеологических единиц. Во фразеологии языка хранится система ценностей, общественная мораль, отношение к миру, к людям и т.д. ФЕ представляют национальные мировоззренческие ценности сквозь призму определенных поступков человека.

Вторжение стереотипов может приобретать самые неожиданные формы. Подчеркнутое отрицание «чужого» может быть связано с подсознательным давлением, требующим засвидетельствовать свою верность и преданность миру «своего».

Особенно много отрицательных этнических стереотипов возникает в этнически ранжированных обществах, в которых есть доминирующие и подчиненные этносы. Доминирующие группы обычно создают отрицательные стереотипные представления о нижестоящих этнических группах, тем самым, рационализируя, т.е. оправдывая свой более высокий статус [1, с.226]. В течение нескольких поколений стереотип может передаваться от поколения к поколению. Подобные стереотипные представления находят отражение в ряде фразеологических сравнений. Например: *to work like a Negro, to work like a Black, to work like a nigger* (а *nigger* – кличка, даваемая неграм американскими расистами). Отголоски рабовладельческого строя слышны и по сей день. Подобные стереотипы могут создавать чувство превосходства своего этноса над другими (этноцентризм), а в гипертрофированном виде способствовать дискриминации и жестокому угнетению людей иной этнической принадлежности (расизм). По мнению У.Самнера, этноцентризм – это такое «видение вещей, при котором своя группа оказывается в центре всего, а все другие соизмеряются с ней или оцениваются со ссылкой на нее» [7, с.236]. Человеку свойственно преувеличивать достоинства своего этноса и преуменьшать достоинства других.

Порою стереотипы используются в качестве средств оправдания. Например, сильная и агрессивная нация объявляет другую нацию отсталой, грубой, невежественной. Задевают чувства и достоинства индивидуума, ущемляют его человеческие права языковой бестактностью или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, социального статуса, внешнего вида и т.п. Например: *There are too many chiefs and not enough Indians* – «Шерифов много, не хватает индейцев», «Начальников много, а работать некому».

Like a wooden Indian – букв. как деревянный индеец, «замкнутый». В английском языке, как и во многих других языках, идею глупости связывают с деревом (как материалом). Ср.: в англ. яз. *a wooden head* – «деревянная голова»; в русск. яз. «дубовая голова», в китайском языке глупым называют «человека с деревянной головой». Этимология фразеологического сравнения *like a wooden Indian* восходит к периоду варварского заселения Америки. Колонизация сопровождалась непрерывными войнами с индейцами, захватом их земель, оттеснением их на Запад.

Изначально воспринимаемая как избранный англосаксонская культура формировала у американцев завышенную самооценку и чувства превосходства над другими нациями. Осознание собственной исключительности явилось, в свою очередь, результатом оценочной деятельности, в процессе которой вербализовывались ценностные характеристики американской нации.

Противопоставление «Мы» и «Они» – один из древнейших социально-психологических механизмов консолидации людских общностей. Некоторые имена групп и этносов в психике человека могут ассоциироваться с неприятными чувствами. В этом случае уже только или звучание названия вызывает те же неприятные мысли и эмоции. Такая связь возникает в тех случаях, когда имя или название группы сочетается с событиями, связанными с какой-либо неприятностью и несет определенную эмоциональную нагрузку. Ассоциации, возникшие на основе подобных связей, оказывают влияние на формирование этнических стереотипов. Порой драматизация положения трансформирует негативные эмоции в агрессию, направленную вовне. Так, например, драматические военные события 17-ого века, развернувшиеся между двумя странами – Англией и Голландией – оставили неизгладимый негативный след в истории англоязычного общества. И именно поэтому англичане выражают зачастую презрительное отношение к некогда противоборствующей нации, что, в свою очередь, находит отражение во фразеологических единицах. Например:

I'm a Dutchman if – разг. «будь я проклят», «провалиться мне на это самом месте, если...»; *Dutch feast* – «пир, на котором хозяин напивается первым»; *Dutch bargain* – «сделка, заключенная выпивкой»; *The Dutch have taken Holland* – «открыл Америку!».

В английском языке существует значительное количество устойчивых выражений с «Dutch», рисующих образ голландцев с присущими им негативными чертами в критической и насмешливой форме. Во фразеологическом сравнении *to talk to someone*

like a Dutch uncle «учить уму-разуму» компонент Dutch uncle подразумевает прежний стереотипный снисходительный образ дядюшки-родственника, сурового и недружелюбного, но считающего своим непрременным долгом принять участие в деле воспитания, которому в Англии всегда уделяли особое внимание.

Может показаться странным, но военный дух соперничества, царивший между Британией и Францией в течение многих столетий, в гораздо меньшей степени повлиял на негативное лингвистическое наследие, чем неприязнь к голландцам в результате войн, длившихся около ста лет. Ряд фразеологизмов с компонентом French представляют собой набор характеристик, свойственных стереотипному портрету этноса, сформировавшегося в былые времена. Сравните: to take French leave – «Уйти по-английски, не прощаясь» (ср. фр. filer a l'anglaise – схожее произношение); the French enigma – «Французская загадочность»; pardon my French – разг. «говорить на ломаном языке».

Признак этничности присутствует и в следующих фразеологических сравнениях: to talk like a Spanish cow – «говорить как испанская корова», т.е. говорить на плохом французском языке; as false as a Scot – фальшивый как шотландец; as if it were spoken in Greek – «говорить на непонятном (греческом) языке». Ср.: It is Greek to me – «тарабарщина, абракадабра».

В ходе своего исторического развития английский язык вобрал в себя множество слов, заимствованных из других языков. В результате длительных контактов со многими нациями английский, как никакой другой язык, претерпел значительные изменения. В качестве оправдания, а быть может и утешения англичане готовы были обвинить любые другие нации, носителей других языков в недопонимании в общении, а порой даже и невежественности.

К фразеологически активным компонентам этничности в английском языке относится слово China. Китайские эмигранты прибыли в страну за заработками еще в 18-ом веке. Однако труд им приносил мизерные доходы, и вообще отношение к ним было достаточно пренебрежительным. Ср.: Chinaman's chance – «бессмысленная затея»; not for all the tea in China – «никогда, ни за какую цену». Среди них встречаются и фразеологические сравнения. Например:

like a bull in a China shop – «как слон в посудной лавке». A China shop – магазин, где продают фарфор, завезенный из Китая.

like Chinese water torture – «действующий на нервы». К одной из форм китайского наказания относилось испытание, когда жертву вынуждали слушать часами монотонное капание воды из крана.

Такого рода сравнения являются отражением социальных стереотипов мышления, отражением стандартизованных представлений и мнений о представителях других этносов. Обобщение качеств этносов на основе их характеристик, содержащихся во фразеологизмах, позволяет выявить определенные стереотипные образы о том или ином этносе в представлении англоязычных народов: французы – говорливы, индейцы – глупы; китайцы – непонятны, непостижимы; голландцы – пьяницы; шотландцы – неискренны, испанцы – грубы и т.д.

Признак этничности представлен в значениях ФЕ, которые, в свою очередь, в определенной мере выражают ценностные доминанты этноса и особенности его менталитета. Однако заметим, что не всегда те или иные выражения отражают объективную картину. Порой дискредитируемая группа описывается так, будто она обладает теми пороками, от которых свободна «своя» группа. За счет вторжения этноцентризма наше поведение кажется нам естественным, когда мы смотрим на него сквозь призму своей культуры, но оно может показаться ненормальным или грубым носителю другой культуры.

Человеку свойственно преувеличивать достоинства своего этноса и преуменьшать достоинства других. В этом проявляется феномен стереотипа – упрощенного, схематизированного, эмоционально-окрашенного и чрезвычайно устойчивого образа какой-либо этнической группы и общности, распространяемого на всех ее представителей. Эти стереотипы усваиваются еще в раннем детстве, и дети используют их задолго до приобретения ясных представлений о тех этнических группах, к которым они относятся и играют доминирующую роль в реальном поведении индивидов [8, с. 149]. Стереотипы являются как бы кодом и индикатором ценностей этнической группы.

Список литературы

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 1996. 375 с.
2. Исина Г.И. Стереотипы и национальная языковая картина мира. Караганды: Изд-во КарГУ, 2007. 368 с.
3. Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления / Под ред. А.А.Кибрика, И.М.Кобозевой и И.А.Секериной. Изд 2-е, испр. и доп. М.: Едиториал УРСС, 2002. 480 с.
4. Ройзензон М.И. Лекции по общей и русской фразеологии. Самарканд, 1973. 217 с.
5. Стереотипные и ментальные структуры и лингвистика текста. М.: Институт славяноведения РАН, 2000. 158 с.
6. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998. 388 с.
7. Стереотипы в общественном сознании (социально-философские аспекты). М.: Академия Наук СССР. Серия: Философия, 1998. 43 с.
8. Дмитриук Н.В. Формы существования и функционирования языкового сознания в негетерогенной лингвокультурной среде. Дисс... докт. филол. наук. Москва, 2000. 445 с.