

Этнические стереотипы англоговорящих к азиатским народам в словарном составе английского языка

Сергоманова Анна Аркадьевна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В современном мире «этнические вопросы», и в частности, вопрос этнической идентификации и этнической предубежденности, достигли своего апогея: языковые, культурные, статусные и пр. различия становятся камнем преткновения для мирного сосуществования многих этнических групп. В данной статье рассматриваются понятия «стереотипа», «этнического стереотипа», «языкового стереотипа»; анализируются лексические единицы с компонентами-этнонимами, которые отражают стереотипное отношение англичан в отношении евреев и китайцев; выявляется взаимосвязь между лексически единицами с компонентом-этнонимом и стереотипным отношением к данному народу.

Ключевые слова: стереотип, этнический стереотип, этноним, межкультурная коммуникация

Ethnic stereotypes of English speakers to Asian peoples in the vocabulary of the English language

Sergomanova Anna Arkadyevna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

student

Abstract

In the modern world, "ethnic issues", and in particular, the issue of ethnic identification and ethnic prejudice, have reached their zenith: linguistic, cultural, status, etc. differences become a sticking point for the peaceful coexistence of many ethnic groups. This article discusses the concepts of "stereotype", "ethnic stereotype", "language stereotype"; analyses lexical units with ethnonym components that reflect the stereotypical attitude of the English towards the Jew and Chinese; reveals the relationship between lexical units with an ethnonym component and a stereotypical attitude to this nation.

Key words: stereotype, ethnic stereotype, ethnonym, intercultural communication

Изучая английский язык, мы так же изучаем быт и культуру носителей английского языка, в связи с этим мы непременно сталкиваемся с выражениями, которые содержат в себе названия того или иного народа.

В данной работе изучаются этнические стереотипы в лексических единицах английского языка, история возникновения данных этнических стереотипов и их влияние на отношение носителей английского языка к таким народам как евреи и китайцы.

Актуальность исследования этнических стереотипов заключается в проблеме нарастающих межэтнических конфликтов, связанных с политикой, экономикой, культурой, эмиграцией, постоянными изменениями в межэтническом общении. Эти изменения и, как следствие, конфликты связаны в первую очередь с проявлениями индивидуальных и психологических особенностей представителей той или иной культуры, или нации.

Стандартный ход мыслей удобен. Ведь он порождает одинаковые модели поведения у совсем разных людей. К тому же такое мышление общества очень выгодно. Поскольку люди с укоренившимися в сознании стандартами, как правило, не обладают индивидуальностью и уникальностью. Они живут надуманными нормами и загнаны в рамки. Им легко что-то внушить, легко управлять ими.

Стереотип – изначально это понятие являлось метафорой относительно мышления, пришедшей из типографского дела, где стереотип — монолитная печатная форма, копия с типографского набора или клише, используемая для печатных машин. Поэтому буквальное значение этого слова — «твёрдый штамп мышления» [8].

В настоящее время существует множество самых различных стереотипов, вот примеры некоторых из них: «Англичане любят чай», «Все мужики — козлы!», «Англичане часто извиняются», «Америка — наш враг!» и др.

В современной психологии существуют различные определения понятия стереотип. Стереотип — устоявшееся отношение к происходящим событиям, явлениям, выработанное на основе сравнения их с внутренними идеалами [1]. Психолог Н.Козлов пишет: «Привычки — это то, как привыкли Вы. Стереотипы — это то, как привыкли все. А Вы — вслед за ними. Потому что Вас так воспитали» [9].

Для стереотипов характерны эмоциональная окрашенность и яркая образность. Как правило, стереотипы содержат в себе социальный и психологический опыт общения и взаимоотношений индивидов и народов. Так же стереотипы очень часто приходят из прошлого, являясь как бы опытом прошлых поколений, так что в какой-то мере их можно считать культурой.

Изучением природы стереотипов занимались многие известные ученые, в том числе и английский социолог Henri Tajfel (1919–1982). Ученый объяснял существование стереотипов особенностями человеческой психики: людям психологически легче характеризовать обширные человеческие группы (как по социальному, так и по национальному признаку) не дифференцированно, грубо и пристрастно, используя стереотипы. (Tajfel, 1982)

Стереотипы часто создают значительные препятствия в межкультурном общении, поскольку люди имеют склонность воспринимать поведение представителей других культур с позиций своей культуры, что приводит к искаженному истолкованию их смысла, и, как следствие, к отрицательной оценке народа и его культуры в целом.

Стандартно мыслящий человек не может быть полноценной творческой и свободной личностью, точно так же, как он не сможет быть успешным в бизнесе или любой иной самостоятельной деятельности. Стереотипное мышление не предусматривает самостоятельного планирования.

Существуют различные виды стереотипов. Различают такие виды стереотипов как: автостереотипы, которые отражают представления людей о самих себе, и гетеростереотипы, которые отражают представления о другом народе, другой социальной группе. Так же стереотипы могут быть поведенческие и стереотипы сознания [12].

Стереотипы можно разделить на индивидуальные и социальные. К социальным стереотипам так же можно отнести и более частные случаи гендерные, политические, этнические, и целый ряд других стереотипов.

В нашей исследовательской работе особую роль мы уделяем этническим стереотипам, ведь они играют важную роль как в межрасовых, так и межгрупповых отношениях. Социологический словарь предлагает следующее определение этнического стереотипа «это схематизированные, упрощенные, нередко искаженные представления об этносе» [13]. Этнические стереотипы подразделяются на автостереотипы (суждения или оценки, относимые к своей личности или своему народу, обычно имеют положительную коннотацию) и гетеростереотипы (суждения или оценки относительно другого «чужого» народа, обычно носят отрицательных характер и негативную окраску).

У этнических стереотипов есть собственный ряд свойств, выделяющий их среди других. В этнических стереотипах содержится устойчивая и стабильная информация, но при поступлении новой информации или изменении отношений между группами содержание стереотипа может меняться. Этнически стереотип обязательно построен на эмоционально-оценочной основе, которая в свою очередь может зависеть от колебания настроения людей. Еще одно свойство этнического стереотипа, так называемая согласованность, т.е. большая часть данного этноса должна иметь схожесть представлений [10].

Этнические стереотипы легко проследить в устойчивых выражениях любого языка, следовательно, понятие этнического стереотипа, и понятие самого стереотипа неразрывно связано с языком, а значит и с лингвистикой.

В лингвистике используется понятие "языковой стереотип", который часто реализуется посредством этнонимов - наименований представителей народов. Существующие в сознании стереотипы по отношению к другим народам приводят к тому, что за этнонимом могут закрепиться определенные коннотации (чаще всего отрицательные), что особенно ярко проявляется при

функционировании этнонима в составе устойчивых сочетаний и фразеологизмов [2].

Этноним занимает особое место среди антропонимов, так как он называет не отдельного человека, а целую этническую общность со всеми присущими ей характеристиками. Поэтому этнонимы часто приобретают коннотации и, следовательно, играют важную роль в лексико-семантическом пространстве языка: они легко развивают переносные значения, и активно участвуют в образовании фразеологических единиц, и устойчивых выражений. Отсюда и вытекает своеобразная связь со стереотипами.

Анализ этнических стереотипов в лексике английского языка был проведен на примере лексических единиц, представленных в следующих словарях:

- Dalzell T. *Modern American Slang and Unconventional English*, 2009 [15]
- Dalzell T., Victor T. *The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English*, 2007 [14]
- Wilkinson P.R. *Thesaurus of Traditional English Metaphors second edition*, 2002 [17]
- Кунин А.В. *Большой англо-русский фразеологический словарь*, 1984 [4]
- Медникова Э.М., Апресян Ю.Д. *Новый большой англо-русский словарь*, 1993 [7].

Появление выражений с компонентами этнонимами обычно связано с историей отношений между странами, так, например, в словарном составе английского языка не так много выражений с компонентом этнонимом «*Jew*», однако они все же есть, и нельзя с уверенностью сказать, что все они носят только положительную коннотацию, так как сами отношения между носителями английского языка и евреями нельзя назвать положительными. Ведь Великобритания когда-то изгнала всех евреев из Англии. В основном это было связано с тем, что христианам давать деньги в рост было запрещено, вследствие чего рос негатив англичан. Так же Англия стала первой страной, где от евреев потребовали носить отличительный знак. Рассмотрим некоторые лексические единицы с компонентом-этнонимом «*Jew*»:

«*as rich as a Jew*» – *богатый как еврей*. Данное выражение выставляет евреев богачами, но не совсем понятно плохую ли коннотацию «*жадный человек*» или положительную «*богатый человек*» содержит данная лексическая единица, словарь не дает пояснений.

«*Wander like a lost Jew/ The wandering Jew*» – *Aimlessly* / вечный скиталец. Если вспомнить историю, то после смерти царя Соломона еврейское государство разделяется на два царства — Израиль и Иудею. В 586 году до н.э. вавилоняне завоевали Иудейское царство, разрушили Иерусалимский храм и увели значительную часть евреев в Вавилон (Вавилонское пленение). С этого момента начинается кочевание евреев.

«*Jew down*» - *to bargain aggressively about a price*. Несмотря на то, что в самой лексической единице нет никаких отрицательных компонентов, в определении дается слово «*aggressively – агрессивно*», что сразу вызывает негативные отношения к данной лексической единице, и в последствие к евреям. Хотя в деловом мире, данная манера проведения сделок характерна для многих народов и не вызывает отрицательных эмоций. Если вы не будете торговаться, то продавец может остаться недовольным и в последствие откажется от заключения сделок с вами.

«*Jewish prince*» - *a spoiled Jewish male*. В словаре американского сленга дается пометка «*An engrained cultural stereotype*», т.е. словарь сразу сообщает, что это стереотип. Но прилагательное «*spoiled*» само по себе вызывает негативное отношение.

В этом же словаре мы нашли схожее выражение, только уже по отношению к девушкам, и с той же самой пометой:

«*Jewish princess*» - *a spoiled Jewish female* (A deeply engrained cultural stereotype).

Выражение «*Jewish princess*» зарегистрировано 1972 годом, а «*Jewish prince*» в 1982 году.

Предположительно стереотип «*Jewish princess*» возник в XIX - XX веках в Америке, но имел немного другой вид «*Jewish American Princess*» (Еврейско-американская принцесса). Связано его появление со второй волной иммигрантов в Америку, ведь первоначально еврейские иммигранты не вызывали негативных эмоций в американском обществе. Но после резкого увеличения числа еврейских иммигрантов в конце XIX в., и в результате того, что евреи финансово-экономически процветали в американских городах, они стали мишенью для возникновения этнических стереотипов. Мишенью стало в том числе их богатство, предприимчивость и успех в торговых делах. СМИ очень активно взялись за создание стереотипов о евреях с отрицательной коннотацией. Данный стереотип появился после Второй мировой войны, и предположительно был создан и популяризован самими еврейскими писателями и комедиантами, и использовался в основном внутри еврейской общности, он использовался наравне с такими выражениями как: «*Nice Jewish boy*», «*Jewish mother*» и не нес в себе отрицательной коннотации. Но, в американских СМИ образ «*Jewish princess*» непременно включал в себя приверженность материальным ценностям и эгоизм на фоне лени, изнеженности и роскоши.

Вот еще несколько примеров английских выражений с компонентом-этнонимом «*Jew*»:

«*Jew-bail*» – недостаточное поручительство, недостаточный залог; «*Tell it to the Jews*» – расскажи кому другому; «*Jew`s eye*» – сокровище; то, чем действительно следует дорожить;

Подводя итоги, мы можем видеть, что почти все отобранные лексические единицы несут отрицательную коннотацию. Это позволяет определить явное отрицательное отношение англоговорящих к евреям. Они скряги, агрессивны, любят поторговаться.

В Словарном составе английского языка очень много выражений с компонентом-этнонимом «*Chinese/ China*», и это уже говорит о многом. Так же большинство таких выражений несут в себе отрицательную коннотацию, это так же связано с историей отношений между Китаем и Англией.

Отношения между англоговорящими и китайцами нельзя назвать идеальным. Ведь в истории Англии и Китая было много ситуаций, где они были врагам, одной из таких войн стала так называемая «*опиумная война*». Несмотря на то, что в Викторианскую эпоху торговые отношения между Англией и Китаем достигли небывалых высот, с самого начала торговых отношений товар из Китая имел значительное превосходство, благодаря своей необычности и привлекательности. Помимо этого, политика императоров династии Цин была направлена на изоляцию страны от иностранного влияния. В результате чего Англия оказалась в сложной ситуации, проводя закупки, но не нечего не продавая. Можно сказать, Англия осталась ни с чем. Все меняется в начале XIX века, когда Великобритания предложила Китаю товар, от которого они не смогли отказаться - опиум. С 1729 года опиум был запрещён в Китае, но Великобритания не оставляла попыток, и теперь опиум продавали нелегально. Британия на тот момент была сильна в политических интригах и в течении нескольких лет подводила Китай к войне.

Британия устраивала различного рода провокации, направленные на то, чтобы Китай сделал первый шаг, им нужен был повод для открытых военных действий. В результате двух опиумных войн Китай потерял значительную долю населения (фактически вымирание нации) с последующей деградацией и изменением генофонда. Так же Китай лишился некоторых территорий. Эта война так же привела династию Цин к поражению, что способствовало открытию страны и к началу вывоза в США дешевой китайской рабочей силы. Таким образом, можно сказать, что сохраняется напряжение в отношениях между англоговорящими и китайцами, но больше причин «не любить» все же у китайцев, чем у англоговорящих. Рассмотрим некоторые лексические единицы:

«*China cat*» - *strong heroin. US, 1994*. Первая найденная нами лексическая единица, показывает, что китайцы либо наркоманы, либо наркодилеры. Почему героину дали название именно «*Китайский кот*» не известно. Проследить этимологию данного выражения не удалось, можно предположит, что его появление связано с песней Grateful Dead – «*china cat sunflower*» (Released June 20, 1969). На русский язык ее можно перевести как «Фарфоровый кошачий подсолнечник». В тексте данной песни есть такие строки «*Crazy cat peekin' through a lace bandanna, Like a one-eyed cheshire, like a diamond-eye jack.*». Сумасшедший кот, выглядывающий из-под кружева банданы, как одноглазый Чешир, как гнездо с бриллиантовым глазом. Возможно, именно эта песня стала причиной того, что «сильный героин», точнее поведение человека после его употребления определили, как «*China cat*».

«*China girl*» - *Fentanyl, a synthetic narcotic analgesic that is used as a recreational drug*. Словосочетание «*recreational drug*» переводится как «*легкий наркотик*», то есть наркотик, который употребляется не регулярно, эпизодично и не для медицинских целей. При переводе слова «*фентанил*» на английский язык словарь покажет такое выражение как «*China White*» (*Белый китаец*). Данное выражение больше распространено в языке. Но «*Белый китаец*» это чисто синтетический наркотик, который делают из медицинского фентанила, он имеет вид белого порошка и после его употребления у человека снижается уровень эмоциональных реакций, человек становится аморфным, так же характерен сбой мышечного контроля, первые 10-15 минут после употребления, лицо становится красным, а потом неестественно бледным. Это единственный наркотик, придуманный китайцами и около 10 лет, использовался именно на востоке, за счет чего и получил свое название. Этимологию данного выражение проследить можно, как и причины использования компонента-этнонима «*China*», тогда как в свою очередь этимологию выражение «*China girl*» проследить не удалось.

«*Chinese ace*» - *a pilot who makes a landing with one wing lowered; a pilot who has a reputation for crashing planes on landing*. Компонент «*ace*» можно дословно перевести как: *ас, спец*. Человек которого называют асом в пилотировании никогда не приземлится с одним крылом, и уж тем более он не имеет права разбить самолет. Снова встречается такой стилистический прием как антитеза. Данная лексическая единица несет в себе отрицательную коннотацию, намекает, что китайцы никогда не смогут пилотировать хорошо.

«*Chinese copy*» - *a reproduction that captures the original's defects as well as its strengths*. «*Китайская подделка*». Данное выражение нельзя с уверенностью отнести к плохому отношению к китайцам. Ведь китайцы не просто копируют известные бренды, они копируют и дефекты, и положительные стороны предмета, вследствие чего иногда невозможно отличить подделку от оригинала.

«*Chinese cure*» - *an all-natural treatment for the symptoms associated with withdrawal from heroin addiction*. Лечение зависимости от наркотиков, после «*опиумных войн*» было приоритетной задачей, вполне возможно, что лекарства были натурального происхождения. В русском языке есть такое выражение «*Бабушкины рецепты*», у китайцев это «*Рецепты от природы*». Определить коннотацию не представляется возможным.

«*Chinese rot*» - *any unidentified skin disease or sexually transmitted infection*. Слово «*rot*» изначально означает гниль, сгнивать, портиться, загнивать. Очевидна отрицательная коннотация данного выражения. Но почему любую не понятную кожную болезнь называют именно «*Китайской гнилью*» неизвестно, словарь не дает никаких пояснений.

«*worse than the state of China!*» - *Of a state of utter confusion*. Состояние замешательства, путаницы, неразберихи. Трудно предположить с чем связано появление данной лексической единицы, возможно повлиял послевоенный период или же деление власти при смене династии.

Еще несколько примеров выражений с компонентом этнонимом «*Chinese*»/ *Chinaman*): «*Chinese accounting*» – подтасовка цифр, фальшивое счетоводство; «*Chinese attack*» – ложное, демонстративное наступление; «*Chinese whispers*» – «испорченный телефон»; «*Chinese compliment*» – притворное внимание; «*Chinese puzzle*» – неразрешимая загадка; «*Chinaman's nightmare*» – хаос, буря смешанных чувств; «*Chinese landing*» – посадка на одно колесо; «*Chinese fire drill*» – суматоха, полный беспорядок; «*Chinese tobacco*» – опиум; «*to play someone for a Chinaman*» – обращаться как с дураком; «*to have a Chinaman's chance*» – очень маленький шанс .

Однако в словарях английского языка количество лексических единиц, имеющих отношения к наркотикам на порядок выше («*Chinese molasses*» - opium; heroin, «*Chinese needlework*» - intravenous use of narcotics, «*Chinese red*» - heroin, «*Chinese rocks*» - 1 relatively pure heroin. 2 crack cocaine). Данная группа лексических единиц, вероятно, самая многочисленная, но нельзя сказать, что данная группа отражает самое отрицательное отношение по сравнению к другим этносам, но и положительным отношение англоговорящих к китайцам нельзя назвать. В данных лексических единицах англоговорящие акцентируют внимание, на ложности, поддельности, запутанности. Они выказывают отношение к китайцам как к людям, не обладающим должным профессионализмом, описывается неуклюжесть, несообразительность китайцев и их низкий уровень интеллекта. Большинство выражений основаны на наркотических веществах, что явно связано с периодом «опиумных войн».

Подводя итоги, мы можем сделать следующие выводы:

– стереотип является уникальным феноменом, который был, есть и будет всегда, который несмотря ни на что, порой даже не осознано и помимо воли индивида проявляется на всех уровнях его сознания. Этнические стереотипы, в отличие от других закрепляются в сознании целого народа;

– этнические стереотипы могут стать проблемой в межкультурном общении. Главная опасность этнических стереотипов состоит в том, что они являются причиной появления негативного (чаще всего неоправданного) мнения и отношения к другому народу или отдельным его членам. Такие предрассудки в свою очередь могут спровоцировать дискриминацию, которая предполагает осуждение и предубеждение против человека исключительно из-за принадлежности к определенной группе;

– появление лексических единиц с компонентами-этнонимами — это следствие существования этнических стереотипов, так же и наоборот с появлением новых лексических единиц с компонентом-этнонимом могут появляться новые этнические стереотипы;

– благодаря фиксации в языке лексических единиц с компонентом-этнонимом, стереотипы в отношении других народов, передаются от поколения к поколению. Они могут менять состав лексических единиц, или изменить свое значение (чаще всего с положительного на отрицательное), но стереотипы и в том числе этнические

стереотипы, сохраняются в сознании людей и передаются другим, иногда в искаженном виде;

– главными причинами изменений в отношениях двух стран являются территориальная расположенность (чем теснее расположены страны, тем ближе их сферы взаимодействия), торговые отношения (между странами, или их конкурирующие отношения на мировом рынке), политические отношения, войны (стран друг с другом или вместе против кого-то);

– появление лексических единиц с компонентами-этнонимами прямо зависит от отношений англоговорящих с другими народами. Есть такая русская поговорка, которая ярко отражает эту связь «Дыма без огня не бывает», но также имеют место быть и такие причины как предвзятость, сравнение с другими народами, зависть, или же ситуативные явления. В отобранных нами лексических единицах преобладает больше отрицательная коннотация.

– чаще всего причиной возникновения лексических единиц с компонентом-этнонимом становятся войны, торговые отношения (чаще всего неудачные) или личная неприязнь, но есть такие выражение, этимологию которых невозможно проследить, что свою очередь порождает массу вопросов. Такие выражения чаще всего несут в себе отрицательную коннотацию, вследствие чего у англоговорящих следующих поколений заранее формируется неприязнь к этим национальностям.

Библиографический список

1. Богаченко Н.Г., Падусенко Т.А. Отражение этнических стереотипов о европейских народах в английском языке. URL: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2014_5-1_09.pdf (дата обращения 03.11.2018).
2. Васильева Т.Е. Стереотипы в общественном сознании. М., 1988. С. 112-115.
3. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010. 486 с.
4. Кунин А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 1984. 944 с.
5. Майол Э., Милстед Д. Эти странные англичане. М.: Эгмонт Россия, 2001. 156 с.
6. Науменко Л.И. Белорусская идентичность. М.: Белорус. наука, 2012. 179 с.
7. Медникова Э.М., Апресян Ю.Д. Новый большой англо-русский словарь // под общ. рук. Ю. Д. Апресяна. М.: Русский язык, 1994. 832 с.
8. Мельник, Г.С. Стереотип, формирование стереотипов в процессе массовой коммуникации / Г. С. Мельник // Mass media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1996. 159 с.
9. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы и межэтнические отношения / Социальная психология: хрестоматия: учеб. пособие для студентов вузов // Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. М: Аспект Пресс, 2003.

10. Стефаненко Т.Г. Этнические стереотипы – функции и свойства: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2006. 208 с.
11. Судаков К.В. Динамические стереотипы, или информационные отпечатки действительности. М.: Пер Сэ, 2002. 128 с.
12. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: классический университетский учебник. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Ter/_Index.php (дата обращения: 12.02.2018.)
13. Ядов, В.А. Социология в России / под ред. В.А. Ядова. - 2-е изд., перераб и дополн. М.: Издательство Института социологии РАН, 1998. - 696 с.
14. Dalzell T., Victor T. The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English. London and New York, 2007. 721 p.
15. Dalzell, T. The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English. New York: Taylor & Francis e-Library, 2009. 1104 p.
16. The Oxford English Dictionary. URL: <http://oxforddictionaries.com/> (accessed: 20.06.2013).
17. Wilkinson P.R. Thesaurus of Traditional English Metaphors. 2nd ed. N.-Y.: Routledge, 2002. 2009 p.