

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

**ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ  
ПРОСТРАНСТВЕ: ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ-  
ПЕРСОНИФИКАЦИИ И ВЕРБАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ-  
АНТРОПОНИМЫ**

Статья посвящена рассмотрению межнациональных отношений в поликультурной среде через призму восприятия тем или иным народом себя и других и отражение этих отношений в языке в виде стереотипов, персонификаций и этнонимов. Внимание уделяется истории изучения проблемы взаимосвязи языковой и психологической реальности в культуре. На примере некоторых этнических стереотипов англоязычного мира показано восприятие англичанами и американцами самих себя и своих заокеанских соседей. Рассматривается национально-культурная специфика стереотипов англоязычного мира. Приводятся примеры современных поисков возможных этнопсихолингвистических путей разрешения этнических конфликтов.

*Ключевые слова:* национально-культурная специфика стереотипов, этнопсихолингвистика, межнациональные отношения, персонификация, этноним, восприятие других, взаимосвязь языковой и психологической реальности.

The article is devoted to the interethnic relations in a multicultural environment through self-identification and perception of other ethnic groups, and the reflection of these relations in language in the form of stereotypes, personifications and nationality words. The authors focus their attention on the history of the issue of linguistic and psychological reality interaction within culture; observe some stereotypes of the English-speaking world exemplify the perception of the British and Americans by themselves and each other; introduce national and cultural peculiarities of ethnic stereotypes in the English-speaking world; give examples of modern search for possible ethno-psycholinguistic ways of settling ethnic conflicts.

*Key words:* national and cultural peculiarities of ethnic stereotypes, ethno-psycholinguistics, interethnic relations, personifications, nationality words, perception of the other, interaction of linguistic and psychological reality.

---

**Миньяр-Белоручева Алла Петровна** — докт. филол. наук, профессор кафедры иностранных языков исторического ф-та МГУ имени М.В. Ломоносова. *E-mail:* ostvera@mail.ru

**Покровская Марина Евгеньевна** — канд. филол. наук, ст. преп. кафедры иностранных языков исторического ф-та МГУ имени М.В. Ломоносова. *E-mail:* astraM1@yandex.ru

Межнациональные отношения всегда были в центре внимания государства и общественности, но особенно значимым исследование проблем, касающихся межнациональных отношений вообще и этнической идентичности в частности, становится в эпоху глобализации. Изучение вопросов, связанных с межэтническими взаимоотношениями, имеет значение не только для поликультурных, но и для монокультурных государств, которые также заняты поиском новых путей создания благоприятных условий проживания и совместной деятельности разных народов и этнических групп на одной территории. Поиск решений данной проблемы подразумевает изучение этнических стереотипов, в частности рассмотрение межнациональных отношений через призму восприятия тем или иным народом себя и других и отражение этих отношений в языке (Миньяр-Белоручева, Покровская, 2012).

Благодаря глобализации сложные, шедшие автономно и замкнуто в течение веков исторические процессы завершились, и было создано новое единое пространство. Ни одно событие, совершающееся на планете, не остается незамеченным, и его последствия можно ощутить в разных уголках земного шара. Впервые в истории человечество находится в условиях единого исторического процесса, при этом общение становится все разнообразнее и интенсивнее, экономика и политика приобретают общемировой характер. Дальнейшее гармоничное историческое, политическое и культурное развитие человечества в значительной мере зависит от степени изученности стереотипных представлений одних народов о других, путей их распространения и формирования.

### **Изучение проблемы взаимосвязи языковой и психологической реальности в культуре**

Проблема взаимосвязи языковой и психологической реальности в культуре начала привлекать внимание исследователей различных гуманитарных дисциплин в середине XIX в. Это нашло отражение в появлении теоретических идей и концепций такого комплексного явления, как этнос в связи с его местом в системе взаимодействия с другими этносами, культурами, цивилизациями на макроуровне и самоидентификацией индивида в рамках своей или чужой культуры на микроуровне. Центральное место в исследованиях отведено этнической принадлежности, которая служит одним из идентификационных признаков человека (Moscovici, 1984) и осознается через дихотомию «свой—чужой» (Lippmann, 1922), поскольку, согласно Ф. Соссюру (1990, с. 101), «... один член никогда сам по себе ничего не значит, ...*a* не в состоянии что-либо обозначить без помощи *b*..., а *b* ничего не может обозначить без помощи *a*». Этническая идентичность — результат когнитивно-эмоционального процесса осознания

себя представителем этноса, в определенной степени отождествление себя с ним и отделение от других этносов (Стефаненко, 1999). Опозиция «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 коллективном сознании того или иного народа, получило название стереотипа.

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

Различные способы познания одних и тех же объектов и явлений, определивших образование разных понятий, отражающихся в языковой картине мира, В. Гумбольдт назвал «различными способами видения предметов». Будучи пионером в данной области знания, он писал о носителях определенного языка как о представителях мировидения, сводящегося к формированию отдельно взятой общности людей, объединенных языком, историей и культурой, и свойственного только ей языкового сознания, складывающегося в глубинных процессах, связанных с уникальной языковой картиной мира.

Эти идеи получили дальнейшее развитие в работах М. Лацаруса и Г. Штейнтала, проводивших параллель между развитием мышления и социальной средой, одной 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 своего народа. Г. Штейнталь (1960) придерживался психологического направления в языкознании и ставил задачу исследования духовной природы человека и человечества. Так были заложены основы развития междисциплинарной области знания, получившей название «психология народов» и изучающей национальный характер, этнические особенности психики, закономерности формирования национального самосознания и этнических стереотипов.

Первой попыткой психологически интерпретировать мифологию и язык, религию и искусство были работы В. Вундта. По мере своего развития новое направление исследований получило название этнопсихологии, или психологической антропологии. Будучи

междисциплинарной областью, этнопсихология широко использует психологические и лингвистические методы исследования.

В США идеи этнопсихологии как междисциплинарной области знаний получили развитие в работах по культурной антропологии, и дисциплина стала включать в себя элементы таких наук, как психология, психиатрия, социология, антропология, лингвистика, археология и этнография. В 1930-х гг. Б. Уорф, исходя из гипотезы Э. Сепира и подчеркивая примат языка в мировосприятии человека, писал: «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 — языковой системой, хранящейся в нашем сознании. Мы расчленяем мир, организуем его в понятия и распределяем значения так, а не иначе, в основном потому, что мы участники соглашения, предписывающего подобную систематизацию. Это соглашение имеет силу для определенного языкового коллектива и закреплено в системе моделей нашего языка» (Уорф, 1960, с. 174). Он 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 и на работы Л. Сепира и Б. Уорфа, Й. Вайсгербер (2004). Ученый рассмотрел аспекты, касающиеся формирования народной духовности, которая через языковое бытие становится духовностью человека, его мира внутри себя. И язык как связующее звено между сознанием и бытием образует некую промежуточную субстанцию, позволяющую человеку идентифицировать себя.

В отечественной традиции развивалась идея о том, что язык способствует обогащению коллективной картины мира народа, создавая языковую картину мира, состоящую из многочисленных факторов. Одним из них являются природные условия, которые не только диктуют народу особый стиль жизни, но и предопределяют его видение окружающего мира, приводят в его языковом сознании к тождеству с одной этнической общностью и отделению от других (Шпет, 1996).

Во второй половине XX в. этнопсихология накопила достаточно большой объем данных о специфических чертах национальной психологии этносов, пройдя через теории «базисной личности» и «модальной личности». Первая из этих теорий допускала возможность перенесения данных психологического изучения личности на общество в целом; вторая подразумевала, что главные характеристики психологии того или иного народа могут выражаться лишь в

абстрактно общем виде, применительно же к конкретной личности набор таких характеристик может быть (и будет) неполным.

На современном этапе в качестве предмета исследования в этнолингвистике выступает вся система познавательных, мотивационных, эмоциональных и волевых процессов, а также типов личности, свойственных каждому этносу; проводятся кросс-культурные исследования влияния общеэтнической среды (культуры и природы) на формирование и особенности личности. Интерес к изучению социокультурной специфики вербального и невербального поведения привел к появлению *этнопсихоллингвистики*, которая рассматривает речевую деятельность с точки зрения национально-культурной особенности и с учетом национально-культурной составляющей дискурса, а также исследует этнопсихоллингвистическую детерминированность языкового сознания и коммуникации (Красных, 2002). Постоянный интерес исследователей к обозначенным проблемам можно объяснить попытками осмыслить глубинные процессы формирования у разных народов не только языка, но и стереотипов, которые нередко бывают труднопреодолимыми, осложняющими коммуникацию.

### **Национально-культурная специфика стереотипов**

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 возникают в ходе развития этнического самосознания, осознания собственной принадлежности к определенной этнической группе. Присущая всякой группе психическая общность выражается в формировании определенного “мы-чувства”. Для этнических групп “мы-чувство” фиксирует осознание особенностей своей собственной группы, отличие ее от других групп, упрощая образы других групп» (Стефаненко, 1999, с. 242).

Этнические стереотипы характеризуются устойчивостью, эмоциональной окрашенностью и передачей обобщенного образа этнической группы. В содержании этнического стереотипа различают относительно устойчивое ядро — комплекс представлений о внешнем облике представителей данного народа, о его историческом прошлом, особенностях образа жизни и трудовых навыках — и ряд изменчивых суждений относительно коммуникативных и моральных качеств данного народа. Изменчивость оценок этих качеств тесно связана с меняющейся ситуацией в межнациональных и межгосударственных отношениях (Кузнецов, 1994).

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

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

Как авто-, так и гетеростереотипы характеризуются преемственностью традиционных представлений о себе и о других народах. Вербализованные знаки, отражающие автостереотипы, устойчивые представления этноса о самобытных национальных качествах, по сути, являются мифом народа о самом себе, в котором прослеживается общая культура и история. Скорее всего, автостереотипы представляют собой ироническое подтрунивание над определенной чертой характера своего народа. Они могут существовать как на протяжении столетий, так и в течение нескольких лет. Выполнив свою политическую и социальную функцию, они уступают место другим, более актуальным, отражающим дух времени.

И авто- и гетеростереотипы могут выделять конкретные черты характера народа (внешний вид, состояние) и давать общее представление о нем, которое, как правило, закрепляется за антропонимом, олицетворяющим народ и государство. Любой вербальный стереотип всегда подкрепляется визуальным образом-персонификацией в виде шаржа, карикатуры или персонажа кинофильма. Попробуем проследить это на примерах некоторых этнических стереотипов англоязычного мира.

## Некоторые этнические стереотипы англоязычного мира

Исторически первым вербальным выражением автостереотипа англичан является Джон Буль (*John Bull*), образ-персонификация которого существует с начала XVIII в., но он не потерял своей актуальности до сих пор. Это имя впервые появилось в памфлете Джона Арбетнота «Тяжба без конца, или История Джона Буля», написанном в 1712 г. Отождествляя его с «типичным англичанином», соотечественники относятся к нему с некоторой долей самоиронии. Джон Буль — не статичный символ. В течение веков он эволюционировал, пройдя несколько этапов в своем развитии, превратившись из простоватого фермера в темно-желтом жилете и синем сюртуке в мелкопоместного дворянина — сквайра. На передней части его жилета, подчеркивающего выпирающее брюшко, изображен британский флаг. Образ краснолицего, низкорослого толстяка с бакенбардами, в белых брюках, модных в начале XIX в., в шляпе, больше похожей на котелок, получившей название «цилиндр Джона Буля», и с подозрительной трубой в руках, через которую он рассматривал события, происходящие в Европе, появился в 1803 г. в театральной постановке Джона Колмена младшего «Джон Буль, или Семейная жизнь англичанина». Несмотря на то что Джон Буль является автостереотипом англичан, самый лучший его психологический портрет был дан классиком американской литературы Вашингтоном Ирвингом в произведении «*The Sketch Book of Geoffrey Crayon*» — «Книга эскизов». В главе «Джон Буль» писатель-романтик, «отец американской литературы» представил излюбленного героя метрополии следующим образом: «простой, открытый, честный, лишенный фантазии, скорее прозаически, нежели романтически настроенный человек. Ему свойствен юмор, а не остроумие. Его нельзя назвать веселым, но он всегда находится в хорошем расположении духа. Для него не характерна замкнутость, мрачность, угрюмость, правда, иногда он бывает раздражительным. Его легко можно растрогать до слез и довести до смеха. Ему не присущи сентиментальность и галантность. Он может быть прекрасным собутыльником в том случае, если ему позволяли шутить и говорить только о себе. Он всегда заступится за друга в споре и выручит его деньгами, несмотря ни на какие угрозы» (Irving [эл. ресурс]). Визуальный образ Джона Буля был создан карикатуристом сэром Джоном Тенниелем (*Sir John Tenniel*), который изображал его в сопровождении бульдога в британском карикатурном журнале «*Punch*» во второй половине XIX в.

Джон Буль всегда пользовался популярностью у своих соотечественников, но поистине он прославился благодаря комедийной пьесе Бернарда Шоу «Другой остров Джона Буля», созданной в 1912 г.

И вскоре это имя стало олицетворением Великобритании вообще и Англии в частности. Однако другие части страны не признали данное имя и образ в качестве национального. За века своего существования антропоним *“John Bull”* подвергся лексикализации. В результате соединения корневой основы с суффиксами *-ish*, *-ism*, *-ist* появились такие слова как *“John-Bullish”* в значении «типично английский», *“John-Bullism”* — «типичные черты английского характера», *“John-Bullist”* — «сторонник всего английского». Джон Буль с театральных подмостков и книжных страниц вошел в жизнь как здравомыслящий, исполненный благих намерений и действующий из лучших побуждений чистокровный англичанин. Эти черты стали стереотипными при изображении всех жителей Альбиона и персонафицировались с государством. Следует отметить, что имя Джона Буля стало реже упоминаться после середины XX в., но оно остается своеобразным брендом страны, ее визитной карточкой.

Первым автостереотипом американцев был брат Джонатан (*Brother Jonathan*) — вымышленный персонаж, ставший воплощением Соединенных Штатов Америки после окончания Войны за независимость (1776—1783). «Брат Джонатан» было оскорбительным прозвищем, которым лоялисты (тори), будучи колонистами — сторонниками английской короны в тринадцати североамериканских колониях, называли патриотов, участников борьбы колоний за независимость. Несмотря на то что на политических карикатурах и патриотических плакатах его изображали как типичного американского революционера в треуголке и длинной военной форме, имя Джонатан ассоциировалось с жителями глубинки, занимавшимися сельским хозяйством. Это в полной мере соответствовало статусу США того периода, а бывшие колонисты, ставшие гражданами после 1776 г., гордились своей сельскохозяйственной демократией, возведя ее в достоинство. История происхождения этого образа неизвестна, однако его связывают с Джонатаном Трамбаллом (*Jonathan Trumbull*) — губернатором Коннектикута, сторонником независимости, имя которого каждый раз при столкновении с трудностями, согласно легенде, упоминал Джордж Вашингтон (*George Washington*), говоря: *“We must consult Brother Jonathan”* («Мы должны посоветоваться с братом Джонатаном»). Считается, что образ брата Джонатана, который пользовался популярностью у простых американцев с 1783 по 1815 г., был переходным между *“Yankee Doodle”* (Янки-Дудл) и *“Uncle Sam”* (дядей Сэмом), неким звеном, связавшим прошлое и будущее. Название «Янки» применялось к жителям Новой Англии в период с 1689 по 1775 г. Однако в годы Войны за независимость этим словом англичане обозначали солдат Континентальной армии, организованной и возглавленной Джорджем Вашингтоном (*Bull-US*, 1827).



В 1812 г. во время войны между Великобританией и США в период наполеоновских войн 1812—1815 гг., известной в англоязычном мире как “War of 1812”, в США было создано словосочетание “*Uncle Sam*” — «дядя Сэм», имеющее, согласно традиции, непосредственное отношение к мяснику Сэмюэлю Уилкинсу (*Samuel Wilson*), который поставлял провиант на нью-йоркскую военную базу, маркируя бочки с мясом буквами U.S., имея в виду Соединенные Штаты (*United States*), что позволило солдатам шутить о них как о «поставках от дяди Сэма» (*Uncle Sam*).

В 1813—1815 гг. «дядя Сэм» регулярно появлялся на страницах газет, а в 1816 г. — даже в книге. На смену одному образу «брата Джонатана», персонифицировавшему молодую республику, пришло два: мужской — «дядя Сэм» и женский — Колумбия (*Columbia*), которая пользовалась особой популярностью в политических мультфильмах и комиксах в 1920-х гг. Несмотря на то что еще в 1835 г. функции «брата Джонатана» и «дяди Сэма» были четко разделены — первый олицетворял всю страну, а второй — правительство и власть (*Morgan*, 1988, р. 81), — до 1850-х гг. эти образы были взаимозаменяемы и именем «дядя Сэм» все чаще стали называть образ, известный как «брат Джонатан». Путь к знакомому нам визуальному образу «дяди Сэма» — немолодому человеку с тонкими чертами лица, с тонкой бородкой, в цилиндре, раскрашенном в цвета американского флага, в синем фраке и полосатых панталонах (изобретение художника Томаса Наста), был также сложен. В 1860 г. его изобразили как Бенджамина Франклина (*Benjamin Franklin*).

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. На раннем этапе формирования англоязычного пространства вербализованные образы-антропонимы и визуальные образы-персонификации создавали впечатление разрастающейся семьи. На одной из политических карикатур 1886 г. изображены родственники: миссис Британия (*Mrs. Britannia*), ее дочь мисс Канада (*Miss Canada*) и брат Джонатан (*Brother Jonathan*), который позже трансформировался в дядю Сэма (*Uncle Sam*). Данные автостереотипы положительны, это — «свои».

Англичане издавна отличались нетерпимостью к своим ближайшим соседям — шотландцам, дав им прозвище *Sandie/y* (Сэнди) или *Sawney* (Сони), означающее *простак*, *простофиля*. Такая метафоризация имени не вызывает сомнений в отрицательности данного стереотипа. Это была реакция англичан на короля Шотландии Якова VI. По воле судьбы, представшей в образе Елизаветы I, он стал королем Англии Яковом I, и из соображений политической конъюн-

ктуры образ *Sandie/y* или *Sawney* трансформировался в *Sawney Bean* (Сони Бин) и *Jock* (Джок). Отрицательный гетеростереотип Сони Бин олицетворял самые низменные человеческие качества, а Джок персонифицировал для англичан бравого шотландского солдата, для американцев — атлета. Оба образа существуют до сих пор.

Рассмотрим изменения гетеростереотипов восприятия темнокожих американцев их белыми соотечественниками в США. В XIX в. сформировались положительные стереотипы темнокожих слуг — Дяди Тома (*Uncle Tom*) — угодливого и преданного слуги, большого ребенка, неспособного жить самостоятельно, без опеки хозяев, и Мэмми (*the Mammy*, искаженный вариант *mother*) — доброй, пышной телой и простодушной няни в белоснежном 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” («чернокожая няня белых детей до отмены рабства в Южных штатах США»). Эти стереотипы просуществовали вплоть до Первой мировой войны, когда в США наблюдалась ностальгия по «старым добрым темнокожим» (*good old darkies*). Это ностальгическое чувство было с успехом использовано в области рекламы. В 1875 г. на коробках с мукой появляется Тетушка Салли (*Aunt Sally*) — одно из воплощений образа Мэмми. Чуть позже на банках кофе из Луизианы изображается Тетушка Дина (*Aunt Dinah*). Но самым ярким олицетворением Мэмми в рекламе остается Тетушка Джемайма (*Aunt Jemima*). Ее придумали Ч. Рутт (*Charles Rutt*) и Ч.Дж. Ундервуд (*Charles G. Underwood*) в рекламе особой блинной муки (Jewel, Sue, 1993). 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!*” («Типично американский, как яблочный пирог, бейсбол и тетушка Джемайма!»). Все вышеупомянутые гетеростереотипы носят положительные коннотации, хотя и с некоторым оттенком превосходства со стороны белого истеблишмента.

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 презирующий их (*urban, flamboyant, and contemptuous of Whites*). Образ Куна — пример негативного гетеростереотипа. Со временем он станет олицетворять необразованных, ленивых и склонных к криминалу горожан с определенной расовой принадлежностью. 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. С вступлением в новую эпоху кинематографа и повышением роли пропаганды навязывать стереотипы стало гораздо легче. Они стали более прямолинейными, не допускающими каких-либо компромиссов. Персонификацией темнокожего стал актер С. Фетчит. Он изображал медлительного при ходьбе и в разговоре простофилю. Уровень его образования наглядно прослеживается во фразе: “*I ain’t askin you is you ain’t. I is askin you is you is*”, которая по-русски может быть передана так: «Мой не спрашивала твой нет, мой спрашивала твой да».

Движение за гражданские права сыграло существенную роль в ломке этих отрицательных гетеростереотипов, однако полностью преодолеть их не удастся. Чтобы сгладить напряженность, работа над изменением образа продолжается. В 1999 г. в фильме “*Star Wars: Episode I — The Phantom Menace*” («Звездные войны: Эпизод I — Скрытая угроза») возникает персонаж по имени *Jar Jar* (Джа-Джа), который является попыткой заменить образ Куна, создав новый, немного ироничный, но положительный стереотип.

Другой персонификацией стереотипа афроамериканца выступает Джим Кроу (*Jim Crow*). Такую кличку дали чернокожим гражданам американские расисты. Позднее значение этого слова метафоризировалось, расширившись до «расовая дискриминация, расизм вообще, но особенно по отношению к чернокожим» и «изоляция негров», а также «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». Джим Кроу — один из практически полных синонимов ставшего теперь неполиткорректным слова “*Negro*”. В целом данный антропоним ассоциируется с политикой сегрегации. Отрицательные чувства, которые испытывали афроамериканцы при упоминании этого имени, привели к появлению еще одного значения: *ренегат, перебежчик*.

Следует отметить, что стереотипы складывались стихийно. Официально впервые исследованием расовых и этнических стереотипов в США занялись социологи. В 1933 г. Д. Кац (*Daniel Katz*) и К. Брالي (*Kenneth Braley*) выявили вышеописанные типы. Приведенные примеры доказывают, что негативные гетеростереотипы вербализуются в этнофолизмах — 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 — плавильном котле разных рас, наций и народов, где негативные гетеростереотипы, выраженные в этнофолизмах, не позволяли иммигрантам влиться в американское общество. Это приводило к этнической дискриминации, заставляя иммигрантов держаться за свое землячество.

## Психолингвистические пути разрешения этнических конфликтов

В современных условиях особое внимание в этнопсихологии уделяется изучению психологических причин этнических конфликтов, путей их разрешения. Содержание этнических стереотипов — один из индикаторов состояния межэтнических отношений. Развитие этнопсихолингвистики привело к осознанию того, что лингвокогнитивный план дискурса связан с языковым сознанием, обуславливает выбор языковых средств и влияет на восприятие текстов участниками коммуникации. Это позволило перейти от сбора материала и теоретических исследований к процессу регулирования и если не снятия, то сглаживания психологических причин этнических конфликтов. Первой попыткой на этом пути в 1980—1990-х гг. было введение «кодексов речи» (*speech codes*), регулирующих речевое поведение студентов в 350 государственных университетах США.

Одним из последних усилий сгладить межэтнические и межконфессиональные противоречия в американском обществе является новый подход, предложенный в 2010 г. Робертом Путманом (*Robert J. Putman*) и Дэвидом Кемпбеллом (*David Campbell*) и выраженный «принципом тетюшки 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, состоящего из представителей разных национальностей, этнических групп и конфессий. Предприняты также шаги для формирования положительного образа «чужого», интерпретируя его как «не совсем чужого», «почти своего»: дальнего родственника, одноклассника или сослуживца, живущего на соседней улице, но являющегося таким же американцем.

Глобализация выносит на первый план необходимость коррекции существующих негативных этнических стереотипов повсеместно, 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.

Следует отметить, что степень толерантности одного народа в отношении другого 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 путь.

Примером таких изменений может служить Россия, которая, занимая почти шестую часть земного шара, всегда «была страной

загадочной, непонятной еще в судьбе своей» (Бердяев, 1990, с. 174). Отброшенная в XII—XIII вв. за пределы европейской цивилизации, Россия породила у своих западных соседей мифы, которые послужили основой для выработанных веками гетеростереотипов, с незначительными модификациями существующих и поныне. Страх перед Россией до сих пор витает на Западе, порождая новые мифы и новые отрицательные гетеростереотипы. Однако в первое десятилетие после «холодной войны» резко отрицательный гетеростереотип, олицетворяющий Советский Союз, постепенно стал меняться на положительный, персонализирующий новую Россию благодаря усилиям политиков и лингвистов.

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

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**Бердяев Н.А.** Смысл истории. М.: Мысль, 1990. [Berdyayev N.A. (1990). *Smysl istorii*. Moskva: Mysl]

**Вайсгербер Й.Л.** Родной язык и формирование духа. М.: Librokom, 2009. [Weisgerber J.L. (2009). *Rodnoy yazik i formirovanie duha*. Moskva: Librokom]

**Завьялова М.В.** Этнические автостереотипы русских в странах Балтии. URL: <http://www.lib.tr200.net/v.phpid=88819&sp> [Zavyalova M.V. *Etnicheskiye avtostereotipi russkikh v stranah Baltii*. URL: <http://www.lib.tr200.net/v.phpid=88819&sp>]

**Красных В.В.** Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002. [Krasnih V.V. (2002). *Etnopsiholingvistika i lingvokulturologiya*. Moskva: Gnozis]

**Кузнецов И.М.** Исследование символов в контексте национального самосознания (к постановке проблемы) // Ценности и символы национального самосознания в условиях изменяющегося общества / Отв. ред. Л.М. Дробижева. М.: Институт этнологии и антропологии РАН, 1994. С. 25—36. [Kuznetsov I.M. (1994). *Issledovanie simvolov v kontekste natsionalnogo samosoznaniya (k postanovke problemi)*. Tsennosti i simvoli natsionalnogo samosoznaniya v usloviyah izmenyaushchegosya obshchestva / Отв. ред. Drobizheva L.M. Moskva: Institut etnologii i antropologii Rossiiskoy Akademii Nauk, 25—36]

**Миньяр-Белоручева А.П., Покровская М.Е.** Этнические стереотипы в современном языковом пространстве // Национальный психологический журнал. 2012. № 2 (8). С. 90—94. [Minyar-Beloroutcheva A.P., Pokrovskaya M.E. (2012). *Etnicheskiye stereotipi v sovremennom yazikovom prostranstve*. *Natsionalniy psyhologicheskiy zhurnal*, 2(8), 90—94]

**Соссюр Ф. де.** Заметки по общей лингвистике. М.: Прогресс, 1990. [Saussure F. de (1990). *Zametki po obshchey lingvistike*. Moskva: Progress]

**Степанов Ю.С.** Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. [Stepanov Yu.S. (1997). *Konstanti. Slovar' russkoy kulturi*. Opit issledovaniya. Moskva: Shkola "Yaziki russkoy kulturi"]

**Стефаненко Т.Г.** Этнопсихология. М.: ИП РАН, 1999. [Stefanenko T.G. (1999). *Etnopsychologiya*. Moskva: Institut psichologii RAN]

**Уорф Б.Л.** Отношение норм поведения и мышления к языку // Новое в лингвистике. 1960. № 1. С. 169—183. [Whorf B.L. (1960). *Otnoshenie norm povedeniya i mishleniya k yaziku*. *Novoe v lingvistike*, 1, 169—183. Moskva: "Inostrannaya literatura"]

**Шпет Г.Г.** Психология социального бытия. М.: Институт практической психологии; Воронеж: МОДЭК, 1996. [Shpet G.G. (1996). *Psichologiya sotsialnogo bita*. Moskva: Institut prakticheskoy psichologii; Voronezh: MODEK]

**Штейнталь Г.** Грамматика, логика и психология // Звегинцев В.А. История языкознания XIX и XX вв. в очерках и извлечениях. М.: Просвещение, 1960. Ч. 1. С. 127—135. [Steinthal H. (1960). *Grammatika, logika i psichologiya* // Zvegintsev V.A. *Istoriya yazikoznaniya XIX i XX vv. v ocherkah i izvlecheniyah*. Moskva: Prosveshchenie, 1, 127—135]

**Bull-US, H.** (1827). *The diverting history of John Bull and Brother Jonatan*. Philadelphia

**Irving, W.** "John Bull". *The Sketch Book of Geoffrey Crayon, Gent.* (1819—1820). URL: [http://www.literatureproject.com/sketchbook/sketchbook\\_31.htm](http://www.literatureproject.com/sketchbook/sketchbook_31.htm)

**Jewel, K.** (1993). *Sue, From Mammy to Miss America and Beyond: Cultural images and the shaping of US social policy*. N.Y.

**Lippmann, W.** (1922). *Public opinion*. N.Y.

**Morgan, W.** (1988). *An American icon: Brother Jonathan and American identity*. Delaware: Univ. of Delaware Press

**Moscovici, S.** (1984). *The phenomenon of social representations*. Cambridge, MA

**Roback, A.A.** (1944). *A dictionary of international slurs, with a supplementary essay on international prejudice*. Cambridge, MA

Поступила в редакцию  
28.04.12