

УДК 80

Овчинникова А.Е.*Научный руководитель: Колмакова В.В., д-р пед. наук,*

канд. филол. наук

Донской государственный технический университет,

г. Ростов-на-Дону, Россия

ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В ЯЗЫКЕ СМИ

Аннотация. Исследование транслирует тенденцию современной лингвистики, направленную на изучение тесной связи языка и человека. В статье рассматриваются стереотипы в контексте национального дискурса, отраженного в СМИ. Вербализация стереотипов представляется с помощью таких единиц языка, как фразеологизмы, жаргонные фразы, рекламные слоганы и т.д.

Ключевые слова: стереотип, этнический стереотип, культурная идентификация, межнациональные отношения, этническая ксенофобия, языковая личность.

В наше время культурная идентификация претерпевает большие изменения. Люди очень часто вешают ярлыки, используют штампы в процессе межкультурной коммуникации для упрощения процесса познания различных народов. Существует устоявшееся мнение о том, что общие особенности одной этнической группы проявляются в поведении каждого члена этой группы. Активное распространение этнических стереотипов приводит к размыванию национальных особенностей, и, следовательно, национальной идентичности.

Проблема взаимоотношений людей, принадлежащих к различным национальностям и этносам, очень актуальна в современном мире и требует более глубокого изучения. Согласно требованиям политкорректности и толерантности обсуждение этнических различий в наше время является недопустимым. Однако, несмотря на эти запреты, в СМИ встречается достаточное количество примеров, в которых просматриваются не только этнические различия, но и присутствует нарушение этической подачи. В качестве материала для исследования послужили статьи самых популярных русскоязычных электронных СМИ, таких как «Комсомольская правда», «Газета.ru», «Lenta.ru».

Понятие «стереотип» (от греч. *stereos* – твердый и *typos* – отпечаток) – обыденное отношение человека к чему-либо, сформировавшееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта. Впервые в общественно-политический дискурс это понятие было введено американским писателем Уолтером Липпманом. Согласно У. Липпману, стереотип – это принятый в исторической общности шаблон восприятия, фильтрации, истолкования информации в процессе познания окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте. В своей работе писатель предвидел основные черты, которые в последующем ученые обнаружили в стереотипах, а само понятие укоренилось в обиходном языке [7, с. 125].

Понятие «этнический стереотип» исследовали многие ученые. Этнический стереотип как явление культурного пространства рассматривает исследователь Маслова В.А. По ее мнению, этнический стереотип – это явление языка и речи, некий стабилизирующий фактор, позволяющий, с одной стороны, хранить и передавать часть преобладающих составляющих культуры, а с другой – проявить себя среди «своих» и в то же время найти «своего» [5, с. 39].

Этнический стереотип как устойчивый фрагмент картины мира, находящийся в массовом сознании, в своей работе рассматривает исследователь Семашко Т. Ф. По ее мнению, стереотипы навязываются человеку культурой его этноса. Каждый представитель той или иной культуры обладает определенным базовым набором стереотипов, усвоенных им еще в детстве, независящих от самого человека [8, с. 176].

Один из ведущих современных представителей польской этнолингвистики – Ежи Бартминьский, рассматривает процесс стереотипизации как неотделимую часть от сущности естественного языка. «Эта модель мира – не отражение действительности, а ее интерпретация и проекция, она включает как описательные моменты, так и эмотивные, и аксиологические. Она выводится из семантики слов» – считает Ежи [1, с. 12].

Несмотря на множество определений понятия «стереотип», проведя их анализ, можно отметить основные характеристики этого понятия, к ним относится устойчивость, массовость, обусловленность национально-культурной спецификой и ментальностью. В данном исследовании мы будем рассматривать этнический стереотип, как определенный, устойчивый образ представления, сложившийся из интерпретации других людей о каком-либо предмете, человеке или ситуации.

С классической точки зрения, понятие «стереотип» может включать в себя расовые, возрастные, профессиональные, гендерные, этнические/национальные, религиозные стереотипы и многие другие. Сколько групп существует внутри социума – столько возможно выявить видов стереотипов. Чаще всего в публикациях СМИ встречаются именно этнические стереотипы. Типологически их можно разделить на две категории:

- I. представление членов конкретной этнической группы о самих себе;
- II. представление членов конкретной этнической группы о других этнических группах.

Объективность в формировании этнических стереотипов заключается в том, что любое мнение субъективно. Опосредованное или не прямое оскорбление, обычно направлено на отдельные составляющие образа адресата. Чаще всего этнические стереотипы затрагивают внешность человека, его особенности характера и темперамента, поведение и образ жизни и т.д. [5, с. 127]. Проанализировав вышесказанное, можно составить следующую классификацию этнических стереотипов, встречающихся в контексте национального дискурса, отраженного в СМИ:

- I. этнические стереотипы, транслирующие отношение русского народа к самим себе;
 1. этнические стереотипы, касающиеся внешности человека;
 2. этнические стереотипы, касающиеся особенностей характера и темперамента человека;

II. этнические стереотипы, транслирующие отношение русского народа к другим этносам;

1. этнические стереотипы, транслирующие отношение русских к иностранцам;

1.1. этнические стереотипы, касающиеся внешности человека;

1.2. этнические стереотипы, касающиеся особенностей характера и темперамента человека;

2. этнические стереотипы, транслирующие отношение русских к народам СССР;

2.1. этнические стереотипы, касающиеся особенностей характера и темперамента человека;

2.2. этнические стереотипы, касающиеся поведения и образа жизни человека.

В рамках исследования, среди слов и выражений, обозначающих этнические стереотипы в СМИ, наибольший интерес представляют языковые средства, выражающие отношение русского народа к другим национальностям, а именно отношение русских к иностранцам и к народам бывших союзных республик.

I. К первой группе относятся этнические стереотипы, транслирующие отношение русского народа к самим себе, касающиеся внешности человека, в частности русских девушек: *«Кто-то еще сомневается, что **русские девушки самые красивые в мире?**»* (21.02.2018) [6]. Многие русские мужчины испытывают национальную гордость за красоту соотечественниц. Миф о красивых русских женщинах не такой уж и миф. Россия является страной многонациональной. А смешение кровей часто дает потомкам яркую внешность.

Этнические стереотипы, транслирующие отношение русского народа к самим себе, касающиеся особенностей характера и темперамента человека, можно найти во всеми известном атрибутивном словосочетании «русский размах». *«МТС показала **русский размах**»* (22.06.2016), – так называется одна из статей, описывающая новую рекламную кампанию МТС. В ней Россия показана как страна бескрайних величественных просторов, жители которой ценят все значительное, с размахом русской души – то есть такое, как новый тариф Smart Безлимитище. Передать масштаб безгранично щедрого тарифного предложения авторы новой рекламной кампании решили с не меньшим размахом: если съемки, то посреди одной из самых больших рек – Волги, если главный герой – то Дмитрий Нагиев, если животное в кадре – то медведь.

II. Ко второй группе этнических стереотипов, транслирующих отношение русского народа к другим этносам относятся две подгруппы: этнические стереотипы, транслирующие отношение русских к иностранцам и этнические стереотипы, транслирующие отношение русских к народам СССР. Рассмотрим языковые единицы, с помощью которых этнические стереотипы транслируют отношение русских к иностранцам, а именно – лексемы, указывающие на отличия людей во внешности: черный, узкоглазый, желтолицый и т.п. Например: *«**Черные** жизни важны...»* (18.07.2020), *«**В соседнем подъезде тоже узкоглазые...**»* (13.06.2019) [6], *«...видели исключительно в коварстве **желтолицых чертей**»* (20.01.2015), *«...**Великой Империей** толпе быть приятно, но только без этих – **смугленьких и с неправильным разрезом глаз**»* (04.04.2017). Но чаще они звучат в цитатном сегменте

текста, в том числе из уст самих представителей других национальностей: *«Тут все какие-то злые. Русские не любят азиатов – узкоглазых»* (28.06.2018). В обоих случаях данные лексемы представляют собой средство формирования этнических стереотипов. В каждом из примеров выражена негативная оценка и агрессия в отношении людей других национальностей.

Этнические стереотипы, транслирующие отношение русских к иностранцам, касающиеся особенностей характера и темперамента человека, чаще всего можно встретить в форме атрибутивных словосочетаний, где определение – прилагательное, образованное от этнонима, а определяемое – имя какого-либо свойства человека: *«Собранные им с немецкой аккуратностью бумаги...»* (04.08.2016). Еще одним примером может быть фразеологизм «уйти по-английски»: *«Ушел по-английски: приморец съехал из съемной квартиры»* (07.04.2019) [6]. Выражение «уйти по-английски» или «уходить по-английски» означает уходить не попрощавшись. Многие наверняка будут удивлены, узнав, что у англичан нет обычая уходить откуда-либо, не прощаясь и никак не обозначая свое скорое намерение покинуть данное место или компанию. Есть мнение, что эта фраза в английском языке появилась в период Семилетней войны (1756–1763 гг.) Франции и Англии. Военнопленные французы самовольно оставляли расположение части, и тогда в английском языке возникла язвительная фраза «to take French leave», что означает «уйти по-французски». После французы перевернули эту фразу в отместку англичанам, и она стала звучать как «to take English leave», что означает «уйти по-английски». В русском языке закрепилось выражение «уйти по-английски», а не «уйти по-французски», сохранившее прежнее толкование.

Этнические стереотипы, транслирующие отношение русских к народам СССР, касающиеся особенностей характера и темперамента человека, проявляются в инвективной лексике, характеризующей людей других национальностей в цитатном сегменте текста, отрывках из речи простых людей, эмоционально выражающих свое мнение. По мнению лингвистов, под инвективой следует понимать непристойную лексику и фразеологию с выраженным нарушением моральных и этических норм [3, с. 211]. Достаточное количество высказываний обращено в адрес приехавших из бывших стран СНГ, в особенности – выходцев из среднеазиатских и других бывших союзных республик. Этническая ксенофобия, транслируемая в СМИ, способствует формированию негативных стереотипов у своей аудитории по отношению к представителям различных народов. Примером этнической ксенофобии может быть экспрессивное название картины русского художника Васи Ложкина: *«Великая прекрасная Россия», а остальные – «хачи», «чуркобесы», «хохлы...»* (26.02.2019). Высказывания «хачи», «чуркобесы» и «хохлы» относятся к разговорно-бытовой лексике, подразумевая под собой национальную принадлежность. Словом «хач» мы называем выходцев из Кавказа. Впервые это слово использовали турки в отношении армян, затем его использовали армяне. В переводе с армянского «хач» означает «крест». Не без презрения мусульмане так называли армянское христианское меньшинство. В этом случае слово «хач» можно перевести как «христианин». Русские заимствовали это прозвище еще в период существования СССР, после чего слово «хач» вошло в обиходный язык и, впоследствии, стало

использоваться в отношении «лиц кавказской национальности»: «...посмотри, что твои **хачи** в Москве творят» (27.05.2018), «Надоели **хачи**! Убирайтесь вон!» (23.10.2018).

Обидное прозвище «чуркобес» или синоним «чурка» используются в отношении выходцев из среднеазиатских республик. В русском языке слово «чурка» можно встретить и в литературе. Так, например, в русской былине о трех богатырях «чуркой неотесанной» Илья Муромец нарекает Идолище Поганое – мифологический враг богатырей, вражеская темная сила, «татарщина». В Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой слово «чурка» означает короткий обрубок дерева [6]. В СССР «чуркестаном» называли людей, которые подобно дереву плохо понимали и слабо владели русским языком. Это и привело к закреплению неприятного прозвища: «...чтобы они, вырастая, не становились «**чурками**» (07.02.2019).

В современных СМИ зачастую вместо слова «украинцы» используется слово «хохол» для обозначения украинцев. Имя «хохол» можно встретить в Толковом словаре русского языка В.И. Даля как «название украинца, первоначально уничижительное, затем шутовское, фамильярное» [2]. Русские привыкли звать украинцев «хохлами»: «...**хохлы** всему виной» (20.01.2020). Этимология этого слова простая: «хохол» – это задирающийся кверху пучок волос. С такой прической ранее ходили запорожские казаки, сбривая полностью волосы и оставляя лишь одну длинную прядь. Хохол еще называют «оселедец». Есть мнение, что название произошло от слова «селетка» – потому что длинный и похож на рыбу. Для русских это слово, видимо, было не очень знакомо, и они предпочитали называть чуб «хохлом». И так же – его носителя. В наше же время, ввиду происходящих политических событий у нас сложилось негативное отношение к украинцам, поэтому мы чаще называем их «хохлами», нежели «украинцами», так как слово «хохол» имеет более пренебрежительный характер.

Этнические стереотипы, транслирующие отношение русских к народам СССР, касающиеся поведения и образа жизни человека, зачастую относятся к «лицам кавказской национальности» и связаны с демонизацией образа «кавказца». В основном такая номинация встречается в криминальной хронике, где журналисты обязательно делают акцент на национальности преступника (или предполагаемого преступника), если он не является русским: «Беспредел в центре Петербурга: толпа **кавказцев**, которую не пустили в бар, стала стрелять по прохожим» (23.09.2015), «В День России **кавказцы** устроили стрельбу в поселке Кобралово» (17.06.2018), «Астраханка полгода провела в плену у **кавказцев**...» (06.01.2016), «Нападение **кавказцев** с ножами на посетителей кафе попало на видео» (08.10.2019), «В Волгограде **кавказец** убил соплеменника из-за кровной вражды» (09.12.2019).

На протяжении длительного времени в российских СМИ формируется образ кавказца как бандита и террориста. В случаях совершения противоправных действий или хулиганских выходок в заголовках отмечается, что нарушение совершено представителем Кавказа. Согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, под словом «кавказец» подразумевается «уроженец Кавказа, принадлежащий к одному из его основных народов» [6]. В данном случае слово «кавказец» относится к общеупотребительной лексике, подразумевая национальную принадлежность, но уже не неся в себе какой-либо негативной

окраски. У русских слово «кавказец», в первую очередь, вызывает ассоциацию с чеченцем, так как, по их мнению, они являются самыми агрессивными. В сознании простых российских граждан они ассоциируются с людьми, которые не могут интегрироваться и адаптироваться в обществе. Несомненно, одной из причин подобного восприятия «кавказцев» русским населением стала почти полувековая Кавказская война (1817–1864 гг.). На фоне этих военных действий в русском языке и сформировалось негативное мнение о «кавказцах».

Традиционно в российских газетах и журналах события, происходящие на Кавказе, транслировались под неоднозначными заголовками: «*В диком крае*», «*Варварские обычаи и нравы*» и т. д. Но чаще всего в новостных лентах интернет-изданий встречаются посты, которые показывают именно выходцев из Чеченской республики с далеко нелицеприятной стороны. В основном это новостные репортажи об убийствах, грабежах и т.д. Например: «...после взрывов в Волгограде были задержаны десятки **чеченцев**» (21.04.2018), «*В Москве компания **чеченцев** избила кричавшего «Да, я русский!» мужчину*» (12.07.2020), «*Явно **чеченский след***» (08.08.2020). В подобных примерах формируется стереотип потенциальной опасности, исходящей от представителей некоторых народов. Именно такое агрессивное поведение и послужили базой для формирования стереотипов о мужчинах чеченской национальности.

Таким образом, проведенное исследование показало, что этнические стереотипы, функционирующие в речи современных людей, свидетельствуют о неоднородности отношения к представителям других национальностей и к своей национальности. В СМИ этнические стереотипы русских по отношению к себе чаще всего касаются особенностей характера и темперамента русского человека, а по отношению русских к иным народам этнические стереотипы чаще всего выражают различие во внешнем виде и в поведении. Стереотип является особой коммуникативной средой, потому что информация в нем распространяется мгновенно в разных формах и направлениях. Большинство этнических стереотипов, закрепившихся в сознании людей, необходимо ломать в виду выражения в них негативной оценки к представителям разных национальностей. Кроме того, необходимо стремиться поддерживать дружественные межнациональные отношения во избежание этнических конфликтов. В настоящий момент актуализуется необходимость новых форм коммуникации, проявляющих толерантность к различным культурным традициям, объединяющим эти традиции [9, с. 117].

Литература

1. Бартмицкий Е. Базовые стереотипы и их профилирование // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре: сборник статей. М.: РГГУ, 2009. С. 11-21.
2. Даль В.И. Толковый словарь русского языка. М.: АСТ, 2018. 736 с.
3. Колмакова В.В., Шалков Д.Ю. Вербальное оскорбление: лингвоюридический аспект // «Преподаватель высшей школы в XXI веке»: сборник трудов 15-й Международной научно-практической Интернет-конференции, 2018. С. 210-215.

5. 4. Колмакова В.В., Шалков Д.Ю. Лингвистические аспекты буллинга и моббинга в современной коммуникации // «Преподаватель высшей школы в XXI веке»: сборник трудов Международной научно-практической конференции. 2019. С. 122-130.
5. Маслова В. А. Культурный стереотип и его роль в поведении сквозь призму языка // Вестник СогУ. 2008. № 4. С. 37-43.
6. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
7. Ослон А. Уолтер Липпман о стереотипах: выписки из книги «Общественное мнение» // Социальная реальность. 2006. № 4. С. 125-141.
8. Семашко Т.Ф. Стереотип как фрагмент языковой картины мира // Грамота. 2014. №2 (32). Ч. II. С. 176-179.
9. Чубова Е.П., Колмакова В.В., Сагирьянц Е.С. Проблемы исследования интерактивной рекламы в современных теориях социальных коммуникаций // Язык: категории, функции, речевое действие: сборник трудов XII международной научной конференции. 2019. С. 116-118.

© Овчинникова А.Е., Колмакова В.В., 2021