

УДК 811.161.2'27:39:303.6

ПРИРОДА ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ

Наталія ДЯЧЕНКО

*Житомирський державний університет імені Івана Франка,
вул Велика Бердичівська, 40, Житомир, 10002, Україна
dyachenkonatali@gmail.com*

Міжнаціональний діалог відбувається шляхом комунікації в сферах політичного, духовного, громадського та економічного життя суспільства, часто доповнюючись почуттями, національними міфами та упередженнями. Звідси створення етнічних стереотипів стає обов'язковим показником соціальної взаємодії. Актуальність студій у цій царині зумовлена багатьма чинниками і насамперед практичним спрямуванням, покликаним з'ясувати, як стереотипне сприймання представників різних націй може провокувати ксенофобію, напруженість або агресію в суспільстві.

Стереотипам у культурі, соціумі, вивченню їхнього впливу на психологію, філософію та культуру мовлення людини присвятили численні розвідки Ж. Бодрійяр, А. Вежбицька, М. Еліаде, Дж. Лакофф, М. Фуко та ін. Лінгвальний аспект цього явища висвітлено в працях С. Бартмінського, У. Каустхоффа, В. Маслової, Й. Мацькевича, К. Писаркова.

Мета статті – на матеріалі проведеного анкетування дослідити структуру та лінгвальні особливості автостереотипу українця. Для цього потрібно розкрити сутність понять “стереотип”, “мовний стереотип”, “етнічний стереотип”; описати структуру, причини появи та джерела формування національних стереотипів; окреслити коло функцій, які виконують етнічні стереотипи; представити й різнобічно схарактеризувати матеріал про автостереотип українця на підставі соціолінгвістичного анкетування.

За теоретичне підґрунтя служать праці С. Бартмінського, А. Кравчук, В. Красних, Ю. Сілецького, Ю. Сорокіна, Я. Томашевського та ін. У дослідженні використано загальнонаукові (зіставлення, спостереження) та власне лінгвістичні методи (основні прийоми описового методу, зокрема інвентаризацію та систематизацію мовних одиниць, лінгвогенетичний метод як прийом культурно-історичної інтерпретації, метод анкетування), а також елементи статистичного аналізу, методики компонентного аналізу та моделювання (для з'ясування формально-семантичної структури національних мовних стереотипів).

Сутнісні ознаки понять “стереотип”, “мовний стереотип”, “етнічний стереотип”

Стереотипи й упередження є в житті всіх людей, оскільки більшість із них стають об'єктами стереотипізації з огляду на належність до різних соціальних груп.

Уперше термін *стереотип* використав американський журналіст, письменник, політичний оглядач Уолтер Ліпшман. Він висунув гіпотезу про наявність упередженості, яка існує в певних стійких утвореннях, “картинках у наших головах”, які активно впливають на сприймання людей та подій (Ліпшман, 2004, с. 342). Дослідник виокремив причини, чому люди створюють стереотипи: по-перше, економію зусиль людини,

їй не потрібно щоразу по-новому реагувати на певні суспільні явища, варто лише підвести їх під уже наявні категорії; по-друге, захист групових цінностей та своїх прав (Липшман, 2004, с. 349). У такий спосіб люди спрощують своє життя, використовуючи сталий образ явища або ж людини, послуговуються ним як своєрідним “скороченням” під час взаємодії.

Стереотип (від грец. *stereotype: stereos* – твердий, міцний і *typos* – форма, зразок, відбиток) – це усталена, часто спрощена, стандартна думка про соціальні групи чи про окремих індивідів як представників цих груп (Бартминський, 2005, с. 63). Залежно від аспекту сприйняття дійсності їх поділяють на: соціальні, культурні, історичні, етнічні, професійні, етичні, вікові, гендерні, стереотипи зовнішності тощо.

У лінгвістиці термін *мовний стереотип* розуміють, як вербальне відображення переконань, спрямованих на суспільну групу або на індивіда, тобто представника цієї групи (це вузьке розуміння терміна) (Quasthoff, 1987, с. 786); як вербально виражене узагальнення образів будь-яких конкретних предметів або абстрактних понять (широке розуміння терміна) (Bartmiński, 1995, с. 260); як стійке висловлення, стійке порівняння (Маслова, 2001, с. 45).

Значний внесок у вивчення лінгвістичної природи стереотипу зробив польський науковець Єжи Бартмінський. Він вважає, що стереотипізація – це риса, притаманна природним мовам, що виявляється в процесі мовної комунікації; стереотипи утверджуються й передаються через мову (Bartmiński, 2001, с. 302). Вони знаходять реалізацію в семантиці та структурі мови: у значеннях певних слів, у деяких фразеологізмах та прислів'ях, у вербальному вираженні конкретних уявлень і переконань. Стереотипи корисні, оскільки вони допомагають упорядкувати знання про світ, надаючи людині готові шаблони мислення.

Національний (етнічний) стереотип – це сукупність узагальнених та емоційних уявлень про націю або етнос, його звичаї, культуру, традиції, інтелектуальний та естетичний рівень, а також роль в історії людства. У науковій літературі використовують такі синоніми до цього терміна: *етнічні упередження, етнічні уявлення, національні образи* та ін. (Corbey, 1991, с. 126). У деяких країнах існують навіть самостійні розділи науки, які вивчають походження, становлення, функціонування та вплив на стан суспільства тих чи тих стереотипних уявлень (Quasthoff, 1987, с. 791).

Етнічні стереотипи мають дихотомічну структуру: з одного боку, вони є віддзеркаленням того, що люди думають про себе (*автостереотипи*), з іншого – якими їх бачать представники інших народів (*гетеростереотипи*). Останні є більш критичними. Тому та сама риса з погляду авто- чи гетеростереотипу часто набуває кардинально відмінної конотації. Наприклад, любов до спиртного у структурі автостереотипу може поблажливо розглядатися як прояв безтурботності, тоді як у складі гетеростереотипу вона перетворюється на схильність до пияцтва.

Розглядаючи етнічні стереотипи, можна виокремити кілька причин неприязного ставлення до представників інших національностей: загальне спрямування державної політики щодо іншої країни, яке викликає відповідні зміни суспільної думки про її населення; побутові, релігійні непорозуміння, а іноді й збройні конфлікти, війни, поневолення. Причинами появи самих стереотипів є, як уже було зауважено вище, економія комунікативних зусиль, а також реалізація інстинкту самозбереження, який виявляється на рівні протиставлення за ознакою “свій” – “чужий” (оскільки це одна з природних особливостей людської психіки, таку диференціацію маємо навіть усередині одного етносу (наприклад, в українців бойко не терпить гуцула, поліщук дратує волиняка тощо). Ксенофобія притаманна людській природі, бо сама по собі не є чимось

поганим чи хорошим, це рудимент тваринного страху перед чужим, незнайомим і незрозумілим, позитивна сторона збереження самоідентичності. Тому ставлення до етнічних стереотипів поступово еволюціонує від звичного негативного, адже раніше їх здебільшого ототожнювали з етнічними упередженнями, до амбівалентного, неоціночного, тому що насправді вони є абсолютно органічними утвореннями, притаманними природі людської свідомості (Сердюк, 2001, с. 10–11).

Особливості національних стереотипів

Більшість соціальних стереотипів не утворюються спонтанно. Національні стереотипи формуються тривалий час і є відносно стійкими, хоча й мають здатність до трансформацій, інколи різких (пор. вербалізацію українсько-російських взаємин упродовж останнього часу в етніміах *украпи – колоради* і под.). Джерелом формування стереотипів є як власний досвід людини, так і вироблені суспільством норми, знання про які людина набуває під час навчання, через вплив засобів масової інформації та безпосередні контакти з авторитетними людьми (Блинова, 2015, с. 69).

С. Сердюк обмежується виокремленням трьох головних функцій етнічного стереотипу: пізнавальної, комунікативної та функції зміцнення і захисту позитивної етнічної ідентичності (Сердюк, 2001, с. 11–12). За нашими спостереженнями, національні стереотипи охоплюють ширше коло функцій: комунікативну, фатичну, узагальнювальну, емотивно-оцінну, прогностичну, когнітивну, адаптивну, регулятивну, ідентифікаційну, інтегрувальну, кумулятивну, ідеологічну, пропандистсько-маніпуляційну та міфологічну. Як регулятори свідомості, етнічні стереотипи з погляду зазначених функцій можуть використовуватися з конструктивною (для полегшення / налагодження спілкування) чи з деструктивною метою.

Стереотипи зосереджені в підсвідомості, тому саме викриття й усвідомлення можливого негативного аспекту впливу етнічних стереотипів, а також загальне соціокультурне тло, у якому домінують гуманістичні цінності й політкоректність, дозволяють контролювати й нейтралізувати / мінімізувати використання національних стереотипів для маніпуляцій. На нашу думку, усуненню негативного впливу наявних стереотипів сприяє демократизація суспільства, усвідомлення свого постколоніального статусу й пропагування зближення представників різних етнічних культур через відкритість суспільства, діалог культур, аксіологічну схожість.

Українці вже тривалий час є заручниками постколоніальної свідомості, тому в суспільстві домінують два діаметрально протилежні автостереотипи: гіпертрофовано негативний, представлений відвертими українофобами та активно підтримуваний “малоросами”, “тутейшими” (особами, які ідентифікують себе за представників якоїсь місцевості – кияни, дончани, одесити, а не національності) і гіпертрофовано позитивний, який представляють романтики-українофіли. Причому автостереотип українця за останні кілька років істотно змінився, хоча це стосується переважно молодого покоління.

Соціолінгвістичне анкетування про автостереотип українця

Дослідження національних стереотипів вимагає залучення експериментальних даних. Саме тому ми провели соціолінгвістичне анкетування в середовищі академічної молоді (опитано 97 студентів із трьох вишів м. Житомира), де з-поміж інших питань було розглянуто й автостереотип (self-image) українця.

Анкету укладено на основі тих взірців анкет, які використовує в дослідженні мовних етностереотипів Люблінський науковий етнолінгвістичний осередок під керів-

ництвом професора Є. Бартмінського (Bartmiński, 1995, с. 258). Наш варіант анкети в частині щодо автостереотипу українця містив шість питань відкритого характеру: 1. Запишіть слова, які Ви (або хтось інший) уживає замість слова *українець*. 2. Запишіть риси, які, на Вашу думку, найкраще характеризують типового українця (такого, яким він є). 3. Запишіть риси, які, на Вашу думку, найкраще характеризують ідеального українця (такого, яким він має бути). 4. Українець – це... Українка – це... 5. Запишіть відомі Вам прислів'я, приказки, усталені звороти, фразеологізми про українців. 6. Запишіть антропологічні риси типового українця / українки (опишіть зріст, тип обличчя, колір волосся, очей та ін.).

З-поміж назв, уживаних у нашому суспільстві замість етноніма *українець*, зафіксовано такі: *наш, свій, земляк, брат, рідненький, родич, побратим, співвітчизник* (виразний показник самоідентифікації, консолідації української нації). В анкетах відзначено також лексеми, які почали широко використовуватися для означення українця порівняно недавно: *майданутий, патріот, герой, вояк, повстанець*. *Майданутий* є неологізмом з негативним забарвленням, який використовували переважно наші сусіди-росіяни для означення людей, пов'язаних не лише безпосередньо з подіями Євромайдану, Революції Гідності, а й просто тих, кому було небайдуже до подій, які відбувалися в країні. *Патріот, герой, повстанець* та *вояк* – слова не нові й цілком імовірно, що їх раніше використовували замість слова *українець*, але зараз, після ревіталізації, вони набули актуальності. П'ятеро респондентів залишили це питання без відповіді, написавши, що не знають інших слів, окрім *українець*.

В анкетах часто відзначено назви *хохол, бандерівець, бандера, козак, укроп, укр, руси*; дещо рідше – *ватник, вишиватник, мазепинець, малорос, салоєд, фашист, чорноброві, газокрад, нацист-націоналіст*. В одній з анкет був коментар, що ці слова просто є загальновідомими, але сам респондент їх ніколи не вживає.

У другому питанні треба було визначити риси, які найкраще характеризують типового українця. З-поміж позитивних найчастіше зустрічаються *патріотизм, гостинність, любов до Батьківщини, хоробрість, відвага, мужність, працьовитість*. Студенти критично оцінили типового українця, зазначивши такі негативні риси: *лінь, готовність працювати на когось, невихованість, некультурність, невдоволеність владою, українець думає, де б зробити повстання, хабарництво, корупція*. Щодо мовного аспекту, то зазначено, що українці часто *розмовляють суржиком і це недобре*.

Респонденти описали українця як людину, яка *любить сало і горілку; хохол звичайний: любить сало, горілку, борць і смачно поїсти; агресивний до москалів; адреса проживання – Україна*, також згадали традиційну зачіску козаків як характерний атрибут типового українця (*оселедець*). В одній з анкет відзначено, що українець *“уміє викрутитись із будь-якої ситуації”*, *“підтримує футбольний клуб “Динамо-Київ”, тож подекуди простежуємо й самоіронію*.

Риси, які характеризують справжнього, зразкового українця (такого, яким він повинен бути), розкривають лише позитивні якості. Правда, молодь акцентує увагу на тих прикметах, котрих, імовірно, бракує, бо у відповідях звучить самокритика: *українець повинен “бути чесним з собою, розвивати економічну свідомість, бути більш інтернаціональним”*.

У деяких анкетах зазначено, що справжнього українця характеризують *“український одяг, вінок і коса у жінки, українська мова”, “гарна українська розмовна мова, типовий одяг як для українця”, “любов до борця і сала”*.

Також частими відповідями є *патріот, роботячий, працелюбний, справедливий, культурний, гостинний, цілеспрямований, щирий*.

У відповідях на четверте питання про визначення українця та українки можна простежити, як саме себе означають українці, ким себе бачать.

Знаходимо географічну категоризацію: *“українець – це чоловік, який проживає на території України”, “особа чоловічої статі, що живе в Україні”, “чоловік, який проживає на території України і є патріотом своєї держави”*. Таких визначень найбільше, отже, українці ідентифікують насамперед себе як мешканці держави.

На другому місці виявилися визначення з мовною категоризацією: *“людина, яка народилась в Україні і знає свою рідну мову”; “особа, яка розмовляє українською”*. В одній із відповідей вказано: *“українець – особа, яка розмовляє українською і російською мовами і є етнічним жителем України”*.

Є визначення з політичною категоризацією: *“Українець – це європеєць, який проживає в Україні”, “людина, яка має громадянство України”, “громадянин України”*. Таких визначень менше, але все ж вони використовуються.

Трапляються й інші дефініції: *“українець – це воїн, козак, господар, трудова людина”; “гарний хлопець, сильний, високий”; “чоловік українського походження, знає всі державні знаки, гімн”; “чоловік, який народився та виріс на Україні”; “людина з великої літери, патріот своєї держави”; “сміливий, сильний чоловік”; “українець – це син своєї землі”; “українець – це борець за свободу України, козак”; “українець – це завжди опора для своєї жінки і гарний приклад для дітей”; “захисник”*. В одній з анкет вказано, що *“українець – це заробітчанин”; “сильний, працьовитий чоловік, який постійно працює”*.

Типова українка – це *“зразкова жінка на все життя”, “ласкава, працьовита жінка, що має гарний голос і чудову вроду та надзвичайно любить рідний край”, “мила дівчина, берегиня”; “муза для свого чоловіка, вона може за себе постояти”, “ніжна дівчина”; “ніжна, турботлива і вихована, чарівна”*. Більшість висловлювань стосуються краси й хазяйновитості українок.

Щодо відомих респондентам прислів'їв, приказок, фразеологізмів та усталених зворотів про українців, то найчастіше фігурують такі: *“Моя хата скраю – нічого не знаю”, “Добре там, де нас нема”*, що досить точно відображають менталітет типових українців.

У питанні про антропологічні риси типового українця відповіді демонструють класичний стереотипізований образ людини, високого або середнього зросту, з чорним або руським волоссям, світлою шкірою, карими очима, чорними бровами.

Висновки

Стереотипи – це прикмети повсякденної свідомості. Етнічний стереотип постає як уявлення одного етносу про типові (на його думку) риси представників свого (автостереотип) чи іншого (гетеростереотип) народу. Мовний стереотип – це вербальне відображення таких переконань; однією з форм його вираження є фразеологізми.

Вивчаючи природу й функціонування стереотипів, необхідно залучати експериментальні дані. Анкетування в середовищі академічної молоді допомогло розглянути автостереотип українця. Представлено традиційні й нові лексеми та фразеологізми на позначення позитивних і негативних рис, притаманних типовим представникам української нації.

За результатами опитування, ми досить критично ставимося самі до себе, не боїмося говорити про свої слабкі сторони та недоліки як нації (наприклад, *коруптованість, байдужість, пияцтво*), хоча не завжди поспішаємо їх виправляти й асоціювати саме зі своєю особою. Замість етноніма *українець* респонденти використовують назви з

позитивною (*брат, вояк, герой, земляк, козак, свій* та інші) й негативною (*бандера, бандерівець, ватник, вишиватник, малорос, майданутий* та інші) конотацією, їхня кількість майже однакова – 16 і 18 відповідно. Ті самі назви ситуативно можуть змінювати конотацію (пор.: *бандерівець, волонтер, укруп, націоналіст, свідомий*). Загалом у сучасному молодіжному середовищі відчувається гордість за своїх “братів та сестер”, за свій патріотизм – це видно з означень, які українці приписують самі собі. Переважна частина молодих українців прагне змінюватися й змінювати свою країну. Анкети виявляють небажання миритися з тим, що велика кількість співвітчизників виїжджає за кордон у пошуках роботи.

Стереотипні образи, які можна виокремити на основі зібраних нами даних, є лише частиною загальної картини стереотипних уявлень нашого народу.

Список покликань

- Бартминский, Е., 2005. *Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике* (сост. и отв. ред. С. М. Толстая). Москва: Индрик.
- Блинова, О. Є., 2015. Роль соціальних стереотипів у становленні світоглядних орієнтацій особистості. *Психологія і особистість*, 2, с. 58–70.
- Липпман, У., 2004. *Общественное мнение*. Пер. с англ. Т. В. Барчуновой Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. Москва: Институт Фонда “Общественное мнение”.
- Маслова, В. А., 2001. *Лингвокультурология*. Москва: Издательский центр “Академия”.
- Сердюк, С. В., 2001. Функції етнічних стереотипів та їхня роль у формуванні етнічної ідентичності. *Наукові записки. Т. 19. Теорія та історія культури*, с. 10–14.
- Bartmiński, J., 1995. Nasi sąsiedzi w oczach studentów (Z badań nad stereotypami narodowymi). В: Teresa Walas (red.) *Narody i stereotypy*. Kraków: “Międzynarodowe Centrum Kultury”, s. 258–268.
- Bartmiński, J., 2001. Stereotypy językowe. В: pod red. Jerzego Bartmińskiego *Współczesny język polski*. Lublin: Wydaw. Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Corbey, R. and Leerssen, J., 1991. *Alterity, Identity, Image: Selves and Others in Society and Scholarship*. Amsterdam: Rodopi.
- Quasthoff, U., 1987. Linguistic Prejudice. *An International Handbook of the Science of Language and Society*, 1, s. 785–799.

References

- Bartminkij, E., 2005. The linguistic image of the world: ethnolinguistic essays (sost. i отв. red. S. M. Tolstaja). Moskva: Indrik. (In Russian)
- Blynova, O. Ye., 2015. The role of social stereotypes in the formation of ideological orientations of the individual. *Psychology and personality*, 2, s. 58–70. (In Ukrainian)
- Lippman, U., 2004. Public opinion. Per. s angl. T. V. Barchunovoi Redaktory perevoda K. A. Levinson, K. V. Petrenko. Moskva: Institut Fonda “Obshhestvennoe mnenie”. (In Russian)
- Maslova, V. A., 2001. Linguoculturology. Moskva: Izdatel'skij centr “Akademija”. (In Russian)
- Serdyuk, S. V., 2001. Functions of ethnic stereotypes and their role in the formation of ethnic identity. *Proceedings. T. 19. The theory and history of culture*, s. 10–14. (In Ukrainian)
- Bartmiński, J., 1995. Our neighbors in students eyes (From national stereotypes research). In: Teresa Walas (red.) *Nations and stereotypes*. Kraków: “Międzynarodowe Centrum Kultury”, s. 258–268. (In Polish)
- Bartmiński, J., 2001. Language stereotypes. In: pod red. Jerzego Bartmińskiego *Contemporary Polish language*. Lublin: Wydaw. Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. (In Polish)
- Corbey, R. and Leerssen, J., 1991. *Alterity, Identity, Image: Selves and Others in Society and Scholarship*. Amsterdam: Rodopi.
- Quasthoff, U., 1987. Linguistic Prejudice. *An International Handbook of the Science of Language and Society*, 1, s. 785–799.

THE NATURE OF ETHNICAL STEREOTYPES

Nataliya DYACHENKO

*Zhytomyr Ivan Franko State University
Department of Ukrainian Language
dyachenkonatali@gmail.com*

Background. The relevance of research studies of ethnic stereotypes is conditioned by many factors. First of all, with its practical direction, designed to ascertain how stereotypical perceptions of representatives of different nations can provoke xenophobia, tension or aggression in society in order to prevent their manifestations; the variability of the phenomenon, because along with the changes in society, stereotypes and their verbal manifestations change as well: the old ones disappear, and their place is occupied by new ones which, of course, need to be analyzed.

Purpose. The purpose of our investigation is to consider the essence of the concept of “ethnic stereotype”; find out the causes of appearance, the source of formation, outline the range of functions that perform ethnic stereotypes; on the basis of a sociolinguistic questionnaire, to present and comprehensively characterize the material about the autostereotype of a Ukrainian.

Results. National (ethnic) stereotype is a complex of generalized and emotional representations of a nation or ethnic group, its customs, culture, traditions, intellectual and aesthetic level, as well as a role in the history of mankind. According to our observations, national stereotypes cover a wide range of functions: communicative, factual, generalizational, emotional-estimating, predictive, cognitive, adaptive, regulatory, identification, integrative, cumulative, ideological, propaganda-manipulative, and mythological.

On the material of the questionnaire among the academic youth, an autoserotype (self-image) of Ukrainian was considered.

Summarizing the survey data, we can say that we are very critical of ourselves, are not afraid to talk about our weaknesses and disadvantages as a nation (for example, corruption, indifference, drunkenness). At the same time, we note positive moments. Some titles can be changed situationally by a connotation (volunteer, nationalist).

Key words: ethnical stereotype, autostereotype, functions of stereotypes, sociolinguistic questionnaire.

Стаття надійшла до редколегії 7 вересня 2018 року
Прийнята до друку 6 листопада 2018 року