**ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ ВО ФРАЗЕОЛОГИИ**

***Сейсенәлі Әйгерім Берікқызы***

***Учитель русского языка и литературы***

***Алматинская область, Енбекшиказахский район***

***с.Тургень, СШ им.М.Ломоносова***

**Аннотация.** *Понятие «стереотип» изучается в разных отраслях науки. Это понятие рассматривается в таких отраслях науки как философия, психолингвистика, социология, психология, этнография, культурология и др. Представители вышеназванных отраслей наук рассматривают и высказывают свое мнение о понятии «стереотип» и делают классификацию стереотипов в соответствии с требованиями отрасли. Стереотипы выполняют ряд когнитивных функций, таких как схематизация и упрощение, формирование и хранение групповой идеологии, и другие когнитивные функции. В данной статье автор анализирует этнические стереотипы. Стереотипы являются частью фразеологии языка. При изучении определенного языка необходимо тщательно изучить этнографические, исторические, философические, культурные факты, а не только лингвистические сведения. Потому что единицы национального языка и фразеологические единицы ассоциируются с экстралингвистическими факторами.*

**Ключевые слова:** *этнические стереотипы, фразеологические единицы, функции стереотипов, схематизация, категоризация.*

**Аңдатпа.** *«Стереотип» ұғымы ғылымның әртүрлі салаларында зерттелуде. Бұл тұжырымдама философия, психолингвистика, әлеуметтану, психология, этнография, мәдениеттану және т.б. сияқты ғылым салаларында қарастырылады. Жоғарыда аталған ғылым саласының өкілдері «стереотип» ұғымы туралы пікірлерін айтады және саланың қажеттіліктеріне сәйкес стереотиптердің классификациясын жасайды. Стереотиптер бірнеше танымдық функцияларды орындайды, мысалы схемалау және жеңілдету, топтық идеологияны қалыптастыру және сақтау және басқа да танымдық функциялар. Бұл мақалада автор этникалық стереотиптерді талдайды. Стереотиптер - бұл тілдің фразеологиясының бөлігі. Белгілі бір тілді оқып-үйрену кезінде тек тілдік ақпаратты ғана емес, этнографиялық, тарихи, философиялық, мәдени фактілерді де мұқият зерделеу қажет. Себебі ұлттық тілдің бірліктері мен фразеологиялық бірліктер тілден тыс факторлармен байланысты.*

**Кілт сөздер:** *этникалық стереотиптер, фразеологиялық бірліктер, стереотиптердің функциялары, схемация, категориялау.*

**Annotation.** *The concept of “stereotype” is being studied in various branches of science. This concept is considered in such branches of science as philosophy, psycholinguistics, sociology, psychology, ethnography, cultural studies, etc. Representatives of the above branches of science consider and express their opinion on the concept of “stereotype” and make the classification of stereotypes in accordance with the requirements of the industry. Stereotypes perform a number of cognitive functions, such as schematization and simplification, the formation and storage of group ideology, and other cognitive functions. In this article, the author analyzes ethnic stereotypes. Stereotypes are part of the phraseology of the language. When studying a particular language, it is necessary to carefully study ethnographic, historical, philosophical, cultural facts, and not just linguistic information. Because units of the national language and phraseological units are associated with extra-linguistic factors.*

**Key words:** *ethnic stereotypes, phraseological units, functions of stereotypes, schematization, categorization.*

Язык, будучи инструментом передачи информации и выражения чувств и эмоций, определяет взаимоотношения человека с окружающим миром и служит своеобразным хранилищем обычаев традиций, представлений, ценностей и стереотипов. Последние являются существенным составляющим элементом культурного кода коммуникативной группы в определенный период времени и представляют собой основу ментальной картины мира. Одним из важнейших способов ее выражения является фразеология, заключающая в себе «…культурную память языкового сообщества, компонент языкового подсознания, формирующий культурно-специфическую модель мышления и поведения, коллективную культурно-языковую идентичность» [1, 13].

В настоящее время происходит быстрое развитие межкультурной коммуникации в разных сферах человеческой жизни: в области культуры, политики, научной и деловой деятельности, поэтому возникает необходимость выработки основ общения и взаимопонимания. Важным вопросом является повышение эффективности межкультурной коммуникации: адекватного взаимопонимания участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам, которое невозможно без понимания условий существования, культуры, образа жизни, национального характера представителя того или иного этноса. Все большее количество стран из года в год относят к статусу многонациональных из-за непрерывного потока мигрантов. В сложившейся ситуации огромную роль имеет владение основами современной межкультурной коммуникации, то есть для мирного сосуществования различных этносов, для успешной коммуникации необходимо воспринимать представителей других культур не как «чужих - враждебных», а как «иных, достойных уважения и понимания». Таким образом, этнические стереотипы, в первую очередь, связаны с одной из важнейших проблем всего человечества – этническими конфликтами. Процесс межкультурной коммуникации обусловлен необходимостью знания этнических образов коммуникантов, формирование которых определяется понятием этнического стереотипа.

Исследования во фразеологии претерпевают значительные изменения с последних лет 20-го века. Большинство исследований уже не опирается на формальные характеристики идиом, а на значения условных образных выражений. Эта статья посвящена стереотипам, идиомам и словосочетаниям, относящимся к нациям и этническим группам. Фразеологические обороты – это культурное богатство каждого народа. Потому что фразеологизмы отражают материальную и духовную культуру конкретного народа, его религиозные позиции, многовековую историю, его экономику, обычаи, среду, в которой он живет, национальное бытие, национальный символ. Национально-культурная семантика фразеологизмов находит свое отражение в ее национально-культурных элементах. Как показывают многие лингвисты, фразеология – это языковая сфера, где национально-культурный элемент проявляется широко и ярко, поскольку во фразеологизмах собраны многие национально-культурные понятия и мировоззрение, присущие определенному национальному языку, а также стереотипные представления одного народа о другом[1, 28].

Значение стереотипов не является произвольным, а возникает из наших более общих знаний о мире, воплощенных в нашей концептуальной системе. К стереотипным выражениям принято относить сочетания, в которых «нормативный аспект выбора преобладает над семантическим» и в основе которых лежат устойчивые отношения между предметами внеязыковой действительности: например, *стакан воды, но не чашка воды*. Иными словами, стереотипы (или, по крайней мере, большинство из них) имеют концептуальную, а не лингвистическую природу. Следовательно, культурный или «этно» элемент играет главную роль, поскольку разные культурные сообщества создают и используют разные стереотипы в зависимости от своего опыта и убеждений, другими словами, от своего конкретного мировоззрения. По сути, это исследование согласуется с принципами так называемой когнитивной этнолингвистики, согласно которым во фразеологии – как и в других лингвистических областях, например, в значении слова, словообразовании и структуре текста – можно обнаружить следы культуры и истории конкретных сообществ, особенно связанные с менталитетом группы, ее поведением и системой ценностей [8, 9]. Таким образом, этнический стереотип – это система представлений о типичных характеристиках членов данной этнической группы или национальности, их статусе, обществе и культурных нормах. Национальные стереотипы могут касаться либо собственной этнической принадлежности / национальности, либо иностранного или иного гражданства или этнической принадлежности. Стереотипы о своей собственной нации могут *способствовать сохранению национальной идентичности в силу коллективного родства* с той или иной чертой или характеристикой [6, 21].

На формирование этнических стереотипов оказывает влияние множество факторов: климат, территория страны, особенности национального характера, быта, религия, образование, семья, социальный состав общества, политическая и административная система, исторические особенности жизни общества.

Этнокультурные стереотипы выполняют следующие функции:

- защитная функция этнических стереотипов заключается в том, что они способствуют сохранению традиционной системы ценностей как по отношению к собственному сообществу (автостереотипы), так и по отношению к «чужим» (гетеростереотипы);

- коммуникативная функция этнических стереотипов служит для обмена информацией между представителями так называемого «своего» сообщества («своего» среди «чужих» и «чужого» среди «своих»);

- функция социально-этнической интеграции, где стереотип, с одной стороны, удовлетворяет общественную потребность поддерживать внутреннюю связь сообщества и его противопоставление другим сообществам, и, с другой стороны, удовлетворяет психическую потребность в экономии познавательных усилий;

- с помощью манипулирующей функции этнические стереотипы при определенных условиях выступают в качестве ментального воздействия на массы в идеологических и политических целях;

- выполняя познавательную функцию, этнический стереотип формирует образ внешнего и собственного мира [6, 45].

Каждая этническая группа по-разному усваивает и оценивает окружающую действительность, руководствуясь при этом некой внутренней моделью поведения и восприятия окружающего, так называемой оппозицией «свой и чужой». Впервые особую значимость данной модели поведения определил К.Леви-Стросс, который доказал, что данные понятия играли особую роль уже в примитивном обществе. Вслед за ним Г.Малецке были приведены следующие характеристики понятию «чужой»:

1. «…нездешний, иностранный, находящийся за границами родной культуры»;

2. «…незнакомый, неизвестный и недопустимый для познания»;

3. «…странный, необычный, контрастирующий с обычным и привычным окружением»;

4. «…зловещий, несущий угрозу для жизни»;

5. «…сверхъестественный, всемогущий, перед которым человек бессилен» [4, 27].

Глобальный опрос *Pew* проведенный среди европейских стран Великобритании, Франции, Германии, Испании, Италии, Греции, Польши и Чехии показал, что европейские стереотипы считают Германию самой трудолюбивой и наименее коррумпированной, Грецию – самой трудолюбивой, а Италию – самой коррумпированной. Стоит также отметить, что 5 из 8 стран считали свою собственную страну самой коррумпированной [2, 34].

Стереотипы об американском народе на сегодня можно встретить практически во всех культурах. Они часто проявляются на американском телевидении и в том, как средства массовой информации изображают Соединенные Штаты в других странах, но также могут распространяться посредством литературы, искусства и общественным мнением. Не все стереотипы одинаково популярны, и не все они ограничиваются американцами; и хотя большинство из них можно считать негативными, некоторые действительно приписывают нейтральные, положительные или даже восхищенные качества стереотипному гражданину США. Многие этнические стереотипы сталкиваются с иным, не связанным с ними политическим антиамериканизмом [3, 19].

По словам Уильяма Беннета – который сам является американцем – положительный стереотип американцев заключается в том, что они очень щедры. Соединенные Штаты посылают помощь и поставки во многие страны, и американцы могут рассматриваться как люди, которые являются благотворительными или добровольцами. Американцев можно считать очень позитивными и оптимистичными людьми. Оптимизм рассматривается как движущая сила достижения американской мечты. Американцы могут быть стереотипизированы как трудолюбивые люди, будь то в своей работе или в других вопросах. К негативным стереотипам об американцах относится стереотип экономического материализма и капитализма. Их можно рассматривать как заботящихся только о деньгах, оценивающих все вещи по их экономической ценности и презирающих тех, кто имеет более низкий социально-экономический статус [5, 26 ].

Говоря об англичанах, можно отметить, что они сдержанны, любят традиции, вежливы, честны, крайне националистичны и т. д. На наш взгляд, у них есть особое чувство юмора. Они говорят, что не могут понять русские шутки и анекдоты не только из-за разных значений слов, но и потому, что их юмор более тонкий. Глядя на эти особенности русских и англичан, нетрудно заметить различия. Англичане сдержанны, но русские – люди открытые и общительные. Англичане очень любят традиции, а русские, не так уж сильно хранят свои традиции. Британцы, напротив, имеют положительные характеристики: *«posh», «reserved people», «tolerant», «polite», «drink tea all the time-normally at 5 pm*» [5, 27].

Стереотипы о Южных азиатах – это широко распространенные представления о людях южноазиатского происхождения, которые часто не соответствуют действительности. Хотя эти представления ошибочно считаются универсально верными для всех людей южноазиатского происхождения, эти стереотипы негативно влияют на жителей Южной Азии, а также на процесс аккультурации. Эти стереотипы были признаны учеными бесчеловечными, что делает южноазиатцев более склонными к жестокому обращению и преступлениям, ограничивает их способность вносить продуктивный вклад, а также является причиной депрессии и плохого здоровья. Этнические стереотипы жителей Южной Азии включают в себя ориентализм и романтизм, а также научный расизм.

Стереотипы об аргентинцах – это обобщения об аргентинцах, которые могут отражать или не отражать реальность. Стереотипы, связанные с аргентинцами, варьируются от страны к стране в зависимости от преобладающего стереотипа в каждой культуре. В Бразилии, Чили и Уругвае аргентинцев считают высокомерными, гордыми, самовлюбленными и расистскими людьми. К тому же, аргентинцы также известны как сплетники, полные величия, лжецы, завистливые, быстрые. В дополнение к вышесказанному, аргентинцы также были названы ленивыми, тщеславными и педантичными, но также добрыми и беззаботными в научных опросах. В Испании и других южноамериканских странах, таких как Перу, аргентинцы считаются страстными – хотя и несколько грубыми – а также благородными, честными и добрыми [10, 12].

Немцы считаются научно мыслящими и трудолюбивыми, их всегда считают солидными, умными и математичными. И, например, израильтяне считаются корыстолюбивыми, трудолюбивыми, проницательными, верными семье, религиозными. Существует большое количество примеров, которые мы можем перечислить о национальном характере разных народов. Доказывая разницу национальных стереотипов, я хочу сравнить русский и английский народы. Есть много особенностей, которые варьируются [4, 16]. Русские трудолюбивы, жестки, храбры, прогрессивны и подозрительны. Их всегда считают националистами, чрезмерно патриотичными (по этой причине они хорошие солдаты), мы готовы уважать мнение других людей.

К примеру, вот одни из этнических анекдотов. Рай там, где повара – французы, механики – немцы, полицейские – англичане, любовники – итальянцы, а организуют все швейцарцы. Ад там, где повара – англичане, полицейские – немцы, любовники – швейцарцы, механики – французы, а организуют все итальянцы [3, 41]. Существует огромное количество факторов, которые влияют на стереотип нации и характер ее народа. Люди, живущие в южных странах, имеют меньше проблем, чем те, кто живет на севере, и поэтому они более жизнерадостны и артистичны. История также оказывает большое влияние на национальный характер. Народы Азии мстительны, потому что их предки часто воевали друг с другом. В Африке многие страны были колониями Великобритании, Голландии, Испании и так далее, и они были рабами, и из-за этого они все еще трудолюбивы. Национальный характер существует. Это не миф, это реальность. Но национальный характер не описывает характер каждого человека, он описывает характер людей нации в целом. Каждый человек имеет свой собственный характер, но в зависимости от принадлежности человека к той или иной нации многие черты характера сходны и эти черты можно объяснить как национальный характер.

Данные и другие, исторически обусловленные образы сохранились и закрепились в качестве стереотипов в различных культурах в представлениях обывателей об иностранцах. Так, например афроамериканцы–обладатели завидной физической силы, тесно ассоциируются с присущей им музыкальностью и чувством ритма, но с другой стороны афроамериканцам приписывается чрезмерная вспыльчивость и склонность к преступной деятельности. Арабы представляются многим агрессивными, опасными, невоспитанными людьми. Крайне редко можно встретить нейтральное, а особенно положительное мнение. Прежде всего, это связано с участившимися за последние два десятилетия террористическими актами, организованные и исполненные в большинстве своем исламскими экстремистами. Благодаря этому среди христиан распространилось несправедливо враждебное и недоверчивое отношение к исламу в целом. Многих арабов же изначально воспринимают как потенциальных террористов. Например, *«Если у мужчины длинная борода и он ходит в мечеть….»* приписываются разные понятия: *состоит в запрещенных религиозных организациях, или вовсе террорист.* Так же, английское выражение *Not for all the tea in China*, например, было построено на основе убеждения (верного или нет, не имеет значения), что китайцы пьют и производят огромное количество чая. Это далеко не единственная идея то, что западные цивилизации разделяют о китайцах, например, что они едят (и, логически говоря, производят) рис, имеют желтую кожу, практикуют боевые искусства, ездят на велосипедах, говорят на странном языке, пишут непонятными буквами, производят фарфор и являются коммунистами [2, 51]. Из всех стереотипов, которые данное культурное сообщество связывает (или связывало в своей истории) с конкретным понятием – в данном случае нацией или этносом, – только некоторые из них стали фразеологизированными.

А что касается казахстанского общество, «Казахи и русские - братские народы» не раз звучало из уст политиков и общественных деятелей. Наиболее встречающиеся автостереотипы (оценки, мнения и суждения представителей одного народа, приписываемые к самим себе) у казахов: гостеприимность, доброта, лень, патриотизм, непунктуальность, «понты». Самая известная фраза это – «Казах без понтов, безпонтовый казах». Также присутствуют такие автостереотипы как традиционность, уважение к старшим, конфликтность, зависимость, семейность, скромность и другие. Таким же образом можно выделить наиболее встречающиеся качества русских о своём народе: добродушие, гостеприимность, щедрость, коммуникабельность, лень, чувство юмора, весёлые, активные, угрюмые, справедливые, суровые, независимый и другие. Существует такое понятие, как *приглашать казахов на мероприятие на несколько часов раньше, поскольку они все равно опоздают.*

Далее, по гетеростереотипам (мнения, оценки и суждения представителей одной этнической общности о представителях другой этнической общности) казахов о русских, наиболее часто приписываемые качества: коммуникабельные, открыты, отзывчивые, добрые, недружелюбные. Следующие гетеростереотипы русских о казахах: состоятельные, добрые, узкие глаза, наглые, весёлые, отзывчивые, исполнительные, религиозные, многодетные, доброжелательные, замкнутые [7, 13].

Этнические стереотипы обычно изображаются в этнических шутках, некоторые из которых люди считают оскорбительными в той или иной степени [5, 45]. Жизнь в относительно сложном обществе требует определенного рода стереотипов, и этнические или расовые стереотипы являются лишь одним из частных случаев этого явления. Именно прогностическая ценность стереотипов – их использование в качестве упрощенных моделей для прогнозирования – является главным фактором, поддерживающим такие стереотипы. Мы можем рассматривать этнические стереотипы как руководство к поведению. Этот взгляд на стереотипы в некоторой степени отражает их содержание и форму; утверждения, подразумеваемые в стереотипе, должны быть не только “хороши для различения” и “хороши для приписывания”, но и “ хороши для предсказания”.

**Список использованной литературы**

1. Гришаева Л. И. , Цурикова Л. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М., 2006.
2. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации / под ред. А. П. Садохина. – М., 2002.
3. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. – 5-е изд. – М., 2006.
4. Маслова В. А. Лингвокультурология. – М., Академия, 2001.
5. A dictionary of slang and unconventional English / Eric Partridge, Paul Beale [Электронный ресурс].
6. The Routledge dictionary of historical slang / Eric Partridge, Jacqueline Simpson [Электронный ресурс].
7. Т.Г. Стефаненко. Этнопсихология. Практикум. – М., 2006.
8. Европейские стереотипы: что мы думаем друг о друге и правы ли мы? – интерактивные | мировые новости // theguardian.com // – 2014.
9. Самовар Л. А. Коммуникация Между Культурами /Л. А. Самовар, Р. Э. Портер.
10. Цанея Э. Катастрофы и культурные стереотипы / Э. Цанея, Ф. Сумей, Э. Шмитт. Ньюкасл-апон-Тайн : паб кембриджских ученых. – 2012; –С. 277.
11. Гейбуллаева Р. Cтереотипы в литературе и культуре: международные исследования рецепции / Р. Гейбуллаева, Р. Орте. Франкфурт-на-Майне; Нью-Йорк: Питер Ланг. – 2010; – С. 297.