

Шиманович А.Н., Цебровская Т.А.

УДК 81'373.234

К ПРОБЛЕМЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ДЕРОГАТИВНО МАРКИРОВАННЫХ ЭТНОНИМОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Значительный интерес к дерогативно маркированным этнонимам в современной лингвистике объясняется, во-первых, многоаспектностью данного явления, его тесной связью с другими лингвистическими категориями, что предоставляет исследователям широкие возможности для научных изысканий; во-вторых, наличием большого количества спорных и нерешенных вопросов в рамках данной аксиологической категории как объекта лингвистического анализа. Вопросами этнонимии занимаются: Е.Л. Березович, Д.П. Гулик (прозвищные этнонимы), А.С. Архипова (псевдоэтнонимы), А.И. Грищенко, Н.А. Николина (экспрессивные этнонимы). В последние годы введены такие понятия, как *пейоратив* (В.И. Карасик), *этническая инвектива* В.И. Жельвис), *ксенэтноним* (С.В. Свирковская).

Актуальность данной работы определяется общей направленностью ряда современных лингвистических исследований на выявление особенностей представления знаний языковыми средствами.

Целью данного исследования является систематизированное описание этнонима с отрицательной маркированностью как лингвистического явления и выявление его места в кросс-культурной коммуникации.

Основными **методами** исследования являются метод семантического анализа, ономазиологического анализа, компонентного анализа и метод анализа словарных дефиниций.

Слово «этноним» происходит от греческого *éthnos* «народ, народность» и *ónoma* «имя» и представляет собой любой неописательный (однословный) номинант, обозначающий людей по национальному признаку или по их государственной принадлежности [1, с. 8].

Изучение прагмалингвистических этнонимаций позволяет выявить этнические представления одного народа по отношению к другому, зафиксированные в номинативной системе современного английского языка. Выбор и использование исследуемых коммуникативных единиц в процессе межэтнического общения зависит от предубеждений и стереотипных установок в отношении других народов [2, с. 31].

В начале XXI века в связи с обострением межэтнической напряженности, ее воздействием на социальные и политические проблемы общества, возникает необходимость специального изучения влияния кросс-культурных отношений на самосознание представителей различных этнических групп [3, с. 113].

Основным содержанием этнических стереотипов являются семантические элементы естественного языка – вербальные значения. Языковое сознание создает ментальные образы людей, мест, событий, ситуаций и действий, которые воспринимаются в виде стимулов, независимых блоков информации. Отсюда возникают понятия, формирующие стереотипы, с помощью которых происходит функционирование сознания.

Стереотипы можно рассматривать как «особые типы ролевых схем, которые организуют предварительные знания и ожидания личности в отношении других людей, подпадающих под конкретные социально определенные категории» [4, с. 6]. Ролевая схематика может базироваться на таких факторах, как пол, раса, возраст или занятия т.д.

Итак, индивиды, принадлежащие к стереотипной языковой группе, похожи друг на друга и отличаются от других групп по некоторым атрибутам, и, прежде всего, на наш взгляд, по этнической принадлежности. Эти атрибуты могут быть представлены как основные части механизма возникновения предвзятости в определенной языковой среде.

Отношения между этническими общностями построены на оппозиции «свои – чужие»: очень часто представители других национальностей характеризуются как странные, смешные, некрасивые, их действия как нелогичные и неправильные, а язык, на котором они говорят, как сложный и непонятный.

Этнические предубеждения действуют как влиятельный фактор, побуждающий появление этнофобизмов. По определению ван Дейка, этнические предубеждения – это «негативные установки, господствующие в обществе относительно этнических меньшинств в целом или отдельных их представителей» [2, с. 175-176].

Одним из каналов возникновения этнической предубежденности в социальных отношениях в англоязычной среде американцев является повседневное общение, язык средств массовой информации. Язык прессы является той сферой, где закрепляются, развиваются и часто получают нормативный статус различные языковые инновации, которые пришли из живой разговорной речи.

Этническая предвзятость порождает новую речевую культуру в той или иной языковой среде, формирует определенное отношение к отдельным индивидам, а также целым этнорасовым группам. Использование и восприятие этнических предубеждений функционально зависит от взаимодействия этнических групп в социальной среде. Вероятно поэтому для обозначения некоторых этносов в некодифицируемой лексике американцев используются ограниченный набор наименований, выражающих напряженные расово-этнические отношения с помощью слов и словосочетаний. Например, *Ink-face, Ape, Buffie, Crow, Darky, Eight Ball, Gable, Groid, Jigaboo, Mammy, Night Fighter, Porch Monkey, Quashie, Eight Ball, Gable, Groid, Jigaboo, Mammy, Night Fighter, Porch Monkey, Quashie, Sooty, Tar Baby* – «афроамериканец»; *Slant, Ping-Pong, Chink, Chapata, Chinaman, Cunt-eyed* «китаец»; *Spaghetti-bender, Cushin, Macaronni* – «итальянец»; *Froggy, Frog* – «француз» [5].

Этнофобизмы превосходят по численности слова-прозвища и вместе с этнонимами относятся к ряду экспрессивных наименований, поскольку они сопряжены с восприятием образной основы, образно-ассоциативных связей, которые существуют в сознании как своего рода "гештальты" [6, с. 97].

Диапазон национально-расовых групп, на которые распространены английские этнофобизмы, достаточно широк и охватывает почти все народы, с которыми имели контакты американцы и англичане: представителей негроидной расы (*Bounty Bar, Carlton, Gorilla, Alligator Bait*), мулатов (*Half-breed, Half-castle, Zebra, Blaxican, Mexi Jew*), итальянцев (*Wop, Spaghetti Flinger, Spaghetti-nigger*), немцев (*Adolf, Kraut, Germs, Heinz, Jew Killer*), испанцев (*Cholo, Ponch, Spigger*), ирландцев (*Drunken, Inside Out Nigger, West Brit*), евреев (*Big Nose, Goldie, Money Lender, Ahhh-Jew, Alter Kucker*), французов (*Boxhead, Frog Eater, Franchute, Frenchy*), индейцев (*Forest Nigger, Apple, Red Indian, Timber Nigger*) и пр. [5].

Практически все этнофобизмы относятся к субстандартному уровню разговорного и сленгового слоев языка, его социально-территориальных и социально-этнических диалектов. Словарный субъект речи, т.е. типичное лицо, использующее этнофобизмы, – это ограниченная личность, человек из толпы. Но факты свидетельствуют о распространенности стереотипного мышления, устойчивости социальных установок и подтверждают существование этносоциальных отношений и актуализацию этих единиц при определенных прагматических условиях. Этносоциальная стереотипизация общественного сознания приводит к использованию этнофобизмов в повседневной коммуникации, а также в средствах массовой информации, которые имеют тенденцию к экспрессивности, идеологическому воздействию, обусловленному определенными пропагандистскими установками.

Результатом оппозиции «свои – чужие» является то, что очень часто представители других национальностей характеризуются как странные, смешные, некрасивые, их действия – как нелогичные и неправильные, а язык, на котором они говорят, – как сложный и непонятный. Изучение функционирования этнонимов и этнических прилагательных *Afro-American, American, British, Chinese, Dutch, French, German, Jew/Jewish* в английской литературе позволило выявить следующие закреплённые за ними коннотации.

Этноним *Afro-American* и его синонимы (прежде всего, *Black*) в английских фразеологизмах и литературе символизируют такие качества:

- физическая сила (*ape is a racist slur toward a black person because of the physical similarities between black people and monkeys, Jungle Bunny is a racist term for African Americans, derived from the city being called the jungle and the fact that these people jump fences when running from the police*);

- неприглядная внешность (*mosshead is a derogatory term for a black person, fuzzy-wuzzy – a black person, esp. one with tightly curled hair, thicklips is a black person, the term is used most often in the UK, referring to the generalization that a common physical feature among black people is having "thick lips", negrilla is offensive term for a black person, relates to their much closer ancestry to the gorilla humanoids than whites*);

- порочность (*Negro drunk*);

- низкий социальный статус (*Alligator bait is a term used to describe young black teens and kids, mainly used in Southern states with large alligator populations, Antique Farm Equipment/Outdated Farm Machinery*) [7].

Переносные значения этнонима и этнического прилагательного *American* отражают восприятие американцев как нации, противопоставленной британцам (*Uncle Sam – разг. «дядя Сэм», собир. «американцы» – ответ на прозвище англичан John Bull*) и характеризующейся склонностью к преувеличениям и слишком старательному следованию каким бы то ни было принципам (... *he was not only a patriot but an American*) [8].

В основе отражённых в языке ассоциаций с этнонимом *British* лежат следующие качества, которые считаются типичными для англичан: чувство собственного достоинства, граничащее с высокомерием (*members of the dear old British nation* [9, с. 75]), благородство, привитый с детства хороший вкус (*the discerning British Public*), стойкость (*to carry/keep a stiff upper lip*) и консервативность (... *a British judge... makes no new law, but faithfully declares that law which he knows already written*), которая приводит к некой ограниченности и упрямству (*a hard-headed British jury*) [5].

Лингвистический анализ выявил восприятие китайцев как нации, отличающейся необычной внешностью (*Chinks – Chinese people*), причудливыми традициями, сложным языком (*Chinese accounting – falsification of accounting, Chinese whispers – a game in which a message is distorted by being passed around in a whisper*) и, одновременно, отстающей в культуре быта и уровне жизни от европейцев и американцев (*Chinese ace, Chinese landing, Chinese fire drill – a state of disorder or confusion*) [5].

Анализ фразеологизмов, содержащих этническое прилагательное *Dutch*, подтвердил наличие у него отрицательной коннотации. Она основана на таких особенностях, приписываемых голландцам, как распутный образ жизни (*Dutch bargain – a bargain beneficial only for one side, Dutch courage – strength or confidence gained from drinking alcohol*), невоспитанность (*Dutch concert – everyone sings at his own tune, Dutch feast – a party at which the hosts drink more than the guests*), эгоизм (*Dutch treat /lunch /supper – an outing, meal, or other special occasion at which each participant pays for their share of the expenses, Dutch rise*) [10].

Основополагающими качествами, ассоциируемыми с немецкой нацией, как показал анализ, можно назвать дисциплинированность, бесстрашие. Немцы представляются воплощением военной мощи (*such a fighting machine... as the German army*) и организованности, обратной стороной которых, по-видимому, являются некоторая неповоротливость, медлительность и простоватость (*Boche – a German esp. a soldier, Heinie – a person that creates difficulties*) [7].

Этноним *Jew* стал распространённым наименованием человека, равнодушного к материальным ценностям (*Jew's eye*). Анализ английской литературы выявил представление о таких типичных качествах евреев, как расчётливость (... *even thy silver soil, Peru, must get itself discounted by a Jew*), хитрость (*to Jew –*

to haggle with someone – «торговаться», «мошенничать»), а также подозрительность, недоверчивость, боязливость (*A Jew! a young gentleman! a person who did every thing by proxy, and made a secret of all his motions!*). Кроме того, акцентируется якобы неприглядная внешность евреев (... *a very old shrivelled Jew, whose villanous-looking and repulsive face was obscured by a quantity of matted red hair*) и не всегда приятная манера вести себя (... *thou art worse (if possible) than a Jew...* [10]).

В процессе изучения особенностей функционирования дерогативно маркированных этнонимов выявлены особенности вербализации концепта «иностронец» средствами современного английского языка. Наиболее распространённая модель номинации – изменение уже существующего этнонима. Здесь прослеживается принцип языковой экономии, так как прозвищные этнонимы в большинстве случаев короче исходных слов. Исследование особенностей этнических прозвищ с отрицательной коннотацией представляет несомненный интерес для современных лингвистов в связи со все более возрастающим значением кросс-культурных коммуникаций, а также тяготением современного общества к политической корректности не только в официальных документах и СМИ, но и в повседневной речи, выражая, таким образом, равноправное отношение и уважение к представителям другой культуры и расы вне зависимости от разреза глаз, структуры волос и цвета кожи.

Чтобы определить, насколько этностереотипы устойчивы и актуальны в настоящее время, был проведен блиц-опрос среди носителей британского, американского, канадского и австралийского вариантов английского языка на лингвистическом сайте *bussu.com*. [11]. В опросе приняли участие 65 жителей США, Великобритании, Канады и Австралии в возрасте от 18 до 45 лет. Респондентам был представлен список национальностей, играющих важную роль в мировом сообществе: *American, British, German, French, Chinese, Afro-American, Jew, Italian, Arab, Dutch*. Респондентам необходимо было указать, какие качества, по их мнению, наиболее типичны для каждой из вышеперечисленных наций.

Это исследование определило, что в настоящее время большинство людей знают о требованиях, предъявляемых тенденцией к политической корректности и, в связи с этим, стремятся к толерантному отношению к людям, не принадлежащим к их культуре. Вместе с тем, национальные стереотипы всё ещё распространены, так как практически каждый из 65 опрошенных упоминает общепринятые представления о той или иной народности, даже если и уточняет, что они лично их не разделяет. Наличие таких стереотипов и основанных на них этнических прозвищ подтверждает важную роль языка в отношениях между национальностями. Однажды возникшее, этническое прозвище может закрепиться в языке и ещё долгое время влиять, пусть даже и косвенным образом, на восприятие людьми других национальностей.

Итак, в процессе исследования были выявлены особенности вербализации концепта «иностронец» средствами современного английского языка и определена его структура. Анализ показал, что закономерно восприятие человеком представителей других этнических общностей как чужих, странных, а их поведения – как непонятного, неправильного. Это даёт основания полагать, что отправной точкой для появления этностереотипов традиционно служит оппозиция «свой – чужой».

Источники и литература:

1. Ковалев Г. Ф. Этнос и имя : цикл ст. / Г. Ф. Ковалев. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2006. – 235 с.
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Дейк Т. А. ван. – М. : Прогресс, 1989. – 406 с.
3. Huber C. Compound Ethnicity, Compound Identity / Ed. by C. Hallhumer. – Wein, 1993. – 221 p.
4. Горбунова М. Ю. Языковое отражение этнической и гендерной предвзятости в английском и русском языках: лингвопрагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М. Ю. Горбунова. – Краснодар, 2008. – 22 с.
5. List of ethnic slurs : [Электронный ресурс] // Википедия – свобод. Интернет-энцикл. – Режим доступа : http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ethnic_slurs
6. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Ин-т языкознания РАН, 1992. – 259 с.
7. Urban Dictionary : [Электронный ресурс]. – San Francisco, 1999-2011. – Режим доступа : <http://www.urbandictionary.com/>
8. Partridge E. A Dictionary of Slang and Unconventional English / E. Partridge. – 7th ed. – N. Y., 2001. – 765 p.
9. Thackeray W. M. Vanity Fair / W. M. Thackeray. – Harlow : Penguin Books Ltd., 1994. – 688 p.
10. Stevenson A. New Oxford American Dictionary / A. Stevenson, C. A. Lindberg. – 3rd edition. – Oxford : Oxford University Press, 2010. – 2096 p.
11. BUSUU : [Электронный ресурс]. – Philadelphia, 2011. – Режим доступа : <http://www.busuu.com/>