

От ономастики к лингвокультурологии

Аннотация:

В статье речь идет об этнических стереотипах и возможных способах их классификации, а также о конгруэнтности последних.

Ключевые слова:

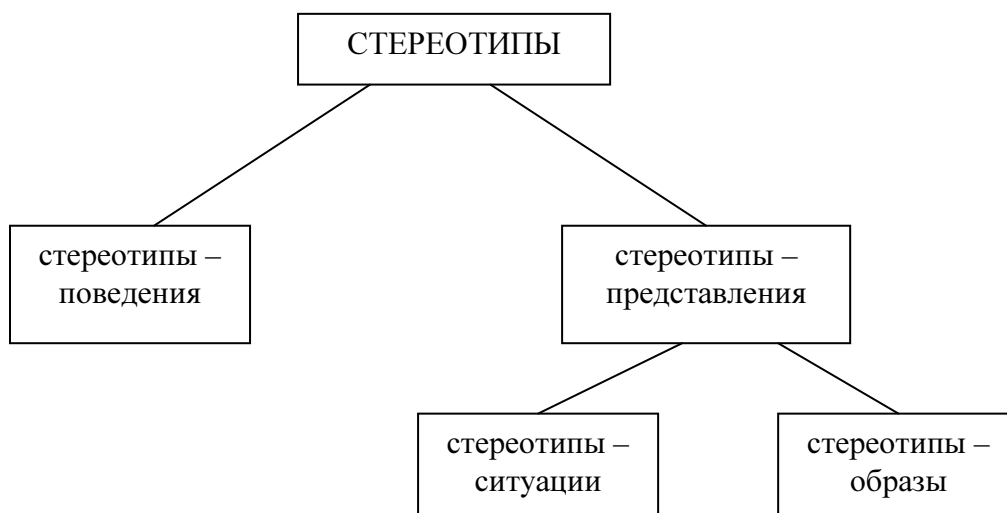
Этнические стереотипы, автостереотипы и гетеростереотипы, когнитивная лингвистика и лингвокультурология.

Сложный и многогранный феномен «стереотип» изучается во многих отраслях знания, например, с позиций психологии, философии, социологии, этнографии, истории, культурологии. Мы будем рассматривать его в филологическом аспекте – с точки зрения когнитивистики, этнопсихолингвистики и лингвокультурологии.

Мы придерживаемся определения В.В. Красных, в понимании которой стереотип есть «некое представление фрагмента окружающей действительности, фиксирован-

ная ментальная картинка, являющаяся результатом отражения в сознании личности «типичного» фрагмента реального мира, некий инвариант определенного участка картины мира» (Красных В.В., 2002, с.192). Согласно этой точке зрения, стереотипы делятся на стереотипы-поведения и стереотипы-представления. Последние, в свою очередь, подразделяются на стереотипы – ситуации и стереотипы – образы (см. схему 1).

Схема 1.



Мы подробнее остановимся на стереотипах – образах, а именно – этнических стереотипах.

Как известно, «существуют *автостереотипы* и *гетеростереотипы*» (Маслова, 2001, с.108), если классифицировать этнические стереотипы по признаку «авторства», т.е., это то, что народ сам думает о себе (автостереотипы), и то, какое представление о нем имеют другие (гетеростереотипы). Очевидно, что гетеростереотипы одного и того же этноса, имея и общие черты, также во многом разнятся между собой, а уж тем более с автостереотипами, т.к. всякий этнос имеет склонность быть менее критичными к себе, нежели к другим этносам.

С точки зрения формы этнические стереотипы – это этнонимы. «Этнонимы составляют особый разряд лексики; это названия различных видов общностей: наций, народов, народностей, племен, родов...» (Лингвистический энциклопедический словарь, 1990, с.598). Из этого определения следует, что этнонимы как таковые сугубо ней-

тральны и выполняют строго денотативную функцию «обозначать» или «называть». Однако на фоне межнационального общения и культурного обмена формируется то или иное представление об этносе у других народов. Следующим этапом этого процесса является «перенос» характеристик этноса (позитивных или негативных) прямо на его этноним. Последний, будучи в рамках «компетенции» этнонимики (*этнонимика* – от греч. *ethnos* – племя, народ, опута – имя, название – раздел ономастики, изучающий происхождение, распространение, функционирование и структуру этнонимов (там же, с.598), может стать категорией этнопсихолингвистики, сохраняя лишь форму этнонима, но, по сути, имея уже совершенно иные функции.

Так, употребление этнонима «француз» в метафорическом значении с точки зрения русского менталитета (и в ряде других культур) обычно подразумевает такие личностные качества, как галантность, вежливость, обходи-

тельность с женщинами; «француженка» – такие внешние признаки, как стройность, миниатюрность, изысканность и простота в одежде; «спартанец» – выносливость, лаконичность, собранность; «итальянец» – бурный темперамент, активная жестикуляция, «немец» – пунктуальность, «англичанин» – чопорность, снобизм; «черкешенка» – у европейских и азиатских авторов VI-XIX вв. это идеал женской красоты и искусство в женских работах; «черкес» выступал в качестве синонима храбрости, мужества и мастерства наездника.

Если же исходить из филологических знаний – когнитивной лингвистики, прагматики, лингвокультурологии, семантики, мы можем составить следующую классификацию этнических стереотипов.

Для того чтобы выделить положительные качества и признаки объекта, мы, как правило, прибегаем к восходящей метафоре, и наоборот. По аналогии с метафорой вышеприведенные примеры можно условно классифицировать как «восходящие» стереотипы – со знаком «+». Ниже по воображаемой шкале стереотипов мы расположим в нулевой точке нейтральные стереотипы (сразу оговоримся, что однозначно судить об этой категории очень сложно, ввиду того, что в любом филологическом исследовании неизбежно присутствует элемент субъективности, например, взгляд «снаружи» и взгляд «изнутри» этноса). Далее располагаются величины со знаком «-», т.е. стереотипы с негативной коннотацией, которая отражает, соответственно, негативную оценку вышеупомянутых национальных особенностей и признаков, зарождающуюся на почве неприязненного отношения к этносу, т.е. «нисходящие» стереотипы. В русском языке этот ряд представлен такими этнонимами, как «турок», «пигмей»,

«папуас», «чукча», «удмурт»; в голландском: «турок», «марокканец» и др. Причем в голландском языке это явление значимо настолько, что «для речевого этикета Голландии, где велика доля некоренного населения и характерны политкорректные выражения, эти этнонимы считаются не рекомендуемыми к употреблению, хотя являются совершенно официальными терминами для соответствующих национальностей» (Web сервер Адыгейского Государственного Университета с 1999-2000 гг.).

Следует принимать во внимание тот факт, что один и тот же по форме этноним-стереотип может иметь различную коннотацию в разных культурах, хотя «в ряде случаев можно найти аналоги в различных культурах. Однако при столкновении с такими *квазиуниверсалиями* необходимо проявлять особую осторожность: чаще мы имеем дело с феноменами конгруэнтными, но не тождественными, т.е. совпадая в целом или в основном, феномены могут различаться нюансами, деталями, имеющими подчас принципиальное значение» (Красных, 2002, с.194). Таким образом, проведение такого рода классификации представляется возможным только в рамках одного языка.

Примечания:

1. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. – М., 2002.
2. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М., 2001.
3. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990.
4. Web сервер Адыгейского Государственного Университета с 1999-2000 гг.