

УДК 81'27

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ И ПРЕДРАССУДКОВ В ИЗУЧЕНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА

А.И. Горчеева

Аннотация. В данной статье освещается феномен национальных стереотипов. Исследователями рассматриваются виды стереотипов, а также причины, источники и факторы их возникновения в сознании людей; приводятся примеры искажения информации о России и русских в средствах массовой информации. Также вниманию предоставляются результаты опроса изучающих русский язык и культуру иностранцев, живущих в России и за ее пределами.

Ключевые слова: языковые стереотипы, стереотипы о России, гетеростереотип

XXI век по праву считается веком глобализации. Страны и народы перенимают культурный опыт друг друга, общаются, взаимодействуют как в формальной, так и в неформальной обстановке, возникает межкультурная коммуникация. С тех пор как СССР распался и государство открылось для иностранных граждан, многие стали проявлять к России интерес; многие россияне также начали выезжать за рубеж. Появлялось все больше университетов, принимающих на учебу иностранных граждан с одним условием: уровень знания русского языка, должен был быть достаточным для восприятия неадаптированной информации и успешной коммуникации. Но, как известно, на привлекательность государства для обучения и жизни большую роль играет представление о нем. Поскольку СССР был достаточно закрытым государством, иностранцы могли надеяться лишь на сведения из телерадиовещания, которые часто были искажены. Также, как было сказано ранее, многие россияне начали выезжать за рубеж в качестве туристов и через некоторые детали своего поведения создавать негативный образ русского человека и России в целом.

В XXI веке влияние национальных стереотипов все так же сильно отражается на образе России, что зачастую смущает многих желающих изучать русский язык и знакомиться с русской культурой. Многие ученые-лингвисты, социологи, психологи, психо- и социолингвисты уделяют значительное внимание феномену восприятия одной культуры другой, вследствие того, что традиции, связанные с разобщенностью культур и языковыми различиями, влияют на взаимоотношения между людьми разных культур и, следовательно, на эффективность их сотрудничества и взаимопонимания [1, с.7]. В данной статье мы рассмотрим понятие стереотипа и несколько ведущих стереотипов о России, изучим их влияние на желание изучать язык и культуру и приведем данные опроса об имидже России и русских в глазах иностранных студентов. Данная работа особенно актуальна в настоящее время, когда антироссийская пропаганда набирает силу по всему миру, вводя людей в заблуждение.

В первую очередь нужно ввести определение стереотипа. Термин “стереотип” (греч. *stereos* – твердый, *typos* – отпечаток) был введен в оборот американским социологом Уолтером Липпманом [2]. Под стереотипом понимается особая форма восприятия окружающего мира, оказывающая определенное влияние на данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания. Ученый считает, что человек, пытаясь постичь окружающий его мир, создает некий образ тех явлений, которые он не наблюдал. Он имеет ясное представление о большинстве вещей еще до того, как он наблюдал их в жизни. Подобные представления-стереотипы формируются под влиянием культурного окружения данного индивидуума. Понятие стереотипа привлекает большое внимание исследователей (У. Липпман, И.С. Кон, Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина, А.В. Павловская, Н.В. Уфимцева, В.В. Красных и др.) [3]. Ведется полемика об определении данного понятия, ученые пытаются выявить пути возникновения и распространения национальных стереотипов в обществе, обсуждается вопрос о влиянии их на отношения между наро-

дами. В научной литературе можно встретить различные термины – национальные стереотипы, этнические предрассудки, этнические представления, национальные образы и другие, выражающие в целом одно и то же явление. Национальные стереотипы изучают разные науки – социология, психология, политология, филология, история, социолингвистика. Существует самостоятельное междисциплинарное направление, исследующее происхождение, функционирование, и влияние на состояние общества стереотипных представлений. Это направление получило название “имагология” или “имэджинология”. В свою очередь стереотипы делятся на стереотипы-образы (устойчивые клише вроде “пчела – труженица”, “французский – багет”) и стереотипы-ситуации (предсказуемое, ожидаемое поведение участников коммуникации. Можно сказать, что стереотип-ситуация некоторым образом предопределяет стереотип поведения), автостереотипы и гетеростереотипы, поверхностные и глубинные стереотипы, а также на социальные, этнические, этнокультурные и культурные стереотипы. В данной работе мы обратим внимание на этнические стереотипы, автостереотипы и гетеростереотипы. Для удобства раскроем суть этих понятий. Так, **этнический стереотип** – это один из видов социальных стереотипов, представляющий коллективное устойчивое эмоционально окрашенное, обобщённое и упрощённое представление одной этнической группы о другой этнической группе и о самой себе, сложившееся главным образом на уровне обыденного сознания и нередко передаваемое следующему поколению [4, с.1]. Иными словами, этнический стереотип – это схематизированные и чрезвычайно устойчивые образы какой-либо этнической группы, легко распространяемые на всех её представителей. В содержании этнических стереотипов, как правило, зафиксированы приоритетные оценочные мнения о психологических особенностях и поведении людей другой национальной группы, её моральных, умственных, физических качествах, суждения об указанных качествах. **Автостереотипы** – это представление членов конкретной этнической группы о самих себе [4, с.2]. В данном случае объектом этнического стереотипа являются наиболее типичные представители своей этнической группы. **Гетеростереотипы** – это образы представителей других этнических групп, сложившиеся в данной группе [4, с.2]. Гетеростереотипы могут быть как позитивными, так и негативными, в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов. В них присутствуют два компонента: относительно устойчивый набор представлений о внешнем облике представителей данного народа, о его истории, особенностях образа жизни и трудовых контактах, и ряд изменчивых суждений относительно коммуникативных и моральных качеств данного народа. Изменчивость оценок связана с меняющейся ситуацией в межнациональных и межгосударственных отношениях. Это именно та ситуация, в которой сейчас находится русский язык и культура. Причина возникновения и активного использования стереотипов в жизни кроется в так называемой “экономии мыслительных усилий”: у человека таким образом не возникает необходимости вдумываться, получать информацию самому, ему достаточно “заготовок” в виде стереотипов. Формирование и усвоение человеком стереотипов происходит различными путями. Во-первых, они усваиваются в процессе социализации и инкультурации. Поскольку стереотипы представляют собой часть культуры, то определенное представление о других группах люди усваивают с раннего детства: это касается как автостереотипов, так и гетеростереотипов. Главным образом предрассудки приобретаются в процессе общения с теми людьми, с которыми чаще всего приходится сталкиваться: родственники, друзья, более авторитетные люди и т.д. Так, например, когда дети слышат в разговоре родителей «русские слишком ленивы» или «русские только и умеют, что пить и сидеть сложа руки», они воспринимают стереотипы. Китайская студентка З. рассказывала, как ее родственница отреагировала на новость о том, что она едет учиться в Москву. Первой ее фразой было “Россия? Но там же постоянно холодно!». Во-вторых, стереотипы могут возникать через ограниченные личные контакты: как правило, это отрицательный опыт. Например, если в беседе русский человек постоянно сквернословит,

то люди могут заключить, что все русские буквально общаются при помощи обценной лексики. В этом случае стереотип приобретает исходя из ограниченной информации. И в-четвертых, особое место в образовании стереотипов занимают средства массовой информации. Возможности формирования стереотипов средствами массовой информации не ограничены как по своему масштабу, так и по своей силе. Для большинства людей пресса, радио и телевидение являются авторитетами. Мнение средств массовой коммуникации становится мнением людей, вытесняя из мышления их индивидуальные установки. Объясняя механизм формирования стереотипов средствами массовой информации, можно выделить причины их влияния на общественность:

1. Для многих людей средства массовой информации являются источником авторитетного мнения, которое не переоценивается критически. Это происходит в том случае, когда индивид не обладает достаточными знаниями для формирования собственного мнения или установки.

2. Большое значение имеет статус источника информации. Совершенно очевиден результат информационного воздействия на людей, проводимого известным политиком или общественным деятелем. Чем выше авторитет источника информации, тем, соответственно, выше доверие аудитории к этой информации. Даже если некоторые индивиды критически воспримут информацию от такого источника, то она все равно закрепится в их сознании.

3. Средства массовой информации обладают способностью как бы "снимать ответственность" за принятое решение. Всякий раз, когда человек колеблется в принятии решения, его окончательный выбор осуществляется с помощью одобрения авторитетом одного из вариантов решения [5].

Мы берем на себя смелость заявить, что многие западные средства массовой информации склонны мистифицировать и выставлять Россию в невыгодном свете. Однако мы не можем с точностью сказать, являются эти заявления правдой или вымыслом. Польское интернет-СМИ "Виртуальна Польска" в репортаже от 30.03.2018 заявляет: **"...Россияне стали мастерами в отрицании очевидного**, творческой интерпретации действительности и выдумывании альтернативных фактов. Они понимают, что в наше время выигрывает не тот, кто обладает правдой, а тот, кто решительно стремится к поставленным целям, анализируя баланс прибыли и убытков". [6] Такое заявление формирует в умах людей образ русского-лжеца. Заголовок одной из достаточно позитивных статей о России в финской газете Etela-Saimaa от 05.04.2018 звучит так: "Как насчет короткой поездки в Санкт-Петербург? «Ну уж нет, спасибо!» – говорит финн". Финны не хотят ехать в Россию не только из-за натянутых отношений государств, но и из-за стереотипов о стране и ее народе. Наше суждение подтверждает корреспондент газеты Энни Кантола: "...Почему Россия вызывает такие эмоции – даже во время безобидного обсуждения планов на отпуск? Некоторые, словно считая себя экспертами, начинают рассуждать об огромном количестве рисков, связанных с поездками в Россию. Ведь там могут ограбить и избить, ну, или в отеле будут клопы и ужасная еда. Сам рассказчик, правда, никогда в России не был и туда не собирается" [7]. Приведенные примеры из СМИ делают очевидным вывод о возникновении и влиянии стереотипов на образ страны и народа. Рассмотрим наиболее яркие гетеростереотипы о России, закрепившиеся в сознании иностранцев и передающиеся из поколения в поколение. Ученый из Университета Теннеси (США) Сэмьюэл Ф. Смит в своем труде "Examining Cultural Stereotypes Through Russians and American voices" (Изучая культурные стереотипы глазами русских и американцев) пишет о том, что на его сознание повлияли русские фильмы и скудное знание истории СССР и современной России. Он считал, что русские суровы, грубы, неряшливы, подозрительны, хитры и не блещут интеллектом [8, с.3]. Самыми яркими исследователем называет стереотипы о том, что русские постоянно пьют, строят планы о том, как отомстить Соединенным Штатам и курят. Но существуют и позитивные стереотипы. Согласно ис-

следованию Стефан В.Г., Агеева В.С., Абалакиной М., Стефаненко Т.Г. и Л. Коутс-Шрайдера, проведенному в школе Нью-Мексико, четыре главных ассоциации, приходящих на ум 117 студентам колледжа при упоминании русских людей – "гордые", "серьезные", "дисциплинированные", "сильные". Многие также отметили, что воспринимают русских как трудолюбивых, патриотичных и обладающих духом соперничества [9]. Сильными остаются также как гетеростереотипы, так и аутостереотипы о ленивых, любящих выпить, нетрудолюбивых, постоянно использующих обценную лексику русских.

Мы опросили четырех людей, изучающих русский язык и принадлежащих к разным национальностям. Два респондента – студенты Российского университета дружбы народов, живущие в России, другие два респондента учат русский язык самостоятельно. На основании их ответов были получены следующие данные:

Таблица 1

Ответы на вопросы интервью, проведенного в апреле 2018 года
среди изучающих русский язык и интересующихся русской культурой

Страна	Время проживания и учебы в России/ изучения русского языка и культуры	Стереотипы в сознании до переезда/знакомства с русским языком и культурой; известные сведения о России	Стереотипы в сознании после переезда/более подробного знакомства с русским языком и культурой
Колумбия	с октября 2015 года	1. В России постоянно зима 2. Русские девушки очень красивы 3. Русские мужчины некрасивы 4. Творчество Достоевского 5. Династия Романовых 6. Григорий Распутин	1. В России холодно, но не всегда 2. Русские девушки очень красивы 3. Русские мужчины некрасивы Усилился интерес к русской истории
Южная Корея	с октября 2014 года	1. В России постоянно зима 2. Русские не улыбаются 3. Водка создана в России 4. Русские сильные и никогда не сдаются 5. Русский язык очень сложный	1. В России очень красиво 2. Русские много и искренне улыбаются 3. У русских очень добрые души 4. Русские готовы помочь в трудную минуту 5. Русский язык очень сложный
Португалия	с января 2018	1. Фирма одежды Adidas – самая популярная в России 2. Водку изобрели в России 3. Субкультура "гопники" ¹	восприятие не изменилось, стереотипы не были развенчаны, однако у респондента исчез негатив по отношению ко всему перечисленному
Германия	с марта 2018	1. Русские ужасно водят 2. Русские любят выпить 3. Русские не приветливы	1. Русские ужасно водят 2. Русские не так часто любят выпить 3. Русские очень милые люди

¹ Гопники – чаще всего молодежь из прослойки низкого социального статуса, малообразованная и не имеющая моральных ценностей, агрессивно настроенная и обладающей криминальными чертами поведения, часто происходящая из неблагополучных семей, и объединяющаяся по признакам контркультуры.

На основании приведенных рассуждений и данных исследований можно сделать вывод: стереотипы все еще сильны в сознании людей. Они являются неотъемлемой частью сознания людей в силу тех или иных причин, влияют на их сознание и межкультурную коммуникацию.

Литература

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие / В.С. Агеев – М., 1999.
2. Lippman W. Public Opinion / W. Lippman. – New York, 1922.
3. Ерасов Б. С. Социальная культурология / Б.С. Юрасов. – М.: Аспект Пресс, 1997.
4. Шимбель Н., Собор Е. / Автостереотипы и гетеростереотипы в межнациональных отношениях // Организация работы с молодежью. – 2014. – № 3; URL: www.es.rae.ru/ovv/231-1028 (дата обращения: 14.04.2018).
5. Возникновение стереотипов // studwood.ru URL: https://studwood.ru/534839/kulturologiya/voznikновение_stereotipov (дата обращения: 14.04.2018).
6. Córka Skripala staje się niebezpieczna. Niezależnie co powie, Rosja nigdy się nie przyzna do ataku/ Jarosław Kociszewski // Wiadomości. – 2018. – №3.
7. Miten olisi pieni kaupunkiloma Pietarissa? – No ei todellakaan. / Etti Kantola // Etelä-Saimaa. – 2018. – №4.
8. Examining Cultural Stereotypes through Russian and American Voices / Samuel F. Smith // Trace: Tennessee Research and Creative Exchange. – 2011. – Vol. 5. – P. 3.
9. Measuring stereotypes: A comparison of methods using russian and american samples / W. G. Stephan, V. S. Ageev, C. W. Stephan et al. // *Social Psychology Quarterly*. – 1993. – Vol. 56.

Сведения об авторе

Горчеева Анастасия Игоревна, студент, РУДН, ans.seo98@yandex.ru

THE ROLE OF NATIONAL STEREOTYPES AND PREJUDICES IN LEARNING RUSSIAN

A. Gorcheeva

Abstract. The phenomenon of national stereotypes is outlined in the article below. The types of stereotypes are considered and the reasons, sources and factors of their emergence in people's mind; the examples of falsification the information about Russia and Russian people in mass media. In addition, the results of interviewing those foreigners who learn Russian language and culture are provided in the article below.

Key words: language stereotypes, stereotypes about Russia, heterostereotype

Data about the author

Gorcheeva Anastasia, student, PFUR, ans.seo98@yandex.ru