Рогач О.О., к. філол. н., доц.,
Східноєвпропейський НУ імені Лесі Українки

СТЕРЕОТИПИ НАРОДІВ ЄВРОПИ В АСПЕКТІ ДІАХРОНІЇ

Стаття присвячена вивченню авто- та гетеростереотипів етнічних спільнот Європи через призму діахронії. Зібрано та узагальнено етнічні атрибутиви та національні прізвиська із фразеологічного фонду відповідних національних мов з урахуванням їхньої частотності й стійкості, а також проаналізовано сучасні уявлення європейців одне про одного.
Ключові слова*: стереотип, національне прізвисько, Європа, фразеологічна одиниця, діахронія.*

Статья посвящена изучению авто- и гетеростереотипов этнических сообществ Европы в аспекте диахронии. Собраны и обобщены этнические атрибутивы и национальные прозвища с фразеологического фонда соответствующих языков с учетом их частоты и стойкости, а также проанализированы современные представления европейцев друг о друге.
Ключевые слова*: стереотип, национальное прозвище, Европа, фразеологическая единица, диахрония.*

The article deals with the study of auto- and heterostereotypes of the ethnic communities of Europe in the diachronic aspect. There were collected and analyzed ethnic attributes and national nicknames from the phraseological funds of the corresponding languages with consideration of their frequency and stability. A special attention has been paid to the ethnic images of the present Europe and the way Europeans see each other.
Key words*: stereotype, Europe, phraseological unit, national nickname, diachrony.*

Пропонована розвідка присвячена вивченню актуального питання національних стереотипів, проте особлива увага зосереджена на еволюції етнічних стереотипів на матеріалі фразеологічних одиниць із залученням інтернет-ресурсів. Дослідження здійснено в площині наукових робіт Б. Ажнюка, М. Трухана, О. Грибок, Г. Аллапорта, J. Green, Z. Radlowski, J.Woytczak. У фразеологічній системі мови, як у дзеркалі, відображається культура етносу, його відносини з іншими народами, періоди становлення та розвитку як етнічної спільноти.

Безперечно, представники різних етносів відрізняються один від одного. Ця різниця виявляється в характері, звичках, поведінці, згадаймо, наприклад, пунктуальність німців, емоційність французів, темпераментність іспанців, діловитість євреїв.

Стереотипні образи, звичайно, виникли не в наші дні. Одним із найдавніших наукових видань, присвячених національним рисам етнічних спільнот, є книга Йогана Равісіуса Текстора "Скарбниця епітетів" [Johannes Ravisius Textor "Epithetorum Thesaurus"] (XVI-XVII ст.). На її основі в 1657 році Дж.Пуль видав книгу "Англійський Парнас" [J.Poole "The English Parnassus"], у якій подаються такі "типові" риси представлених у ній народів: "*англієць* – міцний, відважний, сміливий, витривалий, сильний, зухвалий, доброї статури; *француз* – здоровий, заможний, вчений, гордовитий, заздренний, войовничий, розпусний, улесливий; *грек* – учений, чуйний, здібний, везучий, гордий, хитрий; *німець* – схильний до насильства, войовничий, акуратний, старанний, гордовитий, заздрісний; *єврей* – недовірливий, заздрісний, хитрий, обрізаний, з камінним серцем, скритний, неприємний." [Zach 1978, 105]. Схожа праця, присвячена іспанцям, німцям, французам, італійцям, англійцям, шведам, полякам, угорцям, росіянам, туркам і грекам, була підготовлена Дж.Пулем і вийшла в Німеччині у 20-х роках XVIII ст. "Найтиповіші" національні риси подані в ній у вигляді дуже популярних тоді таблиць і розміщені так, що "все найкраще походить із заходу, а все найгірше ’ зі сходу" [Radlowski 1994, 63]. Характеристики здебільшого базувалися на історичному досвіді, спільному для зазначених народів. Подана у цій праці таблиця є вдалим прикладом того, як схематично можна представити характеристики народів, для задоволення наукових, журналістських, літературних чи політичних потреб. До неї включені не тільки зовнішні особливості чи риси характеру представників різних етносів, а й політичний устрій, особливості їжі, манери одягатися, улюблені заняття та спосіб проведення вільного часу, найтиповіші хвороби, анімалістичні образи, а також імовірний кінець життя. Цілком негативним є опис *росіянина*: злостивий, незграбний, дурний, зрадливий, задерикуватий, слабкий, неакуратний, схожий на осла. Не є компліментарним і зображення *поляка*: простацький, дикий, пересічний, хитрий, підступний, сварливий, схожий на ведмедя. Цікаво, що поляк порівнюється тут із ведмедем, тоді як з цим звіром, як правило, асоціюються росіяни. Ще однією особливістю цієї схематичної характеристики народів є ототожнення турків і греків. Ці два етноси

представлені тут як одне ціле, і наділені відверто негативними рисами. Німці, англійці та шведи змальовуються позитивно. Дещо в гіршому світлі представлені італійці та французи. Зокрема, звертається увага на легковажність, шахрайство, підступність, хитрість французів, а також заздрість, скупість та пліткарство італійців. Порівнюючи цілком позитивну характеристику німця та відверто зневажливу росіянина, бачимо, що у вільний час росіяни любили поспати, тоді як німці пили. Своєрідне виправдання чи пояснення прихильності до випивки знаходимо в польській ФО *Niemcy w porównaniu z innymi narodami lubią prawdę, ponieważ lubią wino, które mówi prawdę*– "німці, в порівнянні з іншими народами, люблять правду, а тому люблять вино, яке говорить правду" [Radlowski 1994, 52]. Аналогічною є українська приказка *що в тверезого на умі, те у п'яного на язиці* [запис. у Волин. обл. – О.Р.]. Пияцтво займає ключове місце в національному стереотипі росіян, проте вони не єдина нація, у житті якої міцні напої відіграють велику роль. Наприклад, польськ. *Niemiec lubi kufel piwa, Francuz lampkę wina, a Rosijanin kieliszek wódki* – "німець любить кухоль пива, француз чарку вина, а росіянин склянку горілки" [Radlowski 1994, 52]. Б. М. Ажнюк звертає увагу на те, що "... певна безцеремонність мови у приписуванні якихось вад чи особливостей характеру представникам інших етносів існує, напевно, у більшості народів" [Ажнюк 1990, 83].

Завдяки своїй стійкості, стереотипи надзвичайно важко піддаються будь-яким змінам. Польський дослідник Зігмунд Радловський зазначає, що "не можна зламати того, що відбилося в людській свідомості, закодувалося в ній емоційно чи історично. Можна пізнати той код або осмислити його для себе, проте ніяк не викинути його зі свідомості" [Radlowski 1994, 13]. Стереотип є структурою, в якій поєднуються пізнавальні та емоційні складники, а також прагматичні чинники, що відповідно входять до складу теорії людської діяльності. Крім того, стереотипне уявлення не тільки передається з покоління в покоління, але часто буває наріжним каменем у філософії та політиці. Слід також відзначити, що, незважаючи на свою стійкість, стереотипи все-таки зазнають певних еволюційних змін. В англійській фразеології ФО з атрибутивним компонентом *Dutch* "голландський" мають коннотативне значення неповноцінності, другосортності, напр., *Dutch concert* – (букв. голландський концерт), *Dutch medley* – (букв. голландське попурі), *Dutch tune* – (букв. голландський тон, мелодія) "будь-яка вистава, в якій кожен музикант грає в різній тональності"

[Green 1996, 72]. Проте сучасний вислів *Dutch model* "голландська модель" вживається на позначення прогресивної моделі капіталізму, при якій поєднуються динамічний розвиток економіки та міцний соціальний захист [Elliot 1998, 2]. У ФО *French advice* "французька порада" спостерігаємо, навпаки, збереження такої національної риси французів як зверхність. "Ніхто за межами Франції добровільно не прислухається до "французької поради", тому що дають її, як правило, з надзвичайним почуттям природної вищості" [Elliot 1998, 2].

Як бачимо, в процесі історичного розвитку створюються певні національні образи різних етнічних спільнот, які базуються на автостереотипі, тобто на власних уявленнях народу про себе та на гетеростереотипі (етнос очима інших народів) [Radlowski 1994, 22]. Звичайно, ці образи відрізняються один від одного, адже, протиставляючи себе іншим, нерідко керуємося твердженням: наше добре – їхнє погане. Наприклад, про себе поляки кажуть: *Czarno, gorzko, ale polsko* – "чорне, гірке, але польське"; *Nigdy w Polsce nie zabraknie żelaza do broni, rycerstwa do koni, żyta, lnu, pszenicy i pełnej wina piwnicy* – "ніколи в Польщі не забракне заліза на зброю, рицарів до коней, жита, льону, пшениці й погребів, повних вина" [Radlowski 1994, 36]. Тоді як про німців зовсім інше: *Nie kól kolka, bo ja Polka, ukól Niemca cudzoziemca* – "не коли колька, бо я полька, а вколи німця– чужоземця"; *Co Niemec, to pies* – "що не німець, то собака" [Radlowski 1994, 37]. Інша англійська ФО також підтверджує думку про те, що "своє – найкраще": *All countries stand in need of Britain, and Britain of none* – "всі країни потребують Британії, але Британія – жодної з них" [Fergusson 1983, 186].

На нашу думку, важливо підкреслити ще одну особливість стереотипів – це високий ступінь узагальнення. Наприклад, польськ. *Arabowie są zdradzieccy, falszywi i nieokrzesani* – "араби зрадливі, фальшиві, скритні", *Wszyscy Austriacy są niedbali* –"усі австрійці недбалі", *Wszyscy Polacy są leniwi* "всі поляки ліниві", *Wszyscy Rosjanie chcą nas wywłaszczyć* "всі росіяни хочуть нас загарбати" [Das Lexikon 1983, 7–20]. Німці, висловлюючи своє уявлення про всіх слов'ян, заперечують існування так званої "загадкової слов'янської душі" і зауважують, що "обличчя слов'ян депресивні й витягнуті, як цементний блок, пом'якшити який може тільки склянка горілки" [Потьомкіна 1999, 4]. Англійський лексикограф Дж. Грін у вступі до книги "Words Apart" (1996 р.) вказує на те, що в світі міжнародних стосунків за народами так сильно закріпилися їхні "національні портрети", що в певних лексико-тематичних полях просто не можуть

не переважати мовні одиниці з конкретними компонентами-етнонімами. Так, у лексико-семантичній групі (ЛСГ) "Гроші" стереотип зумовлює переважання одиниць, наприклад, з компонентом "єврей"– *the Jewish piano* (букв. єврейське піаніно), *the Jewish* or *Yiddesher typewriter* – (букв. єврейська друкарська машинка) "касовий апарат", *a Jew sheet* (букв. єврейське простирадло) – "рахунок, часто уявний, про гроші, позичені друзям", *the Jewish* or *Jew flag* – (букв. єврейський прапор) "доларова банкнота" [Green 1996, 317]. Компонент "мексиканець" переважає в ЛСГ "Бідність" – *Mexican schlock* (букв. мексиканський товар) "дешевий, другосортний сувенір", *a Mexican muffler* – (букв. мексиканський глушник) "глушник, зроблений в домашніх умовах із металевої банки та стружки" [Green 1996, 283], "француз" – в ЛСГ "Секс": *the French letter* (букв. французька літера) "контрацептив", *the French safe* – (букв. французький сейф) "контрацептив" [Green 1996, 200]. Уявлення етнічної спільноти про саму себе, як правило, значно відрізняються від того, як сприймають її інші народи. Напевно, через це існує природне бажання перенести свої негативні характеристики на інших. "Не позбавлені комплексу неповноцінності супроти Заходу, поляки, відчуваючи натуральну потребу компенсації, згідно з давньою традицією, зганяли оскому на своїх східних сусідах, на яких дивилися згори, вважаючи за народи на нижчому культурному рівні" [Трухан 1992, 13].

Явище стереотипізації лишається актуальним і на сучасному етапі розвитку етнічних спільнот. Одним із підтверджень цьому слугують нові інтенет-ресурсні карти європейських народів, які були запропоновані болгарським дослідником Я. Цветковим [10]. У них подано автостереотипи та гетеростереотипи національностей та народностей, які проживають на території Європи. Аналіз представлених прізвиськ та ад'єктивів свідчить про те, що усі позитивні риси традиційно приписуються власному народові, тоді як інші спільноти подаються через густу призму стереотипізації. Необхідно звернути увагу на те, що у більшості випадків власний народ іменується нейтральною етнічною назвою, тоді як усі інші етнічні спільноти називаються відповідними стереотипізованими прізвиськами. Наприклад, британці, які називають себе *semi United Kingdom*, сприймають росіян як *big spenders*, Україну – *what an odd country*, Європейський союз – *evil federated empire of Europe*, Туреччину – *no pork meals here* [10]. Французи уявляють Росію як *Napoleon's dream*, Україну – *Wasn't that Russia*?, німців – *plumbers*,

білорусів – *white skinned Russians*, шведів – *meatballs eaters*, фінів – *mobile phones,* турків – *definitely not Europeans* [10]. Німці традиційно називають свою державу Німеччиною, проте виділяють у ній заможний захід та пролетарський схід, тоді як фіни для них це – *cell phones makers,* Україна та Білорусь – *gas transit lands,* шведи – *IKEA* [10]. Щодо поляків, то вони сприймають Україну, Білорусь та країни Прибалтики як *our former colonies*, росіян – *eastern bullies*, німців – *western bullies*, британців – *Godless traitors*, фінів – *vodka addicts,* шведів – *investors,*турки – *minarets* [10].

Отже, як і раніше, стереотипи далекі від точності та конкретики, проте у них віддзеркалено сучасний історико-культурний, конфесійний та економічний досвід міжнаціональних стосунків. Основною диференційною ознакою стереотипів лишається високий ступінь узагальнення, який базується на повторюваності і не передбачає винятків.

1. *Ажнюк Б.М.* Національна фразеологія в іншомовному зіставленні // Українська мова і література в школі. – 1990. – №5. – С. 82–87. 2. *Потьомкіна С.* Хассо Бензин – громадянин світу // Вісник. – 1999. – №27 (168). – С. 4. 3. *Трухан М.* Негативний стереотип українця в польській післявоєнній літературі. – Львів.: ВП "Троян" т. з о. в., 1992. – 256 с. 4. *Elliott M.* A Letter to The French // Newsweek. – 1998. – № 25.– P. 2. 5. *Green J.* Words Apart. The Language of Prejudice. – London.: Kyle Cathie LTD, 1996. – 383 p. 6. Das Lexikon der Vorurteile. – Frankfurt/Main, 1983. – S.7–20. 7. Radlowski Zygmunt, Woytczak Jerzy. Jak Narody Widza Siębie Nawzajem. – Warszawa: Semper, 1994. – 108 p. 8. *Zach W.* Das Stereotyp als literarische Norm. Zum dominanten Denkmodel des Klassizismus. – Tubingen, 1978. – S. 97–105. 9. The Penguine Dictionary of Proverbs / Compiled by Rosąlind Fergusson – Market House Books LTD: Allen Lane, 1983. – 331 p. 10. http://alphadesigner.com/mapping–stereotypes/

Романишина О.С.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

СЕМАНТИЧНА СТРУКТУРА ІЄРОГЛІФІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ КОЛЬОРІВ

Стаття присвячена розкриттю аспектів світогляду китайського суспільства, що стосуються семантики ієрогліфів на позначення