

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Международных отношений
Кафедра Перевода и межкультурной коммуникации
Специальность 45.05.01 Перевод и переводоведение

Зав. кафедрой
_____ Т.Ю. Ма
« _____ » _____ 2017 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: Этнические стереотипы в материалах электронной версии журнала
«Time»

Исполнитель
студент группы 233-ос

Е.А. Христюк

Руководитель
профессор, д. филол. наук

Т.Ю. Ма

Нормоконтроль
профессор, д. филол. наук

Т.Ю. Ма

Рецензент
доцент, к. пед. наук

О.Н. Русецкая

Благовещенск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

Зав. кафедрой
Т.Ю. Ма
« _____ » _____ 2017 г.

З А Д А Н И Е

К дипломной работе студента _____

1. Тема дипломной работы: _____

(утверждено приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы _____

3. Исходные данные к дипломной работе: _____

4. Содержание дипломной работы (перечень подлежащих разработке вопро-
сов): _____

5. Перечень материалов приложения: _____

6. Дата выдачи задания _____

Руководитель дипломной работы: _____
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): _____
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 79 с., 54 использованных источника.

ЭТНОС, СТЕРЕОТИП, ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ, ЛЕКСИЧЕСКОЕ
ЗНАЧЕНИЕ СЛОВА, ЭТНИЧЕСКАЯ СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ,
СТЕРЕОТИПНОЕ МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ, КОГНИТИВИЗМ,
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ГРУППЫ

Существует множество различных стереотипов, в том числе и этнические стереотипы. В данной работе была предпринята попытка выявить этнические стереотипы в электронной версии журнала «Time».

Задачи исследования включают рассмотрение понятия «этнические стереотипы», историю его появления в науке, описание признаков, видов и функций этностереотипов.

Объектом исследования в работе являются этностереотипы. Предметом – этнические стереотипы, получающие языковую объективацию в материалах электронной версии журнала «Time».

Теоретической базой работы послужили труды таких ученых как Е. Барминский, И. Панасюк, Т. Стефаненко и других авторов.

В качестве научных методов использованы метод описания, обобщения и систематизации, сплошной выборки, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ, интерпретационный метод.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Понятие «этнический стереотип» в современной гуманитарной науке	7
1.1. Понятия «этнос», «стереотип», «этнический стереотип»	7
1.2. Функции этнических стереотипов	13
1.3. Виды этнических стереотипов	16
1.4. Этнический стереотип как объект научного исследования	17
2 Этнические стереотипы в материалах Интернет-версии журнала «Time»	23
2.1 Этнический стереотип «black»	24
2.2 Этнический стереотип «the Italian»	32
2.3 Этнический стереотип «the Mexican»	42
2.4 Этнический стереотип «the Chinese»	52
2.5 Этнический стереотип «the Japanese»	55
2.6 Этнический стереотип «the German»	59
2.7 Этнический стереотип «the Russian»	63
2.8 Этнический стереотип «the French»	66
Заключение	72
Библиографический список	75

ВВЕДЕНИЕ

Вопрос изучения и описания этнических стереотипов является актуальной проблемой в современном глобальном мире, так как важной оказывается способность стереотипов влиять на межкультурную коммуникацию, ее успех или провал. Актуальность исследования определяется еще и насущной потребностью в диагностике и прогнозировании особенностей формирования этнических стереотипов и тех ролей, которые они играют в процессе установления международных отношений, снижения когнитивного диссонанса и предотвращения конфликта культур.

Дипломная работа посвящена исследованию этнических стереотипов, которые получают языковую объективацию в материалах электронной версии журнала «Time», целевой читательской аудиторией которого являются не только жители США, но и представители других стран, владеющие английским языком как средством межкультурного общения.

СМИ являются одним из главных механизмов влияния на массовое сознание. Стереотипы же выступают инструментами, с помощью которых СМИ управляют массовым сознанием. Этнические стереотипы отражают эмоциональное и оценочное отношение к представителям этнических групп, а также распространяют и знания об этой группе.

Стереотипы являются неотъемлемой частью массового сознания. Из-за того, что стереотипы тесно связаны с жизнедеятельностью общества в целом и в отдельности с различными группами людей, манипулировать массовым сознанием становится легче. Поэтому информация, которую транслируют СМИ, превратилась в своеобразный инструмент манипулирования и навязывания определенного отношения к тем или иным событиям и социальным действиям, а также транслирование стереотипного отношения к ним.

Целью работы стало изучение этнических стереотипов, получающих языковую объективацию в электронной версии журнала «Time».

В связи с поставленной целью предлагается решение следующих задач:

- 1) рассмотрение существующих подходов к определению понятий «этнос», «стереотип», «этнический стереотип»;
- 2) описание видов и функций стереотипов, методов исследования стереотипов, представленных в научной литературе;
- 3) анализ практического материала исследования с целью выявления ключевых слов, объективирующих этнические стереотипы, в заголовках статей;
- 4) анализ выявленных методом сплошной выборки этнических стереотипов, которые получают языковую объективацию в статьях журнала «Time», установление их оценочной направленности.

Материалом исследования послужили заголовки и статьи электронной версии журнала «Time», представленные на официальном сайте издания. Общий объем материала исследования составил 213 статей в электронном формате.

Научная новизна работы определяется выбором материала исследования: статьи журнала «Time» ранее не рассматривались на предмет возможной объективации в них этнических стереотипов, в том числе с учетом их оценочной направленности.

Теоретическая значимость работы заключается в обобщении существующих в современной науке подходов к изучению этнических стереотипов.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов в практике преподавания английского языка, в курсах «Введение в теорию межкультурной коммуникации», «Практический курс первого иностранного языка», «Практикум по культуре речевого общения».

Методы исследования: метод описания, обобщения и систематизации, сплошной выборки ключевых слов, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ, интерпретационный метод, метод количественных подсчетов.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

1 ПОНЯТИЕ «ЭТНИЧЕСКИЙ СТЕРЕОТИП» В СОВРЕМЕННОЙ ГУМАНИТАРНОЙ НАУКЕ

1.1 Понятия «этнос», «стереотип», «этнический стереотип»

Этнические стереотипы – это один из видов социальных стереотипов, которые описывают членов этнических групп, приписываются им или ассоциируются с ними. Т.Г. Стефаненко в своей работе «Этнические стереотипы – функции и свойства» утверждает, что до сегодняшнего дня в сознании людей бытуют представления об этнических стереотипах как отрицательном явлении. Это связано с тем, что в мировой науке чаще всего изучались негативные стереотипы подвергавшихся дискриминации этнических меньшинств. Действительно, в повседневной жизни мы обращаем внимание на характеристики, благодаря которым люди, принадлежащие к какой-либо группе, «воспринимаются похожими друг на друга и отличающимися от других людей»¹. В то же время в конце XX века многочисленные работы, выполненные в русле «имиджологии», позволили не только сформировать научную базу для всестороннего исследования этнических стереотипов в дисциплинах гуманитарного типа, но и изменить оценочное восприятие этнических стереотипов в обыденном массовом сознании.

Прежде, чем перейти к рассмотрению понятия «этнический стереотип», уточним, что понимают в современной науке под словом «этнос».

Этнос – особый исторический тип социальной группы коллективного существования людей. Он составляет индивидуальность, неповторимость народа, отличает один народ от другого. Такая общность складывается и развивается естественно-историческим путем, она не зависит от воли отдельно входящих в нее людей и способна к устойчивому многовековому существованию.

Жизнь каждого этноса проходит в относительно одинаковых условиях совместного существования. Это вполне закономерно порождает у членов этнического сообщества единство взглядов на один и тот же предмет, общие кри-

¹ Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. Практикум / Т. Г. Стефаненко. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – С. 117.

терии оценки, сходные способы поведения. Процесс формирования оценочных суждений развертывается постепенно и завершается появлением этнопсихологических эталонов, которые передаются из поколения в поколение в виде обычаев, традиций, обрядов, мифов, стереотипов, оценок и т.д. Таким образом, окружающий человека мир обладает известными элементами единообразия, которые типизируют поведение человека, т.е. подчиняют его нормам, выработанным и принятым в сообществе.

Типичным элементом этнической структуры являются национальные группы – группы людей, которые сохраняют этнические признаки нации и проживают за пределами своих государств. К примеру, этнический состав США представляют: белые американцы – 83,5%; выходцы из Азии – 3,3%; афроамериканцы – 12,4%; американские индейцы – 0,8%.²

В США живет несколько миллионов немцев, поляков, итальянцев и др. Но там нет ни немецкой, ни польской, ни итальянской этнических территорий. Почему? Немцы, поляки, итальянцы и другие в США представляют собой не этносы, а очень своеобразные части этносов – диаспору, потому что США – страна иммигрантов.

В США и Канаде определение *Caucasian* означает белого человека, принадлежащего к белой расе. То есть, в Америке будут одинаковы испанцы, норвежцы, русские, кавказцы. А в Великобритании – британская нация – это, скорее, образ собирательный, поскольку сплочению нации способствовал единый английский язык. Использование в Соединенном Королевстве английского языка для всех национальностей послужило сплочению нации.³

Стереотип – от греческого *stereos* – твердый, *types* – отпечаток.

Современные контакты между представителями различных культур, возникающие как в пределах одного, так и разных государств, несут в себе множество проблем и редко обходятся без непонимания или конфликтов в межкуль-

² Травкина, Н.М. «Новая демография» Америки (современные тенденции и прогнозы) / Н.М. Травкина // ЭНЖ Россия и Америка в XXI веке. – Вып. 1. 2012. Режим доступа: [<http://www.rusus.ru/?act=read&id=321> 17/05/2015]

³ Семенов, Ю.И. Народ, этнос, нация. Статья первая. Общество, население, этнос / Ю.И. Семенов // Научно-теоретический журнал «Философия и общество». – Вып. 1(69). 2013. – С. 34.

турной коммуникации. В каждом случае это проявляется в некотором отчуждении, неприятии, или даже страхе перед представителями других культур. Все эти реакции непосредственно связаны со стереотипами, которые во многом и определяют характер протекания межкультурных контактов.⁴

Общим свойством всех этнических стереотипов является неприятие или противопоставления своего этнического «я» чужому (иному, другому, инонациональному), которое получает негативную, уничижительно-агрессивную окраску. Такое противопоставление становится основой дальнейшей консолидации этносов и их этничности и, следовательно, каналом формирования этнических стереотипов.

Проблемы стереотипов обычно связаны с проблемами расизма, который формирует этнический стереотип. Специалисты по этнической психологии, изучающие этнокультурные стереотипы, отмечают, что нации, находящиеся на высоком уровне экономического развития, подчеркивают у себя такие качества, как ум, деловитость, предприимчивость, а нации с более отсталой экономикой – доброту, сердечностью и гостеприимство.

Своим появлением стереотипы обязаны межкультурным и межэтническим контактам, когда выявляются наиболее типичные черты, характерные для того или иного народа или культуры, и в зависимости от этих характерных признаков и качеств они подразделяются на группы. Так постепенно складываются этнокультурные стереотипы, представляющие собой обобщенное представление о типичных чертах, характерных для какого-либо народа или его культуры.

Этнический стереотип является одной из форм социального стереотипа, обладает всеми его свойствами и отличается лишь содержательно. В содержании этнических стереотипов «зафиксированы оценочные суждения, могут при-

⁴ Кочнова, К.А. Роль этнических стереотипов в межкультурной коммуникации / К.А. Кочнова // ЭНЖ Вестник Мининского университета. – Вып. 2. 2013. Режим доступа: [<http://www.vestnik.mininuniver.ru/reader/search/rol-etnicheskikh-stereotipov-v-mezhkulturnoy-kommu/16/05/2015>]

существовать и предписания к действию в отношении людей данной национальности».⁵

К основным свойствам этнических стереотипов можно отнести следующие: познавательный характер содержания стереотипа заключается в том, что взгляды, суждения, представления, убеждения о наличии определенных черт или свойств не основываются на реальных фактах, а являются упрощенным обобщением и не подтверждены эмпирически; эмоциональный характер стереотипа формируется вследствие преувеличения и искажения черт и свойств предмета стереотипа; чрезмерная генерализация и обобщение, которое оказывается в приписывании определенных черт всем членам группы без учета индивидуальных особенностей; устойчивость стереотипа обусловлена склонностью к самоутверждению и сопротивляемостью к воздействию противоположной по содержанию информации; вербальный характер, поскольку формируется в языковой системе определенной группы и передается с помощью языка.

Данные стереотипы существуют в сознании больших групп людей, а не отдельного человека. Формирование этнического стереотипа – длительный и сложный процесс, который может происходить на психологическом уровне, однако важнейшую роль в этом процессе играют непосредственно контакты с представителями другого этноса, история взаимоотношений между двумя этносами, а также массовое сознание. Богатейшим источником изучения механизмов формирования этностереотипов являются язык, литературные и исторические памятники. Зачастую такие стереотипы отражают действительность предвзято. Повышению их истинности способствуют совпадения представлений об одной этнической группе в разных этнических общностях, а также персонификация представителей этнической группы.

Этнический стереотип формирует общие представления об облике представителей того или иного этноса в целом. Когда мы произносим слова «немец», «англичанин», «американец», мы вкладываем в них намного больше, чем

⁵ Суходольская, Н.П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей / Н.П. Суходольская. Диссертация кандидата философских наук: 09.00.11. – М.: Московский университет им. М.В. Ломоносова, 2009. – С. 168.

просто название представителя какого-либо народа. Мы подразумеваем какие-то специфические черты внешности, связанные с расовыми особенностями, черты характера, темперамента, принадлежность к определенной религиозной конфессии. В своем сознании мы связываем все эти свойства с преобладающими ландшафтными характеристиками места жизнедеятельности этноса.

В наши дни этнические стереотипы заняли прочное место практически во всех сторонах общественной жизни, в том числе, в международных отношениях. От того, как воспринимается то или иное государство международной общественностью, каков его образ в мире, зависит успех этого государства в построении политических, экономических и культурных отношений с другими странами, его авторитет, репутация в мире.

Положительные этнические стереотипы могут улучшить восприятие государства и тем самым способствовать установлению выгодных контактов, проведению определенной политики. Негативные этнические стереотипы способны существенным образом осложнять развитие межгосударственных отношений, создавать почву для конфликтов. Особенно это касается негативных стереотипов, отличающихся высокой степенью устойчивости.

Впервые термин «стереотип» использовал американский журналист и психолог У. Липпман в 1922 г. в книге «Общественное мнение». Согласно Липпману, стереотипы – это упорядоченные культурой «картинки мира» в голове человека. Они экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права. Стереотипы ориентируют человека в море информации и помогают сохранить высокую самооценку.⁶

В своих исследованиях Уолтер Липпман выделил четыре особенности феномена стереотипии: стереотипы проще, чем реальность; люди приобретают стереотипы, а не формулируют их на основе личного опыта; стереотипы ложны в большей или меньшей степени, они всегда приписывают конкретному человеку черты, которыми он обязан обладать лишь из-за своей принадлежности к

⁶ Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. Практикум / Т. Г. Стефаненко. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – С. 137.

определенной группе; стереотипы очень живучи. Даже если люди убеждаются в том, что стереотипы не соответствуют действительности, они не отказываются от них.⁷

В отечественной науке есть несколько определений стереотипов, в которых отражается разное понимание их основных составляющих факторов и разный подход к определению сути стереотипа.

Сегодня понятие «этнические стереотипы» учеными определяется по-разному. Т.Г. Стефаненко определяет этнические стереотипы как «один из видов социальных стереотипов, которые описывают членов этнических групп, приписываются или ассоциируются с ними».⁸

Согласно Л.П. Крысину, под этническим стереотипом мы понимаем «стандартное представление, имеющееся у большинства людей, составляющих тот или иной этнос, о людях, входящих в другой или собственный этнос».⁹ Этнические стереотипы получают языковое выражение в виде слов, словосочетаний, фразеологизмов, пословиц и поговорок, синтаксических конструкций.

В.Г. Крысько определяет этнический стереотип как схематизированный образ своей или чужой этнической общности, который отражает упрощенное (иногда искаженное или неточное) знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа и на основе которого складывается устойчивое и эмоционально-окрашенное мнение одной нации о другой или о самой себе.¹⁰

Сравнив определения, можно сделать вывод, что понятие «этнический стереотип» состоит из следующих содержательных компонентов: устойчивость; эмоциональная окраска; обобщенность и упрощенность образа; направленность

⁷ Пахотина С. В. Стереотипные представления русских и немцев друг о друге / С. В. Пахотина, Н. А. Шамотова // Журнал «Молодой ученый». – Вып. 9.1. 2015. – С. 62.

⁸ Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. Практикум / Т. Г. Стефаненко. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – С. 123.

⁹ Крысин, Л.П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы / Л.П. Крысин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2003. – С. 459.

¹⁰ Крысько, В.Г. Этническая психология / В.Г. Крысько. – М. : Издательский центр «Академия», 2011. – С. 24.

на этническую группу, на всех ее представителей; характеристика моральных, умственных и физических качеств представителей этнической группы.

Этнические стереотипы – обобщенные, устойчивые, эмоционально-насыщенные, сложившиеся в исторической практике межэтнических отношений образы этнических групп. Знание социально-психологических особенностей формирования и функционирования этнических стереотипов представляет ценность для практического решения вопросов регулирования межэтнических отношений.

1.2 Функции этнических стереотипов

С помощью этнических стереотипов формируется значительная часть представлений о разных народах. Особенность этнического стереотипа как социально-психологического феномена определяет набор выполняемых им функций.

Этнические стереотипы, являясь регуляторами поведения в этнической общности, выполняют определенные социальные функции: выступают в качестве средств стабилизации утвердившихся общественных отношений и способствуют воспроизводству этих отношений в жизни новых поколений. На внутриэтническом и межэтническом уровнях этнические стереотипы становятся нормами поведения и восприятия. Воспроизводство этнокультурных феноменов в этническом самосознании превращает их в основной регулятивный механизм социального поведения этноса, обеспечивая его консолидацию и внутреннюю устойчивость. Этнические стереотипы выступает культурным барьером и выступают средством идентификации в иноэтнической среде.

Большинство ученых выделяют две функции стереотипа на индивидуальном и две – на групповом уровне. К индивидуальному уровню относятся: когнитивная (схематизация, упрощение); ценностно-защитная (создание и сохранение положительного «Я-образа»). К социальному уровню относятся: идеологизирующая функция (формирование и сохранение групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы); идентифицирующая функция

(создание и сохранение положительного группового «Мы-образа», формирование которого происходит с помощью ритуалов и невербальных средств).¹¹

Когнитивная функция заключается в минимизации, схематизации и символизации информации с целью упрощения и ускорения ее обработки. В процессе формирования стереотипа часть информации теряется, а остается только та, которая была субъективно оценена как важная и личностно-значимая.

Ценностно-защитная функция обусловлена естественной потребностью человека в положительной самооценке и положительной оценке своей группы. Защитная функция заключается в стремлении сохранить собственные и групповые ценности и интересы благодаря акцентированию их важности и значимости.

На социальном уровне стереотип формируется под влиянием субъективных взглядов и направлен на удовлетворение потребности человека иметь понятную для себя карту мира. Поэтому в процессе формирования стереотипа, кроме потери части информации прослеживается аутоинтерпретация непонятных явлений и создание соответствующих действительности, но приемлемых для себя утверждений.

Помимо вышеперечисленных функций ученые также выделяют адаптивную функцию. Адаптивная функция присуща стереотипам как большинству социально-психологических феноменов и обусловлена естественной врожденной потребностью защищать собственные и групповые интересы, ценности и убеждения.

В настоящее время на мировой арене образ государства или иного субъекта международных отношений обретает все большую значимость – во многом именно им руководствуются другие субъекты при принятии своих решений. Стереотип и репутация превращаются в важнейшие механизмы межгосударственных отношений. Негативная репутация может стать серьезной помехой для страны, стремящейся сохранить конкурентоспособность на международной арене. Мы говорим о личностных особенностях страны точно так же, как в си-

¹¹ Шихирев, П.Н. Современная социальная психология / П.Н. Шихирев. – М. : Мысль, 1999. – С. 127.

туации, когда речь идет о людях – мы называем их «дружелюбными» и «заслуживающими доверия» или же «агрессивными» и «не заслуживающими доверия».

Таким образом, объективный характер взаимоотношений между этническими группами придает ту или иную окраску и направленность стереотипам: при ухудшении межнациональных отношений этнические стереотипы приобретают негативный «аффектный заряд», отмечается рост неадекватности и упрощенности их когнитивного содержания, что способствует воплощению установок в реальное поведение.

Итак, традиционно выделяют четыре основные функции этнических стереотипов: когнитивная функция, ценностно-защитная функция, идеологизирующая функция, идентификационная функция. Однако некоторые исследователи этнических стереотипов указывают на три их основные функции: коммуникативную, познавательную и функцию укрепления и защиты позитивной групповой идентичности.

Коммуникативная функция этнических стереотипов предназначена для обмена информацией между представителями «своего» сообщества, стереотипы помогают в межкультурном общении прогнозировать поведение собеседника. Познавательная функция формирует образ внешнего мира. Защитная функция этнических стереотипов проявляется в том, что они «способствуют сохранению традиционной системы ценностей как по отношению к своему сообществу (автостереотипы), так и по отношению к другим (гетеростереотипы)».¹²

Е. Бартминьский выделяет также такую функцию как социально-этническая интеграция, где стереотип удовлетворяет психическую потребность в экономии познавательных усилий, с одной стороны, а с другой, – обществен-

¹² Белова, О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: Этнолингвистическое исследование / О.В. Белова. Автореферат диссертации на соискание ученой степени д-ра филологических наук: 10.02.03. – М. : Институт славяноведения РАН, 2006. – С. 96.

ную потребность поддерживать внутреннюю спаянность сообщества и противопоставленность другим человеческим сообществам.¹³

1.3 Виды этнических стереотипов

Этнические стереотипы – характерное явление обыденного сознания, выражающееся в относительно устойчивых представлениях о моральных, умственных, физических и других качествах присущих представителям различных этнических групп.

Стереотипы могут быть индивидуальными и социальными, выражающими представления о большой группе людей, например, социальные стереотипы, гендерные стереотипы, этнические стереотипы.

В настоящее время современные ученые выделяют два вида этнических стереотипов: гетеростереотипы и автостереотипы.

Гетеростереотипы – это совокупность оценочных суждений о других народах представителями какой-либо этнической общности. Гетеростереотипы могут быть как отрицательными, так и положительными, в зависимости от исторического опыта, взаимодействия данных народов. В их основе лежит такое свойство, как антропостереотипичность, то есть обусловленность стереотипа внешним обликом индивида. Внешность выступает главным признаком информации об этнической принадлежности субъекта. На основе этих стереотипов создаются соответствующие типы межэтнического общения и поведения людей.

Гетеростереотипы могут быть как позитивные, так и негативные, в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов. В их содержании следует отличать относительно устойчивое ядро – комплекс представлений о внешнем облике представителей данного народа, о его историческом прошлом, особенностях образа жизни и трудовых контактах, и ряд других изменчивых суждений относительно коммуникативных и моральных качеств данного народа. Изменчивость оценок связана с меняющейся ситуацией в меж-

¹³ Белова, О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: Этнолингвистическое исследование / О.В. Белова. Автореферат диссертации на соискание ученой степени д-ра филологических наук: 10.02.03. – М. : Институт славяноведения РАН, 2006. – С. 104.

национальных и межгосударственных отношениях. На основании этих стереотипов неизбежно создаются соответствующие типы межэтнического общения и поведения людей.¹⁴

Автостереотипы – это оценки, суждения, мнения о данной этнической общности ее же представителями. Поэтому они обычно содержат положительную оценку.

Этнические автостереотипы в ходе исторического развития этноса претерпевают эволюцию и отражают уровень этнического самосознания и разрешения различных социальных, культурных и политических конфликтов, возникающих в ситуации межэтнического контакта.

По уровню усвоения человеческим сознанием среди стереотипов выделяют стереотипы-мнения и стереотипы-суждения. Стереотипы-мнения – это стереотипы, которые легко можно применять при поступлении новой информации. Стереотипы-убеждения – стереотипы, которые обладают большой мотивирующей силой и устойчивостью, способные стать мотивом поведения человека.

По степени изменчивости некоторые ученые выделяют базовые и модальные стереотипы, которые связаны с ведущими чертами этнического характера и не меняются под влиянием обстоятельств. Поверхностные стереотипы – представления о том или ином народе, которые обусловлены историческими фактами международными отношениями, внутривнутриполитической ситуацией, временными факторами. Они меняются в зависимости от изменений в мире, обществе и, как правило, связаны с историческими реалиями.

1.4 Этнический стереотип как объект научного исследования

Одними из основных методов изучения этнических стереотипов являются метод наблюдения и метод тестирования. В настоящее время огромное внимание уделяется психосемантическим методам. Они позволяют получить количе-

¹⁴ Анцупов, А.Я. Словарь конфликтолога / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – СПб. : Питер, 2006. – С. 501.

ственное измерение составляющих того или иного этноса, а это значит, подойти к собственно психологическому его изучению.¹⁵

Метод построения субъективных семантических пространств позволил изучить стереотип на уровне образа. Но полученные результаты не выявили точное содержательное описание стереотипа каждого конкретного этноса. Поэтому метод семантического дифференциала с использованием факторного анализа пригоден не для выявления содержания стереотипов, а для глубокого исследования механизма стереотипизации.¹⁶

В.Ф. Петренко разработал методику «множественной идентификации», при помощи которой проводится сопоставление ролевых позиций и выявление стоящих за ними идентификаций через описание характерных поступков.¹⁷

При изучении этнических стереотипов часто используются методы прямого опроса. Они доступны, но у них есть серьезный недостаток, заключающийся в возможном влиянии на результаты социальной желательности тех или иных личностных черт. Особенно популярны среди социологов такие опросные техники, как: биполярные шкалы; процентная методика Дж. Бригема; приписывание качеств из набора личностных черт; выявление «диагностического коэффициента» К. Макколи и К. Ститта.

«Приписывание качеств» начали еще в 30-е годы 20-го века Д. Кац и К. Брейли в США. Эта методика получила большое распространение и в других странах. Сторонники описательного направления до сих пор считают эту методику непревзойденной.

«Диагностический коэффициент» и процентная методика не могли дать точных результатов, ведь при использовании этих методик испытуемых никогда не просят оценивать наличие качеств, не являющихся различительными для групп.

¹⁵ Пузанова, Ж.В. Использование психосемантических методов в изучении этнических стереотипов / Ж.В. Пузанова, А.В. Медведева // Вестник РУДН. – Сер. Социология. – Вып. 1. 2013. – С. 93.

¹⁶ Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. Практикум / Т. Г. Стефаненко. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – С. 175.

¹⁷ Петренко, В.Ф. Основы психосемантики. 2-е изд., доп. / В.Ф. Петренко. – СПб. : Издательский дом «Питер», 2005. – С. 219.

Учеными также использовался такой метод изучения этнических стереотипов, как анализ представлений об этнических группах в литературе и искусстве, т.е. контент-анализ литературных произведений, фильмов, журналов, произведений искусства. Этому методу подверглось американская журнальная беллетристика, немецкие кинофильмы, страницы юмора во французских журналах. Этот материал доступен для сравнительного анализа и может многое дать для изучения и понимания этнических стереотипов. Данный метод также называют имагологией.

Несмотря на разнообразие методов изучения этнических стереотипов, большинство ученых сходятся во мнении, что наиболее полное и глубокое проникновение в содержание этнических стереотипов достигается в случае применения разных, но в то же время дополняющих друг друга методов свободных описаний и одной из разновидностей метода прямого опроса.

Понятие «этнический стереотип» востребовано и в современной лингвистике. Это подтверждают работы И.М. Кобозевой, В.А. Плунгяна, Е.Л. Березович, Л.П. Крысина и других ученых. Лингвисты стереотипами считают установленные семантические формальные конструкции, которые формируют культурно-языковой образ объекта. «Этнические стереотипы строятся на основе представлений, сформированных фольклорно-мифологическим сознанием и бытующих в системе традиционной культуры».¹⁸

В лингвистике используется также такое понятие, как «языковой стереотип». Ученые определяют «языковой стереотип» как субъективно-детерминированное представление предмета, в котором сосуществуют описательные и оценочные признаки и которые являются результатом истолкования действительности в рамках социально-выработанных познавательных моделей.

¹⁸ Белова, О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: Этнолингвистическое исследование / О.В. Белова. Автореферат диссертации на соискание ученой степени д-ра филологических наук: 10.02.03. – М. : Институт славяноведения РАН, 2006. – С. 136.

Этнические стереотипы получают языковое выражение в виде слов, словосочетаний, фразеологизмов, пословиц, поговорок, синтаксических конструкций.¹⁹

Также ученые утверждают, что отдельные названия национальностей, помимо своих основных значений, в результате вторичной номинации приобрели переносные значения, в которых зачастую проявляется стереотипное отношение к представителям данных этносов: Chinese (амер.) – «сделанный шиворот-навыворот, неудачный»; to Jew (от существительного Jew (еврей)) – «торговаться, мошенничать»; Scotch (амер., разг.) – «скупой, прижимистый».²⁰

Стереотипы могут быть выражены в языке в виде этнических прозвищ. Большое количество таких прозвищ зафиксировано в американском варианте английского языка, что объясняется многообразием национального и расового состава США.

Необходимо также отметить некоторые типы ассоциаций, лежащих в основе функционирования стереотипов, выделяющихся в этнических прозвищах.

1) ассоциации по цвету кожи: *brownskin, charcoal, crow* – чернокожий американец; *red-skin* – индеец; *chalk, pale* – белый американец;

2) ассоциации по особенностям анатомического строения (форма губ, носа, разрез глаз): *bootlips, wooly-head* – чернокожий американец; *slant-eye* – китаец; *hook-nose* – еврей;

3) ассоциации по предметам одежды: *blanket-indian* – индеец; *blue-bonnet, kiltie* – шотландец; *wooden-shoe* – голландец;

4) ассоциации по гастрономическим пристрастиям: *rice-belly* – китаец; *frog-eater* – француз; *macaroni, spaghetti* – итальянец и др.

Богатый материал для изучения этнических стереотипов в лингвистическом аспекте может дать исследование фразеологии. В.А. Маслова отмечает, что «фразеологические единицы, отражая в своей семантике длительный про-

¹⁹ Бартминьский, Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике / Е. Бартминьский. – М. : Индрик, 2005. – С. 95.

²⁰ Панин, В.В. Средства выражения этнических стереотипов в английском языке / В.В. Панин // Политическая лингвистика. – Вып. 15. – 2005. – С. 210.

цесс развития культуры народа, фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки и стереотипы, эталоны и архетипы»²¹.

Очевидно, что этнические стереотипы являются частью языкового сознания. Они необходимы для познания действительности, так как упрощают этот процесс и позволяют быстро квалифицировать определенный объект. Этнокультурный стереотип – это не просто оценочный образ чужого, что нашел фиксацию в языке, а значимый концепт, который является обязательным элементом картины мира. Стереотип включает в себя стандарт (неязыковую реальность), и норму, существующую на языковом уровне.

Адекватность содержания этнических стереотипов действительности достаточно проблематичная. Этнические стереотипы отражают прошлый и настоящий, положительный и отрицательный опыт взаимоотношения между народами, особенно в тех сферах деятельности (торговля, культура, сельское хозяйство и др.), где народы активно контактировали. Соответственно, «для понимания этнических стереотипов важна не только языковая компетенция («этническое» значение слова), но и прагматическая (коммуникативная) компетенция (знание о мире, о действительности)»²².

Этнические стереотипы в языковом пространстве выполняют структурообразующую и этнодифференцирующую функции. Учитывая когнитивную природу и культурную обусловленность этнических стереотипов, продуктивными являются их дальнейшие лингвокультурологические и лингвокогнитивные исследования.

Выводы.

В качестве вывода всей проведенной работы, можно отметить, что знание социально-психологических особенностей формирования и функционирования этнических стереотипов представляет ценность для практического решения вопросов регулирования межэтнических отношений.

²¹ Маслова, В.А. Лингвокультурология / В.А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – С. 82.

²² Белова, О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: Этнолингвистическое исследование / О.В. Белова. Автореферат диссертации на соискание ученой степени д-ра филологических наук: 10.02.03. – М. : Институт славяноведения РАН, 2006. – С. 181.

Особенность этнического стереотипа как социально-психологического феномена определяет набор выполняемых им функций: когнитивная ценностно-защитная, идеологизирующая, идентификационная, коммуникативная, познавательная и функцию укрепления и защиты позитивной групповой идентичности.

В настоящее время ученые выделяют два основных вида этнических стереотипов: гетеростереотипы и автостереотипы. Однако также рассматриваются такие подвиды, как стереотипы-мнения и стереотипы-суждения; базовые и модальные стереотипы, которые связаны с ведущими чертами этнического характера и не меняются под влиянием обстоятельств.

Одними из основных методов изучения этнических стереотипов в психологии и социологии являются методы наблюдения, тестирования, построения субъективных семантических пространств, метод приписывания качеств. Однако, несмотря на разнообразие методов изучения этнических стереотипов, большинство ученых сходятся во мнении, что наиболее полное и глубокое проникновение в содержание этнических стереотипов достигается в случае применения разных, но в то же время дополняющих друг друга методов. В рамках лингвистики, где этнические стереотипы давно стали объектом исследования, используются как собственно методы, принятые в науке о языке, так и методы других наук.

Востребованность понятия «этнический стереотип» в современной лингвистике подтверждают работы многих ученых в области культурологии. Богатый материал для изучения этнических стереотипов в лингвистическом аспекте может дать исследование фразеологии. Учитывая когнитивную природу и культурную обусловленность этнических стереотипов, продуктивными являются их дальнейшие лингвокультурологические и лингвокогнитивные исследования.

2 ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В МАТЕРИАЛАХ ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА «TIME»

Средства массовой информации – это мощный фактор воздействия на сознание как источник стереотипов, в том числе и этнических. При наличии в обществе объективных предпосылок (нелегальная миграция, терроризм и т.д.) для возникновения нетерпимости по отношению к представителям «других» этнических культурных групп СМИ играют огромную роль в распространении ксенофобии. Также СМИ могут быть с успехом использованы и в преодолении негативных этнических стереотипов.

Сегодняшний ритм жизни не позволяет много общаться, тем более неформально. Круг людей, с которыми можно обсудить свои взгляды и убеждения, постепенно сужается. Современный человек зажат в рамках своей корпорации, государственного учреждения или другой структуры, где не приветствуются такие темы для обсуждения, как религиозность, национальная принадлежность и сексуальная ориентация. Телевидение и радио навязывают разные точки зрения, с которыми не всегда можно согласиться, но альтернативной позиции нет. Единственное место, где можно высказать свое мнение – Интернет. Глобальная сеть служит двусторонним каналом связи, где возможно интеракция. К тому же здесь можно быть анонимным, что уравнивает большинство пользователей в социальном плане.

Проведенное исследование показало, что конфликтогенные публикации часто встречаются в разделах криминальной хроники, в статьях, затрагивающих тему преступности, миграции и терроризма. Продуцирование этнофобии чаще всего происходит посредством избирательного обозначения журналистами этнической принадлежности героев криминальных сюжетов, что способствует формированию в массовом сознании представителей этнического большинства негативных этнокультурных стереотипов.

Журналисты осознанно или невольно этнизируют криминальную ситуацию. Представители масс-медиа традиционно рассматривают в этническом

контексте социальную по своей природе проблему неконтролируемого притока в страну неквалифицированной рабочей силы и связанного с этим наплыва криминальных элементов из стран южных континентов.

Многочисленные материалы, несущие в сознание людей определенные идеи и мифы об этносах – важный инструмент формирования массовых взглядов и установок населения, и журналист обязан всегда задумываться и понимать, к чему могут привести такие материалы. В данной работе будут проанализированы статьи журнала «Time», в которых объективируются существующие в сознании американцев стереотипы таких этнических групп, как «афроамериканцы», «латиноамериканцы», «итальянцы», «французы», «японцы», «русские».

Из данных изданий методом сплошной выборки был отобран ряд статей с 2010 по 2017 год, в заголовках которых использованы этнонимы соответствующих групп, а также рассмотрено содержание материала на предмет выявления существующих этнических стереотипов и их оценочной направленности.

Обратимся к анализу материала.

2.1 Этнический стереотип «black»

В ходе рассмотрения заголовков 34 статей, в которых был выявлен этноним «black» (рус. темнокожий, афроамериканец), было установлено, что в одновременно с ним чаще всего употребляются такие слова как: racism (рус. расизм) – 6 раз; police (рус. полиция) – 11 раз; violence (рус. насилие, жестокость) – 3 раза; shooting (рус. стрельба) – 5 раз; drugs (рус. наркотики) – 9 раз.

Выбор подобных слов не случаен. В сознании белых американцев до сих пор присутствует предвзятое мнение о темнокожих согражданах. Примером этому служит сообщение от 2005 года информационно-аналитического агентства Washington ProFile о том, что Колумбийский университет опубликовал результаты своего исследования о применении смертной казни в мире. Смертные приговоры в Северной Америке чаще выносятся в тех регионах, где выше процент темнокожего населения. Шанс темнокожего американца быть пригово-

ренным к исключительной мере наказания выше, чем у белого, совершившего такое же преступление. Причина – расовые стереотипы присяжных.

В свою очередь, данные стереотипы не случайны. «На душу населения афроамериканцы совершают в 50 раз больше насильственных преступлений, чем белые. В США в 1992 году было совершено 27 миллионов ненасильственных преступлений. 31% ограблений включали чёрных грабителей и белых жертв и только 2% – белых грабителей и чёрных жертв. 1,3 миллиона из 6,6 миллиона насильственных преступлений, совершаемых в США ежегодно, имеют межрасовый характер.

Как показал анализ материала, очень часто слово «black» сочетается в контексте со словами «police» и «shooting». Приведем примеры.

В следующей статье, озаглавленной «Shooting of **Black** Teen in Missouri Sparks Violence, Looting – Michael Brown was reportedly unarmed when he was **shot dead by a police officer** in Ferguson, Mo.» (By TIME Photo Aug 11, 2014), автор рассказывает о том, что убийство другого чернокожего подростка в штате Миссури полицейским повлекло за собой массовые волнения, сопровождаемые жестокостью и грабежами. Причиной вспышки агрессии среди населения были обнародованные данные, согласно которым погибший Майкл Браун был предположительно не вооружен. Акция началась у офиса прокурора округа Сент-Луис. Протестующие требовали ареста офицера полиции, виновного в убийстве подростка, и ставили своей целью привлечь внимание общественности к проблеме отношения к чернокожим американцам со стороны представителей белого населения в США.²³

«How To Change Our Split-Second Views on **Black Men and Police**» (by Justin Worland, June 15, 2015).²⁴

Статья, посвященная проблеме отрицательных этнических стереотипов, распространенных в американском обществе, предлагает рассмотрение такого

²³ URL: <http://time.com/3100638/ferguson-missouri-shooting-teen-looting/?iid=sr-link1>

²⁴ URL: <http://time.com/3900044/police-misconduct-priming/?iid=sr-link1>

вопроса, как изменение наших привычных взглядов на ситуацию столкновения чернокожего и полицейского.

Автор сообщает, что являясь представителем чернокожей расы, человек всегда ощущает недоброжелательное отношение к себе со стороны посторонних людей, принадлежащих к белой расе. Также приводятся данные исследования, в ходе которого участникам были выданы фотографии различных людей и карточки с прилагательными. Участников попросили распределить на две группы фотографии и карточки, которые, по их мнению, подходят людям больше всего. В результате 75% участников теста соотнесли прилагательные, обозначающие положительные качества человека, с фотографиями, на которых были запечатлены представители белой расы. К фотографиям чернокожих, в свою очередь, были в основном отобраны прилагательные с отрицательной оценкой.

В следующем примере вновь обращает на себя внимание появление в одном ограниченном языковом контексте слов «cop», «shoot», «black»:

«Phoenix **Cop Shoots** Unarmed **Black Man** During Struggle» (By Noah Rayman, Dec. 4, 2014).²⁵

В данной статье речь идет о том, что в Финиксе при попытке скрыться от ареста полицейским был застрелен невооруженный чернокожий мужчина. Полицейский получил информацию от двух прохожих, что человек, сидящий в припаркованном неподалеку автомобиле – наркоторговец. В машине находился 34-летний афроамериканец Румэйн Брисбон. После попытки осмотра машины офицером полиции чернокожий мужчина попытался скрыться. Однако в результате непродолжительной погони полицейский остановил подозреваемого. Когда чернокожий мужчина потянулся рукой в карман, полицейский, полагая, что там может оказаться оружие, дважды выстрелил ему в грудь.

«South Carolina Grand Jury Indicts **White Cop** in Fatal **Shooting of Black Man**» (by Josh Sanburn, Dec. 4, 2014).²⁶

²⁵ URL: <http://time.com/3618153/phoenix-arizona-police-rumain-brisbon/?iid=sr-link1>

²⁶ URL: <http://time.com/3618492/south-carolina-police-indictment-richard-combs/?iid=sr-link1>

В заголовке статьи, посвященной судебному разбирательству над белокожим полицейским, подозреваемом в убийстве из огнестрельного оружия чернокожего мужчины, подчеркивается расовая принадлежность офицера полиции. Таким образом, слова «black» и «white» ставятся в один ряд, чтобы наглядно показать расовую дискриминацию по отношению к афроамериканцам со стороны белых граждан и сотрудников правоохранительных органов.

Как указывает автор, полицейскому Майклу Следжеру в Южной Каролине предъявлены обвинения в убийстве после публикации видеозаписи, на которой видно, как он стреляет в спину безоружному чернокожему. Майкл Слэджер был арестован во вторник после того, как следователи ознакомились с видеозаписью этого инцидента на мобильном телефоне свидетеля. В качестве мер для уменьшения полицейского произвола в Белом доме призывают скорее оснастить сотрудников правоохранительных органов портативными камерами.

Недавно на митинг в Вашингтоне вышли несколько тысяч человек. Поводом послужил рост полицейского насилия в отношении афроамериканцев. Закон о расовой дискриминации в США не ликвидировал неравенство, а лишь констатировал расовые различия.

Кроме того, проблема осталась в сознании людей, по-прежнему делящих мир на рабовладельцев и рабов, что подтверждают данные, опубликованные в 2015 году экспертами ООН, а также материалы данного исследования. Так в статье, озаглавленной «**NYPD Chief: Recruiting Black Cops Is Hard Due to Criminal Histories**» (by Katy Osborn, June 9, 2015), автор рассказывает о том, что большинство чернокожих граждан, подающих заявки на трудоустройство в органы полиции, получают отказ в виду своего криминального прошлого.²⁷

Согласно приведенным данным, на сегодняшний день 6,86% выпускников полицейской академии Нью-Йорка являются чернокожими. В сравнение берется процентное соотношение 1970-го года и составляющее на тот момент 7,3%. Автор указывает, что недостаток цветного населения среди рекрутов объясняется политикой «задержки и обыщи», прокомментированной в 2013 году

²⁷ URL: <http://time.com/3915122/bill-bratton-nypd-black-officer-recruits-crime/>

федеральным судьей как арест, направленный на чернокожих и латиноамериканцев.

В заголовке статьи приводится фрагмент из интервью с начальником Нью-Йоркского департамента полиции, в котором встречаются такие слова, как «black» и «criminal», что вновь убеждает читателя в реальности существования этнического стереотипа о «криминальном образе жизни чернокожих граждан». К тому же словосочетание «black cops» несет обобщенный характер, что наталкивает на мысль, что криминальным прошлым обладают все чернокожие без исключений.

Расизм – совокупность воззрений, в основе которых лежат положения о физической и умственной неравноценности человеческих рас и о решающем влиянии расовых различий на историю и культуру. Данная проблема непосредственно связана с существованием и распространением в обществе, в том числе благодаря средствам массовой информации, негативных этнических стереотипов о такой группе населения США как чернокожие американцы.

В следующей статье автор рассказывает о политических намерениях первого чернокожего министра Италии и, в первую очередь, о планах по борьбе с проявлениями расизма в обществе.

«In New Job, Italy's First **Black** Minister Confronts Culture of Casual **Racism**» (by Stephan Faris, May 06, 2013).²⁸

В качестве первого шага на своем карьерном пути министр Сесиль Киенге предложила законопроект, согласно которому ребенок иммигрантов, рожденный на территории Италии, получает итальянское гражданство. Однако данное предложение не получило поддержки. После этого в обществе министр получила прозвище «чернокожая анти-итальянка». Сама Киенге считает, что хоть итальянцы и не признают Италию расистской, тем не менее, уровень расовой дифференциации в стране остается невысоким.

Проанализировав информацию, данную в статье, можно сделать вывод о том, что чернокожее население во всем мире с осуждением относится к

²⁸ URL: <http://world.time.com/2013/05/06/italys-first-black-minister/>

расизму. К тому же, автор использует слова «culture» и «casual» со словом «racism» с целью акцентирования внимания на такой проблеме, как проявление расизма в повседневной жизни людей и культуре.

Следующий пример – статья, озаглавленная «Chris Rock Should Know That **Racism** Isn't **Black** and White» (by Grace Ji-Sun Kim, Feb. 29, 2016).²⁹

Заголовок данной статьи обращен к известному комику Крису Року, очень известному в таком жанре, как стендап. В своих выступлениях он часто затрагивает вопросы о расизме, проявляемом со стороны белого населения США по отношению к чернокожим. Однако автор утверждает, что у расизма нет цвета кожи, и не стоит считать, что от расовых предрассудков страдают только чернокожие. Нападкам на почве расовых стереотипов могут также подвергаться латиноамериканцы, азиаты, коренные американцы и т.д. Он также говорит, что если рассматривать тему расизма, то людям следует избегать двусторонних взглядов. В качестве подтверждения своих слов, автор сообщает, что во время своего выступления на церемонии вручения премии Оскар, Крис Рок не раз прибегал к расистским шуткам по отношению к представителям других этнических групп.

Расизм, который сейчас проявляется во многих формах, представляет собой на самом деле очень сложное явление, в котором переплетаются многочисленные факторы: экономические, политические, исторические, культурные, социальные и психологические.

Кроме того, изучение ряда статей показало, что заголовки, используемые СМИ, четко ориентируют читателя на восприятие таких стереотипов, как *Black – Drugs* или *Black – Marijuana*. Приведем примеры:

«Study: Whites More Likely to Abuse **Drugs** Than **Blacks**» (by Maia Szalavitz, Nov. 07, 2011).³⁰

Данная статья содержит в себе статистические данные исследования, которое было проведено с целью установить предрасположенность к наркотиче-

²⁹ URL: <http://time.com/4241460/chris-rock-racism/>

³⁰ URL: <http://healthland.time.com/2011/11/07/study-whites-more-likely-to-abuse-drugs-than-blacks/>

ской зависимости представителей разных этнических групп. Исследованию подверглись примерно 73 тысячи подростков, которым были заданы вопросы о том, как часто они употребляют алкоголь и наркотики девяти видов, от марихуаны до героина, а также сильнодействующие обезболивающие и транквилизаторы.

Как показали результаты исследования, наиболее часто расстройства, связанные с наркотиками или алкоголем, возникают у молодых американских индейцев, а наименее подвержены им чернокожие подростки и азиаты. Также исследователи выяснили, что подростки употребляют марихуану чаще, чем алкоголь.

В частности, как указывает Майя Залавиц, согласно статистическим данным полиция арестовывает за преступления на почве употребления и сбыта наркотиков чернокожую молодежь в десять раз чаще, чем белую: «Black youth are arrested for drug crimes at a rate ten times higher than that of whites». Также, по мнению журналиста, общество как никогда нуждается в создании центров по борьбе с наркотической зависимостью для молодежи и подход в этих центрах должен полностью соответствовать каждому, кто будет нуждаться в помощи.

Как можно увидеть в заголовке статьи, приведенном выше, слова «drugs» и «blacks» стоят в одном ряду, однако сама автор, опираясь на проведенное исследование, обращает внимание читателей на тот факт, что чернокожая молодежь менее предрасположена к наркотической зависимости, чем белая. Но в тоже время, чернокожих арестовывают гораздо чаще.

«**Marijuana** Enforcement Targets **Blacks** and Hispanics» (by Maia Szalavitz, June 13, 2012).³¹

В данной статье речь идет о том, что сбыт и употребление марихуаны осуществляется преимущественно среди чернокожих и латиноамериканских граждан. Как следует из содержания статьи, в 2011 году в Нью-Йорке было совершено 51,000 арестов, связанных с продажей или употреблением марихуаны.

³¹ URL: <http://healthland.time.com/2012/06/14/10-reasons-to-revisit-marijuana-policy-now/slide/marijuana-enforcement-targets-blacks-and-hispanics/>

В 87% случаев виновниками были представители цветных рас. Как считает сама автор, представители этнических меньшинств неосознанно выбирают образ жизни, связанный с наркотиками, наблюдая за арестами на данной почве представителей тех же рас. Высказывая свою точку зрения, Майя Залавиц говорит, что американские законы о наркотиках рушат жизни сильнее самих наркотиков.

Употребление автором слова «targets» и тот факт, что слово «blacks» стоит на первом месте, наводят читателя на мысль, что именно чернокожее население имеет большие проблемы, связанные с употреблением наркотиков.

Проанализировав статьи, приведенные выше, можно сделать вывод о том, что они подтверждают наличие такого ряда этнических стереотипов, как «большинство чернокожих – преступники», «у чернокожих чаще возникают проблемы с полицией», «чернокожие часто погибают при столкновении с сотрудниками полиции» (в частности, доказательством существования последнего стереотипа служит такое сочетание слов, как «shot dead by a police officer»).

Дополнительно отметим, что журналисты *The Washington Post* собрали информацию о расовой принадлежности убитых полицией людей, т.е. числе людей, застреленных полицией по этнической принадлежности: белые – 494 человека; чернокожие – 258 человек; латиноамериканцы – 172 человека; другие – 38 человек; неизвестно – 28 человек. Половина из них – белые, другая половина – представители национальных меньшинств. Но если считать в процентах, то представителей небелой части населения США погибает больше. Это особенно заметно в ситуации с чернокожим населением. По данным журналистов, в чернокожих стреляют (полицейские) в 2,5 раза чаще, чем в белых. Афроамериканцы составляют 13% населения США, при этом они составляют 26% погибших от рук полиции.³²

Отмена законов Джима Кроу в 1965 году должна была означать окончание преследования афроамериканцев, но данные экспертов говорят об обратном. Внутренний террор против темнокожих – это множество убитых от рук полицейских и охранников – каждые 28 часов они убивают 1 афроамериканца.

³²URL: <http://www.bbc.com/russian/features-36837450>

Эта цифра взята из нового исследования Кали Акуно из некоммерческого общественного движения *Malcolm x Grassroots Movement*.³³

Подтверждением сказанному могут служить и материалы средств массовой информации, оперативно сообщающих о такого рода происшествиях, как убийство чернокожих граждан, необоснованное применение грубой силы при задержании чернокожих сотрудниками правоохранительных органов, массовые протесты чернокожего населения против полицейского произвола и предвзятого отношения к их «собратьям» при выносе судебных решений.

Анализ статей показал, что в 7 % случаев (2 статьи), предоставленная авторами информация несет в себе положительную оценку, в 69 % (24 статьи) – негативную, и в 24% (8 статей) – нейтральную.

2.2 Этнический стереотип «the Italian»

В ходе дальнейшего рассмотрения заголовков 43 статей было выявлено, что одновременно со словами «Italy» и «Italian» чаще всего употребляются такие слова как: pasta (рус. паста) – 14 раз; mafia (рус. мафия) – 21 раз; fashion (рус. мода) – 8 раз.

Выбор подобных слов не случаен, т.к. в сознании американцев присутствует предвзятое мнение о такой этнической группе, как итальянцы. Примерами этому служат многочисленные работы в жанре комедии (фильмы, шоу, анекдоты), демонстрирующие итальянцев как истинных любителей макаронных изделий. Макароны действительно являются любимым национальным блюдом в Италии.

Приведем примеры.

«In Country's First Gay-Friendly **Ad**, Son Comes Out Over **Pasta** in **Italy**» (By Francesca Trianni, Jun. 10, 2014).

В данной статье речь идет о транслируемой по итальянскому телевидению рекламе, в которой сын приходит на ужин к своей матери со своим молодым человеком. В процессе приготовления ужина, включающего в себя пасту, он сообщает матери о своей сексуальной ориентации. Автор статьи отмечает,

³³URL: <http://www.truth-out.org/opinion/item/16415-the-casualties-of-justice>

мать спокойно реагирует на данную новость. Возможной причиной этому послужила большая любовь к сыну, а также наслаждение от рекламируемого макаронного изделия. По мнению рекламодателей, итальянский потребитель будет всегда оставаться толерантным, если он покупает пасту именно этого производителя.

Проанализировав данную статью, можно сделать вывод о том, что итальянское общество продолжает прививать толерантность по отношению к однополом отношениям, при этом используя любимый национальный продукт в качестве рычага давления.

В следующей статье, озаглавленной «**Pasta key to healthy sustainable diet, says Italian celebrity chef**» (By Stephanie Kirchgaessner, Oct. 27, 2015) автор рассказывает о пользе пасты в качестве основного ингредиента для поддержания здоровой диеты. В доказательство своих слов он приводит интервью с известным итальянским шеф-поваром Массимо Боттура. По словам знаменитости ключом к поддержанию здорового образа жизни является не только употребление макаронных изделий, но и отказ от как можно большего количества животных жиров, а также использование большего количества оливкового масла, свежих трав и сезонных фруктов и овощей при приготовлении пищи. Он также добавил, что приготовление пасты является хорошим способом побудить людей придерживаться средиземноморской диеты, основанной на употреблении в пищу растений, которые снижают риск сердечно-сосудистых заболеваний и инсультов.

Анализ данной статьи наглядно демонстрирует стремление итальянской общественности к ведению здорового образа жизни. Это стремление сопровождается нежеланием отказываться от любимых национальных блюд, в частности пасты и оливкового масла. Непосредственно в самом контексте статьи используются такие слова, как «key» (рус. ключ) и «celebrity» (рус. знаменитость), что помогает автору статьи оказывать более сильное воздействие на аудиторию.

«**Italian police cook elderly couple pasta** after neighbours hear crying» (By Jess Staufenberg, Aug. 8, 2016).

В статье, посвященной добросовестной работе итальянских полицейских, сообщается об инциденте, произошедшем на окраине Рима. В департамент полиции поступил звонок от соседей, сообщающий о плаче в одной из квартир. На данный вызов приехало четверо полицейских. Как было установлено, в квартире проживала пожилая пара Джоул и Мишель. По их словам, они долгое время находились в полном одиночестве, а также были шокированы событиями, транслируемыми по новостным каналам, что и послужило причиной их громкого плача. Полицейские успокоили пару, приготовив им пасту с сыром. Как сообщает автор данной статьи, полицейские разместили фотографии сидящих за столом пожилых людей в интернете, указав, что приготовленная паста помогла им в разрешении сложившейся ситуации. Интернет общественность положительно отреагировала на данную новость, назвав полицейских «настоящими людьми».

На основании данной статьи, можно сделать вывод, что итальянские сотрудники правоохранительных органов порядочные люди, готовые прийти на помощь к любому, кто в ней нуждается. В данном случае помощь итальянской пожилой паре заключалась в приготовлении популярного в Италии блюда – пасты с сыром.

В следующем примере вновь обращает на себя внимание появление в одном ограниченном языковом контексте слов «italian» и «pasta»:

«Eating **pasta helps** you lose weight, says **Italian study**» (By Henry Bodkin, Jul. 4, 2016).

Данная статья включает в себя результаты проведенного диетологами исследования, согласно которым употребление в пищу пасты помогает людям снижать вес. По словам автора статьи, до недавних пор, большинство людей считало, что потребление макаронных изделий ведет к ожирению. Однако, проведенный недавно опрос, насчитывающий более 23 000 человек, выявил, что паста помогает не только избавиться от лишнего веса, но и добиться идеального соотношения талии и бедер. После публикации данной статьи в Великобритании даже начались дебаты по вопросу правильного питания и целесообразно-

сти диеты, включающей в себя употребление в пищу макаронных изделий. По словам ведущего диетолога Джорджа Поуниса, паста не приводит к увеличению массы тела, а скорее наоборот. Как считает сам автор статьи, вопрос о пользе макаронных изделий остается не изученным и требует дальнейших дебатов.

В последнее время итальянцы стараются тщательнее планировать свой рацион и прибегать к новым диетам, чтобы избежать проблем с лишним весом. Основываясь на представленном выше заголовке, можно сказать, что паста помогает решить эту проблему. Выбор слова «helps» не случаен, т.к. автор склонен считать, что аудитория воспримет данную новость положительно, и, более того, будет руководствоваться ей при составлении своего плана питания.

Следующий блок заголовков статей, содержит в себе такие ряды слов, как «mafia», «Italy», «italian», «violent», «business». В сознании современного обывателя преобладает такое стереотипное мнение, как «Италией правит мафия». Вот уже долгое время в стране ведется серьезная борьба с организованной преступностью. Изначально мафия была сугубо сельским явлением, однако с течением времени она перебралась и в города, захватив влияние в сфере строительства, политики, игорных домов и контрабанды наркотиков.

«**Italy vs. the Mafia**: Beheading the 'Ndrangheta» (By Stephan Faris, Jul. 13, 2010).

В данном примере, сообщается о проведенной спецоперации, направленной на борьбу с такой преступной организацией, как Ндрангета. По сообщению представителей правоохранительных органов Италии, наблюдение за деятельностью данной организации осуществлялось в течение нескольких лет. Собрав достаточное количество улик, 13 июля 2010 года, был произведен арест более 300 предполагаемых членов мощной преступной организации, включая главных боссов, бизнесменов и коррумпированных государственных служащих. В подготовке данной операции приняло участие более 3000 человек. Как заявил министр внутренних дел Италии Роберто Марони, благодаря действиям сотрудников правоохранительных органов, была изъята особо крупная сумма де-

нег, что поспособствовало «удару в сердце Ндрангеты». Известный даже за пределами Италии преступный синдикат считается самым опасным в стране, поскольку после объединения с колумбийскими наркобаронами, ему принадлежит контроль над большей частью торговли кокаином в Европе. А его годовой оборот составляет 55 млрд. долл. США, что эквивалентно примерно 3% Итальянской экономики. По данным МВД Италии, обвинения в отношении арестованных включают в себя торговлю оружием и наркотиками, убийства, а также вымогательства.

Автор следующей статьи вновь поднимает проблему о влиянии мафии на население Италии, а в особенности на членов собственных семей.

«**Italian judge** breaks up families **to save** children **of mafia**» (By Stephanie Kirchgaessner , Feb. 23, 2016).

Сообщается, что итальянский судья Роберто Ди Белла после ряда судебных процессов по делу над несовершеннолетними, являющимися членами мафиозных семей, разработал новую политику в отношении борьбы с организованной преступностью. В 2012 году им было принято решение о направлении матерей с детьми, являвшихся членами семей уже арестованных мафиозных боссов, в молодежные дома или организации по борьбе с мафией. Как отмечает сам автор, возможной целью данного подхода можно считать демонстрацию несовершеннолетним другого жизненного пути, который поможет молодым людям отказаться от преступной жизни и стать лучше. Работа началась с членов семей такой преступной организации, как Ндрангета. На сегодняшний день она считается главным источником кокаина в Европе, а также организацией, проникшей в политические партии и организации по всей Италии и, как известно, присутствующей в других странах, включая Германию и США. Тот факт, что данная организация ведет свою деятельность на основе семейных связей, делает задачу правоохранительных органов по убеждению несовершеннолетних особенно трудной.

«**Italian mafia** sees huge **increase in women** mobsters - and they're often more **violent** than the men» (By Michael Day , Dec. 18, 2015).

В данной статье сообщается о заметном увеличении числа представительниц женского пола в рядах организованных преступных группировок. Согласно сообщению Рафаэля Марино, бывшего прокурора Неаполя, на сегодняшний день численность женщин-гангстеров в 10 раз превышает показатели 90-х годов. Это может быть связано с тем, что их родственники (мужья, братья, отцы и др.) были арестованы или убиты в процессе ведения преступной деятельности, что послужило поводом, для передачи преступных полномочий этим женщинам. В статье также рассматривается одна из наиболее ярких историй женщины-мафиози, скончавшейся от многочисленных пулевых ранений недалеко от места своего проживания. По сообщению информатора, Нунция Д'Амико была замешана в распространении наркотиков, а также являлась одним из лидеров семейного преступного бизнеса. Как отмечает сам автор, данный случай является далеко не первым в истории организованной преступности в Италии. Кроме того, по мнению экспертов, женщины-гангстеры зачастую оказываются более жестокими и циничными преступниками по сравнению с мужчинами.

Проанализировав данную статью, можно сделать вывод о том, что итальянская мафия не руководствуется общепринятыми гендерными стереотипами. Главная задача организованной преступности – получение нелегальной прибыли, а также поддержание функционирования своей подпольной деятельности. Лидеры преступных группировок готовы добиваться своих целей любыми средствами, вовлекая в противозаконную жизнь, как женщин, так и детей.

«Mafia is Italy's biggest business» (By Nick Squires, Jan. 10, 2012).

Автор данной статьи, затрагивает одну из самых важных тем для Италии и ее жителей. Им приводятся доказательства того, что в современном мире мафиозные организации проникли во все сферы жизни итальянского общества, начиная от азартных игр и заканчивая строительством предприятий по удалению промышленных и бытовых отходов. Средний годовой оборот преступных группировок составляет приблизительно 100 млрд. евро или 7% ВВП Италии. Предпосылкой к подобному росту прибыли мафии, автор считает экономиче-

ский кризис, при котором большинство банков были не способны оказывать услуги по предоставлению кредитов владельцам больших и малых предприятий. Воспользовавшись данной ситуацией, преступные группировки стали предоставлять кредиты под высокие процентные ставки. Это послужило причиной банкротства многих предприятий, магазинов и ресторанов, которые в итоге были выкуплены мафиозными организациями. Влияние мафии распространилось по всей стране, что привело к увеличению преступности в Италии. Автор считает, что борьба с организованной преступностью возможна, однако требует больших усилий и продолжительного периода времени, поскольку участниками преступной деятельности все чаще оказываются политики, юристы и крупные бизнесмены.

В заголовке статьи неслучайно используется такое сочетание слов, как «biggest business» (рус. крупнейший бизнес), т.к. на сегодняшний день преступные организации Италии завладели большей частью предприятий страны. Под их контролем находятся как развлекательные, так и коммунальные структуры, что говорит о зависимости граждан Италии от мафии. Несмотря на продолжительную борьбу правительства с этим феноменом, мафиозные группировки продолжают ведение своей деятельности, и их ряды пополняются с каждым днем. Данное утверждение может служить причиной такого стереотипного мнения, как «Италией правит мафия».

В следующем блоке заголовков находит языковое отражение такой стереотип, как «Италия – мировая столица моды». Подтверждением этому служит следующая контекстуальная близость слов: «italy», «fashion», «italian», «collection», «milan». Поклонники индустрии моды со всего мира приезжают в Италию для просмотра новых коллекций таких знаменитых брендов, как Prada, Armani, Louis Vuitton, Versace и др. Несмотря на то, что столицей Италии является Рим, все ценители высокой моды приезжают в Милан, который уже давно является главным средоточием основной массы главных модных домов Италии. Именно в Милане модные показы, демонстрирующие самые яркие и экстраординарные

новые коллекции, являются главной достопримечательностью города, привлекающей большое количество туристов.

«**Fashion** Faux Pas: **Italian Vogue Promotes** ‘Slave’ Earrings» (By Megan Gibson, Aug. 22, 2011).

Как сообщается в данной статье, в одном из изданий модного журнала «Italian Vogue» была представлена коллекция ювелирных изделий в форме золотых обручей, которые были названы «рабскими серьгами». Подобное название вызвало бурную реакцию общественности, особенно среди темнокожих этнических меньшинств. Модному изданию было предъявлено обвинение в расизме, а также выслано прошение об изменении названия украшения. Дискриминирующее название было заменено на «этнические серьги», однако в тексте сохранялась ссылка на изображения темнокожих женщин, привезенных рабовладельцами в конце 18-го века в США. Главный редактор журнала Франка Соззани принес извинения за причиненные неудобства, а также отметил, что подобный инцидент стал результатом плохого перевода с итальянского языка на английский.

Проанализировав данную статью, можно сказать, что итальянские законодатели моды прибегают к любым средствам распространения информации о новых коллекциях одежды и ювелирных изделий. Однако в виду пристального внимания мировой аудитории к итальянским модным изданиям, им следует более внимательно относиться к предоставляемой общественности информации. В качестве доказательства серьезного отношения аудитории к подобным инцидентам можно привести начало заголовка, предлагаемое автором – «Fashion Faux Pas» (рус. Модный Провал).

В статье, озаглавленной «The Trip to **Italy** – holiday **fashion lessons** for men» (By Imogen Fox, May 9, 2014), автор предлагает ряд модных советов мужчинам. Наглядным примером его слов служит фотосессия двух знаменитых актеров Стива Кугана и Роба Брайдона, посетивших Италию весной 2014 года. Автор статьи рекомендует мужские образы, популярные в этом сезоне. Советы включают в себя правильный подбор аксессуаров (очки, браслеты, сумки и др.),

модной одежды, обуви, стрижек, а также наиболее гармоничные цвета, подходящие мужчинам.

Анализ статьи подтверждает, что Италия действительно продолжает оставаться страной, диктующей обществу каноны высокой моды. В доказательство этому можно привести контекстуальную близость таких слов в заголовке, как «Italy» и «fashion lessons» (рус. уроки моды).

«**Milan Fashion Week**: How an obsession with motherhood led to one of the **strongest Italian collections** in years» (By Alexander Fury, March 8, 2015).

Автор данной статьи информирует читателей о проходившем показе мод в Милане. Коллекция «осень/зима 2015» получила такое название, как «Да Здравствует Мама!». Как отмечает сам автор, данное название выбрано неслучайно. В итальянской моде всегда ощущался уклон в сторону представительниц женского пола. Данная коллекция не была исключением, т.к. дизайнеры постарались продемонстрировать в ней всю сложность и красоту материнства. Коллекция была разделена на 7 периодов жизни женщины и включала более 80 нарядов. Подводя итоги, автор говорит, что на протяжении всей нашей жизни мы всегда ощущаем поддержку наших матерей. Именно это постарались передать дизайнеры на данном показе.

Проанализировав заголовок приведенной выше статьи, можно отметить, что Милан остается центром итальянских модных показов, на которых итальянские дизайнеры стремятся познакомить общественность со своими последними работами, а также удивить зрителей кардинально новым видением современной высокой моды. Зачастую представляемые ими коллекции поражают воображение не только итальянских дизайнеров, но и известных модельеров из других стран. Доказательством этому служит следующий подбор слов автором: «strongest Italian collections in years» (рус. сильнейшая итальянская коллекция за многие годы).

«Jane Reeve: The English woman who **runs Italian fashion**» (By Luke Leitch, Feb. 26, 2014).

В данной статье, автор рассказывает о переменах в сфере итальянской моды. Неожиданно для всех, генеральным директором Национальной Ассоциации Итальянской Моды (НАИМ) стала англичанка Джейн Рив. Автор берет у нее интервью, в котором новый руководитель рассказывает о себе, планах на будущее, а также делится впечатлениями от обязанностей на новой должности. Будучи ген-директором НАИМ, она должна действовать от имени большинства самых известных дизайнеров Италии, разрешать любые споры, представлять свои интересы по всему миру, проводить Неделю моды в Милане. По словам автора, новый «лидер модной индустрии» остается спокойным, несмотря на большую ответственность своего положения. В заключении автор сравнивает Джейн Рив с Железной Леди, отмечая, что с ее приходом на эту должность мир моды кардинально изменится.

Изучив заголовок данной статьи, следует отметить, что автор акцентирует внимание читателей на этнической принадлежности нового руководителя НАИМ. Данный факт говорит о том, что итальянская мода долгое время находилось под руководством исключительно этнических итальянцев и подобные перемены, вызывают большое удивление среди итальянских законодателей моды, а также заинтересованных в данной деятельности людей.

Проанализировав все изученные статьи, можно сделать вывод, что такая этническая группа, как итальянцы, остается в сознании американцев и британцев любителями макаронных изделий, которые очень уважительно относятся к своей национальной кухне. Что организованная преступность в стране остается на сегодняшний день на высоком уровне. Государство прилагает всевозможные усилия по борьбе с ней, однако сеть преступных группировок продолжает свое функционирование и, более того, развивается. Наконец, Италия предстает в глазах представителей других этнических групп, как страна высокой моды, задающей тренды на все сезоны вот уже на протяжении многих лет. При рассмотрении статей, был сделан вывод о том, что мнения журналистов о данной этнической группе расходятся. Они признают наличие определенных проблем в жизненном укладе итальянского общества, что становится причиной возникно-

вения негативных стереотипных мнений, однако также они обращают внимание на другие культурные особенности Италии, демонстрирующие проживающих на ее территории жителей, как порядочных и высоконравственных людей. Проанализировав статьи, было выявлено, что в 44% случаев (19 статей), предоставленная авторами информация несет в себе положительный характер, в 34% (15 статей) негативный, и в 22% (9 статей) нейтральный.

2.3 Этнический стереотип «the Mexican»

В ходе дальнейшего рассмотрения заголовков 38 статей было выявлено, что в окружении слов «Mexican» и «Mexico», чаще всего употребляются такие слова как: marijuana (рус. марихуана) – 7 раз; cartels (рус. картели) – 14 раз; drugs (рус. наркотики) – 5 раз; immigrants (рус. иммигранты) – 12 раз.

Выбор подобных слов обусловлен преобладающими стереотипами в сознании американцев и британцев о мексиканской этнической группе. В число данных стереотипов входят следующие: наркокартели являются большой проблемой для страны; большая часть импорта наркотиков в США ведется именно из Мексики; в виду высокого уровня бедности в стране, большинство мексиканцев вынуждены мигрировать в США (чаще всего нелегальным способом); низкооплачиваемые рабочие места в США заняты мексиканцами.

Рассмотрим статьи, в которых находят языковое отображение данные стереотипы.

«U.S. Legalization of **Marijuana** Has Hit **Mexican Cartels' Cross-Border Trade**» (By Ioan Grillo, Apr. 8, 2015).

Автор данной статьи информирует о том, что политика легализации марихуаны в США причинила серьезный ущерб контрабандистской деятельности мексиканских картелей. По отчетам Агентства Национальной Безопасности США, приток марихуаны снизился с 2,5 миллионов фунтов в 2011 году до 1,9 миллиона фунтов в 2014 году. Мексиканская армия отметила еще более резкое снижение, изъяв в 2014 году 664 тонны каннабиса, что на 32% меньше по сравнению с прошлым годом. Как указывает сам автор, подобный спад импорта нелегальных наркотиков, вероятно, связан с легализацией марихуаны в некото-

рых штатах. Аналитики все еще пытаются выработать долгосрочный эффект, который может оказать легализация данного наркотического вещества на преступную деятельность мексиканских картелей. Также сообщается, что проблема борьбы с картелями продолжает оставаться весьма серьезной, поскольку преступные группировки ведут свою деятельность и в других отраслях, например, в сексуальной торговле, кражах сырой нефти и контрабанде других наркотических веществ.

Проведя анализ приведенного выше заголовка, можно выявить, что правительство США остается открытым для любых средств по борьбе с организованной преступностью, в особенности с мексиканскими картелями. Политика легализации марихуаны оказала крайне негативное влияние на деятельность контрабандистов, что обосновывается таким выбором словосочетания, как «hit cartel's trade» (рус. нанесла удар по торговле картелей).

«**Mexican marines** use helicopter gunship to **kill alleged cartel leader** and members» (By Associated Press in Mexico City, Feb. 10, 2017).

В данной статье сообщается о перестрелке с участием мексиканскими военно-морскими пехотинцами, открывшими огонь по противнику из вертолетного пулемета, в результате чего был убит предполагаемый региональный лидер наркокартеля Белтран Лэйва и его 11 сообщников. Представитель мексиканских военно-морских сил заявил, что подозреваемый и семь его сообщников открыли огонь по морским пехотинцам, забаррикадировавшись в верхней части дома в столице штата Наярит. Было отмечено, что для подавления огня противника было вызвано вертолетное судно, и по итогам перестрелки потерь со стороны гражданских лиц и военнослужащих не было. После данного столкновения на обратном пути в аэропорт Тепик по вертолету был открыт огонь еще 4 членами, принадлежавшими к одному и тому же картелю. Автор статьи утверждает, что картель Белтрана Лейвы вел свою деятельность в северном штате Синалоа и южном штате Герреро.

Анализ контекста данного заголовка позволяет предположить, что в борьбу с мексиканскими картелями привлекаются не только сотрудники право-

охранительных органов, но также и военнослужащие, использующие спецтехнику при столкновении с противником. В подтверждение этому, можно отметить такое сочетание слов, используемых в заголовке, как «marines use helicopter gunship» (рус. морские пехотинцы воспользовались боевым вертолетом).

«Nine human heads and 32 bodies found in **Mexican cartel mass grave**» (By Agency Press of Guerrero State, Nov. 25, 2016).

Как сообщается в статье, представленной выше, мексиканскими следователями были обнаружены 32 тела и 9 человеческих голов. На территории, принадлежащей картелям, подозреваемым в вымогательстве и похищении людей, военнослужащими и полицией были найдены могилы. В связи с подобной ситуацией к вечеру этого же дня были сформированы отряды полиции для патрулирования в окрестностях данного района. Как сообщает сам автор, деятельность преступных группировок на юге Мексики очень активна. В первые 10 месяцев 2016 года было зарегистрировано 1832 убийства. Согласно заявлению официальных лиц штата Герреро, если этот показатель продолжит увеличиваться, то правительство выделит больше средств для снижения уровня убийств с 68 до 60 на 100 000 человек.

Анализ этого заголовка показывает степень жестокости, на которую способны мексиканские картели. Члены преступных группировок убеждены, что обезглавливание людей – обряд, помогающий им запугивать врагов. Также автор прибегает к использованию языковых средств, чтобы обратить внимание аудитории на огромное количество жертв, пострадавших от рук картелей. Примером этому служат следующее словосочетание: «Mexican cartel mass grave» (рус. массовое захоронение жертв мексиканского картеля).

«**Mexican vigilantes force drugs cartel** out of town» (By Bernd Debusmann, Jan. 13, 2014).

В данной статье автор сообщает об операции, проведенной гражданскими ополченцами против членов наркокартеля в мексиканском штате Мичоакан. Предпосылкой для активизации «общественной полиции» стало бездействие властей и местной полиции, после ряда случаев грабежей, изнасилований и

убийств местных жителей. Как сообщают сами ополченцы, им удалось захватить лагерь предполагаемых членов преступной группировки. В ходе операции, общественная группа взяла под стражу 11 сотрудников полиции, подозреваемых в связях с картелем. В заявлении, опубликованном государственным генеральным прокурором Фаусто Вальехо, было сказано, что он попросил дополнительные федеральные силы для помощи в обеспечении «спокойствия и безопасности» местных жителей. Аналогичные организации также возникли в соседних штатах Оахака и Герреро.

Проведя анализ данной статьи, можно сказать, что в борьбу с силами преступных группировок вступают даже мирные жители. «Mexican vigilantes force drugs cartel» (рус. мексиканские ополченцы выгнали наркокартели). Кроме того, согласно информации, содержащейся в статье, в преступную деятельность картелей вовлечены сотрудники правоохранительных органов, что значительно усложняет ведение борьбы с ними.

В следующем блоке заголовков находит языковое отражение такой стереотип, как «большая часть импорта наркотиков в США ведется из Мексики». Соединенные Штаты занимают первое место в мире по потреблению наркотиков. Следовательно, наркобизнес в Мексике процветает в виду повышенного спроса, а вместе с ним появляются новые наркокартели. Только в период с 2005 по 2010 г. на южной границе США увеличилось количество изъятий марихуаны на 49 %, метамфетамина – на 54 %, героина – на 297 %, а экстази – на 839 %.

«How the **Mexican Drug Trade** First Began» (By Ioan Grillo, Jan. 8, 2016).

Автор данной статьи рассматривает историю становления мексиканского наркотрафика через границу с США. Как утверждает автор, в XVI в. испанцы завезли каннабис на североамериканский континент, который стал очень популярным и получил масштабное распространение. Под влиянием антинаркотических движений в начале XX в. американский Конгресс принял в 1909 году закон о запрете опиума в немедицинских целях. Несмотря на то, что Мексика была вынуждена запретить в 1920-е годы производство марихуаны и опиума, наркобизнес не исчез, появилось подпольное производство, а доходы наркобаронов

стремительно увеличились. Кроме того, отмечает автор, отличительным фактом являлось то, что обычные фермеры, выращивающие нелегальный товар, находились под руководством высокопоставленных мексиканских чиновников. В 1947 г. была создана специальная полиция, главной целью которой была борьба с наркотиками, но фактически ее руководство было замешано в реализации наркотрафика, т.к. полицейских можно было легко подкупить. Поэтому уже с середины XX в. наркокартели и государственная власть стали сотрудничать.

Анализируя заголовок статьи, представленной автором, можно сделать вывод о том, что мексиканский наркотрафик имеет давнюю историю. Об этом свидетельствует следующее языковое окружение слова «mexican»: «how drug trade first began» (рус. как начинался наркотрафик). Кроме того, о важности данной проблемы говорит тот факт, что, по словам автора, наркотрафик осуществляется при поддержке государственной власти.

«**Mexico's war on drugs**: what has it achieved and how is the **US involved**?»
(By Nina Lakhani and Egubiel Tirado, Dec. 8, 2016).

Авторы данной статьи описывают итоги ведения борьбы с мексиканской организованной преступностью. В 2006 г. президент Мексики Фелипе Кальдерон решил положить конец беспорядкам в стране и объявил наркокартелям войну. Он предпринял попытку противостояния увеличившейся коррупции среди полицейских, которая объяснялась, прежде всего, их минимальным заработком. Также Кальдерон добавил десятки тысяч военнослужащих в помощь местной полиции мексиканских штатов, а в большинстве случаев полностью заменил местные полицейские силы. Как сообщают авторы, власти Мексики уже неоднократно обращались к США с просьбой усилить контроль за "прохождением" оружия через двустороннюю границу, на что Вашингтон дал обещание принять дополнительные меры. Улучшение сотрудничества между разведкой США, мексиканской разведкой и службами безопасности привело к многочисленным арестам и изъятиям наркотиков. По словам официальных лиц, 25 из 37 наркоторговцев, находящихся в списках наиболее разыскиваемых преступников, были заключены в тюрьму, экстрадированы в США или убиты.

Проанализировав данную статью, можно сказать, что между правительством Мексики и наркокартелями идет настоящая война. Об этом говорит начало заголовка: «Mexico's war on drugs» (рус. война Мексики с наркотиками). Также можно сделать вывод о том, что мексиканские силовые структуры очень серьезно относятся к данной борьбе и, как следствие, прибегают к помощи соседнего государства («US involved» (рус. США вовлечено)).

«Javier Valdez Cardenas, **obituary**: Crusading journalist who **covered Mexican drug trade**» (By Phil Davison, May 17, 2017).

Как сообщается в данной статье мексиканский журналист Хавьер Вальдес Карденас, освещавший тему наркопреступности в Мексике, был убит в городе Кулиакан, в штате Синалоа. По словам автора, журналиста расстреляли в центре города. Злоумышленники выпустили не менее 10 пуль в журналиста, после чего он скончался на месте. Главным подозреваемым в причастии к данному делу считают Хоакина Гусмана Лэра, лидера местного наркокартеля. Вальдес был четвертым журналистом, убитым в Мексике за последний месяц и 30-м за последние пять лет, что делает Мексику одной из самых опасных стран в мире для журналистов. Погибший руководил еженедельной газетой «Риодоче», основанной им в 2003 году, для разоблачения наркодилеров и их коррумпированных сообщников, часто местных политиков или полицейских. Автор статьи приводит слова журналиста на церемонии вручения Международной премии за свободу печати: «Заниматься журналистикой – это идти по невидимой линии, пересекающей минное поле, которая нарисована плохими парнями, замешанными в торговле наркотиками».

Анализ данной статьи, позволяет сделать вывод о том, что попытки журналистов освещать торговлю наркотиками мексиканскими картелями опасны для жизни. Об этом можно судить, основываясь на наличии в заголовке таких слов, как «obituary» (рус. некролог), а также «covered Mexican drug trade» (рус. освещал торговлю наркотиками в Мексике).

«**Mexico's drug war has brought** terrifying **violence** to the streets and **taken** a dreadful **toll of lives**» (By Ioan Grillo, Jan. 29, 2012).

В данной статье речь идет о произошедшей перестрелке между сотрудниками правоохранительных органов и членами мексиканского наркокартеля. Как сообщается, в результате данного инцидента погибли 5 полицейских. По словам очевидцев, преступная группировка открыла огонь по полицейской машине, когда она остановилась у светофора. Преступникам удалось скрыться. Автор отмечает, что подобные случаи часто происходят на улицах мексиканских городов, поскольку Мексика находится в разгаре войны между наркоторговцами. Соперничающие картели сражаются за контроль над торговлей в США и готовы убить любого, кто пытается им в этом помешать. Согласно отчетам правительственных структур Мексики, война с наркотиками унесла 47 500 жизней, в том числе жизни 3000 государственных служащих - полицейских, солдат, судей, мэров и десятков федеральных чиновников.

Проанализировав заголовок данной статьи, следует отметить, что автор использует эмоционально окрашенную лексику, чтобы донести до читателей серьезность последствий ведения войны с мексиканскими наркоторговцами. Примерами таких слов служат: «terrifying violence» (рус. ужасающая жестокость); «dreadful toll of lives» (рус. огромные людские потери).

Далее представлен ряд статей, демонстрирующих стереотип о мексиканцах как о нелегальных мигрантах. Вопросы, касающиеся иммиграционной политики и миграции, всегда имели очень бурный отклик в народных массах. Среди американцев преобладает мнение о том, что большая часть иммигрантов проживает в стране нелегально, и что они преимущественно являются выходцами из стран Латинской Америки, а большая часть – из Мексики, а также что ущерб, наносимый ими экономике США, превосходит их хозяйственный вклад. Граждане Соединенных Штатов также убеждены в том, что их страна принимает слишком много переселенцев из Латинской Америки. Данный факт свидетельствует о том, что тревогу населения вызывает больше нелегальная, чем легальная миграция.

Рассмотрим ряд примеров статей, содержащих в себе информацию о миграции жителей Мексики в США.

«Don't Tell Amy Chua: Mexicans Are the Most Successful Immigrants»
(By Jennifer Lee, Feb. 25, 2014).

В данной статье автор поднимает вопрос о том, какое этническое меньшинство можно назвать наиболее преуспевшим после миграции в США. В проведенном автором исследовании рассматриваются такие этнические группы, как американские китайцы и американские мексиканцы. В Лос-Анджелесе 64% детей из числа китайских иммигрантов закончили колледж, а в этой группе 22% также получили диплом о высшем образовании. Однако автор утверждает, что у детей китайских иммигрантов было гораздо больше предпосылок для успеха, поскольку более 60% китайских иммигрантов-отцов и более 40% китайских матерей-иммигрантов имеют степень бакалавра или выше. В тоже время дети мексиканских иммигрантов имеют самый низкий уровень образования при сопоставлении их с любой другой группой в проведенном исследовании. Только 86% окончили среднюю школу - по сравнению со 100% китайцев и - и только 17% окончили колледж. По словам автора, правовой статус является ключевым в данном исследовании. Поскольку выпуск детей мексиканских иммигрантов из средней школы был более чем в два раза выше, чем у их родителей, и лишь 40% из них получали дипломы, то не остается сомнений в том, что при определении успеха как прогресса от поколения к поколению, мексиканские американцы выходят на лидирующие позиции.

Проведя анализ языкового окружения, можно сделать вывод о том, что иммиграция мексиканского этноса в США не всегда осуществляется нелегальным способом, и, кроме того, зачастую служит стимулом для лучшего развития детей мексиканских иммигрантов. Об этом свидетельствует лексика, выбранная автором для описания слова «immigrants»: «most successful» (рус. самые успешные).

«Canada prepares for surge of Mexican immigrants after visa lift and Trump win» (By Ashifa Kassam, Dec. 1, 2016).

Как утверждает автор, правительство Канады готовится к притоку большого числа иммигрантов в виду ужесточения политики в отношении мексикан-

ской миграции в США Дональдом Трампом. Еще одной предпосылкой увеличения миграции считается введение безвизового режима между Мексикой и Канадой. Министр иммиграции Канады заявил, что опасения в отношении большого притока беженцев преувеличены. Он также отметил, что лизинг приведет к более глубоким связям между Канадой и Мексикой и стимулирует туризм. Правительство продолжит внимательно следить за миграцией из Мексики, сказал он, и может восстановить визовый режим, в случае если всплеск числа мексиканских беженцев будет резко превышать предполагаемые показатели.

При рассмотрении данной статьи, можно отметить такое языковое окружение слова «immigrants», как «surge» (рус. резкий скачок) и «Canada prepares» (рус. Канада готовится). Данный выбор слов демонстрирует, что проблема миграции мексиканского этноса признается не только в США, но и в соседних государствах. Кроме того, слово «surge» позволяет автору статьи показать масштабность последствий мексиканской миграции и тем самым усилить воздействие на аудиторию.

«Mexican immigrant sues gay sheriff» (By AP, March 7, 2012).

Как сообщается в данной статье, мексиканский иммигрант подал иск в 1 млн. долларов США против шерифа из штата Аризона, с которым он состоял в романтических отношениях. Когда шериф Пол Бабеу баллотировался на место в конгрессе в консервативном районе, он сделал заявление о своей нетрадиционной сексуальной ориентации, и что когда-то находился в отношениях с Хосе Ороско, иммигрантом из Мексики, участвовавшим в его предвыборной кампании. Г-н Ороско обвинил шерифа в угрозе депортации, если бы он придал огласке их отношения. Г-н Бабеу отверг обвинения в совершенном правонарушении и запросил проведения независимого расследования.

Контекстуальный анализ данного заголовка позволил выявить тенденцию среди американских граждан к манипуляции иммигрантов посредством потенциальной депортации. Особая важность данной проблемы заключается в том, что в подобных случаях нередко принимают участие сотрудники правоохранительных органов. Доказательством этому служит использование в заголов-

ке автором таких слов, как «immigrant sues sheriff» (рус. иммигрант подает в суд на шерифа полиции).

«Why **Donald Trump is wrong about Mexican immigrants**» (By David Lawler, Jul. 14, 2015).

Автор статьи рассматривает сделанные Дональдом Трампом расистские заявления о том, что большинство мексиканцев, нелегально пребывающих в США, является убийцами, насильниками и наркоторговцами. Данное заявление получили различные оценки, однако, благодаря своей категоричной позиции, ему удалось выйти на лидирующую позицию в президентских выборах. Как утверждает сам автор, подобные заявления преувеличены, поскольку в процентном соотношении мексиканцев реже арестовывают за преступления на почве насилия, чем граждан США. По данным Института миграционной политики, большая часть латиноамериканских преступников осуждена за нелегальное проникновение на территорию США. По словам автора, иммигранты, прибывающие из Мексики, вероятно, менее склонны к насильственным преступлениям, чем сами жители Америки.

Проанализировав заголовок данной статьи, можно утверждать, что стереотипному взгляду на образ жизни мексиканских мигрантов подвержены не только обычные люди, но и высокопоставленные лица, занимающие высокие государственные должности. Подобные взгляды создают трудности в международной политике и становятся причиной межэтнических конфликтов на территории самой страны. Зачастую негативные стереотипы оказываются ложными. Этому свидетельствует следующий выбор сочетания слов: «wrong about Mexican immigrants» (рус. не прав в отношении мексиканских иммигрантов).

После рассмотрение всех статей, посвященных такой этнической группе как мексиканцы, можно сделать вывод, что она остается в сознании американцев и британцев этносом, страдающим от проблем с наркоторговлей, насилием, бедностью и организованной преступностью. Уровень притока нелегальных мигрантов, а также контрабанды наркотиков в США продолжает увеличиваться, что заставляет правительство Америки принимать жесткие меры по усиле-

нию контроля на границе между двумя странами. Не менее важной проблемой для Мексики остаются многочисленные наркокартели, ведущие свою деятельность по всей стране. Этот факт побуждает мексиканские власти использовать все возможные средства в борьбе с преступными группировками с целью обеспечения безопасности мирных жителей страны. Анализ статей выявил, что в 19% случаев (7 статей), предоставленная авторами информация несет в себе положительный характер, в 57% (21 статья) негативный, и в 24% (10 статей) нейтральный.

2.4 Этнический стереотип «the Chinese»

В ходе дальнейшего рассмотрения заголовков 33 статей было выявлено, что в окружении слов «China» и «Chinese» чаще всего употребляются такие слова как: medicine (рус. медицина) – 15 раз; kung-fu (рус. кунг-фу (вид боевого искусства)) – 10 раз; cheap (рус. дешевый) – 8 раз.

В следующем блоке заголовков находит языковое отражение такой стереотип о превосходстве китайской традиционной медицины. Подтверждением этому служит следующая контекстуальная близость слов: «chinese», «medicine», «traditional», «benefits». Традиционная китайская медицина (ТКМ) — древнейшая система философского мировоззрения на жизнь человека, его взаимосвязь с природой, окружением. Человек в ТКМ воспринимается в совокупности связей психики, тела и эмоций. Древние азиаты предпочитали обнаруживать первые симптомы болезни еще до ее появления, чем потом тратить большое количество сил и времени на ее лечение.

«Does Acupuncture Work? The Benefits of Chinese Medicine» (By Markham Heid, Jun. 29, 2016).

В данной статье автор говорит о пользе традиционной китайской медицины, в частности акупунктуры. По его словам традиционную китайскую медицину зачастую недооценивают, забывая о том факте, что народ Китая вылечивал большинство болезней практически 3 тыс. лет назад, не прибегая к использованию современного медицинского оборудования. В подтверждение своих слов, автор приводит исследования западных медицинских институтов,

изучающих влияние иглоукалывания на организм человека, а также его преимущества перед использованием болеутоляющих для лечения многих хронических болезней. Как показало исследование, акупунктура показывала хорошие результаты, без каких-либо побочных эффектов. К тому же, когда ее методы не приводили к прямому воздействию на организм, она вызывала у пациентов эффект плацебо, значимость которого при лечении больных, уже давно доказана.

Контекстуальный анализ данного заголовка показывает, что преимущества китайской медицины изучаются по всему миру. Как правило, большинство ученых сходятся во мнении о ее пользе. Этому свидетельствует контекстуальная близость таких слов, как «benefits» (рус. польза) и «chinese medicine» (рус. китайская медицина).

«**Integrating** the methods of **traditional Chinese medicine** in modern health-care» (By Paul Benkimoun, Jul. 10, 2012).

Данная статья содержит в себе информацию о предстоящем внедрении методов китайской традиционной медицины в западные медицинские учреждения. Предпосылками данного внедрения считается ряд проведенных исследований, в результате которых китайские методы лечения показали большой процент выздоровления у пациентов. Однако западные медики опасаются, что некоторые методы лечения китайской традиционной медицины могут быть непродуктивными, а иногда потенциально опасными. По словам автора, подобные мнения служат причиной для большого числа дискуссий, а также влекут за собой дополнительные тестирования различных методик. Так же, как отмечается, в последнее время китайская традиционная медицина приобрела большую популярность на западе в виду рекламы со стороны знаменитостей.

Анализ заголовка данной статьи, демонстрирует, что традиционная китайская медицина, получает признание среди современных представителей медицинских учреждений на Западе. К тому же встает вопрос о принятии методов лечения данной медицины в общие медицинские практики: «integrating the methods» (рус. интеграция методов).

Далее представлен ряд статей, демонстрирующих стереотип о том, что такой вид боевого искусства как кунг-фу обладает огромной популярностью в Китае. Несмотря на всеобщее убеждение, кунг-фу это не только вид боевого искусства, но и популярный в Китае образ жизни, требующих ежедневных упражнений по улучшению координации, зрения и общего самочувствия.

«**Kung Fu Doctors**: Shanghai Hospitals **Train Medical Staff for Attacks**» (By Emily Rauhala, Jul. 06, 2013).

Автор статьи информирует о ряде инцидентов, произошедших в китайских больницах, в результате которых медицинский персонал подвергся насилию со стороны пациентов. В виду регулярных нападений, было принято решение обучать сотрудников основам самообороны. В качестве инструкторов были отобраны мастера кунг-фу. В статье также представлен фотоотчет с проходивших занятий. Как отмечает автор, медицинский персонал считает подобные тренировки очень полезными, поскольку они гарантируют определенную степень безопасности на рабочем месте. Причиной атак на сотрудников больниц автор считает нехватку компетентных сотрудников и большое количество недовольных пациентов, не получающих должного ухода и медицинских рекомендаций.

Проанализировав заголовок данной статьи, можно сделать вывод о том, что такой вид боевого искусства как кунг-фу становится частью многих аспектов жизни китайских граждан. К их числу относится и сфера здравоохранения, что подтверждает использования в заголовке словосочетания «kung fu doctors» (рус. кунг-фу доктора). К тому же, можно сделать вывод о том, что данное боевое искусство признано эффективным методом защиты: «train medical staff for attacks» (рус. подготовка медицинского персонала к нападениям).

«**Chinese airlines teach air stewardess kung fu**» (By Peter Simpson, Jan. 06, 2012).

Как сообщается в данной статье, китайская авиакомпания «China Eastern Airlines» приняла решение обучать бортпроводниц боевому искусству кунг-фу. Причиной данного решения стали предположения о том, что знание навыков

рукопашного боя поможет членам экипажа нейтрализовать потенциальных нарушителей на борту, в том числе уменьшить вероятность совершения террористических актов с захватом самолета. По словам автора, авиакомпания готова оплатить курсы боевой подготовки для 2600 стюардесс. Также отмечается, что боевая подготовка поможет оказать содействие сотрудникам воздушной полиции, при контакте с нарушителями порядка на борту самолета.

Анализ статьи также демонстрирует популяризацию кунг-фу в различных сферах жизни общества Китая. В данном случае можно сделать вывод о том, что китайские авиакомпании также заинтересованы во внедрении известного во всем мире боевого искусства в процесс обучения сотрудников. Подтверждением этому служит выбор автором следующего выражения: «teach air stewardess kung fu» (рус. обучение стюардесс кунг-фу).

Проанализировав все изученные статьи, можно прийти к заключению, что Китай является страной с большим культурным наследием, не отстающий от мирового прогресса и заинтересованный в продвижении своих культурных особенностей в мировом обществе. Рассмотренные заголовки служат подтверждением того, что в сознании американских и британских граждан Китай остается лидером в области нетрадиционных методов лечения больных, а также страной, в которой большинство граждан верят в необходимость изучения народных боевых искусств, считая их хорошим способом самозащиты. Благодаря анализу удалось установить, что в 72% случаев (24 статьи), предоставленная авторами информация несет в себе положительный характер, в 9% (3 статьи) негативный, и в 19% (6 статей) нейтральный.

2.5 Этнический стереотип «the Japanese»

В ходе дальнейшего рассмотрения заголовков 14 статей было выявлено, что в окружении слов «Japan» и «Japanese» чаще всего употребляются такие слова как: robots (рус. роботы) – 9 раз; sushi (рус. суши) – 5 раз.

Выбор подобных слов не случаен, т.к. в сознании американцев присутствуют такие стереотипные мнения, как «Япония – страна технологий» и «Японцы помешаны на суши». Причиной подобных взглядов может быть тот факт,

что в последнее время Япония стала заметно превосходить большинство других стран по уровню развития информационных технологий, в том числе робототехники. Также японцы признаются мастерами в приготовлении суши, что побуждает рестораны по всему миру, подающие данное блюдо, нанимать японских кулинаров, предлагая высокую заработную плату.

Приведем примеры статей, демонстрирующие контекстуальную близость таких слов, как «Japan» и «robots».

«**For Earthquake Aid, Japan Sends** In the **Robots**» (By Michele Traverso, Mar. 14, 2011).

Автор данной статьи утверждает, что Япония является родиной самых передовых технологий по созданию робототехники. В качестве доказательства своих слов автор сообщает о двух японских исследовательских группах, проводящих испытания робототехники на территории города Сендае, пострадавшей от цунами. Устройство, используемое первой группой, разработано в форме змеи, что позволяет ему проникать в отверстия диаметром от трех сантиметров, а также передавать видео изображение в режиме реального времени оператору. Другая группа тестирует малогабаритный гусеничный вездеход, также обладающий камерой, позволяющей производить съемку в тепловом режиме, а также датчиком углекислого газа. Обе команды считают, что подобные технологии способны оказать большую помощь спасателям при поиске людей, оказавшихся под завалом, и тем самым спасти большее количество жизней. Также, отмечается, что оба прототипа уже были успешно протестированы в США.

Анализируя данную статью, можно сделать вывод о том, что японские ученые продолжают разработку новейших технологий, способных значительно облегчить жизнь общества. Согласно данной статье разработки рассчитаны на помощь спасателям в случае масштабных стихийных бедствий: «for earthquake aid» (рус. для помощи при землетрясении).

«**Robot Receptionists** at **Japanese** Hotel» (By Olivia B. Waxman, Jul. 16, 2015).

Данная статья содержит в себе информацию об одном из самых высокотехнологичных отелей города Нагасаки. По словам автора в данном отеле гостей встречает робот-динозавр, в чьи задачи входит помощь посетителям при бронировании и заселении в номер. Однако это не единственная инновация данного заведения. Постояльцам также предлагаются услуги робота, сообщающего время, погоду, а также регулирующего освещение в номере. Роботы курьеры, механизированные руки, служащие защитой для ценных вещей, а также многое другое являются предметом гордости владельцев данного отеля. По их словам, механизация рабочего процесса позволяет сэкономить большое количество денег на рабочей силе и, кроме того, привлечь большее количество клиентов.

Проанализировав данную статью, можно сказать, что японцы значительно превосходят большинство других стран по уровню развития технологий робототехники. Подобный вывод можно сделать ввиду того, что высокотехнологичные устройства становятся привычной частью всех сфер жизни японского общества. К числу областей распространения робототехники теперь можно отнести и гостиничный бизнес: «robot receptionist» (рус. робот-регистратор).

Далее представлен ряд статей, демонстрирующих стереотип о любви японцев к такому блюду, как суши. Суши — традиционное японское блюдо, популярное на данный момент во всем мире. Впервые суши появились в Японии в эпоху начала правления династии Эдо. Они считались перекусом на ходу для воинов самураев. Приготовление суши занимало всего несколько минут, поэтому можно сказать, что суши это древний вид японского быстрого питания.

«**McSushi** Anyone? **Japanese Sushi Robot** Cranks Out 3,600 Pieces an Hour» (By Nick Carbone, Apr. 10, 2012).

В данной статье автором представлена информация о новейших разработках в области японской робототехники. Автор рассказывает о созданном японскими инженерами из компании Suzuma роботе, способном производить 3600 суши в час. Причиной создания подобного робота считается большая по-

пулярность среди иностранцев, а также жителей Японии к данному деликатесу. Кроме того, в большинстве ресторанов приготовление одной порции суши на человека занимает около 20 минут. Таким образом, время приготовления снижается, за счет чего уменьшается и стоимость продукта. Как отмечает автор, подобная технология значительно упрощает продажу суши населению и, кроме того, способствует появлению суши-автоматов на улице.

Анализ данной статьи позволяет утверждать, что японские инженеры стремятся к созданию технологий, сокращающих человеческие ресурсы в области общественного питания. Главной целью своей работы инженеры считают сокращение времени приготовления блюд для удобства потребителей. Для отражения подобного мнения автор использует в заголовке такое слово, как «mcsushi», являющееся производным от названия сети быстрого питания «mcdonald's» и названия японского деликатеса «sushi».

«**Kit Kat Sushi** Is Now Being Sold In **Japan**» (By Megan McCluskey, Jan. 30, 2017).

Автор статьи сообщает об открытии нового специализированного магазина в Токио. Данный магазин предлагает покупателям 3 новых вида шоколадных батончиков Kit Kat. По словам автора, создатели новых вкусов стремились приблизить их к суши. Поэтому новые вкусы будут включать в себя следующие: тунец, яйцо и морской еж. Автор отмечает, что данные сочетания вкусов позволят привлечь большую аудиторию среди японского населения, а также заинтересовать иностранных туристов. На момент начала продаж цена одной порции будет достигать приблизительно 3000 йен или 26 долларов США.

Проанализировав данную статью можно сделать вывод, что японские компании, занимающиеся производством продуктов общественного питания, также стремятся к созданию товаров, демонстрирующих потребителям их культурные особенности. В число подобных товаров теперь можно отнести и шоколадные изделия «Kit Kat Sushi».

Проанализировав все изученные статьи, можно прийти к заключению, что Япония является очень развитой страной, как в области технологий, так и в ку-

линарии. Рассмотренные заголовки служат подтверждением того, что в сознании американских граждан Япония остается лидером в области инновационных разработок, значительно влияющих на жизнь людей. Помимо бытовой помощи японские инженеры ставят своей целью привлечение внимания западной общественности, что может благоприятно сказаться на прибыли компаний-производителей. Анализ статей также показывает, что в 50 % случаев (7 статей), предоставленная авторами информация несет в себе положительную оценку, в 28 % (4 статьи) - негативную, и лишь в 22 % (3 статьи) - нейтральную.

2.6 Этнический стереотип «the German»

В ходе дальнейшего рассмотрения заголовков 16 статей было выявлено, что в окружении слов «German» и «Germany» чаще всего употребляются такие слова как: money (рус. деньги) – 3 раза; beer (рус. пиво) – 8 раз; economy (рус. экономика) – 5 раз.

Контекстуальная близость данных слов неслучайна. По результатам опросов, проведенных The Washington Post, страной с самой лучшей экономикой оказалась Германия. Этим достижением она обязана хорошим показателям в области власти, качества жизни, общества и предпринимательства. Прекрасное состояние экономики первой европейской державы стало залогом ее успеха. Страна уже не первый год демонстрирует отличные результаты в экономике и является одним из крупнейших экспортеров в мире. Кроме того, немцы с давних времен считаются настоящими ценителями пива. Согласно последним данным, каждый немец ежегодно поглощает 140 литров пива. Больше всех пьют баварцы, жители северных областей отстают от них. Количество пивоварен вполне соответствует уровню потребления пива: их в Германии больше, чем в любой другой стране Европы, а именно 1280. Одним из самых известных пивных праздников во всем мире, считается Октоберфест, который ежегодно проводится в Баварии.

«**Top 10** Endangered **Exports: German Beer**» (By Tara Kelly, Dec. 04, 2010).

Автор сообщает, что производство пива в Восточной Германии может пострадать ввиду нехватки воды. Вода необходима для выращивания ячменя и хмеля, а использование более дешевых альтернатив, таких как кукуруза, невозможно в Германии из-за строгих правил производства, установленных государством. Хмель, консерванты и ароматизаторы, выращиваемые в северном климате, требуют влажной почвы, морозоустойчивости и высоких температур летом. По мере значительного потепления в этих регионах эти условия могут исчезнуть. По словам автора, Европейский союз профинансировал фермеров из Германии, выделив крупную сумму на систему орошения - 9 миллионов долларов, что позволит фермерам справиться с изменениями климата.

Анализ данной статьи показывает, что одним из основных экспортируемых продуктов в Германии признается пиво. Этому свидетельствует использование автором такого сочетания слов, как «top 10 exports» (рус. 10 главных видов экспорта).

В статье, озаглавленной «**Beer Drinking in Germany Hits a Record Low**» (By Ollie John, Feb. 01, 2013) сообщается, что Германия уже значительное время считалась лидером по производству и потреблению пива. Однако на данный момент заметным становится значительный спад популярности данного продукта. Согласно статистике в 2012 году жители Германии выпили 96,5 млн. гектолитров пиво, что является самым низким показателем с 1990 года. По заявлению Немецкой Ассоциации Пивоваров, подобное снижение потребления пива может быть связано с понижением температур в летний период, сказывающемся на желании потребителей выпивать прохладительные алкогольные напитки. Однако, как отмечает автор, данная тенденция продолжается в течение долгого времени. По словам преподавателя Мюнхенского университета, молодые жители Германии в возрасте от 18 до 34 лет стали все больше задумываться о здоровом образе жизни, а также переходить на употребление более крепких алкогольных напитков.

Проанализировав данную статью, можно сделать вывод, что тенденция к употреблению пива в Германии постепенно сокращается, что ведет к спорам

между производителями пивных продуктов и учеными-социологами. Сам автор отмечает, что подобный феномен крайне необычен для немцев: «beer drinking hits a record low» (рус. уровень потребления пива достиг нижней рекордной отметки).

В ходе дальнейшей работы, были рассмотрены статьи, отражающие стереотип о превосходстве экономики Германии во всем мире.

«Why **Germany** is **Making Money on Eurozone Fears**» (By Roya Wolverston, Jan. 11, 2012).

В начале данной статьи автор отмечает, что Германия в последние годы считается страной с самой стабильной экономикой в мире, показатели безработицы которой, находятся на самом нижнем уровне. Далее автор сообщает, что на прошедшем в Берлине аукционе Бунденсбанку удалось продать 3,6 млрд. евро шестимесячного долга с отрицательной процентной ставкой. Это может свидетельствовать о том, что, несмотря на финансовый кризис, распространившийся на все страны Евросоюза, акционеры продолжают проявлять интерес к финансированию Германии, вкладывая свои деньги в немецкие банки. Уровень продажи ценных бумаг возрос на 7%, что заставило большинство стран резко отреагировать на желание инвесторов совершать финансовые вливания в Германию, даже когда остальные участники Евросоюза борются за получение государственных кредитов. По словам автора, данная ситуация побудила канцлера Германии Ангелу Меркель и президента Франции Николя Саркози на своей последней встрече договориться о разработке совместного плана выхода из кризисного положения, путем взаимопомощи в росте экономических показателей обеих стран.

Анализ заголовка данной статьи показывает, что, несмотря на борьбу с финансовым кризисом, Германия продолжает привлекать деньги инвесторов. Причиной этому может служить мнение о нерушимости немецкой экономики и надежность банков данной страны. Для отражения превосходства Германии над другими странами Евросоюза в сложившейся ситуации, автор использует сле-

дующую конструкцию: «making money on fears» (рус. зарабатывать деньги на страхах).

«How **Germany** Became **the China of Europe**. Ten Years Ago, Germany's Economy Was a Shambles. **Now** It's an **Export Machine**» (By Michael Schuman, Feb. 24, 2011).

В данной статье автор рассказывает читателям о причинах, по которым немецкое производство достигает очень высоких показателей. По его словам, большинство производителей Германии осуществляют свою деятельность непосредственно на территории страны, отказываясь от аутсорсинга. Небольшие, часто принадлежащие семье предприятия, которые составляют основу немецкого производства, исторически специализируются на несезонной стороне промышленного спектра (машины и тяжелое оборудование). Однако в последние годы немецкие фирмы стали производить высокотехнологичные товары, что сделало их наиболее конкурентоспособными. Доказательством является бум в экспорте, который в 2010 году вырос на 18,5%. В 2010 году ВВП вырос на 3,6% по сравнению с 2,9% в США. Несмотря на то, что безработица в США и в большей части Европы увеличилась до уровня, который не наблюдался в течение десятилетий, уровень безработицы в Германии снизился во время кризиса до примерно 6,9% в 2010 году с 8,6 %. Подобный скачок вывел Германию на совершенно новую ступень экономического развития, сделав страну доминирующей экономической державой Европы.

Анализ данной статьи позволяет утверждать, что Германия является страной, значительно превосходящей других участников Евросоюза как по уровню экономического развития, так и по уровню экспорта, а также снижения безработицы. Об этом может свидетельствовать выбранное автором словосочетание – «export machine» (рус. машина для экспорта). Также автор использует выражение «became the China of Europe» (рус. стала Китаем Европы), чтобы продемонстрировать положение Германии на западе. Китай в последние годы является страной с быстро развивающейся экономикой, производящей товары для экспорта по всему миру. Таким образом, данное сравнение отражает уве-

ренную позицию на рынке немецких товаров, а также значительный рост в области развития национального производства.

Проанализировав приведенные выше статьи, можно сделать вывод, что в США Германию считают лидером как в области экономики, в частности, в Европе, так и в потребления пивных продуктов. Уровень безработицы в стране достигает минимума, а производственные показатели позволяют выходить из финансового кризиса, без значительного ущерба. Что касается потребления пива, в последнее время заметным становится спад популярности данного продукта среди немецких граждан, однако, мнение о Германии, как о «пивной стране» остается в сознании жителей других стран. Анализ статей также показывает, что в 56% случаев (9 статей), предоставленная авторами информация несет в себе положительную оценку, в 12% (2 статьи) - негативную, и в 32% (5 статей) - нейтральную.

2.7 Этнический стереотип «the Russian»

В ходе дальнейшего рассмотрения заголовков 20 статей было выявлено, что в окружении слов «the Russian» и «Russia» чаще всего употребляются такие слова как: vodka (рус. водка) – 8 раз; Putin (рус. Путин) – 12 раз; alcoholism (рус. алкоголизм) – 5 раз.

Причиной выбора подобных слов служит мнение американских граждан о пристрастии русских к такому крепкому алкогольному напитку, как водка, а также о любви жителей России к президенту РФ Владимиру Владимировичу Путину, который является не только лицом, представляющим державу, но и национальным символом. Водка считается культурным наследием России, поскольку производить ее начали еще в XIV веке, после чего она стала неотъемлемой частью любого русского застолья. Говоря о любви к президенту, в сознании многих иностранных граждан, жители России искренне почитают своего президента и готовы прощать ему любые политические ошибки ввиду его высокого положения на мировой арене, а также компетентного подхода к ведению как внешней, так и внутренней политики.

Рассмотрим статьи, в которых находят языковое отображение данные стереотипы.

«**Russia, Vodka, Price Cuts and Alcoholism**» (By Claire Suddath, Jan. 05, 2010).

Как сообщается в данной статье, правительством России было принято решение о повышении цены на водку с \$ 1,69 до \$ 3. Причиной данного шага является ужесточение борьбы с проблемой повышенного уровня алкоголизма в стране. Как указывает автор, в среднем гражданин России потребляет около 18 литров водки в год, что в два раза больше по сравнению с США. С момента появления данного напитка правительство России всеми силами старалось контролировать его распространение, однако с распадом СССР был отменен сухой закон, что соответственно привело к увеличению уровня алкоголизма. Сегодня ежегодное потребление алкоголя россиян выше, чем у любой другой национальности в мире. У российских мужчин продолжительность жизни составляет всего 60 лет, что в значительной степени объясняется алкоголизмом. К тому же, несмотря на антиалкогольные компании, продолжается развитие черного рынка, где водку вытесняет такой напиток, как самогон.

Анализ, статья позволяет утверждать, что мнение о высоком уровне алкоголизме в стране, а также о чрезмерном пристрастии россиян непосредственно к водке, распространено среди граждан других стран. В заголовке автор статьи ставит в один ряд такие слова, как «Russia», «Vodka» и «Alcoholism», что свидетельствует о его негативном взгляде на сложившуюся в России ситуацию.

В следующей статье «**Leonardo DiCaprio's Russian Lookalike Stars in Vodka Ad**» (By Raisa Bruner, Jul. 07, 2016) автор сообщает о выходе рекламного ролика торговой марки «Пять Озер», в котором главную роль исполнил сотрудник службы экстренной помощи из Москвы Роман Бурцев. Роман считается двойником известного американского актера Леонардо Ди Каприо ввиду сильной внешней схожести. Далее автор представляет краткое содержание рекламного ролика, в котором главный герой едет на поддельном автомобиле, напоминающем автомобиль марки БМВ. В конце ролика герой держит в руках рек-

ламируемую бутылку алкоголя. По словам автора, данная реклама снята в интересной манере, и герой оставляет сильное впечатление, поскольку зрители не сразу понимают, что на экране предстает не голливудская кинозвезда.

Анализ данной статьи позволяет утверждать, что, по мнению автора, российские производители алкогольных напитков стараются привлечь аудиторию, прибегая к самым разнообразным способам демонстрации своей продукции. В данном случае можно сказать, что подбор для съемок человека, очень похожего на американскую знаменитость («Leonardo DiCaprio's Russian Lookalike»), привлек внимание не только российских зрителей, но и иностранной общественности.

В следующем заголовке отражен стереотип о почитании жителями России своего национального лидера Владимира Путина, который считается символом страны также и для иностранных граждан, в частности США.

«**Putin's Power**: Why **Russians Adore** Their Bare-Chested Reagan» (By Josh Weil, Jul. 27, 2014).

Автором данной статьи выступает писатель Джош Вейль. Он рассказывает о своем путешествии по России, а также делится информацией о Владимире Путине, которую ему удалось собрать посредством интервью с обычными гражданами. По его словам, большинство опрошенных высказываются с глубоким уважением о своем президенте, однако не приводят конкретных доводов в пользу его авторитета. Несмотря на сомнительную деятельность в 90-х годах, а также нестабильную ситуацию в стране, жители России признают, что данный человек ввел страну в новую историю, дав новые возможности и права гражданам. Автор отмечает, что ему не удалось понять образ мышления людей, с которыми ему довелось общаться, поскольку ему приводили доводы в пользу прошлых режимов власти. Однако, по его словам, подобные представления, возможно, могут быть свойственны лишь жителям России – «страны с богатой историей, полной выдающихся личностей и спорных решений на пути к светлomu будущему».

Проанализировав заголовок данной статьи, можно отметить следующее употребление словосочетаний: «Putin's Power» (рус. власть Путина) – исходя из формы выражения, представленной автором статьи, можно сделать вывод о том, что в сознании американцев Владимир Владимирович является властным человеком с большим влиянием на все сферы жизни общества; «Adore» (рус. обожают) – в данном случае автор демонстрирует силу симпатии граждан РФ к своему президенту.

Проведя анализ всех заголовков, можно сделать вывод, что в сознании американских граждан жители России не в силах справиться с высоким уровнем алкоголизма. И чрезмерное употребление водки сказывается не только на продолжительности жизни, но и ведет к ужесточению антиалкогольной политики со стороны правительства. Также в результате пропаганды молодежных организаций, преобладает мнение о крайне высоком уровне симпатии к президенту РФ, несмотря на трудное внутригосударственное положение. Благодаря анализу удалось установить, что в 45% случаев (9 статей), предоставленная авторами информация несет в себе положительную оценку, в 40% (8 статей) – негативную, и в 15% (3 статьи) - нейтральную.

2.8 Этнический стереотип «the French»

В ходе дальнейшего рассмотрения заголовков 15 статей было выявлено, что в окружении слов «France» и «French» чаще всего употребляются такие слова как: love (рус. любовь) – 5 раз; strike (рус. забастовка) – раз; sex (рус. секс) – 3 раза.

Выбор подобного словарного окружения вызван существованием следующих стереотипных суждений: «Франция – страна любви»; «Франция – страна забастовок». Что касается первого стереотипа, подобное мнение сложилось в результате большого количества исторических предпосылок. Так, например, об этом может свидетельствовать образ жизни пропагандируемый парижскими кабаре, существование такого популярного понятия, как «french kiss» (рус. французский поцелуй); известная во всем мире склонность к романтике французских мужчин и т.д. Причиной возникновения стереотипа о французских

забастовках стало большое количество митингов, проводимых во Франции со стороны работников различных областей обслуживания и производства.

Обратимся к анализу статьи «**Paris Will Sell Some of Those Famous 'Love Locks' to Raise Money for Refugees**» (By Suyin Haynes, Dec. 07, 2016).

Автор статьи говорит о том, что Париж уже с давних пор считается «городом любви», и парижское правительство приняло решение «распространить свою любовь по всему миру».

В данной статье речь идет о продаже «любовных замков», популярных среди туристов. Большинство посетителей города покупают их, чтобы затем закрепить на мосту, пересекающем реку Сена. Однако ввиду чрезмерного количества этих замков правительством был подписан указ о снятии их с конструкции моста. Также были установлены специальные стойки, для размещения любовных символов, и открыты точки продажи. По предварительным расчетам, благодаря продаже замков, правительству удастся выручить около 107 000 долл. США. Все заработанные средства будут отправлены на помощь беженцам.

Анализ статьи позволяет сделать вывод, что французские власти признают свою страну «любовной столицей» и пытаются извлечь выгоду из сложившегося мнения. В данном случае речь идет о продаже «любовных замков», с целью помощи нуждающимся в поддержке беженцам: «Raise Money for Refugees» (рус. заработать деньги для беженцев).

В следующей статье представлена информация о проводимых во Франции забастовках. Особенностью французов является резкая реакция на правительственные действия или решения руководителей фирм, тем или иным образом нарушающие привычный уклад жизни граждан или нарушающие их личные права.

«**Massive Flight Cancellations as Air France Pilots Go on Strike**» (By Nolan Feeney, Sep. 15, 2014).

Согласно информации, представленной в данной статье, недельная забастовка работников компании «Air France» стала причиной отмены более полови-

ны рейсов. Сообщается, что пилоты данной авиакомпании протестуют против мер по сокращению расходов. По словам автора, руководство Air France объявило о намерении перевести большую часть своих операций в Европе на более дешевую дочернюю компанию Transavia с целью экономии, составляющей приблизительно 1,3 млрд долларов США. Пилоты утверждают, что авиакомпания перемещает рабочие места за пределы Франции с целью снижения затрат на уплату налогов, а также найма более дешевой рабочей силы. В качестве ответа руководство компании заявило, что многие европейские перевозчики вынуждены реструктурировать и корректировать свои бизнес-модели, поскольку они сталкиваются с конкуренцией со стороны более дешевых компаний-оппонентов.

В качестве вывода можно отметить, что крайние меры, принимаемые французскими рабочими, негативно сказываются на экономической ситуации в стране в целом: «massive flight cancellations» (рус. массовые отмены рейсов).

В следующей статье, озаглавленной «**Why the French Love to Strike**» (By Bruce Crumley, Apr. 16, 2011) раскрывает читателям истинную причину столь частых забастовок сотрудников французских компаний. Зачастую к подобным инцидентам приводят жесткие меры экономии руководителей, в результате которых сотрудники большинства фирм теряют работу или остаются без зарплаты на продолжительный период времени. Забастовки включают в себя поджоги, блокировку деятельности компаний и даже похищение руководящих лиц. По словам автора, одной из причин подобных действий также является некомпетентность руководителей профсоюзов, в чьи должностные обязанности входит урегулирование любых возможных конфликтов между персоналом и руководством. Согласно опросу французских граждан, 55% жителей считают забастовки правомерным актом выражения несогласия, и в 45% случаев опрошенные считали забастовки чрезмерно радикальными и способными привести к опасному военному положению в стране.

Проведя анализ данной статьи можно сказать, что тенденция к митингам во Франции начала активно увеличиваться, что в будущем может послужить

причиной более серьезных протестов, в отношении непосредственно правительства страны. При рассмотрении заголовка данной статьи был сделан вывод о том, что автор придерживается мнения о положительном отношении французских граждан к проведению забастовок: «the French Love to Strike» (рус. французы любят бастовать).

Анализ всех заголовков, касающихся французского этноса позволяет утверждать, что в сознании американских граждан жители Франции крайне подвержены эмоциям. Данная черта проявляется как при межличностном общении, так и в массовом. Особенно французы склонны выражать свое мнение (зачастую негативное) путем проведения митингов и забастовок, в результате которых страдают не только жизни других людей, но и экономика отдельных регионов страны. Благодаря анализу удалось установить, что в 20% случаев (3 статьи) предоставленная авторами информация несет в себе положительную оценку, в 47% (7 статей) – негативную, и в 33% (5 статей) – нейтральную.

Выводы.

В ходе работы было рассмотрено 213 статей, опубликованных в электронной версии журнала «Time» с 2010 г. по 2017 г., и были выявлены такие этнические стереотипы, как «афро-американцы», «итальянцы», «мексиканцы», «китайцы», «русские», «немцы», «японцы» и «французы».

В публикациях журнала, как показал анализ материала, объективируются следующие стереотипы об этих этносах: *чернокожие* – «большинство чернокожих – преступники», «у чернокожих чаще возникают проблемы с полицией»; *итальянцы* – «истинные любители макаронных изделий», «Италией правит мафия», «Италия – мировая столица моды»; *мексиканцы* – «деятельность наркокартелей является главной проблемой Мексики», «большая часть производства наркотиков ведется в Мексике», «большинство этнических мексиканцев – иммигранты, причем зачастую нелегальные»; *китайцы* – «Китай – лидер в области нетрадиционных методов лечения больных», «все китайцы знают кунг-фу»; *японцы* – «Япония – страна высоких технологий», «японцы едят только суши»; *немцы* – «страна с самой лучшей экономикой в мире»; «самый любимый напи-

ток немцев – пиво»; *русские* – «жители Росси пьют много водки», «все русские любят Путина»; *французы* – «Франция – страна любви и романтики», «французы любят устраивать забастовки».

Таблица 1 Оценочная направленность стереотипов.

Стереотип	Положительная оценка	Негативная оценка	Нейтральная оценка
«Black»	7%	69%	24%
«the Italian»	44%	34	22%
«the Mexican»	19%	57%	24%
«the Chinese»	72%	9%	19%
«the Russian»	45%	40%	15%
«the Japanese»	50%	28%	22%
«the French»	20%	47%	55%
«the German»	56%	12%	32%

Проанализировав данные, можно отметить, что этнической группой, в гетеростереотипах которой преобладает положительная оценка, является группа «the Chinese». Предпосылками к данному результату служит в целом положительное отношение американских граждан и, в частности, журналистов, к данной нации, интерес к традиционным методам лечения заболеваний, применяемым китайскими докторами.

Также преимущественно положительно американцы относятся к немцам (56 % положительных оценок) и японцам (50 % положительных оценок).

Этнической группой, в гетеростереотипах которой преобладает отрицательная оценка, является группа «Black». Данный факт объясняется не столько большим числом преступлений, совершенных афроамериканцами, сколько присутствием в общественном сознании белых американцев расовых предрассудков по отношению к чернокожему населению, социальной напряженностью.

Также негативно американцы относятся к мексиканцам (57 % негативных оценок), что объясняется напряженностью в отношениях между двумя этническими группами, незаконным пересечением границы мексиканскими иммигрантами, их участием в организованной преступности.

Этническая группа, по отношению к которой американцы не испытывают определенных симпатий или антипатий – «the French». Причиной этому может

служить отсутствие опыта межличностного общения у большинства американцев, неопределенные позиции авторов публикаций, смешение оценок, относящихся к данному этническому стереотипу, в материалах журнала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Знание социально-психологических особенностей формирования и функционирования этнических стереотипов представляет ценность для практического решения вопросов регулирования межэтнических отношений.

В теоретической части работы были рассмотрены существующие подходы к изучению этнических стереотипов в гуманитарных науках, виды, функции, методы изучения стереотипов.

В практической части работы были рассмотрены этнические стереотипы, которые получают языковую объективацию в материалах журнала «Time».

В ходе работы было проанализировано 213 статей, датированных 2010 – 2017 гг.

В материалах статей электронной версии журнала «Time» были выявлены такие этнические стереотипы, как «афро-американцы (чернокожие)», «итальянцы», «мексиканцы», «китайцы», «русские» «немцы», «японцы» и «французы».

В статьях объективируются следующие стереотипы о представленных выше этносах: *чернокожие* – «большинство чернокожих – преступники», «у чернокожих чаще возникают проблемы с полицией»; *итальянцы* – «истинные любители макаронных изделий», «Италией правит мафия», «Италия – мировая столица моды»; *мексиканцы* – «деятельность наркокартелей является главной проблемой Мексики», «большая часть производства наркотиков ведется в Мексике», «большинство этнических мексиканцев – иммигранты, причем зачастую нелегальные»; *китайцы* – «Китай – лидер в области нетрадиционных методов лечения больных», «все китайцы знают кунг-фу»; *японцы* – «Япония – страна высоких технологий», «японцы едят только суши»; *немцы* – «страна с самой лучшей экономикой в мире»; «самый любимый напиток немцев – пиво»; *русские* – «жители России пьют много водки», «все русские любят Путина»; *французы* – «Франция – страна любви и романтики», «французы любят устраивать забастовки».

Этнической группой, в гетеростереотипах которой преобладает положительная оценка, является группа «the Chinese». Предпосылками к данному результату служит в целом положительное отношение американских граждан и, в частности, журналистов, к данной нации, интерес к традиционным методам лечения заболеваний, применяемым китайскими докторами.

Также преимущественно положительно американцы относятся к немцам и японцам.

Этнической группой, в гетеростереотипах которой преобладает отрицательная оценка, является группа «Black». Данный факт объясняется не столько большим числом преступлений, совершенных афроамериканцами, сколько присутствием в общественном сознании белых американцев расовых предрассудков по отношению к чернокожему населению, социальной напряженностью.

Также негативно американцы относятся к мексиканцам, что объясняется напряженностью в отношениях между двумя этническими группами, незаконным пересечением границы мексиканскими иммигрантами, их участием в организованной преступности.

Этническая группа, по отношению к которой американцы не испытывают определенных симпатий или антипатий – «the French». Причиной этому может служить отсутствие опыта межличностного общения у большинства американцев, неопределенные позиции авторов публикаций, смешение оценок, относящихся к данному этническому стереотипу, в материалах журнала.

Межнациональная напряженность, активизация деятельности националистических движений на фоне заметно национализирующейся внутренней политики повышают значимость изучения этнических стереотипов и механизмов их формирования. Процесс преодоления стереотипов очень долгий и непростой, а порой, он даже невозможен. Поэтому для успешного ведения дел на мировой арене необходимы подробные знания и работа в плане преодоления стереотипов (в большей мере негативных) как при восприятии «своей», так и «чужой» культуры.

Появление новых государств и увеличение количества беженцев становятся причиной большого числа этнических конфликтов. Все это усиливает необходимость исследования межнациональных отношений, проведения мониторингов, посвященных данной тематике, и в частности, проблеме этнических стереотипов как формы отражения в массовом, бытовом сознании состояния этих отношений.

Культура межэтнического общения представляет собой не только систему стереотипов поведения в ситуации межэтнического контакта, но и культуру этноса в целом. Этнические стереотипы часто не соответствуют реальности и являются субъективными.

В настоящее время актуальность изучения этнических стереотипов диктуется необходимостью прогнозирования и разрешения различных социальных, культурных и политических конфликтов, возникающих в ситуации межэтнического контакта, и тема их изучения является по-прежнему перспективной для разработки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

НАУЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 Агеев, В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы / В.С. Агеев. – М. : Издательство Московского университета, 1990. – 240 с.
- 2 Анцупов, А.Я. Словарь конфликтолога / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – СПб. : Питер, 2006. – 528 с.
- 3 Байбурин, А.К. Этнические стереотипы поведения / А.К. Байбурин. – Ленинград : Наука, 1985. – 324 с.
- 4 Банистер, Д. Новый метод исследования личности: руководство по репертуарным личностным методикам / Д. Банистер, Ф. Франселла. – М. : Прогресс, 1987. – 236 с.
- 5 Баранова, Т.С. Психологическое исследование социальной идентичности / Т.С. Баранова // Социальная идентификация личности – 2. Книга 2. – М. : Институт социологии РАН, 1993. – 298 с.
- 6 Баронин, А.С. Этническая психология / А.С. Баронин. – Киев : Тандем, 2000. – 264 с.
- 7 Бартминьский, Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике / Е. Бартминьский. – М. : Индрик, 2005. – 527 с.
- 8 Батьянова, Е.П. Этнические стереотипы в меняющемся мире / Е.П. Батьянова, А.Н. Калабанов. – М. : ИЭА РАН, 1998. – 135 с.
- 9 Белова, О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: Этнолингвистическое исследование : автореф. дис.... д-ра филол. наук: 10.02.03 / О.В. Белова. – М. : Институт славяноведения РАН, 2006. – 264 с.
- 10 Боголюбова, Н.М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен: Учебное пособие / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева. – СПб. : СПбКО, 2017. – 416 с.

- 11 Вопрос национальной идентичности в контексте глобализации: сб. научных трудов / отв. ред. А.Н. Чумаков. – М. : Проспект, 2014. – 236 с.
- 12 Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М. : КноРус, 2013. – 359 с.
- 13 Гомбоева, М.И. Лингвистика и межкультурная коммуникация в современном мире: VI Международная научно-практическая конференция / М.И. Гомбоева. – Чита : ЗабГУ, 2013. – 127 с.
- 14 Горшунова, Е.Ю. Межкультурная коммуникация, этнические стереотипы и ярлыки англоговорящего сообщества: Учебное пособие / Е.Ю. Горшунова, Ю.В. Горшунов. – М. : Проспект, 2015. – 121 с.
- 15 История культуры повседневности: Учебное пособие / под ред. В.П. Большакова, С.Н. Иконниковой. – М. : Проспект, 2015. – 648 с.
- 16 Козлов, В.И. Этническая общность / В.И. Козлов // Советская историческая энциклопедия. – М. : Советская энциклопедия, 1971. – 670 с.
- 17 Кочнова, К.А. Роль этнических стереотипов в межкультурной коммуникации / К.А. Кочнова // ЭНЖ Вестник Мининского университета. – Вып. 2. – 2013. Режим доступа: [[http:// www.vestnik.mininuniver.ru/reader/search/rol-etnicheskikh-stereotipov-v-mezhkulturnoy-kommu/](http://www.vestnik.mininuniver.ru/reader/search/rol-etnicheskikh-stereotipov-v-mezhkulturnoy-kommu/) 16/05/2015]
- 18 Крысин, Л.П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы / Л.П. Крысин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2003. – С. 458-463.
- 19 Крысько, В.Г. Этническая психология / В.Г. Крысько. – М. : Издательский центр «Академия», 2011. – 320 с.
- 20 Липпман, У. Общественное мнение: моногр.: пер. с англ. / У. Липпман. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
- 21 Лопушанский, И.Н. Социология: Учебное пособие / И.Н. Лопушанский. – СПб. : Питер, 2004. – 400 с.
- 22 Мазур, А.В. Межкультурная коммуникация / А.В. Мазур. – Воронеж : ВГЛТА, 2010. – 117 с.

- 23 Мандель, Б.Р. Этнопсихология / Б.Р. Мандель. – М. : Наука, Флинта, 2015. – 412 с.
- 24 Маслова, В.А. Лингвокультурология / В.А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 208 с.
- 25 Миньяр-Белоручева, А.П. Этнические стереотипы в англоязычном пространстве / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская // Психология. – Вып. 1. – Сер. 14. – 2013. – С. 52-65.
- 26 Миньяр-Белоручева, А.П. Этнические стереотипы в англоязычном пространстве / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская // Национальный психологический журнал. – Вып. 2. – 2012. – С. 90-94.
- 27 Некрасова, А.Е. Дискуссионный анализ высказываний, отражающих стереотипы взаимовосприятия англичан и французов (на материале качественной британской и французской прессы) / А.Е. Некрасова. Дисс. канд. филол. наук: 10.02.20. – М. : МГУ, 2009. – 215 с.
- 28 Панин, В.В. Средства выражения этнических стереотипов в английском языке / В.В. Панин // Политическая лингвистика. – Вып. 15. – 2005. – С. 208-212.
- 29 Пахотина С.В. Стереотипные представления русских и немцев друг о друге / С.В. Пахотина, Н.А. Шамотова // Журнал «Молодой ученый». – Вып. 9.1. – 2015. – С. 61-64.
- 30 Петренко, В.Ф. Основы психосемантики. 2-е изд., доп. / В.Ф. Петренко. – СПб. : Издательский дом «Питер», 2005. – 480 с.
- 31 Платонов, Ю.П. Народы мира в зеркале геополитики / Ю.П. Платонов. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2000. – 432 с.
- 32 Платонов, Ю.П. Социальная психология поведения: Учебное пособие / Ю.П. Платонов. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
- 33 Платонов, Ю.П. Этническая социальная психология / Ю.П. Платонов. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета, 1993. – 361 с.
- 34 Платонов, Ю.П. Этнический фактор: Геополитика и психология / Ю.П. Платонов. – СПб. : Речь, 2002. – 519 с.

- 35 Поршнев, Б.Ф. Социальная психология и история / Б.Ф. Поршнев. – М. : Наука, 1996. – 212 с.
- 36 Почебут, Л.Г. Социальная психология. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Л.Г. Почебут. – СПб. : Питер, 2016. – 400 с.
- 37 Пузанова, Ж.В. Использование психосемантических методов в изучении этнических стереотипов / Ж.В. Пузанова, А.В. Медведева // Вестник РУДН. – Сер. Социология. – Вып. 1. – 2013. – С. 87-116.
- 38 Садохин, А.П. Межкультурная коммуникация / А.П. Садохин. – М. : Высшая школа, 2006. – 352 с.
- 39 Семенов, Ю.И. Народ, этнос, нация. Статья первая. Общество, население, этнос / Ю.И. Семенов // Научно-теоретический журнал «Философия и общество». – Вып. 1(69). 2013. – С. 21-55.
- 40 Солдатова, Г.У. Принципы формирования толерантности и управления рисками ксенофобии / Г.У. Солдатова, Т.А. Нестик, Л.А. Шайгерова // Национальный психологический журнал. – Вып. 2. – 2011. – С. 60-79.
- 41 Социология миграционных процессов / Н.Е. Коршунова, О.В. Шатаева, А.С. Мошкин, Р.М. Коршунов. – Москва-Берлин : Директ Медиа, 2015. – 313 с.
- 42 Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. Практикум / Т. Г. Стефаненко. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – 368 с.
- 43 Суходольская, Н.П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей / Н.П. Суходольская. Дисс. ... канд. филос. наук. – М. : Московский университет им. М.В. Ломоносова, 2009. – 168 с.
- 44 Травкина, Н.М. «Новая демография» Америки (современные тенденции и прогнозы) / Н.М. Травкина // ЭНЖ Россия и Америка в XXI веке. – Вып. 1. 2012. Режим доступа: [<http://www.rusus.ru/?act=read&id=321> 17/05/2015]
- 45 Уварова, Т.Б. Информационный фактор в современной российской этнологии: моногр. / Т.Б. Уварова. – М. : Директ Медиа, 2013. – 320 с.

46 Фурманова, В.П. Межкультурная коммуникация: язык, культура, личность: теоретические и прикладные проблемы / В.П. Фурманова. – Мордовия : Типография «Красный Октябрь», 2003. – 230 с.

47 Чалдини, Р.Б. Социальная психология. Пойми других, чтобы понять себя / Р.Б. Чалдини, Д. Кенрик, С. Нейберг. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 256 с.

48 Шевелева, И.П. Этнический стереотип как феномен культуры / И.П. Шевелева // Культура народов Причерноморья: научный журнал. – Вып. 37. – 2003. – С. 72-76.

49 Шихирев, П.Н. Современная социальная психология / П.Н. Шихирев. – М. : Мысль, 1999. – 448 с.

50 Этничность, толерантность и СМИ / отв. ред. И.В. Следзевский. М. : Центр цивилизационных и региональных исследований РАН, 2006. – 224 с.

СЛОВАРИ

51 Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4т. / В.И. Даль. – М. : Издательский Центр «Терра», 1994. – 4 т.

52 Никошкова, Е.В. Русско-английский словарь по психологии / Е.В. Никошкова. – М. : РУССО, 2006. – 664 с.

53 Романова, Н.Н. Тысяча состояний души. Краткий психолого-филологический словарь / А.В. Филиппов, Н.Н. Романова, Т.В. Литягова. – М. : Наука, Флинта, 2011. – 424 с.

54 АВВУУ Lingvo 11 Многоязычная версия [Электронный словарь] / АВВУУ Software. 2005. – 1 CD-диск.