

УДК 811.111'42'37

Ю. М. Нідзельська,
кандидат філологічних наук, викладач
(Житомирський державний університет імені Івана Франка)

СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ ЄВРЕЇВ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Стаття присвячена аналізу авто- та гетеростереотипів євреїв через призму сучасної англійської мови. У ній розглядаються різні підходи до визначення стереотипів, їх базові функції, узагальнюючий та оцінний аспекти, образний потенціал. Увагу приділено єврейським анекдотам як середовищу функціонування стереотипізованих уявлень; типовим професіям євреїв; екстралінгвістичним факторам, які детермінували виникнення стереотипів.

У сучасній лінгвістиці в умовах всеохоплюючої глобалізації спостерігається поглиблений інтерес до вивчення особливостей перебігу комунікації між різними соціальними, етнічними, професійними групами. Посилену увагу на вивчення стереотипів як явищ думки, мови, культури та комунікації у своїх працях звертають такі науковці: Є. Бартмінський, А. Белова, П. Донець, О. Леонтович [1; 2; 3; 4], що надає теоретико-методологічних засад дослідженню і детермінує актуальність цієї роботи. **Об'єктом статті** є стереотипні характеристики єврейського етносу, які представлені в англійській мові. **Предмет** – структурні, семантичні, аксіологічні особливості, гіперболізований та узагальнюючий характер стереотипних конструкцій. **Метою статті** є дослідження авто- та гетеростереотипів євреїв шляхом аналізу мовних та мовленнєвих засобів сучасної англійської мови, вторинних номінацій, кліше, прислів'їв і приказок. Серед основних завдань – визначення стереотипів, їх функцій та умов виникнення, оцінних компонентів, образного втілення, культурної обумовленості. Етноспецифічні особливості національного мислення відображаються в існуванні національних стереотипів. Раніше стереотипи розглядали тільки як помилкові уявлення, але зараз запропоновані їх різні класифікації [2: 45; 4: 245]. Головну роль у формуванні стереотипів відіграє те, як часто певні об'єкти, явища трапляються в житті людей. З точки зору фізіології стереотипи формуються на основі системи умовних рефлексів [4: 238], а тривале повторення деяких висловів з часом набуває стійкості на рівні мови, що призводить до їх автоматичного сприйняття.

Поняття стереотип увів до наукового обігу У. Ліппманн, визначивши його як культурно-детерміновані і певним чином упорядковані картини світу у свідомості людини, які, з одного боку, економлять зусилля при сприйнятті інформації, а з іншого – фіксують і зберігають суттєві цінності, тим самим сприяючи збереженню високої самооцінки людей [5: 306]. Водночас У. Квасхоф розуміє стереотип як "стандартну думку про соціальні групи чи про окремих осіб як представників цих груп" [6: 378]. Крім того, стереотипи є спрощеними ментальними репрезентаціями різних категорій людей, що перебільшують моменти схожості між ними, ігнорують відмінності [4: 236].

До однієї з найважливіших характеристик стереотипів відносять те, що в основу національного стереотипу покладено яку-небудь особливу рису зовнішності/характеру/поведінки [3: 121; 7: 102; 8: 104; 9: 6]. Не зважаючи на свою когнітивно-функціональну стабільність, стереотипи все-таки піддаються модифікації [2: 46; 3: 121; 4: 238; 8: 35; 9: 6].

Багато науковців роблять висновок про те, що саме в стереотипах найбільш очевидно є взаємозалежність свідомості, мови і культури [1: 68; 6: 374]. Стереотипні уявлення як когнітивні елементи комунікативного простору здатні впливати на конструювання установок, цінностей і суджень мовців.

Серед провідних функцій стереотипів мовознавці виокремлюють *функцію економії пізнавальних зусиль* і, відповідно, мовних засобів та *функцію захисту групової ідеології* [7: 135; 2: 45; 6: 379]. Для здійснення успішної комунікації стереотипи забезпечують комунікантів поясненнями людських вчинків, можуть спрямовувати поведінку людей.

Стереотип має логічну форму судження у загострено спрощеній і в узагальненій формі, з емоційним забарвленням, що приписує класу осіб певні властивості [1: 165; 6: 378]. Більшість стереотипів побудована за формулою: *Усі представники народу X є (або роблять) У*. Під час емоційної кризи люди оперують такими "універсальними" словами, як: *all, never, always*, тому що починають мислити узагальненнями [2: 66; 3: 123]. Для мовного вираження етностереотипів характерні узагальнення й гіперболізація тих чи інших властивостей. Важливо пам'ятати, що стереотип може бути правдою, частковою правдою або неправдою [2: 45; 4: 245; 7: 102]. Специфіка стереотипів у тому, що люди схильні бачити те, що бажають, і не помічати іншого, що не відповідає стереотипам.

Погоджуючись із тим, що стереотипи є невід'ємним елементом культури, підкреслимо, що мовні стереотипи імпліцитно/експліцитно відображають стереотипи думки. Крім того, у процес осмислення реальності втягується, передусім, нормативно-ціннісна система своєї культури [7: 103; 5: 6: 378]. Тобто усвідомлення реальності відбувається через призму власної культурної традиції. У стереотипах

відбувається "редукція" властивостей предмета до значимого мінімуму. Стереотипи поділяють на стереотипи-образи і стереотипи-ситуації, етнічні стереотипи входять до стереотипів-образів. Джерелом стереотипів вважають однотипність життєвих ситуацій, яка закріплюється у свідомості у вигляді стандартних схем мислення [2: 82; 8: 276; 10: 76].

Як відомо, характерною рисою євреїв вважають їх *комунікабельність*, навіть багатослів'я, наприклад: *"Jews tend to talk nonstop to each other"* [11: 232]. Серед євреїв часто простежують схильність до коментарів, бажання повідомити власну позицію або оцінку [12: 98]. Свій гнів вони виражають головним чином вербально, не фізично: *"Jews have only one weapon: the power of speech"* [11: 37]. В англомовному дискурсі зафіксоване риторичне запитання, що дає підстави говорити про балакучість як особливу етнічну характеристику євреїв: *"Is there any place in the world where a Jew can keep a secret?"* [11: 43]. У єврейській лінгвостільності існують прислів'я, які є яскравим вираженням етнокультурного смислу: *"Three Jews, three opinions"* [11: 29].

Для євреїв типовим є особливий "мовленнєвий етикет", що надає їхньому дискурсу специфічного етнокультурного забарвлення. Представники єврейського народу часто відповідають запитанням на запитання, при згадці будь-якої особи вважають за необхідне дати їй оцінку. Розглянемо наступні приклади, які ілюструють таку специфіку комунікації. Отже, можна припустити, що важка доля цього народу спричинила звичку скаржитися: *"What's new with a Jew?... I not only have no money, I also have lack health, wealth and happiness"* [11: 37]. У єврейському дискурсі часто використовують різні побажання, що виражаються за допомогою різних видів модальності [11: 21], наприклад: *"may God not punish me for my words"*, *"no evil eye"*, *"it shouldn't happen to you"*, *"may he forgive me"*, *"may God not"*, *"it shouldn't happen to a Jew"*.

Підґрунтям для формування стереотипних уявлень із найбільш негативним смислом можна вважати антисемітизм. Антисемітизм (юдофобія) – це ворожість у ставленні до євреїв, що охоплює релігійні, расові, культурні упередження. Існує думка, що термін був запроваджений в обіг німецьким письменником та журналістом В. Маром. Антисемітські погляди пропагували ставлення до євреїв як до нижчої раси [6: 390; 13: 447]. Нерідко (як наслідок дії певних екстралінгвістичних факторів) траплялося, що євреї несли відповідальність за всі негаразди, що виникали в суспільстві під час кризи. Таким чином, у період Середньовічної Європи вдавалися до упередженості, створення образу ворога, навішування ярликів у стосунках із євреями. Перехід у спілкуванні до інвективів є "дзеркальним відображенням" культурних норм у соціумі. Як підкреслює А. Белова, серед інвективів особливе місце займають зоокалативи, дієвість їх виявляється в зооморфній характеристиці партнера, яка викликає агресивність [2: 55]. В емпіричному матеріалі були зафіксовані юдофобські висловлення: *"Black raven! Black ape!"* [13: 27], що має за мету принизити євреїв.

Із досліджень Й. Бендикса [3: 125] випливає, що серед інших характеристик іноземці взагалі уявляються як *жадібні; злочинці; вороги Бога; тварини (віруси), комахи; нечисті*. Беручи до уваги те, що євреї протягом історії часто були іноземцями в різних країнах, стосовно них використовували деякі з перерахованих характеристик, що належали ЧУЖОМУ: *streets and lanes "crawling with Jews"* [14: 80], *misbeliever, cutthroat dog* та ін. [15: 18].

Зважаючи на те, що мова чітко реагує на всі процеси, що відбуваються в суспільстві, зазначимо, що ворожість, яка панувала в суспільстві країн у різні часові проміжки, знаходила вираження в мові [Shakespeare 442: 16]: *"you despise Jews...it seems to me a very widespread sentiment"* [16: 278]. До того ж, існує саркастичний єврейський жарт: *"Why do you hate me so much; what have I done for you recently?"*. В англійській МКС зафіксовані антисемітські лозунги [14: 108, 351]: *"The Jews are our misfortune"*, *"Jews-lice-Typhus"*, *"Whoever helps a Jew helps Satan"*. Вони принижували гідність євреїв, сприяли поширенню ксенофобських установок у суспільстві.

Однією зі стратегій обробки інформації, що релевантна для аналізу стереотипів євреїв, є стратегія *"пошуку цапа відбувайла"* [10: 74]. Прислів'я *The Jew is a victim or scapegoat* експліцитно вказує, що саме таку негативну функцію виконували євреї. Етнічні упередження є виключно негативними поглядами, що панують в одній нації щодо представників інших етносів [10: 175]. Упередження часто ґрунтуються на "фундаментальній атрибутивній помилці" (*fundamental attribution value*) [4: 237], тенденції приписувати причини певних вчинків характеру людини, не обставинам. Відомий учений А. Ейнштейн також указував на упереджене ставлення до єврейської меншини: *"If my theory of relativity is proven correct, Germany will claim me as a German and France will declare that I am a citizen of the world. Should my theory prove untrue, France will say that I am a German and Germany will declare that I am a Jew"* [12: 117]. Для євреїв як стигматизованої групи, яка викликала агресію в деяких християн, симптоматичною була недоступність освіти і роботи [11: 54].

СВОЄ vs. ЧУЖЕ є основною культурною опозицією, своє і чуже від початку взаємозалежні. В англійській термінології вона відповідає *we/ingroup, they/outgroup* [4: 236]. Два тисячоліття вигнання, становище "чужаків", переслідування та знищення сприяли розвитку національної недовіри. Євреї схильні загострено сприймати вислови на свою адресу, тому що страх перед проявами юдофобії

вкоренився у свідомості народу: *"Every time someone laughed, Jegor thought it was at him"* [13: 310]. Страх перед антиєврейськими заходами простежуємо в наступному прикладі: *Two Jews are walking in a tough neighborhood when they spot two burly gentiles coming toward them. "Uh-oh", one Jew says to the other "We better make a run for it. There are two of them, and we're alone"* [12: 7].

У період Середньовіччя поширення набули страхи, значною мірою зумовлені церквою, серед яких – страх перед євреями. Відтак, "чужа" меншина була своєрідним громовідводом, мусила страждати від того, що середньовічне суспільство перебувало на зламі свого розвитку, пізніше європейський антисемітизм втілювався у Голокості. Проте трапляється, що євреї перебільшують ворожість до них християн [13: 197], доречним вважаємо навести приклад: *"Gentiles have always hated Jews"*. Така думка є узагальненням, тобто характеристика фону якого-небудь негативного аспекту в ситуації взаємодії євреїв з іншими народами екстраполювалася на групу не євреїв загалом.

Стратегія позитивної самопрезентації втілюється в такому вислові: *"Personally, I have nothing against Jews, but the neighbors say that..."* [6: 380]. Отже, таким способом представлена тактика дистанціювання від негативних характеристик групи "ми", знімається особиста відповідальність за сказані слова. У процесі соціалізації, при оцінці "чужого", "своє" наділяється презумпцією істини [6: 379]. Позицію, з погляду якої "інше" сприймається як "культурно чи генетично негативні типи", яка виправдовує їх дискримінацію, визначають як *расизм*. Євреї значною мірою страждали від його проявів: *"They were available for instant and constant execration"* [15: 16]. Особливість сприйняття іноземців, тобто чужинців, якими були євреї в межах багатьох держав, вбачають в упередженнях, які ґрунтуються на узагальнених схемах [1: 187; 8: 183; 10: 175]. Обговорюючи досвід спілкування з представниками інших етнічних груп, Т. Дейк підкреслює бажання мовців повідомити про негативний досвід спілкування з ними, що сприяє закріпленню таких переконань щодо іноземців у соціумі.

Варто зазначити, що гумор є національно-специфічним явищем, тобто адресант повинен мати достатній обсяг етноспецифічної інформації для правильного розуміння або володіти деякими стереотипізованими знаннями про конкретний народ. Гумор пов'язаний з єврейською тематикою є специфічним [11: 16]. Для нього характерні іронія, самокритика, дотепність, гострота: *"a biting Jewish wit and humor"* [12: 24]. Він втілюється в анекдотах, їх можна трактувати як один з ефективних засобів стереотипізації етнічної свідомості. Існує думка, що герої єврейських анекдотів мало змінилися більш ніж за столітню історію існування цього виду анекдотів. Євреї в них представлені як розумні, хитрі, жадібні. Часто багаті, але вони не демонструють своє багатство, мають гарні здібності до бізнесу; вони, буцімто, завдяки своїй хитрості перемагають сильнішого супротивника. Євреї є хорошим сім'янином. Варто підкреслити існування стереотипізованого уявлення про те, що при укладанні торговельних угод для євреїв характерний поспіх, при цьому вони торгуються. Існують різні втілення в дискурсі, що стосуються так званих суто єврейських ділових навичок (*sharp Jewish business practices*). Розглянемо анекдот, що розкриває стереотипне сприйняття нечесного бізнесу: *Levine meets his friend Schwartz. "I heard your factory burned down", he says. "Sh, sh", Schwartz answers, looking around anxiously. "Next week"* [12: 66]. Варто зазначити, що в процесі стереотипізації утворюються зневажливі та образливі характеристики [9: 8]. Образи героїв етнічних анекдотів є гіпертрофованими і стереотипізованими, анекдоти часто прагнуть до персоніфікації. Євреї традиційно були зайняті у фінансовій сфері суспільства [12: 72; 15: 26]. Вони розуміли, що саме економічне процвітання могло дати певну безпеку, впевненість у майбутньому. Хтось мав заробляти для єврейської громади гроші для захисту власної релігії. Таким чином, прототипною для євреїв є думка Тев'є Молочника [11]: *"It's no great shame to be poor, but it's no great honor either"*.

Як зазначено, євреї нерідко були кредиторами (*money-lenders, usurs*) [1: 144; 15]. Існує думка, що це вплинуло на те, що їх почали вважати жадібними до прибутку, тому виникали стереотипні уявлення про скупість євреїв: *"He wasn't giving me his love, he was buying me with it, like all Jews"* [16: 353]. В імплікації наступних етнодескрипторів криється виключно негативна емоційна оцінка: *"Money-mad, money-greedy Jewish bastard!"* [16: 354]. Ці вислови можна віднести до класу упереджень, тому що спостерігаємо вороже ставлення до етнічної групи.

Незаперечним виявляється зв'язок між назвами реалій суспільного життя та віднесеністю євреїв до економічної сфери соціуму: *Jewish piano, Jewish typewriter (cash register)* – commerce, комерція, економіка, *Jewish Lightning* – навмисний підпал збиткового бізнесу, *to jew – to drive a very hard bargain, to overreach or cheat* [17: 30]. Крім того, існують приказки, які пов'язують тему грошей із цим етносом і також мають негативну конотацію: *"Impure may be Moshe, but his pfenning is kosher", "Fritz or Horst, man hates the Jew but likes his purse!"* [13: 21].

Етнічні стереотипи поділяються на *авто-* і *гетеростереотипи*. Автостереотипи є сукупністю атрибутивних ознак про дійсні або уявні риси, притаманні власній етнічній групі, які містять, в основному, позитивні оцінки про неї; гетеростереотипи є сумою оцінних, переважно негативних суджень щодо інших етносів. Стереотипізація охоплює різноманітні професійні групи. У єврейському

середовищі можна виокремити стереотипні професії: *"These include banking and finance, law, medicine, science, social sciences, psychology, academia..."* [12: 20]. Як зразок розглянемо: *Which Jew becomes an accountant? A Jewish boy who stutters, and who can't stand the sight of blood..."* [12: 43]. Причини того, чому саме виділяють указані професії, полягають у тому, що євреям часто забороняли володіти землею, займатися багатьма видами ремесел.

Важливо підкреслити, що імена або прізвища, які є типовими для певної етногрупи, можуть виступати загальними назвами відповідного народу, нести інформацію культурологічного характеру, відбивати ставлення до цього етносу [17: 332; 8: 26]. Для єврейського народу це, відповідно, *Moses, Abraham, Isaac, Hyman, Sarah, Rebecca, Rachel* та ін. Такі узагальнювальні власні імена стають іменем-символом для певного народу. Вважають, що поле ксенофобії є найбільш розвиненим в американському варіанті англійської мови. Можна стверджувати, що англійська мова фіксує велику кількість дерогативних номінацій [2: 44; 9: 8]. Зокрема, для номінації євреїв існує пейоративний етнонім *kike* [9: 8]. Така дерогативна назва, можливо, походить із *kikel*, що є позначенням кола на їдиш, що ніби було символом, який залишали неграмотні євреї на імміграційних документах, не бажаючи ставити хрестик або "х", коли перебували на острові Еліс (the Ellis Island) в Америку. Утворення пейоративних етнонімів значною мірою детерміновано екстралінгвальними факторами.

Багато хто з євреїв перед тим, як їх катували і вбивали, чули слово-вирок *"Christ-killer"*. Це тривало протягом століть. Отже, перейдемо до розгляду наступного стереотипу щодо євреїв – того, що їх у побутовій свідомості інших етносів називають *христобивцями* [15: 395; 13: 27]. Розглянемо приклад, який побудовано за генералізованою квалітативною формулою, із включенням повтору: *"All Jews are... those are the Christ-killers, the Jews"* [13: 29].

Варто підкреслити, що автостереотипи та гетеростереотипи про високий інтелект євреїв збігаються. Євреїв вважають дуже розумними [12: 42]. Але варто обумовити, що риси, які у власного народу розглядають як прояв розуму, в іншого народу вважають хитрістю. Це є симптоматичним для характеристики єврейства ззовні. Деякі антисеміти вважають, що євреї використовують свій інтелект для недобрих справ, наприклад: *"Jews use their brains for malevolent purposes"* [12: 44]. В експлікації автостереотипу використовують тактику наділення власного етносу позитивними характеристиками: *"We, Jews, are the smartest people"* [11: 130].

Як було згадано вище, уявлення про "свій" етнос переважно включає комплекс характеристик зі знаком плюсу: *"He knew that the Jewish pupils were always the best and that they had to be the best because of the characteristic demands of their race"* [13: 35]; в якому використано повтор для підкреслення смислу та експресії інформації. Стереотип завжди має оцінну природу, є прескриптивним [1: 140; 4: 238; 7: 27].

Отже, можемо зробити висновки, що серед стереотипів євреїв в англійському дискурсі було виявлено комунікабельність, що виражається через надання їй предметних сутностей, риторичні запитання, прислів'я. На євреїв спрямована переважаюча негативна дія стереотипів, упереджень. Поширеним виявився образ-стереотип єврея-кредитора, акцентована характеристика жадібність зафіксована в анекдотах. Високий інтелект є стереотипною рисою євреїв, її зафіксовано в прикметниках найвищого ступеня порівняння. Вивчення стереотипного сприйняття євреїв є актуальним для дослідження культури цього народу, для кращого вивчення МКС та ККС лінгвостільності. У перспективі подальших пошуків вбачаємо детальний розгляд стереотипів інших етносів через призму англійської мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бартминский Е. Языковой образ мира : очерки по этнолингвистике / Ежи Бартминьский ; [пер. с польск.]. – М. : Индрик, 2005. – 528 с.
2. Белова А. Д. Лексична семантика і міжкультурні стереотипи / Алла Дмитрівна Белова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць. – 2002. – Вип. 7. – С. 43–54.
3. Донец П. Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации : научный статус, понятийный аппарат, языковой и неязыковой аспекты, вопросы этики и дидактики / П. Н. Донец. – Х. : Штрих, 2001. – 386 с.
4. Леонтович О. А. Русские и американцы : парадоксы общения: [монография] / Ольга Леонтович. – М. : Гнозис, 2005. – 352 с.
5. Lippmann W. Public opinion / Walter Lippmann. – N.Y. : Macmillan, 1992. – 427 p.
6. The Handbook of Discourse Analysis / [ed. by D. Schiffrin, D. Tannen, E. Heidi Hamilton]. – Blackwell Publishing, 2003. – 694 p.
7. Баронин А. С. Этническая психология / Анатолий Станиславович Баронин. – К. : Тандем, 2000. – 263 с.
8. Святюк Ю. В. Семантика та функціонування етнономінацій у сучасній англійській мові : дис. ... на здобуття ступеня канд. філолог. наук : 10.02.04. / Юлія Вікторівна Святюк. – К., 2005. – 257 с.
9. Юнацька А. Б. Вербалізація стереотипів іспаномовної культури в американському варіанті англійської мови : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / А. Б. Юнацька. – Запоріжжя, 2006. – 16 с.

10. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк ; [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
11. Sholem Aleichem. Tevye the Dairyman and the Railroad Stories ; [translated from the Yiddish with an Introduction by H. Halkin] / Sholem Aleichem. – N.Y. : Schocken Books, 1987. – 309 p.
12. Telushkin J. Jewish Humor. What the Best Jewish Jokes Say About the Jews / Joseph Telushkin. – Perennial : An imprint of Harper Collins Publishers, 2002. – 237 p.
13. Singer I. The Family Carnovsky / Isaac Bashevis Singer. – N.Y. : Schocken Books, 1969. – 405 p.
14. Keneally T. Schindler's list / T. Keneally. – London, N.Y., Sydney, Toronto : BCA, 1994. – 429 p.
15. Shakespeare W. The Merchant of Venice / William Shakespeare ; [ed. by S. Barnet] // Comedies. With an Introduction by Tony Tanner. – Everyman's Library, 1996. – Vol. 2. – 756 p.
16. Styron W. Sophie's Choice / W. Styron. – N.Y. : Random House, 1979. – 515 p.
17. Левицкий А. Э. Функциональная переориентация номинативных единиц соврем. англ. Языка : [монография] / Андрей Эдуардович Левицкий. – Ж. : Редакционно-издательский отдел ЖГПУ, 2001. – 168 с.

Матеріал надійшов до редакції 01.04. 2011 р.

Нидзельская Ю. М. Стереотипизация евреев в современном английском языке.

Статья посвящена анализу авто- и гетеростереотипов евреев сквозь призму современного английского языка. В ней рассматриваются разные подходы к определению стереотипов, их основные функции, обобщающий и оценочный аспекты. Внимание уделяется еврейским анекдотам как среде функционирования стереотипизированных представлений; типичным профессиям евреев; экстралингвистическим факторам, детерминирующим появление стереотипов.

Nidzelskaya Yu. M. Stereotyping of the Jews in Modern English.

The article deals with the analysis of auto- and hetero-stereotypes of the Jews viewed through the prism of Modern English. The different approaches to the definitions of the stereotypes, their main functions, generalizing and evaluative aspects are studied in it. Thorough attention is paid to the Jewish jokes as it is the sphere of the stereotypes functioning; typical Jewish professions; extra linguistic factors causing the appearance of the stereotypes.