

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Южный федеральный университет»

На правах рукописи



Постерняк Кирилл Павлович

**ДИСКУРСИВНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В
СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Специальность – 5.9.6. Языки народов зарубежных стран
(германские языки)

Диссертация на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель –
доктор филологических наук, профессор
Боева-Омелечко Наталья Борисовна

Ростов-на-Дону – 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| ГЛАВА I. ДИСКУРСИВНАЯ ДЕТЕРМИНИРОВАННОСТЬ | |
| РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ | 16 |
| 1.1 Этнический стереотип как объект междисциплинарного исследования | 16 |
| 1.1.1 Социопсихологический подход к изучению этностереотипов..... | 16 |
| 1.1.2 Изучение проблемы этностереотипов в общественно-политических и культурологических науках..... | 27 |
| 1.1.4 Этностереотип и этнообраз как основные понятия лингвистической имагологии | 43 |
| 1.2 Особенности репрезентации этностереотипов в художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах..... | 49 |
| 1.2.1 Понятие дискурса и дискурсивной вариативности | 49 |
| 1.2.2 Образ иностранца как средство репрезентации этностереотипов в художественном дискурсе | 55 |
| 1.2.3 Медийный этнообраз как средство репрезентации этнических стереотипов в политическом медиадискурсе | 62 |
| 1.2.4 Интернет-образ как средство репрезентации этностереотипов в интернет-дискурсе | 70 |
| Выводы по первой главе | 77 |
| ГЛАВА II. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННОМ, ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИА- И ИНТЕРНЕТ- ДИСКУРСАХ | |
| 2.1 Этнообразы в англоязычном художественном дискурсе..... | 83 |
| 2.1.1 Этнообраз немцев в англоязычном художественном дискурсе..... | 83 |
| 2.1.2 Этнообраз французов в англоязычном художественном дискурсе..... | 88 |
| 2.1.3 Этнообраз израильтян в англоязычном художественном дискурсе..... | 93 |
| 2.1.4 Этнообраз иранцев в англоязычном художественном дискурсе | 97 |

| | | |
|-------|---|------------|
| 2.1.5 | Этнообраз китайцев в англоязычном художественном дискурсе | 101 |
| 2.1.6 | Этнообраз русских в англоязычном художественном дискурсе | 106 |
| 2.2 | Этнообразы в англоязычном политическом медиадискурсе | 111 |
| 2.2.1 | Этнообраз немцев в англоязычном политическом медиадискурсе | 111 |
| 2.2.2 | Этнообраз французов в англоязычном политическом медиадискурсе... | 115 |
| 2.2.3 | Этнообраз израильтян в англоязычном политическом медиадискурсе.. | 118 |
| 2.2.4 | Этнообраз иранцев в англоязычном политическом медиадискурсе | 122 |
| 2.2.5 | Этнообраз китайцев в англоязычном политическом медиадискурсе | 124 |
| 2.2.6 | Этнообраз русских в англоязычном политическом медиадискурсе | 128 |
| 2.2.7 | Сравнение этнообразов в англоязычных художественном дискурсе и политическом медиадискурсе | 131 |
| 2.3 | Этнообразы в англоязычном интернет-дискурсе | 136 |
| 2.3.1 | Этнообраз немцев в англоязычном интернет-дискурсе | 136 |
| 2.3.2 | Этнообраз французов в англоязычном интернет-дискурсе | 139 |
| 2.3.3 | Этнообраз израильтян в англоязычном интернет-дискурсе | 143 |
| 2.3.4 | Этнообраз иранцев в англоязычном интернет-дискурсе | 146 |
| 2.3.5 | Этнообраз китайцев в англоязычном интернет-дискурсе..... | 148 |
| 2.3.6 | Этнообраз русских в англоязычном интернет-дискурсе..... | 151 |
| 2.3.7 | Сравнение этнообразов в англоязычном интернет-дискурсе с этнообразами в англоязычных художественном дискурсе и политическом медиадискурсе | 155 |
| | Выводы по второй главе | 161 |
| | ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 165 |
| | СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ | 170 |

ВВЕДЕНИЕ

Этнические стереотипы на протяжении десятилетий являются объектом изучения разнообразных наук: философии, социологии, психологии, лингвистики и многих других. Однако в современном мире в условиях интенсивного межнационального общения, параллельных процессов глобализации и этнизации значимость их изучения многократно возросла, поскольку «от степени изученности стереотипных представлений одних народов о других, путей их распространения и формирования зависит дальнейшее историческое, политическое и культурное развитие человечества в целом» (Миньяр-Белоручева, Покровская, 2012, с. 93). Знание особенностей репрезентации этностереотипов способствует формированию навыков критического осмысления информации, помогает распознавать предвзятые оценки и мнения и понимать, какие взгляды и убеждения относительно этносов стремятся сформировать у массовой аудитории субъекты различных дискурсов. При этом важная роль принадлежит лингвистической имагологии – науке, в центре внимания которой находятся образы государств и народов, выступающие мощным средством сохранения существующих и формирования новых этностереотипов. Данная наука посредством лингвистического анализа выявляет национально-специфичные особенности восприятия разных народов тем или иным языковым сообществом, что является важным дополнением к исследованиям этностереотипов с позиций других социально-гуманитарных наук.

Как правило, изучение репрезентации этностереотипов осуществляется на основе монодискурсивного подхода, при котором эмпирическим материалом выступают тексты, принадлежащие определённому дискурсу. Однако есть все основания полагать, что данная репрезентация отличается от дискурса к дискурсу со свойственными им различиями в интерпретации объективной реальности. Вместе с тем дискурсивная вариативность репрезентации этностереотипов в дискурсах разных типов ещё не служила объектом специального исследования.

Таким образом, **актуальность** данной работы обусловлена:

- приоритетностью таких научных парадигм, как лингвистическая имагология, дискурсология, политическая лингвистика, лингвокультурология и теория языковой вариативности (вариология);
- возрастающим интересом учёных к воздействию потенциалу этностереотипов;
- потребностью в применении полидискурсивного подхода к изучению языковых средств репрезентации этностереотипов в англоязычных дискурсах разных типов;
- необходимостью проведения сопоставительного анализа языковых этнообразов, репрезентирующих этностереотипы в англоязычных массовых дискурсах: художественном, политическом медиадискурсе и интернет-дискурсе (далее – художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах);
- потребностью в углублении представлений об англоязычных текстах как источниках имагологической информации.

Степень разработанности проблемы. Этнический стереотип представляет собой сложный для изучения интегративный конструкт междисциплинарного характера, имеющий многоуровневое строение и ещё более сложный и многоцелевой функционал. С позиций философии, социологии, этнологии, психологии, политологии он рассматривался такими учёными, как О.В. Белова (2011), Ю.В. Бромлей (1988), О.В. Курбачёва (2024), У. Липпман (2004), Г.Т. Тавадов (2016). В рамках данных наук сложилось общее представление о том, что стереотипам свойственны эмоциональная окрашенность, ригидность к новой информации и высокая степень согласованности среди членов социальной группы как носителя определённых стереотипных установок. Наряду с устойчивыми существуют и подвижные стереотипы, которые формируются стихийно, в процессе межкультурной коммуникации, этнических столкновений.

В работах учёных-лингвистов Т.Ю. Гурьяновой (2020), М. А. Кривенькой (2016), Л.П. Крысина (2005), А. П. Миньяр-Белоручевой (2015), Е.С. Мучкиной (2010), В.Н. Телии (1999) рассматриваются средства вербализации этнических

стереотипов, которые варьируются от однословного наименования-этнонима до целого текста.

Этностереотипы находятся в центре внимания лингвистической имагологии. При этом в работах таких учёных, как В.Б. Земсков (2011), С.Д. Камалова (2020), Т.А. Кожевникова (2016), С.К. Милославская (2008), О.В. Томберг (2015), О.А. Феофанов (1980) отмечается тесная связь между понятиями этностереотипа и этнообраза: этностереотипы, понимаемые как лингвокультурные ментальные модели, основанные на редукции, упрощении, схематизации прототипа, выступают основой для построения образов как вербально-ментальных оценочных конструктов. При этом один и тот же стереотип может получать отражение в разных образах, а один образ репрезентировать разные стереотипы.

Вслед за О.В. Томберг (2015) мы рассматриваем концептуальное пространство образа как совокупность аксиологически значимых концептов-конституентов. В случае этнообраза данные конституенты являются, как мы полагаем, **этнопризнаками** (характерными чертами), присущими соответствующим этносам. Набор этих признаков зависит от способа интерпретации объективной реальности в жанре или дискурсе. Следовательно, анализ этнообраза, репрезентрующего этностереотипы, предполагает прежде всего выявление этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообраза.

Вполне закономерно, что в последнее время в рамках имагологии образы рассматриваются как продукты дискурсивной деятельности или, иными словами, дискурсивные объекты (Beller (2007); Пакус (2023)), целенаправленно формируемые с помощью языковых средств. Этнообразы являются репрезентантами дискурсивных стратегий, актуализаторами этностереотипов.

Сравнительно новым понятием дискурсологии, предложенным в трудах М. В. Берендеева (2011), А. А. Быковой (2012), Я. А. Волковой и Н. Н. Панченко (2018), А. С. Уженцевой (2014), является понятие **дискурсивной вариативности**, обусловленное тем, что в различных дискурсах возникает конкуренция восприятий одного объекта и формирование разных его образов. Дискурсивная вариативность – это часть общего понятия вариативности, которое определяется как наличие

нескольких или многих вариантов чего-либо, неоднородность, изменчивость. Так, Я. А. Волкова и Н. Н. Панченко исследовали дискурсивную вариативность репрезентации концептов деструктивных эмоций «гнев», «ревность», «презрение» в художественном и публицистическом дискурсах в синхроническом и диахроническом срезе, А.С. Уженцева – концепта happiness в американских религиозном, политическом и бытовом дискурсах, а А. А. Быкова рассмотрела дискурсивную вариативность метафоры «ледяной» на материале поэтического, публицистического, научного и бытового дискурсов, отметив, что рассматриваемая вариативность реализует свой потенциал различным способом в соответствии с образными и смысловыми доминантами разных дискурсов. Проблема дискурсивной вариативности образов государств нашла отражение в работе В.О. Пакус (Пакус, 2023), которая сопоставила образы США, создаваемые в американском президентском и оппозиционном дискурсах, и пришла к выводу о значительных различиях между ними.

Можно предположить, что аналогично этому образ каждого из этносов, являющийся актуализатором этнических стереотипов, также отличается от дискурса к дискурсу, что обусловлено своеобразием каждого дискурса. Изучением типологических особенностей художественного, политического медиа- и интернет-дискурсов занимались такие авторы, как А. А. Ааматов (2024), В. Б. Вдовина (2024), Е. Н. Галичкина (2001), Т. Г. Добросклонская (2014), Н. В. Кобрин (2015), Т. Б. Самарская (2012). Их работы показывают, что к особенностям дискурсов, детерминирующих специфику создания в них этнообразов, относятся следующие: эстетически-опосредованное историко-культурным контекстом, убеждениями и интенциями автора воспроизведение действительности в художественном дискурсе, его моделирование в соответствии с определёнными идеологическими установками и политическим заказом в политическом медиадискурсе, спонтанность, субъективность и повышенная эмоциональность его репрезентации в интернет-дискурсе.

Цель исследования состоит в выявлении маркеров дискурсивной вариативности репрезентации этнических стереотипов в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах.

Объектом изучения выступает репрезентация этнических стереотипов в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах.

Предметом изучения является дискурсивная вариативность репрезентации этностереотипов в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах.

Гипотеза исследования. В каждом дискурсе в соответствии с его национально-обусловленной спецификой и присущим ему способом интерпретации объективного мира через создаваемые в нём языковые этнообразы репрезентируется определённый комплекс этнических стереотипов, значимый для данного дискурса и отличающийся от соответствующих комплексов в других дискурсах.

Для достижения поставленной цели и верификации выдвинутой гипотезы необходимо решение следующих **задач**:

1. Конкретизировать лингвистический статус понятия «дискурсивная вариативность репрезентации этнических стереотипов».

2. Проанализировать систему языковых средств, участвующих в создании этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах, с целью выявления этнопризнаков, создающие основу для выявления маркеров дискурсивной вариативности этнических стереотипов.

3. Описать национально-обусловленную специфику моделирования языковых этнообразов как средства репрезентации этностереотипов в трёх сопоставляемых англоязычных дискурсах.

4. Выявить степень дискурсивной вариативности этнопризнаков-актуализаторов этностереотипов в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах.

5. Сопоставить аксиологическую окраску этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских, способствующую формированию отношения к другим этносам, в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.

Представленные в работе результаты научного исследования соответствует направлениям исследования, указанным в паспорте специальности 5.9.6 Языки народов зарубежных стран (германские языки).

В настоящем исследовании рассматриваются лексико-фразеологические средства создания этнообразов, репрезентирующих этностереотипы в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах (на примере этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских) (п. 3, 6) и выявляются различия в комплексах этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство данных образов, и в их аксиологической окраске, детерминированные национально-обусловленной спецификой дискурса и историко-культурным контекстом (п. 9, 11).

Научно-теоретической основой исследования послужили труды ведущих отечественных и зарубежных ученых в области:

- *социологии, политологии, этнологии, психологии, лингвистики, философии* (Ю.В. Бромлей, 1973, 1988; З.Ж. Гакаев, 2003; Х. Дейкер, 1979; В. Дуаз, 1994; У. Квастхофф, 2013; О.В. Курбачёва, 2022; В. Липпман, 2004; Г.Т. Тавадов, 2016; D.T. Campbell, 1967, 1972; A.S. English, 2021; D. Katz, K. Braly, 1933; M. Masdar, 2023);

- *дискурсологии* (Е.Ю. Алёшина, 2014; А.А. Амагов, 2024; Н.Д. Арутюнова, 1998; Э. Бенвенист, 1974; В.Б. Вдовина, 2024; Т.Ю. Виноградова, 2004; Е.Н. Галичкина, 2001; Г.Н. Гумовская, 2024; Т.Г. Добросклонская, 2014; Н.В. Кобрин, 2015; Н.В. Кулибина, 2001; В.М. Лейчик, 2009 (6); А.В. Полоян, 2021; Т.Б. Самарская, 2012; З. Харрис, 1952; Т.А. Van Dijk, 1979, 1981, 2008);

- *художественной и лингвистической имагологии* (М.В. Берендеев, 2011; Н.Б. Боева-Омелечко, 2022; Т.О. Буглак, 2014; Н.Ю. Желтова, 2011; А.П. Забровский, 1994; Л.П. Иванова, 2014; С.Д. Камалова, 2020; Т.А. Кожевникова, 2016; А.В. Ленец,

2018; А. А. Маркелова, 2016; Е.В. Папилова, 2013; О.В. Томберг, 2015; Г.М. Чопсиева, 2021; М. Beller, 2007; К. Boulding, 1956, 1959; J. Leerssen, 2016);

- *вариологии* (Н.С. Бабенко, 2000; М.Я. Блох, 1996; Ж. Вагана, 2012; Г. М. Вишнякова, 2002; В.Г. Гак, 1998; С.Н. Дубровина, 2015; Н.В. Сандалова, 2015; В.Н. Солнцев, 1984; Т.Н. Хомутова, 2015; Н.М. Фирсова, 2000).

Частнолингвистическую методологическую базу исследования составляют:

- работы, посвящённые изучению *этностереотипов с позиций лингвистики* (О.В. Белова, 2011; Д.Д. Дондюков, 2020; А.И. Егорова, 2023; Н.В. Жуковская, 2020; М.А. Кривенькая, 2016; Л.П. Крысин, 2005; Т.Ю. Ма, 2024; А.П. Миньяр-Белоручева, 2015; Е.С. Мучкина, 2010; В.В. Панин, 2005; В.Н. Телия, 1986; J. Bartmiński, 2001, 2005);

- исследования, связанные с проблемой *дискурсивной вариативности картин мира и репрезентации объектов* (М.В. Берендеев, 2011; А.А. Быкова, 2012; Я.А. Волкова, 2018; В.О. Пакус, 2023; Л.П. Саенкова-Мельницкая, 2023; А.С. Уженцева, 2014; В.В. Юркевич, 2014).

В работе использовались следующие **методы** исследования: лингвистического наблюдения и описания, толкования словарных дефиниций, концептуального, лингвокультурологического, семного, контекстологического, контент-анализа, критического дискурс-анализа, филологического анализа текста, а также сравнительно-сопоставительный метод, метод количественного подсчёта и ресурсы корпусной лингвистики.

Материалом исследования послужили 210 художественных произведений британских и американских авторов конца XX–начала XXI века, отобранные по ключевым словам-этнонимам посредством поисковой электронной системы на сайте Amazon, далее объединённые в единый корпус и обработанные с помощью программы AntConc разработчика Э. Лоуренса, а также американский национальный корпус (Corpus of Contemporary American English) (887 контекстов). Источниками примеров из политического медиадискурса послужили англоязычные периодические издания “The New York Times”, “The Washington Post”, “The New York Post”, “The Guardian”, “The Mirror”, “Daily Mail”, “The Independent”, “The

Economist”, “The National Interest” (587 контекстов). Источниками примеров из интернет-дискурса явились комментарии пользователей на интернет-сайте Reddit (895 контекстов). Общий объём выборки составил 2369 контекстов, включающих названия рассматриваемых этносов.

На защиту выносятся следующие положения работы.

Положение 1. Дискурсивная вариативность этнических стереотипов как ментальных моделей, обобщающих универсальные или национально-специфические представления об этносах в виде предикции им определённых признаков, заключается в их репрезентации в виде созданных языковыми средствами частично или полностью отличающихся этнообразов, концептуальное пространство которых включает набор значимых для данного дискурса этнопризнаков-актуализаторов этностереотипов. Маркерами вариативности этнических стереотипов выступают при этом несовпадающие этнопризнаки в образах одного этноса, создаваемых в разных дискурсах, а также различия в соотношении положительных и отрицательных этнопризнаков в этих образах.

Положение 2. В создании языковых этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах, участвуют лексемы, фразеологические и свободные словосочетания, а также стилистические средства. Они вербализуют этнопризнаки, актуализирующие следующие этностереотипы: историко-детерминированные, политические (включая политико-идеологические, военно- и социально-политические), личностные (психологические, морально-нравственные, интеллектуально-инструментальные, волевые и коммуникативные).

Положение 3. Национально-обусловленная специфика языковых этнообразов как средства репрезентации этностереотипов в трёх сопоставляемых англоязычных дискурсах определяется тематикой и целями дискурса. Преобладающими в англоязычном художественном дискурсе выступают этнопризнаки, актуализирующие социокультурные и морально-нравственные этностереотипы, в политическом – политико-идеологические и морально-нравственные, в интернет-дискурсе – коммуникативные и морально-нравственные. Кроме того, в

художественном дискурсе шире, чем в других англоязычных дискурсах представлены этнопризнаки, актуализирующие историко-детерминированные и морально-нравственные стереотипы, и отсутствуют этнопризнаки, актуализирующие политико-идеологические и психологические этностереотипы. В политическом медиадискурсе представлены этнопризнаки, актуализирующие все виды этностереотипов, в интернет-дискурсе отсутствуют этнопризнаки, актуализирующие военно-политические, социальные и эмоциональные этностереотипы.

Положение 4. Степень дискурсивной вариативности этнопризнаков определяется соотношением этнопризнаков, представленных в концептуальном пространстве языкового этнообраза определённого этноса только в одном из сопоставляемых дискурсов, к общему числу этнопризнаков, предцизируемых этносу во всех дискурсах. Наибольшая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков представлена в этнообразах китайцев и русских, создаваемых в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах (95,65% и 83, 3% соответственно), наименьшая – в этнообразах немцев (64 %). Средняя степень дискурсивной вариативности этнопризнаков наблюдается в этнообразах израильтян (80%), иранцев (78,95%) и французов (72,73%).

Положение 5. Этнообразы немцев, создаваемые в англоязычном художественном дискурсе и политическом медиадискурсе, амбивалентны, тогда как в интернет-дискурсе аксиологическая окраска этнообраза немцев положительная; этнообраз французов, создаваемый в англоязычном художественном дискурсе, амбивалентен, тогда как в политическом медиа- и интернет-дискурсах аксиологическая окраска этнообразов французов резко отрицательная; этнообраз иранцев имеет отрицательную аксиологическую окраску в политическом медиадискурсе, тогда как этнообразы иранцев в художественном и интернет-дискурсах амбивалентны; этнообраз китайцев, создаваемый в англоязычном художественном дискурсе, положителен, тогда как аксиологическая окраска этнообразов китайцев в политическом медиа- и интернет-дискурсах резко отрицательная. Практически не наблюдаются различия в отрицательной

аксиологической окраске образов израильтян и русских, создаваемых во всех трёх англоязычных дискурсах.

Научная новизна работы состоит в том, что в ней *впервые* предлагается полидискурсивный подход к выявлению этностереотипов, типичных для англоязычного сообщества, предполагающий лингвистический анализ имагологически значимых контекстов. *Впервые* на основе разработанного алгоритма выявляются маркеры дискурсивной вариативности репрезентации этностереотипов в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она вносит вклад в развитие германистики, лексикологии и стилистики английского языка, лингвистической имагологии, политической лингвистики, теории дискурса и вариологии, углубляя представления о спектре этностереотипов в англосаксонской языковой картине мира, дискурсивной детерминированности этнообразов, создаваемых в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах, а также о спектре языковых средств английского языка, участвующих в создании этнообразов. Её результаты значимы для сопоставительной имагологии, в центре внимания которой находятся различия образов государств и этносов. Кроме того, она способствует дальнейшему совершенствованию метода критического дискурс-анализа, предлагая инструменты для определения признаков манипуляции сознанием, осуществляемой при создании этнообразов в англоязычных дискурсах.

Практическая ценность работы заключается в возможности использования её материалов в вузовских курсах по лексикологии и стилистике английского языка, межкультурной коммуникации и элективных курсах по лингвистической имагологии, дискурсологии и политической лингвистике. Материалы исследования могут найти применение при составлении учебных пособий для лингвистов, социологов, политологов и специалистов в области межкультурной коммуникации.

Личный вклад диссертанта заключается в:

1. разработке лингвистического алгоритма выявления и сопоставления этностереотипов на основе анализа имагологически значимых контекстов;

2. выявлении маркеров дискурсивной вариативности репрезентации стереотипов о немцах, французах, израильтянах, иранцах, китайцах и русских в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах;

3. введении в научный оборот новых понятий *дискурсивной вариативности этнических стереотипов* и *степени дискурсивной вариативности этнопризнаков*.

Степень достоверности и апробация результатов исследования.

Достоверность результатов исследования обеспечивается применением комплексной методики исследования, опорой на авторитетные научные работы, анализом широкого спектра проблем, а также значительным объёмом выборки примеров.

Основные положения работы прошли **апробацию** в виде докладов на научных и научно-практических конференциях различного уровня: XLV Международная научно-практическая конференция «Eurasia Science» (Москва, РУДН, 2022), VII Международная научно-практическая конференция «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение» (Орел, ОГУ, 2023), VI Международная конференция «Магия ИННО: перспективы развития лингвистики и лингводидактики в современных условиях» (Москва, МГИМО, 2023), XI Международная научно-практическая конференция молодых учёных «Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения» (Томск, ТГУ, 2024). По теме исследования опубликовано 7 научных работ, в том числе 3 статьи в журналах, входящих в перечень *ВАК РФ*. Общий объем публикаций составляет 3,1 п.л. (авторский вклад 2,6 п.л.).

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

Во *введении* обоснована актуальность работы, материал, а также объект, предмет, методы, цель и задачи исследования.

Первая глава «*Дискурсивная детерминированность репрезентации этнических стереотипов*» посвящена проблемам изучения этнических стереотипов в различных науках: философии, социологии, психологии, политологии, лингвистике и лингвистической имагологии. Особое внимание

уделяется соотношению понятий «этнический стереотип» и «этнообраз» и предлагается алгоритм моделирования концептуального пространства этнообраза. Проводится обзор работ, посвящённых анализу понятий «дискурс» и «дискурсивная вариативность». Описываются типологические признаки художественного, политического медиа- и интернет-дискурсов, влияющие на специфику создаваемых в них образов.

Во второй главе *«Репрезентация этнических стереотипов в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах»* моделируются и сопоставляются концептуальные пространства этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах с целью выявления различий как в комплексах этнических стереотипов, значимых для каждого дискурса, так и в аксиологической окраске образов. В главе выявляются факторы, влияющие на дискурсивное выдвижение определённых стереотипов в пределах каждого дискурса.

В *заключении* подводятся итоги проведенного исследования.

Общий объём диссертации – 211 страниц. Основной текст изложен на 169 страницах. Список литературы включает в себя 258 научных трудов (223 на русском языке и 35 на английском), перечень словарей и список источников фактического материала.

ГЛАВА I. ДИСКУРСИВНАЯ ДЕТЕРМИНИРОВАННОСТЬ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ

1.1 Этнический стереотип как объект междисциплинарного исследования

1.1.1 Социопсихологический подход к изучению этностереотипов

В центре внимания многих общественно-гуманитарных наук находится проблема «этнических стереотипов, которые, передаются из поколения в поколение и являются важной частью самосознания индивида, а в полиэтническом мире определяют выбор стратегии поведения с представителями других этносов» (Медведева, 2014, с. 43).

Учитывая, что этнические стереотипы являются одним из видов стереотипов в целом, обратимся первоначально к рассмотрению термина «**стереотип**». Данное слово было введено в научный оборот в 20-х годах XX века социологом и политологом У. Липпманом в книге «Общественное мнение», когда в обществе остро стал вопрос о понимании сущности и атрибутов массового сознания. Учёный в своём социологическом исследовании, используя законы психологии, изучает принципы формирования шаблонного мышления человека, которое помогает ему ориентироваться в окружающем его мире и социуме до того, как его мозг осознаёт факты реальности.

В понимании У. Липпмана, **стереотипы** – это «упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой “картинки мира в голове” человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права» (Липпман, 2004, с. 66). Это определение позволяет сделать вывод об общемировоззренческой роли стереотипа (Суходольская, 2007, с. 153), его значимости для межкультурного и межнационального взаимодействия.

Работа У. Липпмана оказала огромное влияние на развитие научной мысли, дав толчок многочисленным исследованиям стереотипа прежде всего в сфере социологии и психологии, заложившим основу научных знаний об общем понятии

«стереотип» и его основном и самом распространённом виде – этническом стереотипе.

Следует отметить, что **стереотипизация** как свойство мышления присуща любой сфере деятельности человека, поэтому она стала объектом исследования различных научных дисциплин: социологии, психологии, философии, политологии, этнологии, культурологии, этнографии, когнитивистики, лингвистики и т.д., в которых понятие стереотипа получило своё наполнение и терминологическое обозначение – стереотип ментальный, психологический, социальный, политический, культурный, языковой, речевой и т.д.

Первые исследования стереотипа проводились зарубежными **социопсихологами** в основном на материале этнических или расовых стереотипов (Bogardus, 1928; Allport, 1954; Campbell, 1967; LeVine, 1972; Дейкер, Фрейда, 1979; Tajfel, 1981). По сути, учёные рассматривали только этнические стереотипы, но использовали термин-гипероним «стереотип» или «социальный стереотип».

Со временем, когда научная общественность обратилась к изучению стереотипов, имеющих в различных социально-общественных группах, отличающихся друг от друга по принадлежности к полу, профессии, государству и другим социально значимым признакам, стереотипы, существующие среди представителей различных этносов, стали выделяться в отдельный вид и получили название «**этнические**». При этом оказалось, что многие, ранее выявленные у них свойства, характеристики, функции, в основном присущи и другим видам социальных стереотипов, и наоборот, свойства, обнаруженные у других социальных стереотипов, характерны и для этностереотипов.

Различные ракурсы рассмотрения феномена этнического стереотипа, как и социального стереотипа в целом, превращают его в сложный для изучения интегративный конструкт междисциплинарного характера, имеющий многоуровневое строение и ещё более сложный и многоцелевой функционал. Так, основоположник теории стереотипности У. Липпман изначально исследовал стереотип как объект в сфере пересечения социологии, политологии и психологии. В современной науке это мнение нашло дальнейшее развитие, и этностереотип

рассматривается как феномен, расположенный на пересечении коммуникативных, психологических и социальных факторов. Именно поэтому **междисциплинарный подход** к этому феномену не просто желателен, но и неизбежен (Квастхофф, 1973, с.127).

Свойства этностереотипов выявлялись учёными постепенно. Каждое направление общегуманитарных наук внесло свой вклад в раскрытие и выявление свойств и функционала этого феномена, используя при этом результаты, полученные в других дисциплинах.

В изучении этностереотипов можно обозначить несколько фундаментальных научных подходов. Прежде всего, это, конечно, **социопсихологический**, основоположником которого является У. Липпман. В рамках этого подхода внимание учёных привлекли прежде всего причинно-следственные связи между психическими процессами, происходящими в сознании одного человека, и появлением каких-либо общепринятых мнений в коллективном сознании того общества, к которому принадлежит этот индивид. Интерес вызывал также обратный процесс влияния общественного сознания на индивидуальное мышление и сознание человека. Такой подход стал основой для взаимодействия социологии и психологии, которые совместно и по отдельности рассматривали причины возникновения, механизмы действия и свойства стереотипа.

По мнению психологов, **этностереотип** вызывает «в сознании представителей определённого этноса на психовербальном уровне некоторый минимум сходных ассоциативных реакций по ряду семантических признаков оценочного характера» (Рыжков, 1988, с. 20). Стереотип в **психологии** принято называть динамическим стереотипом, он рассматривается как результат адаптивного поведения индивида (Плюснин, 2003, с. 800).

Если У. Липпман разработал теорию этностереотипов, то социальные психологи Д. Кац и К. Брейли в 1930-х годах предложили методику их изучения и с её помощью выяснили, что стереотипы – это устойчивые представления, зачастую мало согласующиеся с теми реалиями, которые существуют на самом деле. Так, их эксперимент показал, что одна этническая группа имеет общие представления о

другой. Студенты-американцы, например, считают, что негры обладают такими качествами, как лень, беззаботность, равнодушие, музыкальность, суеверие, а итальянцам присущи импульсивность, музыкальность, религиозность, богатое воображение (Katz, Braly, p. 1933).

Швейцарский социопсихолог В. Дуаз выявил формы проявления стереотипов, включая этностереотипы:

«-индивидуально-психологические представления человека о своей социальной среде;

-представления, складывающиеся в ситуации межличностного общения;

-коллективные представления, формирующиеся в межгрупповых отношениях (**этнический**, как один из видов, зарождается именно на этом уровне);

- идеология, которая складывается под влиянием определённых исторических условий данного общества» (Дуаз, 1994, с. 19-26).

Именно в рамках социального подхода был определён уровень истинности значения этностереотипа. Учёные пришли к выводу, что каждый этностереотип относится к определённой этнической группе в целом и к каждому члену этой группы в отдельности, но он не связан с индивидуальными особенностями каждого индивида. Поэтому этностереотип не может быть однозначно истинным (Белова, 2011, с. 4).

Психологи предложили проводить чёткое различие между стереотипизацией, которая является психологическим процессом (Стефаненко, 2006, с. 125), механизмом формирования этностереотипа и стереотипом как социальным явлением. Содержание социальных стереотипов относительно независимо от психологического процесса стереотипизации. Как утверждает В.С. Агеев, «детерминанты содержательной стороны стереотипов кроются в факторах социального, а не психологического порядка» (Агеев, 1986, с. 97). В рамках и социологии, и психологии **процесс стереотипизации** характеризуется как нейтральный, он рассматривается как свойство мозга и признаётся необходимым и главным познавательным процессом, сопровождающим поведение человека. В ходе этого процесса осуществляются обобщение и схематизация доминирующих в

том или ином социуме (группе) оценок, связанных с неким понятием (Питерова, Тетерина, 2016, с. 103-110).

Именно процесс стереотипизации позволяет «адекватно отреагировать на ситуацию даже человеку, не обладающему богатым социальным опытом и неспособному самостоятельно правильно интерпретировать сложный социальный объект» (Медведева, 2014, с. 46), оперативно сформировать образ объекта. Личность при первом акте социального познания обязательно использует уже имеющиеся у неё знания, категории и этностереотипы, перенимаемые ею в группе, с которой она себя идентифицирует (Fiske, Neuberg 1990, p. 1-74). Поэтому при общении с представителем другого этноса индивид неосознанно «анализирует его действия сквозь призму собственного мировосприятия, оценивает неизвестное с точки зрения собственных категорий мышления» (Холомеевко, Клычева, 2021, с. 1902).

В подобных случаях речь идёт об **«иллюзорных коррелятах»**, так как особенности поведения представителей того или иного этноса (упрямство, скупость, оптимизм и т. д.) объясняются их национальной принадлежностью. В коллективном сознании народа такие представления основаны на оппозиции «свой – чужой» (Кривенькая, 2016, с. 164).

Учёные пришли к выводу о том, что в человеческом сознании существует индивидуальное, социумное и национальное когнитивное пространство. Потому этнопортрет основывается как на коллективных, так и на индивидуальных представлениях о других этносах, что можно проиллюстрировать следующими примерами:

«(а) – *А ведь я цыганка, – пояснила Соня, – сегодня здесь, а завтра там.*

(б) – *Нет, дорогая моя... немцы обычно выполняют, что обещали»*
(Кривенькая, 2016, с. 160).

Выделенная черта характера или свойство является **этническим маркером** всего народа. Общеизвестно, что цыгане – кочевой народ, а немцы отличаются ответственным отношением к своим словам и делу.

В отличие от нейтрального процесса стереотипизации этнические стереотипы как результат этого процесса могут иметь как позитивную эмоциональную окраску, так и как негативную, то есть у этностереотипа есть **аксиологический компонент**, который может быть источником предрассудков. Как утверждает Т.А. Таганова, «при однобоком, непрофессиональном и предвзятом отношении к стереотипам национальных характеров опасность заключается в невозможности межкультурных связей, основанных на нетолерантном отношении, в формировании искажённой картины мира, а в историческом и политическом ключе – в развитии националистических теорий» (Таганова, 2014, с. 76).

В **социологии** этностереотипы рассматриваются как способ «наладить отношения группы прежде всего не с другими группами, а внутри неё самой, создав образ, позволяющий её членам идентифицировать себя в водовороте истории» (Стефаненко, 2006, с. 125).

В поиске объяснения механизмов формирования этностереотипов участвовали представители такого направления психологии, как бихевиоризм. Они выяснили, что на конструирование социальных стереотипов влияет не один, а несколько психологических факторов, одним из которых выступает **эмоциональный компонент** (Берулава, 2010, с. 18).

На данный момент в рамках социопсихологического подхода у учёных сложилось общее представление о том, что стереотип включает в себя три структурных компонента: когнитивный, оценочный (эмоциональный) и поведенческий. Как утверждает О.А. Белова, «**когнитивный** уровень этнического стереотипа представляет собой схематичный набор условных представлений и выражается в мнениях, суждениях его носителя о своём или чужом этносе и его представителях. **Эмоциональный (оценочный)** уровень этностереотипа связан с чувством симпатии или антипатии, предполагающим позитивную или негативную оценку своей или чужой этнической группы с опорой на традиции. **Поведенческий** уровень стереотипа проявляется в действиях по отношению к представителям своей или чужой этнической группы в различных ситуациях» (Белова, 2011, с. 14).

Однако существует также мнение, согласно которому поведенческий компонент приравнивается к социальной установке (Стефаненко, 1999, с. 228).

По мнению психологов, обычно в сознании человека находится много разноплановых стереотипизированных представлений, которые составляют **систему стереотипов** – «способ замены огромного разнообразия и беспорядочной реальности на упорядоченное представление о ней, сокращённый путь восприятия и познания» (Берулава, 2010, с. 17). Другими словами, это система представлений или образов, категоризированных в соответствии с имеющимися у человека знаниями, полученными ранее в его социуме (Берулава, 2010, с. 17). Различия между народами как этнически однородными группами людей фиксируют именно этнические стереотипы как психологические элементы знаний о мире.

Стереотипы об этносах – одна из самых «константных» форм проявления базовой информации какого-либо лингвокультурного сообщества (Миньяр-Белоручева, Покровская, 2016, с. 72-74). Как утверждает М.А. Кривенькая, «их устойчивость определяется в том числе и тем, что они уходят корнями в прошлое, а воспроизводятся в целях воздействия на настоящее и будущее» (Кривенькая, 2016, с. 173). Изначальное мнение о своей культуре как норме мышления и поведения, а о чужой культуре как отклонении от нормы, является пресуппозицией понимания представлений о других народах. Такие пресуппозиции основаны на общем социальном опыте и общей исторической памяти людей, что позволяет собеседникам при использовании ими этностереотипов легко понимать скрытый в них смысл и отличать своих от чужих, «типичных» и «нетипичных» представителей соответствующей общности. «Чуждость», включающая, как правило несколько признаков, приписываемых этносу, может стать причиной негативного отношения к нему. Подобное отношение может возникать и к нетипичным представителям «своих».

В связи с началом глобализационных процессов в мире и связанной с ними массовой миграции населения особое значение стали приобретать углублённые знания об этнических стереотипах, наработанных в разных направлениях гуманитарно-социологических наук, которые необходимо было перевести в

конкретно-практическое русло. Именно поэтому в наше время работы социологов чаще всего посвящены практическим проблемам, имеющимся в межкультурном взаимодействии, где активно актуализируются этнические стереотипы. Особенно это касается зарубежных исследований (English, Stanciu, Zhang, Kulich, 2021; Lorenz, 2021; Rosbrook-Thompson, Armstrong, 2021; Schmeisser-Nieto, Cignarella, Bourgeade, Frenda, Ariza-Casabona, Mario Laurent, et al, 2024; Sng, Williams, Choi, 2025; Sterkenburg, Heer, Mashigo, 2021), в которых авторы из разных стран объединяются, чтобы изучить проблемы миграции и межкультурных отношений в своих и других странах, обозначить наиболее острые из них.

Изучением этносов, их генезисом, самосознанием и функцией этностереотипов в их формировании занимается также такая наука, как **ЭТНОЛОГИЯ**. В рамках этнологического подхода этностереотипы рассматриваются как проводники особенностей этнической идентичности и её адаптации к реалиям. Этнологи определяют **этнос** как «исторически сложившуюся общность людей на определённой территории проживания, обладающую общими, относительно стабильными особенностями культуры (включая язык) и психики, а также сознанием своего единства и отличия от всех других подобных образований (самосознанием)» (Бромлей, 2008, с. 20). При этом подчёркивается, что появление самосознания и самоназвания завершает процесс становления этноса.

Представители этнологии закономерно включили в сферу своих исследований этностереотипы, потому что этнос характеризуется передающейся из поколения к поколению культурной информацией, так называемым культурным кодом. Эта культурная информация передаётся в виде образов, концептов, стереотипов, эталонов, символов, мифологем, которые «не забывая» своё прошлое, обрастают новыми интерпретативными слоями (Королева, 2014, с. 16), сохраняются и репрезентируются в пределах определённого этноса многими способами. В общественном сознании этноса сохраняется «инвариант образа мира» (Попова, 2003, с. 33), в который входят понятия и идеи о социальном устройстве мира, этические и эстетические установки, его историческое прошлое,

что в целом и составляет культурный код этого народа и создают его уникальную неповторимость и идентичность.

Под **идентичностью** некоторые учёные-этнологи понимают особенное отношение народа к себе или другому народу в зависимости от той или иной социальной ситуации, которые его, это отношение, и определяют. М.В. Берендеев, уподобив идентичность образу, т.е. «представлению о “нас самих” или о том, как “нас” представляют другие» (Берендеев, 2007, с. 34), утверждает, что «в каждой новой ситуации идентичность будет отражать то, что предполагают её контексты. <...> **Формирование образа или выведение идентичности исходит из изначальных дискурсивных или авторских предпосылок**» (Там же) (*выделено нами – К.П.*).

Этнологи разделяют стереотипы на две группы в зависимости от отражения ими представлений о своём или другом этносе:

– **«автостереотип** – совокупность атрибутивных признаков действительных или воображаемых специфических черт собственной этнической группы, т.е. оценочные суждения, относимые к собственной этнической общности и её представителям;

– **гетеростереотип** – совокупность атрибутивных признаков других этнических групп, т.е. совокупность оценочных суждений о других народах» (Шахбанова, 2012, с.178-179), которое обладает двойственным характером, с оценочной градацией в отношении «своего» и «чужого», и способствует формированию в сознании человека национальных идентификационных и самоидентификационных оценок. «Свои» обычно имеют положительную коннотацию, а «чужие» – отрицательную. Такие оценки в большинстве случаев занимают особое место в картине мира соседствующих этносов. А количество и результат противостояний между ними влияют на этнические коннотации и соответствующие им этнокультурные стереотипы.

Эти устойчивые представления этносов друг о друге превращаются в «непременный компонент обыденного сознания» (Бромлей, 1988, с. 16–29), хотя при определённых обстоятельствах и своеобразном характере исторических

взаимоотношений стереотипы друг о друге могут меняться на противоположные. Отдельный индивид, отдельная этническая группа осознают свою тождественность или идентичность только через выявление своих отличий от других индивидуумов или других этносов. Эти различия служат границей, где заканчиваются «я» или «мы» и начинается другой, чужой мир – «они» (Суходольская, 2007, с. 158).

Каждой нации свойственен **этноцентризм**, который влияет на отношение к другим этносам (Белова, 2006, с. 3). К этим же общекультурным явлениям относится **«мегаломания** – самовозвышение представителей одной нации, свойственное всем народам на определённом этапе их исторического развития» (Белова, 2018, с. 166) с помощью этнических стереотипов с обязательной негативной коннотацией. Обобщая разновекторность свойств этнических стереотипов, этнологи отметили в этнических стереотипах познавательный, оценочный, эмоциональный компоненты (Белова, 2018, с. 167).

В современных гуманитарных науках, и в этнологии в том числе, **этнические стереотипы** рассматриваются как «культурные образования с относительно устойчивым представлением о моральных, умственных, физических качествах, присущих представителям различных этнических общностей» (Тавадов, 2016, с. 276) С точки зрения этнологов, в содержании этностереотипа существует **«устойчивое ядро** – комплекс представлений о внешнем облике представителей данного народа, его историческом прошлом, особенностях образа жизни и трудовых навыках – и **ряд изменчивых суждений** относительно коммуникативных и моральных качеств данного народа» (Миньяр-Белоручева, Покровская, 2013, с. 56; Тавадов, 2016, с. 276).

Ранее учёные-этнологи считали, что этностереотип другой нации «складывается из тех характеристик, которые данный этнос считает недостойными и противопоставляет своим понятиям о чести, нравственности, красоте» (Бромлей, 1988, с. 19). Многим представлялось, что эти характеристики имеют только негативную направленность, часто искажая реальные качества других этносов и формируя неверные знания о них, и этим резко ухудшая межнациональные и межличностные отношения. В самом деле, этностереотипы с негативной

коннотацией нередко становятся основой для предрассудков, обостряют межэтническую напряжённость, провоцируют разжигание этнической вражды и могут приводить к проявлениям ксенофобии.

Тем не менее, «дальнейшая разработка проблемы позволила определить, что этностереотип – не однонаправленное явление, «оно выступает не только как негативное восприятие, но и как положительный образ» (Медведева, 2014, с.47). Стереотип может иметь положительную окраску, демонстрируя этнические ценности народов. При этом этностереотипы могут нести как ложную, так и достоверную информацию (см. Арутюнов, 1989; Арутюнян, Дробижева, Сусоколов, 1998; Бромлей, 1973; Панеш 1996; Стефаненко, 1999; Тишков, 1997).

Изучение «межэтнических отношений, традиций, войн и походов, обогащение культуры и сожительство с другими этносами позволяют в некоторой степени понять причины позитивного или негативного этнического стереотипа» (Медведева, 2014, с. 47). Эмпирическим путём, например, было выяснено, что стереотипный образ белоруса в общественном сознании русских имеет в целом позитивный характер (Муха, 2013, с. 82).

С изменением ситуаций в межгосударственных и межнациональных отношениях могут меняться и этностереотипы, вербализированные в суждениях. Правящая элита часто систематизирует и использует этнические стереотипы для влияния на другие народы и управления своим. В таких ситуациях этностереотипы наравне с предубеждениями и предрассудками выражают эмоционально-оценочное отношение к разным этническим группам и изучаются в этнологии как «социально перцептивные феномены этнической идентичности» (Тавадов, 2016, с. 274). **Этнические образы как репрезентанты этностереотипов** часто доминируют в интерпретации межэтнического взаимодействия, особенно в период конфликтов.

Нередко этностереотипы могут создаваться целенаправленно, тогда они становятся инструментом в формировании идеологии государства или её элиты (Белова, 2011, с. 3; Тавадов, 2016, с. 277).

1.1.2 Изучение проблемы этностереотипов в общественно-политических и культурологических науках

Именно свойство этностереотипов формировать общественное мнение в нужном для идеологов русле явилось в своё время причиной обращения социолога и политолога У. Липпмана к изучению стереотипов и подробному анализу того, как этот феномен действует на социум в политической жизни государства. У. Липпман уже с позиций **политологии** утверждает, что поведением человека можно управлять, используя стереотипизацию как основу массовой пропаганды. По его словам, «в сознание людей внедряются мифы и иллюзии, насаждаются предрассудки – фальшивое представление об этнических группах» (Липпман, 2004, с. 20), формируются определённые, чаще негативные образы-представления с определённой социально-психологической установкой, нужной на тот момент манипуляторам.

Но «этнические константы в свою очередь влияют на политические процессы, и это диктует необходимость прогнозирования различных социальных, культурных, политических коллизий, возникающих на межэтнической основе с целью их разрешения» (Овсянникова, 2016, с. 110). Изучением этих процессов занимается **политология**. Предметом политологии являются закономерности взаимоотношений социальных субъектов по поводу политической власти. Но в настоящее время при явных признаках крушения глобалистских тенденций в мировой политике особое внимание уделяется этнической составляющей. Поэтому политологический подход в изучении этнических стереотипов имеет свою особенность.

С точки зрения политологии, «этностереотипы всё чаще применяются сегодня как **упрощённые алгоритмы** осмысления общественно-политических действий, включающих в себя скрытые и явные компоненты, которые далеко не тождественны образу происходящих явлений» (Овсянникова, 2016, с. 110). В отличие от спонтанных этностереотипов, **интенциональные** «используются для конструирования какого-либо политического или рекламного образа, наполняя его определёнными коннотативными и экспрессивными свойствами» (Холомеенко,

Колычева, 2021, с. 1901) (*выделено нами – К.П.*). Даже нейтральные номинации стран или этносов при многократном использовании в определённом контексте способны создать у аудитории устойчивый стереотип какого-то народа или страны.

По мнению К. Боулдинга, «понимание механизма превращения «образа чужого» в «образ врага» приобретает важнейшее значение в процессе взаимовосприятия разных народов» (Boulding, 1956, с. 113) (*здесь и далее перевод с английского – наш К.П.*). Для формирования образа врага может использоваться «научно необоснованная терминология, не проверенные на подлинность “архивные” документы, популистские статьи, выполненные по определённому политическому заказу, которые навязывают обществу неадекватные реальности, негативно окрашенные стереотипы» (Овсянникова, 2016, с. 110).

Формирование негативного стереотипа относится к числу главных признаков пропаганды нетерпимости, расовой исключительности, вражды, которые приводят к новым конфронтационным отношениям между государствами (Ленец, Зарипова 2018, с. 78). Причём многократное использование этнических стереотипов с негативной коннотацией в одном тексте или разных текстах в разных изданиях усиливает воздействие созданного негативного образа на читателя и закрепляет в его сознании «образ врага». Как утверждает Т.А. Овсянникова, «достоверность представленной информации не имеет в этом случае никакого значения, так как она полностью соответствует определённым установкам и ценностям этнической группы» (Овсянникова, 2016, с. 110). Аккумулирующие и выражающие общественное мнение этностереотипы в такое время мешают распространению объективной информации и преодолению враждебных отношений между народами.

Так, американские политологи изучили стереотипные характеристики разных этносов в 12 странах. В России для примера они взяли чеченцев, рассмотрев их автостереотип по 5 параметрам: физические различия, язык, нормы, направленные против смешанных браков, религия и негативные исторические воспоминания. Учёные выяснили, что на формирование идентичности чеченцев, то есть на их автостереотип, сильно влияют 5 последних компонентов. То есть чеченец – это

человек, владеющий чеченским языком, соблюдающий все нормы и традиции чеченского народа, мусульманин, помнящий о трагических для их народа событиях. Внешний вид или физические различия не играют существенной роли.

Совершенно противоположные результаты были получены в итоге конструирования гетеростереотипа чеченца в общественном сознании после опроса в России и за рубежом, проведённого журналистами «Комсомольской правды». При восприятии чеченца указывались следующие стереотипные характеристики: опасный, воинственный, непредсказуемый, террорист, необразованный, в том числе и физический отличительный признак – бородач. Очевидно, что такие стереотипы сформировались в обществе после вооружённых конфликтов в результате распада СССР. И политологи делают вывод, что и политические события внутри страны могут оказывать влияние на формирование этнических как автостереотипов, так и гетеростереотипов (Кряклина, 2014, с. 1718).

Учёные-философы подчёркивают значимость философского подхода к изучению стереотипов, полагая, что «только на основе социально-философского анализа этностереотипа можно объяснить существование устойчивой связи между восприятием объектов под определённым углом зрения и соответствующим повторяющимся поведением людей, а также особенностями манипулирования ими» (Суходольская, 2009, с. 5).

Философия как общеметодологическая наука, наука о познании, предполагает осмыслять сущность этностереотипа в целом, аккумулируя различные подходы его изучения другими науками, добавляя к ним экскурс прежде всего в историко-культурные условия проживания этноса, используя свой терминологический аппарат. Одной из ключевых проблем, рассматриваемых в этой отрасли гуманитарных наук, является поиск первопричин возникновения общественного сознания, осознания себя как части определённого коллектива с общими интересами, идеями, традициями, ментальными штампами. Учёные-философы анализируют весь путь развития этноса с древних времен, используя главным образом не описательный, а объяснительный метод.

Как полагает Б. Ф. Поршнев, «именно понятие «они» является наиболее древним, архаичным, лежащим у истоков антропогенеза образованием. Только на основе понимания в сознании членов группы понятия «ОНИ» возникает второй член этой первичной оппозиции – «МЫ». Причём только путём дифференциации от «НИХ» возможно формирование собственной отличимости и аутентичности» (Поршнев, 1979, с. 232).

В философии **причиной формирования этностереотипов** считаются много раз повторяющиеся ситуации, при которых в этнической группе вырабатывается определённая модель поведения, а также повторяющиеся в обществе или этногруппе суждения, мнения.

Для философов **этнический стереотип** – это хранитель времени, который невозможно изучить вне понимания социально-культурных особенностей изучаемой общности, так как этностереотип возникает чаще как результат восприятия суждений и мнений этноса, в котором проживает индивид (Арсельгов, 2011, с. 4-5). Другими словами, с позиции социально-философского знания, социальный (этнический) стереотип выступает инструментом распознавания и передачи общественно значимой информации.

Философы выделили два типа этнических стереотипов: **стереотипы поведения**, которые «формировались на протяжении многих столетий, перейдя в ранг мифологизированных и устойчивых, не поддающихся культурным изменениям» (Гладких, 1999, с. 59), и **стереотипы мышления**, которые «формируются стихийно в процессе межкультурной коммуникации, этнических столкновений, с помощью средств массовой коммуникации; они являются подвижными, изменчивыми» (Там же).

Другие философы, базируясь на исследованиях психологов, считают стереотипы поведения и восприятия «формами проявления стереотипов» (Крысько, 2002, 139). С этой позиции, **стереотипы поведения** - устойчивые модели поведения, свойственные представителям определённого этноса и тесно связанные со стереотипами восприятия, которые не обнаруживаются на поверхности. Как утверждает О.В. Курбачёва, «**этностереотипы восприятия** – это обобщённый

образ Другого, за которым скрывается целый пласт духовно-мировоззренческих и социально-исторических представлений, которые объективируются и упрощаются во взгляде другого» (Курбачёва, 2022, с.60).

Философами также были выявлены определённые **пути формирования социальных стереотипов**. Так, например, О.В. Курбачева отмечает, что «процесс интериоризации этностереотипов в систему собственной когнитивной атрибуции может быть вариативным и представлять собой как непосредственный контакт с этнической общностью, так и опосредованное знакомство через средства массовой информации, кинематограф, литературу, рекламу, фольклор и др.» (Курбачёва, 2022, с. 56).

О. В. Курбачёва в своей работе детально исследовала живопись как своеобразный символический инструмент, отражающий историческую действительность и её духовно-мировоззренческие представления. По её мнению, именно живопись визуализирует уникальный художественный образ, посредством которого можно узнать и даже изучить специфические черты, ценностные характеристики той или иной этнической культуры, а также особенности концептуального восприятия и осмысления различных этнокультурных событий (Курбачёва, 2024, с. 29-40).

С нашей точки зрения, в этот ряд источников, где формируются, развиваются или изменяются этнические стереотипы, логично также добавить важнейший современный источник получения информации – Интернет, влияние которого на этностереотипы мы рассмотрим в следующем разделе.

В рамках философии подчёркивается ещё одно имеющее большое значение свойство автостереотипов и гетеростереотипов любого этноса – «быстро, просто и достаточно надежно категоризировать, схематизировать ближайшее и отдалённое окружение, преувеличивая межгрупповые различия и минимизировать различия между членами своей группы в целях сохранения внутренней сплочённости» (Суходольская, 2007, с. 152-160). Таким образом, стереотипы рассматриваются как **средство категоризации** действительности, то есть средство упорядочения индивидом объектов окружающего мира (Медведева, 2014, с. 44). Т.А. Золотарёва

утверждает, что «это свойство этностереотипов оказалось особенно актуальным при кризисе этнической идентичности в молодёжной среде на современном этапе, основная характерная черта которого проявилась в слабой связи политической ориентации с проявлениями этноцентрических стереотипов» (Золотарёва, 2020, с. 134).

Важнейшими характеристиками этностереотипов, с точки зрения философии, являются **эмоциональная окрашенность, ригидность** к новой информации и **высокая степень согласованности** среди членов социальной группы, носителем определённых стереотипных установок (Курбачёва, 2022, с. 56).

Изучением этностереотипов также занимается **культурология** – наука, изучающая историю и теорию культуры, историю культурологических учений, философию культуры, социологию, психологию и экологию культуры (Садохин, Грушевицкая, 2000, с. 15).

Для культурологов этнический стереотип – это феномен культуры, своеобразная «память» этноса, кладовая накопленного и упорядоченного опыта (Арсельгов, 2011, с. 4-5). Этнокультурное многообразие есть тот неиссякаемый источник обогащения мировой культуры человечества, без которого оно неизбежно деградирует. Исследованием этностереотипов в области культурологии и этнологии занимались в последние годы И. Янжекович и М.В. Лескинен (Янжекович, 2022; Лескинен, 2022).

Культурологический подход к пониманию этностереотипа заключается в том, что этностереотипы рассматриваются как «активная сила в преобразовании духовной стороны общества, которая аккумулирует все существующие противоречия бытия» (Арсельгов, 2011, с. 4). А.У. Арсельгов отмечает, что «в рамках культурологии выявлены следующие социальные функции этнических стереотипов: этноинтегрирующая, адаптационная, нормативно-регулирующая, сохранение и защита этнической идентичности» (Арсельгов, 2011, с. 8).

Также существует мнение, что «многогранность стереотипа как культурного явления вмещает широкий спектр значений – от представления о стереотипе как социокультурном концепте, роль которого состоит в экономии усилий по познанию

мира, до трактовки стереотипа как универсального этнокультурного маркера» (Белова, 2006, с. 5).

Культурологи, вслед за философами, считают этностереотипы «неотъемлемыми элементами общественного сознания и самосознания этноса, разделив их на стереотипы мышления и поведения» (Арсельгов, 2011, с. 13). Но этнические стереотипы поведения они определяют как «комплекс элементов духовной культуры, проявляющийся в повседневной жизни этноса в виде традиций, выступающий защитным барьером для сохранения самобытной духовной культуры этого этноса» (Kuleshin, Nemashkalov, Plyako, 2020, с. 29). В рамках этой науки ставится вопрос, какие из компонентов материальной культуры народов наиболее стойко сохраняют этническую специфику, являясь этническими индикаторами исторического сознания и традиции, то есть опыта, накапливающегося в виде системы этностереотипов человеческой деятельности.

С позиции культурологии, **«этностереотипы мышления** – это синтез традиционных этнических представлений и упрощённого представления о достоинствах и недостатках представителей других этносов» (Авксентьев, 1994, с. 85).

Ещё один принцип классификации этнических стереотипов основан на принципе устойчивости или неустойчивости и подразделяет их на **устойчивые** и **подвижные** или, в иной терминологии, **глубинные** и **поверхностные**. Глубинные стереотипы «формировались многими столетиями и не поддаются культурным изменениям» (Арсельгов, 2011, с. 16). В отличие от них, «поверхностные стереотипы формируются стихийно, в процессе межкультурной коммуникации, этнических столкновений, с помощью средств массовой информации» (Там же). При этом «отличительной чертой поверхностных стереотипов является то, что мнения и суждения о другом народе основываются на исторических фактах, внутривополитических и международных ситуациях, а также на некоторых других временных факторах» (Бродецкая, 2017, с.73).

Стереотипы также разделяются учёными на **стереотипы-образы** (осёл – упрямый, муравей – труженик) и **стереотипы-ситуации** (трамвай – рельсы, аист – капуста (Красных, 2002, с.117).

Проблематика межэтнического взаимодействия на различных уровнях – от глобального до местного – оказалась объектом исследования новой дисциплины – **теории межкультурной коммуникации**, «в рамках которой рассматриваются также сущности и функционирование отдельных компонентов этих взаимодействий, механизмы вербального и невербального воплощения стереотипов, содержащихся в культурной и когнитивной картинах мира» (Холомеенко, Колычева, 2021, с.1901).

Эта наука считает этнические стереотипы одним из важных когнитивных ориентиров, в соответствии с которым выстраиваются отношения людей в межкультурной коммуникации. Согласно теории межкультурной коммуникации, «**этностереотипы** – это в первую очередь национально маркированное явление, содержащее в себе культурные коды и ментальные установки коллектива, в сознании которого они родились» (Холомеенко, Колычева, 2021, с. 1900).

Специфика ракурса рассмотрения этностереотипов в рамках этой дисциплины, имеющей в основном практическую направленность, основывается на задаче, поставленной при возникновении этого направления науки в 1950-х годах, когда культурный антрополог Э. Холл по заданию Государственного департамента США разработал программы адаптации американских дипломатов и деловых людей за рубежом (Hall, 1959, с. 15). Основная мысль этих программ заключается в том, что этностереотипы, имеющиеся в общественном сознании каждой нации в виде авто- и гетеростереотипов, должны способствовать эффективной коммуникации между представителями разных этносов, а не препятствовать ей. Для этого коммуницирующие должны как минимум знать о взаимных стереотипах своих наций. А также помнить, что этностереотип отражает групповые черты и признаки, но никак не свойства отдельно взятого индивидуума.

Учёные полагают, что «в ситуации межкультурных контактов этностереотипы бывают эффективны только тогда, когда они используются как

первая положительная догадка о человеке или ситуации, а не рассматриваются как единственно верная информация о них» (Грушевицкая, Попков, Садохин, 2003, с. 190-191). Стоит учитывать, что «этнический стереотип – упрощённый, устойчивый взгляд на качества, достоинства и недостатки различных этносов» (Авксентьев, 1994, с. 85), поэтому он совершенно недостаточен при межкультурном взаимодействии для понимания представителя другого этноса. В связи с этим большую актуальность приобретает изучение этнических форм общения, а также стереотипов и этикетных норм (Арсельгов, 2011, с. 3).

В рамках **теории межкультурной коммуникации** были выявлены и категоризированы отличительные признаки этносов и культур, являющиеся основой этнических стереотипов. Е. П. Мутавчи и Ж. В. Глотова выделили следующие группы этнических стереотипов:

- «внешний вид человека: прибалтийцы – блондины, ирландцы – рыжие;
- одежда: шотландцы – килт, мексиканцы – сомбреро, индианки – сари; французы-береты;
- производимая продукция: Германия – машины, Швейцария – часы, Голландия – тюльпаны;
- природные явления, климат: Англия – туман (Туманный Альбион), Россия – вечный холод (зима); в Австралии вечное лето, в Африке одни пустыни;
- животный мир: Индия – слон, Россия – медведь, Австралия – кенгуру;
- исторические памятники: Франция – Эйфелева башня, Италия – Колизей; Египет – пирамиды.
- еда: англичане едят овсянку и пьют чай в 5 часов; французы едят лягушек и улиток; русские- борщ и пельмени, немцы пьют пиво и едят сосиски».

Важным фактором, влияющим на формирование стереотипов, является характер отношений между государствами. Так, в данный исторический период Прибалтика считает своим другом Америку, а Россию рассматривает в качестве врага (Мутавчи, Глотова, 2018, с. 93).

Оценивая другую культуру по эталонам собственной культуры, человек становится на позиции этноцентризма, где превалирует убеждение, что чужая культура заведомо хуже, чем собственная. Данная точка зрения препятствует межкультурному взаимодействию (Ленец, 2018, с. 73).

Положительному взаимодействию разных культур мешает и образ мигранта, который основан не только на непосредственном взаимодействии с мигрантами, но и на намеренном его формировании в массмедиа. Так, к отрицательным стереотипам, формирующим негативный образ мигранта в Великобритании, относятся: «нелегальность» «агрессивность», «криминализация», «маргинальный образ жизни», «экстремизм», «связь с террористами-исламистами» (Чопсиева, Ленец, 2021, с. 352).

Проблема этнических стереотипов рассматривается в различных направлениях лингвистики, которые занимаются исследованием национально маркированных компонентов языка, языковых единиц, вербализующих культурные коды того или иного народа.

1.1.3 Исследование этностереотипов с позиций лингвистики

В современной лингвистике понятие этностереотипа оказалось широко востребованным. При этом, если вначале стереотип принимался как ««субъективная» добавка к «объективному» образу объекта, а языковой стереотип – как коннотативное (оценочное) дополнение к лексическому значению слова, то впоследствии стереотип стал трактоваться как целостная «наивная» теория объекта, включающая не только оценочные, но и категориальные признаки» (Толстая, 2015, с. 55).

Первым, кто стал рассматривать стереотип с точки зрения лингвистики был Е. Бартминьский, который понимает стереотип широко, как «субъективно детерминированное представление о предмете, охватывающее как описательные, так и оценочные признаки, а также являющееся результатом интерпретации действительности в рамках познавательных моделей, которые вкупе создают некий «целостный образ мира»» (Бартминьский, 2005, с. 68-86). В лингвистике стереотипы понимаются как «устойчивые, то есть повторяющиеся, а не

возникающие случайно сочетания, закреплённые в коллективной памяти на уровне конкретики, соответствующей лексемам» (Бартминьский, 2005, с. 155). Благодаря использованию этих языковых средств создаётся «культурно-языковой образ объекта» (Бартминьский 1997, с. 12; Bartmiński, Panasiuk 2001, p. 373).

Но есть и другие лингвистические точки зрения на этностереотип. Например, некоторые учёные-лингвисты считают этностереотип ментальной **лингвокультурной моделью**, которая «фиксирует представления некоей лингвокультурной среды о той или иной нации и позволяет апеллировать к этим представлениям в различных дискурсах» (Некрасова, 2009, с. 48).

Кроме того, «этнический стереотип рассматривается не просто как образец восприятия действительности, отличающийся оценочным характером и представленный в языке в качестве устойчивых единиц, но и целый **концепт**, который, соприкасаясь с другими, формирует картину мира, в которую встроены определённые культурные коды» (Холомеенко, Колычева, 2021, с. 1901).

Т.В. Жеребило считает, что **этностереотипы** – это «схематичный, стандартизированный **образ** представителей того или иного этноса, эмоционально окрашенный и обладающий высокой устойчивостью» (Жеребило, 2011, с. 128) *(выделено нами – К.П.)*.

Учёные-лингвисты полагают, что формирование этностереотипов чаще всего основывается на тесной взаимосвязи языка, социума и культуры, поэтому их усилия направлены на раскрытие механизмов кодирования и декодирования стереотипов в языке с переносом этого понятия на языковые явления, присущие определённому этносу (Сорокина, 2011, с. 55). Основными **признаками** этностереотипов, как считают лингвисты, являются **частое их повторение** в самых разных коммуникативных ситуациях среди большого количества представителей данного этноса, **устойчивость восприятия и употребления в течение длительного периода**.

Е. Бартминьский и И. Панасюк выделили также такое свойство этнокультурных стереотипов, как «**неточная субъективная генерализация**» (Bartmiński, Panasiuk, 2001, p. 377) – «неосознанное приписывание какого-либо

свойства всем объектам класса, объединяемого с помощью данного названия» (этнонима, например) (Белова, 2018, 165).

Л.П. Крысин расширил представления о свойствах этностереотипов до **универсализации** и **гиперболизации** каких-то реальных явлений, когда этностереотип «содержит одну или несколько объектов оценки характеристики людей, национальных традиций, бытовых привычек и др.» (Крысин, 2005, с. 453).

В.Н. Телия отметила ещё одно свойство этностереотипов – **«оценочную модальность»**, которая «характерна для вербализации стереотипного мышления» (Телия, 1986, с. 22-23). Данная модальность зависит от ценностной ориентации субъектов и их социального опыта.

Немаловажно также отметить активную роль участников речевого общения, использующих этностереотипы. Одно и то же явление, событие или личности могут приобретать противоположную оценку у людей с разным социокультурным опытом. М.А. Кривенькая утверждает, что «прагматические установки при вербализации этностереотипа в процессе коммуникации могут определяться такими экстралингвистическими факторами, как приверженность принятому в данном сообществе мнению, готовность к тиражированию сложившегося образа, чувство причастности к сохранению традиций» (Кривенькая, 2016, с. 173). В индивидуальных представлениях возможна трансформация коллективных стереотипов.

Основной **функцией** этностереотипов, с позиций лингвистики, признаётся коммуникативная: этностереотипы служат для информационного обмена между представителями своего сообщества, помогая «опознать «своего» среди «чужих» и «чужого» среди «своих»» (Белова, 2018, с. 166).

О.В. Белова предложила ещё одну классификацию этностереотипов в рамках лингвистики, учитывая разные стороны языка – «формальную (фразеология, языковые клише, формальность, принципы сочетаемости в пределах языковых конструкций и т. п.) и семантическую (смысловые коннотации языковых единиц, сопутствующие основному/первичному значению)» (Белова, 2018, с. 162).

Изучение особенностей языкового выражения этностереотипов – одна из важнейших задач лингвистики. Этностереотипы репрезентируются в системе языка на разных уровнях: фонологическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом. И выявляются они тоже на разных уровнях, учитывая формы и методы их языковой репрезентации – от однословных наименований до фразеологизмов и целых текстов (Телия, 1999, с. 14).

Одним из актуализаторов этнического стереотипа выступает **этноним** – определённым образом маркированная языковая единица (Мучкина, 2010, с. 113). Как полагает Д. А. Шен, этноним изначально служил средством противопоставления себя иным этносам. Это даёт основания полагать, что отправной точкой для появления этностереотипов традиционно служит оппозиция «свой – чужой» (Шен, 2009, 17). Так, для англосаксов чужими являлись кельтские народы – шотландцы, уэльсцы, ирландцы. Например, слова *Welsh* и *Wales* обозначают «чужой», «из чужой страны», восходя к древнеанглийскому *wealh* – «foreigner». Сами же валлийцы называли себя *Cymry*, от слова *comrade* (**kombrogī* "fellow-countrymen") (Рассоха, 2010, с.190).

Этноним служил наименованием не отдельного человека, а группы людей, как единого целого. По мнению Д.А. Шен, «каждый отдельно взятый этноним является обобщением, так как содержит информацию о признаках, которыми должен обладать человек для того, чтобы быть отнесённым к тому или иному этносу. Несмотря на то, что an Italian – всего один из итальянцев, он уже имеет ряд характерных для этого народа особенностей: родом из Италии, говорит на итальянском языке, <...> отличается эмоциональностью и бурным темпераментом» (Шен, 2009, с. 9).

Интенционал лексического значения этнонима включает два признака: человек и его территориальная принадлежность. Импликационал же формирует периферию информационного потенциала, проявляясь в контексте. Он охватывает все стереотипные представления о данном человеке или явлении, включая истинные и ложные ассоциации, положительные и отрицательные, традиционно связанные с объектом или явлением. Именно импликационал содержит

эмоциональную оценочную информацию и создаёт аксиологический ореол слова (Мучкина, 2010, с. 115). Этнонимы и производные от них активно участвуют в образовании этностереотипов, приобретая со временем новые коннотации.

Таким образом, этнические стереотипы проявляются через различные импликации, которые добавляют смысл к исходным значениям слов-этнонимов. Анализ таких языковых явлений выявляет, какие признаки входят в сферу стереотипных представлений об определённом этносе и какие оценки – положительные или отрицательные – приписываются той или иной этнической группе.

И.М. Кобозева считает, что для выявления стереотипов национальных характеров необходимо определить коннотации этнонимов, то есть их несущественные семантические признаки, содержащие информацию о чертах характера (Кобозева 2000, с. 185). Учёные отмечают, что этнонимы часто изначально обладают отрицательными коннотациями, которые активизируют в сознании человека резкое и негативное отношение к другим народам (Гурьянова и др., 2020, с. 39).

В.В. Панин отмечает, что «в английском языке некоторые этнонимы в результате вторичной номинации приобрели дополнительное коннотативное значение, в котором проявляется стереотипное отношение к представителям различных этносов:

Chinese – сделанный шиворот-навыворот, неудачный, *to Jew* – торговаться, мошенничать, *Scotch* – скупой, прижимистый, *Turk* – жёсткий, грубый человек, тиран» (Панин, 2005, с. 209).

У. Квастхофф, проанализировав большую выборку речевых примеров с этнонимами, предложила категоризировать высказывания, в которые включены этнонимы, по принципу, который учитывает коннотативное наполнение и дополнение к базовому этностереотипу.

«Первая группа (базовая) – это предложения, где этническая группа обозначена подлежащим, которому соответствует какое-то качество: *Немцы трудолюбивы*.

Во втором типе высказываний появляется индикатор-ограничитель: *Жители Нижней Саксонии считаются молчунами.*

В третьем типе высказываний обозначена позиция говорящего: *Мне кажется, что американцам очень далеко до нашей духовности.*

В высказываниях четвертого типа есть стереотип в неявном виде, для выявления которого требуется привлекать весь текст: *Он еврей, но человек симпатичный»* (Квастхофф, 2013, с. 113-126).

Этностереотипы могут быть выражены в языке в виде **этнических прозвищ**, в основе которых лежат ассоциации с внешними отличиями, например, цветом кожи: *brownskin, darky, shadow* – американский негр; анатомическим строением: *almond-eye* – китаец, кореец; гастрономическими пристрастиями: *rice-belly* – китаец, *potato-eater* – ирландец (Панин, 2005, с. 210).

Наряду с этнонимами и прозвищами, Л. П. Крысин выделил следующие **способы вербализации этностереотипов**:

– **«лексемы оценочного характера**, употреблённые в качестве метафоры. Например, «*жид*» в его негативном значении «скупой как все евреи»;

– **атрибутивные сочетания**: *американская деловитость, немецкая аккуратность, русский размах*;

– **генитивные словосочетания**: *добиваться чего-то с упорством китайца*;

– **сравнительные обороты**: *точен как немец, холоден как англичанин*;

– **фразеологизмы**: *уйти по-английски»* (Крысин, 2005, с. 451-455).

В последнем случае речь идёт о фразеологизмах, одним из компонентов которых является этноним. Английские фразеологизмы с этнонимами *Dutch, Scotch, Irish, French* отражают взаимоотношения англичан с соседями несколько веков назад. Среди них негативные характеристики наиболее распространены и составили около 82% от общего числа фразеологических единиц с этнонимами.

Например, фразеологизмы с этнонимом *Dutch* всегда имеет негативную коннотацию: *Dutch defence* – ненадёжная защита, *Dutch courage* – пьяная удаль, *Dutch feast* – пир, на котором хозяин напивается первым, *Dutch concert* – шум и крики пьяной толпы. Судя по следующим фразеологическим оборотам, ирландцы

и французы также не пользовались уважением среди англичан и американцев: *Irish evidence* – лжесвидетельство, *Irish (Mexican) promotion* обман, введение в заблуждение (Гурьянова и др. 2020, с. 39).

Таким образом, этностереотипы, зафиксированные во фразеологизмах, наиболее архаичны. Многие из них остались в прошлом, «однако их анализ представляет значительный интерес для диахронического исследования данных стереотипов, необходимого для более глубокого понимания этностереотипов, существующих в современном мире» (Боева-Омелечко, Постерняк, 2022, с. 43).

Закреплению этнических стереотипов в сознании способствуют также **коллокации с этнонимическими языковыми единицами**, содержащиеся в словарях. Очень большое количество примеров современного словоупотребления можно найти в Сетевых словарях, которые базируются на электронных корпусах. Например:

«*Chinese copy* – an exact imitation or duplicate that includes defects as well as desired qualities.

Chinese whispers – the process by which a piece of information becomes less reliable each time it is told by one person to another» (Таганова, 2014, 74).

Новейшие коллокации представлены в так называемых «wiki»-проектах. (Urban Dictionary и др.). Например:

«*Russian Jacket* – When you drink so much that you no longer have the need to wear a jacket» (Urban Dictionary, 2025).

Общеизвестно, что категоризация информации имеет несколько этапов: внимание, кодирование, хранение и воспроизведение (Андреева, 2005, с. 99-139). Лингвисты исследуют заключительный этап – воспроизведение, которое осуществляется в знаковых системах через язык в процессе вербализации при речевом общении, предполагающей противопоставление нормального и странного, хорошего и плохого и т. д. Актуализация соответствующих имплицитных представлений происходит «посредством структурных отношений оппозитивности, параллелизма, аналогии, симметрии» (Азначеева, 2008, с. 116).

Часто используется и антитеза. Например: «*Мне-то всё равно. Я тебя знаю, ты девчонка хорошая, хоть и еврейка*» (Кривенькая, 2016, с. 168).

Большой проблемой для исследователей является надёжность и обоснованность отнесения какого-либо высказывания в тексте к средству вербализации этностереотипа. А.Е. Некрасова полагает, что принятие того или иного исследовательского решения должно быть основано не только на обращении к научной и справочной литературе, но и на правильной интерпретации текста. По её словам, «залогом правильности той или иной интерпретации этностереотипа служит опора на существующие в культуре фоновые знания и их письменную фиксацию в литературе» (Некрасова, 2009, с. 50). А если речь идёт об утверждении, которое не входит в фоновые знания читателей, то А.Е. Некрасова предлагает проанализировать контекст употребления данного мнения и сравнить выбранную интерпретацию отрывка со стереотипами, уже отражёнными в литературе (Некрасова, 2009, с. 51). Кроме того, если речь идёт о зарождающихся этностереотипах, то следует также учитывать частотность употребления этого высказывания в СМИ, художественной литературе, в интернете, потому что «стереотипы отличаются от субъективных единичных умозаключений наличием многократно повторяющихся позитивных или негативных суждений относительно одного объекта, массовым и бессознательным их пониманием» (Холомеевко, Колычева, 2021, с.1902). В качестве языкового материала могут выступать паремии, фразеологизмы, «синтаксические конструкции, которые можно интерпретировать как средства обозначения этнических стереотипов» (Крысин, 2005, с. 452).

1.1.4 Этностереотип и этнообраз как основные понятия лингвистической имагологии

Имагология (от лат. *imago* – образ) – новое научное направление, изучающее образ другого, чужого, инородного этноса, а также способы и особенности его репрезентации и анализа. В фокусе её внимания находятся установки, стереотипы и предубеждения, связанные с образом другого народа или государства (Бахарева, 2023, с. 4). Это соответствует задаче, которую поставил один из основоположников имагологии М.Ф. Гийяр: выяснить, как формируются и существуют в

индивидуальном и коллективном сознании великие мифы о других народах и нациях (Поляков, Полякова. 2016, с. 16). Данная наука вызывает всё больший интерес в сфере мировых гуманитарных исследований.

Основы изучения этнообраза были заложены американским учёным К. Боулдингом, по мнению которого «нация – это формальное и неформальное творение историков, <...> а национальный образ – это по сути ложь, или по крайней мере изображение правды под определённым углом» (Boulding, 1959, p. 122). Данная теория подтверждается на практике тем, что в представлении разных культур образ «другого» – разный. По утверждению М.Ю. Кореневой, «если для итальянца другой – это некто чужой, для француза – варвар, для немца – враг, для англичанина – конкурент, то для русского он язычник, безбожник, иноверец, злой» (Коренева, 1998, с. 309).

Центральными понятиями имагологии выступают оппозиция «свои – чужие», а также «стереотип» и «образ» (Папилова, 2024 (а), с. 148-150). В рамках имагологии **этностереотип** рассматривается как разновидность стереотипа, «упрощённый, схематизированный, эмоционально окрашенный и чрезвычайно устойчивый образ какой-либо этнической группы, распространяемый на всех её представителей» (Поляков, 2008, с. 149). Под **этнообразом** имагологи понимают «эмоционально окрашенное стереотипное представление одного народа о другом» (Папилова, 2011, с. 31).

В.Б. Земсков считает, что этностереотипы, которые основаны на редукции, упрощении, схематизации прототипа, являются базовыми понятиями имагологии, выступая основой для построения других форм, например, образов (Земсков, 2011, с. 8). Когда индивид воспринимает определённые слова, высказывания, тексты, в том числе стереотипизированные, в его сознании сразу возникает образ (представление, картинка) другого этноса. То есть этностереотип и образ неразрывно связаны, но не тождественны друг другу.

Обобщая взгляды учёных, таких как О.В. Томберг, 2015; С.Д. Камалова, 2020; Т.А. Кожевникова, 2016; О.А. Феофанов, 1980; С.К. Милославская, 2008 и др., можно уточнить различия между **этнообразом** и **этностереотипом**:

- бессознательный характер формирования стереотипа / целенаправленность создания образа;

-опора стереотипов на реальные свойства/ возможный отрыв образа от реальных свойств;

-обобщение представлений об этносе посредством стереотипов/ акцентуация отличительных свойств этноса с помощью образов;

-образы, в отличие от стереотипов, предполагают управляемую интерпретацию;

- статичность этностереотипов /динамичность образов.

Таким образом, «эностереотипы служат базой для создания образов этносов, а образы являются хранилищем существующих этностереотипов и средством их создания, особенно в случае отсутствия непосредственного общения с «чужим» этносом» (Постерняк, 2024, с. 166).

Рассмотрев представления различных наук, включая имагологию, о содержании понятия «стереотип» и его соотношении с понятием образа, мы считаем возможным предложить следующее определение этностереотипа, релевантное задачам нашего исследования: **эностереотип** – это стандартизированное, схематизированное и аксиологически окрашенное представление одного народа о другом, репрезентируемое в создаваемых средствами языка образах. Иными словами, это ментальное образование, когнитивная модель, которая предидирует этносу некий этнопризнак (*немцы – пунктуальные люди, французы – влюбчивые люди, англичане – сдержанные люди и т. д.*).

Соответственно, **этнообраз** – это акцентирующий внимание на отличительных особенностях этноса вербально-ментальный оценочный конструкт, опирающийся на традицию или формируемый целенаправленно в дискурсах разных типов и служащий средством сохранения, изменения и создания новых этностереотипов.

При этом один и тот же стереотип может получать отражение в разных образах. Например, Е.В. Папилова отмечает, что этностереотип «*немцы* –

аккуратные и опрятные люди» находит в художественной литературе воплощение в образах целого ряда персонажей: колбасника Тофельса в произведении В.И. Даля «Колбасники и бородачи», булочника Ивана Ивановича в произведении В.И. Даля «Жизнь человека, или прогулка по Невскому проспекту», хлебника из «Евгения Онегина» А.С. Пушкина (Папилова, 2013, с. 15). В свою очередь, этнообраз может репрезентировать несколько стереотипов, как это имеет место, например, в случае образа англичан, создаваемого в анекдотах и включающего такие этнопризнаки, как учтивость, самообладание, практицизм, эксцентризм, замкнутость (Маркелова, 2016).

По мере развития имагологии как гуманитарной дисциплины продолжается формирование различных её видов, разделение на которые, по мнению Е.В. Папиловой, следует предпринимать на основании того, что является объектом исследования. Учёный предлагает выделить историческую, журналистскую, религиоведческую, потестарную, художественную имагологии.

Разделом художественной имагологии является филологическая, которая в свою очередь подразделяется на литературоведческую и фольклорную. По мнению Е.В. Папиловой, лингвистическая имагология, которая призвана изучать языковые средства репрезентации «чужого», его стереотипизированный этнообраз, следует отнести к служебной дисциплине, которая будет помогать исследовать образы чужестранцев внутри других видов имагологии (Папилова, 2024 (б), с. 208-209).

Главная задача **лингвистической имагологии** как одного из направлений имагологической науки заключается в изучении «вербального воплощения образа народа или страны в языковом сознании представителей другого народа или страны» (Иванова, 2014, с. 182). В сферу её исследований входит «выявление через анализ дискурсов методов и механизмов трансляции образа «чужого», «иноного» этноса в общественное сознание в виде образа-стереотипа средствами языка» (Трыков, 2015, с. 122-124).

Лингвистический анализ в лингвоимагологии прочно утвердился среди методов исследования этнических стереотипов и этнических образов, что

способствует более глубокому пониманию механизмов их формирования и функционирования.

Вслед за О.В. Томберг мы рассматриваем концептуальное пространство образа как совокупность аксиологически значимых концептов-конституентов, состав которых зависит от «миромоделирующей функции жанра или дискурса» (Томберг, 2015, с. 183). В случае этнообраза данные конституенты являются, как мы полагаем, **этнопризнаками** (характерными чертами), присущими соответствующим этносам. Набор этих признаков зависит от способа интерпретации объективной реальности в жанре или дискурсе. Следовательно, анализ этнообраза, репрезентирующего этностереотипы, предполагает прежде всего выявление концептов-этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообраза. При этом под **концептом** понимается «основная единица ментального кода культуры, отражающая коллективное знание и эмоциональную оценку, свойственные носителям определённого языка» (Попова, Стернин, 2007, с. 24).

Это означает, что при изучении образа как инструмента изменения и трансформации этностереотипов необходимо, в первую очередь, определить концепты, составляющие концептуальное пространство данного образа. По сути, это будут **этнопризнаки** (характерные черты), присущие соответствующим этносам.

Этот **алгоритм анализа**, включающий все контексты, раскрывающие образ, то есть имагологически значимые контексты, по нашему мнению, предполагает:

1) выявление существительных-имён концептов, позволяющих раскрыть образ. Эти слова могут включать как номинации самого образа, так и номинации ассоциативно связанных с ним понятий, представленные соответствующими лексемами, употребляемыми в микроконтекстах совместно с номинациями образа. Например, Т.Ю. Ма и Д. А. Белан отмечают, что образ русских в американских СМИ создаются с помощью лексем *threat* и *danger*, итальянцев – *food* и *fashion*, испанцев – *siesta* и *festival* (Ма, Белан, 2023, с. 4068), номинирующих соответствующие концепты;

2) выявление прилагательных, употребляемых для характеристики этноса и также вербализующих в признаковой форме соответствующие концепты. Например, ряд прилагательных, употребляющихся с названиями этносов, приводится в указанной статье Т.Ю. Ма и Д.Ю. Белана. Для характеристики французов используются прилагательные *rude, chic, elegant*, итальянцев – *romantic*, китайцев – *stupid* (Ма, Белан, 2023, с. 4067);

3) выявление глаголов, описывающих значимые для создания образа действия этноса и вербализующих в процессной форме соответствующие концепты. Так, в период Второй мировой войны британская пресса создавала положительный образ русских, включающий концепты-конституенты «патриотизм» и «храбрость», через описание героических действий русских людей:

«a) ... *when the unexpected attack came every single Russian man, woman, and child made up their minds that **at all costs they would defend their country*** [Liverpool Echo. 24.01.1942].

b) *The Russians **are stubbornly defending** Voronezh ...* [Crewe Chronicle.18.07.1942»] (Постерняк, 2023, с. 73);

4) выявление фразеологизмов, свободных словосочетаний и стилистических средств, вербализующих значимые для образа концепты;

5) выявление концептов-конституентов на основе содержания высказывания-микроконтекста при отсутствии их эксплицитной номинации. В частности, следующее высказывание позволяет сделать вывод о наличии конституентов «пацифизм» и «экономия» в образе немцев, создаваемых в англоязычных СМИ: «*More broadly: many Germans still **hold a deep aversion to war and to defense spending in a country whose Nazi past has made it reluctant to invest in military power***» (Постерняк, 2024, с. 171);

6) выявление концептов-конституентов на основе содержания более широкого контекста. Например, анализ содержания целого рассказа А.П. Чехова «Дочь Альбиона» позволяет выделить такие концепты-конституенты образа англичан, как самообладание, чопорность, лицемерие, пуританство, презрение ко всему «чужому» (Желтова, 2011, с. 310-312).

Предложенный алгоритм анализа предполагает использование лингвистических методов семного и контекстологического методов, а также методов филологического анализа текста и контент-анализа.

Как было сказано выше, лингвистическая имагология проводит свои исследования на разнообразном эмпирическом материале, который включает произведения художественной литературы, материалы СМИ, политическую, историческую, публицистическую литературу, а с недавних пор и материалы Интернета.

Вполне закономерно, что в последнее время в рамках имагологии образы рассматриваются как продукты дискурсивной деятельности или, иными словами, дискурсивные объекты, целенаправленно формируемые с помощью языковых средств (Пакус, 2023, с. 53). Этнообразы являются репрезентантами дискурсивных стратегий, актуализаторами стереотипов и этностереотипов (Beller, 2007, p. 343).

Поэтому представляется необходимым рассмотреть более подробно вопрос о репрезентации этностереотипов в разных типах дискурса через создаваемые в этих дискурсах языковые этнообразы, специфика которых зависит от типологических признаков дискурса.

1.2 Особенности репрезентации этностереотипов в художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах

1.2.1 Понятие дискурса и дискурсивной вариативности

Этностереотипы формируются и функционируют в дискурсах, каждый из которых «специфичен и нагружен определёнными значениями, которые, как полагают Э. Лакло и Ш. Муфф, создают собственные социальные миры» (Laclau, Mouffe, 1985, p. 13). Специфика дискурса определяет специфику создаваемого в нём этнообразов-репрезентантов этностереотипов, отражающих коллективные, групповые или индивидуальные представления о других народах (Зеленин, 2013, с. 63).

Термин **дискурс** (франц. discours, англ. discourse, от лат. discursus «движение, речь, разговор, рассуждение») (Кондрашов и др., 2008) был впервые введён в научный оборот лингвистики в середине XX века. Американский ученый З.Харрис

(Harris, 1952) и французский ученый Э.Бенвенист (Бенвенист, 1974) начали исследовать высказывание, отрезок текста, больший чем предложение, используя для этого слово *discours*.

Изучению дискурса посвящено множество зарубежных и отечественных исследований, авторы которых рассматривают этот феномен с позиций различных научных парадигм. Понимание дискурса во многом зависит от того, какой подход принимает исследователь для изучения данного явления.

В нашей работе мы принимаем общепризнанное определение дискурса, предложенное Н. Д. Арутюновой: «Дискурс – это речь, погружённая в жизнь», то есть это связный текст «в совокупности с экстралингвистическими факторами, такими как прагматические, психологические, социокультурные и т.д.» (Арутюнова, 1998, с. 136-137). Иными словами, дискурс понимается как коммуникативное событие, которое охватывает такие виды речевой деятельности, как речь и текст, то есть все, что человек произносит и записывает (Богданов, 1993, с. 5), а также включает в себя участников ситуации, предисторию данного коммуникативного события и обстоятельства его протекания (Gumovskaya, 2022, p. 21).

Соответственно, дискурс является процессом коммуникации, в котором особенно значим социальный план. Ещё Т. Ф. ван Дейк обратил внимание, что «дискурс – это существенная составляющая социокультурного взаимодействия, характерные черты которого – интересы, цели и стили» (Дейк, 1989, с. 53). Дискурс воспринимает текст в целом как целевой социологический акт, который включает исследование формирования текста, а также его оценивание и анализ. Начало процесса интерпретации текста означает смещение фокуса исследования в область дискурса (Zholashieva et al., 2022). Таким образом, дискурс – это сдвоенный процесс – процесс текстопостроения и процесс чтения (интерпретации) (Кулибина, 2001; Миловидов, 2015; Тюпа, 2009). В большинстве случаев восприятие и интерпретация являются не просто важными составляющими дискурса, а его целью, что особенно заметно в художественном дискурсе, субъекты которого в лице писателей создают тексты в расчёте на определённую реакцию читательской

аудитории, а ещё более в политическом, «где вообще практически ничего не говорится и не пишется «просто так»» (Аматов, 2024, с.7).

Материальным воплощением дискурсивной деятельности является **текст** как некий этап коммуникации. В.М. Лейчик метафорически сравнивает дискурс с «путём», а тексты со «станциями», где человек может остановиться, чтобы сделать определённые выводы (Лейчик, 2009 (а), с. 359).

Учёные пришли к выводу, что дискурс «часто, но не всегда, концентрируется вокруг некоторого опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т.п., определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего и его интерпретатора миром, который “строится” по ходу развёртывания» (Демьянков, 1982, с. 7), представляя из себя фоновые знания, определяющие коллективный характер дискурсивных практик.

Дискурс, согласно И.Е. Ким и И.В. Силантьеву, является составной частью сферы общения – область жизни человека и общества, упорядоченной определённым видом деятельности и общения. Сферу общения характеризуют типичный носитель языка, цель его деятельности и общения, стандартные условия общения и особая картина мира, функционирующая в этой сфере общения. Так, в художественной литературе представлена художественная картина мира, которая привязана к особому мировидению автора и его языковой картине мира, которая в разных фрагментах может быть разной. Соответственно носитель языка должен отобразить те языковые средства, которые позволяют отразить картину мира, господствующую в данной сфере общения.

По мнению учёных, «в идеале сфер общения столько же сколько видов человеческой деятельности: сферы образования, науки, культуры, массовой коммуникации, книгопечатания, промышленного производства, торговли, религии, транспорта, судопроизводства, сферы межличностного общения (бытовое, внутрисемейное, дружеское) и др.» (Ким, Силантьев, 2017, с. 168). Данные сферы соотносятся с соответствующими дискурсами, которые имеют те же варианты направлений. В связи с этим различаются следующие типы дискурса: медийный

(имеет отдельные подвиды- теле- и радиодискурсы, газетный), театральный, кинодискурс, рекламный дискурс, политический, религиозный, литературный, публицистический, научный, художественный, бытовой, интернет-дискурс и др.

В различных дискурсах «возникает конкуренция восприятий одного объекта и формирование разных его образов» (Берендеев, 2011, с. 94), что позволяет говорить о явлении **дискурсивной вариативности** репрезентации объектов.

Дискурсивная вариативность – это часть общего понятия **вариативности**, которое «в широком смысле обозначает всякую изменчивость, модификацию» (Дубровина, 2015, с. 15), наличие нескольких вариантов. Вариативность относится к универсальным свойствам материального и духовного мира, поскольку «все существующие предметы, явления, единицы и т. д. могут видоизменяться или из-за своих собственных ресурсов, или под воздействием внешней среды» (Вагана, 2012, с. 46).

Она также является языковой универсалией и изучается в рамках сравнительно новой отрасли лингвистики – **вариологии**, задачами которой, как полагает В.Г. Гак, является определение системы имеющихся в языке семантически (либо формально) тождественных единиц, а также их тождества, различия и условий употребления (Гак, 1998, с. 367-368). В понятийно-терминологический аппарат данной науки наряду с понятием вариативности входят такие понятия, как «инвариант», «вариант», «варьирование», «вариантность», характеризуемы М.Я. Блохом как термины-толкования (Блох, 1996, с. 6), в английском языке – термины «variant», «invariant», «variation», «variance», «invariance», «variability», «variety», «variable». Как полагает Н.В. Сандалова «в англоязычной традиции, в отличие от русскоязычной, метаязык теории вариативности более сформирован и упорядочен» (Сандалова, 2015, с. 199).

В вариологии существует узкое и широкое понятие вариативности. Вариативность в **узком** смысле определяется как «характеристика способа существования и функционирования единиц языка в синхронии» (Солнцев, 1984, с. 31), как «формальное видоизменение одной и той же языковой единицы при сохранении одного и того же содержания» (Фирсова, 2000, с.85). Это общее

свойство языковой единицы получать реализацию в речи в виде множества вариантов (Хомутова, 2005, с. 28). Изменения, которые претерпевает единица, сохраняющая при этом своё тождество, называются **варьированием** (Ахманова, 1966, с. 69). В **широком** смысле вариативность понимается как наличие нескольких способов выражения одного содержания (Фирсова, 2000, с. 85).

Выделяются разные типы вариативности по различным параметрам. С одной стороны – это **внутрилингвистическая** вариативность фонологическая, фонетическая, орфографическая, морфологическая, синтаксическая, словообразовательная (Сандалова, 2015, 198). С другой – это **внешнелингвистическая** вариативность, обусловленная внешними по отношению к языковой системе факторами. В этом случае различаются следующие виды вариативности: социолингвистическая (влияние социальных изменений и социальной мобильности, социальных отношений и степени официальности на выбор языковых средств), региональная (влияние региональных разновидностей языка, а также последствий языковых контактов), индивидуальная (этническая, возрастная, гендерная), временная (проявляется в диахроническом развитии языка) (Тимофеева, Киосе, URL: <http://scodis.ru/студентам/глоссарий/> вариативность (Дата обращения: 05.04.25)). Также в качестве особого вида вариативности учёные выделяют особенно значимую для нашего исследования **текстуальную**, т. е. стилистическую, жанровую и дискурсивную вариативность (взаимодействие жанра и темы, влияние лингвистической экспрессии, **типа дискурсивного события** и способа передачи информации) (Бабенко, 2000; Вишневская, 2002).

Дискурсивная вариативность связана с понятием **дискурсивной картины мира**, под которой понимается способ интерпретации действительности, свойственный данному дискурсу. Данная картина мира «является открытой динамичной системой понятий, которая формируется в координатах адресант – адресат, имеющих интересы и ценности» (Мельник, Шемонаев, 2019, с. 8 – 9). В каждой дискурсивной картине мира объективная реальность воспроизводится по-разному. Так, художественный дискурс ориентирован на эстетическое конструирование квазиреальности, в котором воспроизведение фактов и событий

сочетается с игрой воображения, политический направлен на передачу официальных представлений о ней (Юркевич, 2014) с целью формирования и трансформации политических реалий в обществе (Алёшина, 2024, с. 11), а интернет-дискурс создаёт «вариативную дискурсивную реальность, в которой открываются возможности как для позитивной идентификации, так и для провокативного поведения и манипулирования» (Гребенщикова, 2020, с.96).

В лингвистической литературе тема дискурсивной вариативности рассматривается в основном с точки зрения репрезентации определённого концепта в различных дискурсах. Например, А. С. Уженцева выявила компоненты понятийной, образной и ценностных составляющих концепта HAPPINESS в американском религиозном, политическом и бытийном дискурсах, справедливо полагая, что концепт «характеризуется индивидуальной, социокультурной контекстной вариативностью и таким образом может быть полностью представлен только во множестве ситуаций общения <...> **или в различных дискурсах, как среде актуализации концепта**» (Уженцева, 2014, с. 7). Автор пришла к выводу, что рассматриваемые дискурсы, их цели, функции и ценности оказывают влияние и актуализируют различные признаки рассматриваемого концепта,

Я. А. Волкова и Н. Н. Панченко исследовали дискурсивную вариативность репрезентации концептов деструктивных эмоций «гнев», «ревность», «презрение» в художественном и публицистическом дискурсах в синхроническом и диахроническом срезе. Авторами было обнаружено, что вариативность этих концептов при их вербализации в разных дискурсах обусловлена взаимопроникновением ассоциативных смыслов в периферийной семантике концептов, с одной стороны, и с другой стороны- трансформацией коннотативных значений при дискурсивной реализации номинантов этих концептов (Волкова, Панченко, 2018, с. 192).

А. А. Быкова рассмотрела дискурсивную вариативность метафоры «ледяной» на материале поэтического, публицистического, научного и бытового дискурсов. Автором было выяснено, что неоднородность этноязыковой картины мира,

членение её на дискурсивные варианты проявляется в вариативности использования интерпретационного потенциала языковых единиц. Метафора «ледяной» реализует свой потенциал различным способом в соответствии с образными и смысловыми доминантами разных дискурсов (Быкова, 2012, с. 7-13).

Проблема дискурсивной вариативности образов государств нашла отражение в работе В.О. Пакус (Пакус, 2023), которая сопоставила образы США, создаваемые в американском президентском и оппозиционном дискурсах, и пришла к выводу о значительных различиях между ними.

В центре нашего исследования будет находиться дискурсивная вариативность репрезентации этнических стереотипов немецкого, французского, израильского, иранского, китайского и русского этносов. Как мы уже упомянули выше, наше исследование будет проводиться на основе текстов художественного, политического медийного (тексты печатных изданий СМИ) и интернет-дискурса (тексты чатов и индивидуальных комментариев). Два из рассматриваемых дискурсов (художественно-литературный и политический медиадискурс) представляют из себя субъект влияния на общественное сознание, а один (интернет-коммент) – результат этого влияния.

Образ каждого из этносов, являющийся репрезентантом этнических стереотипов, отличается от дискурса к дискурсу, что обусловлено своеобразием каждого дискурса. В связи с этим далее мы обратимся к выявлению дискурсивной специфики этнообразов в вышеназванных дискурсах и, соответственно, специфики репрезентации через них этностереотипов.

1.2.2 Образ иностранца как средство репрезентации этностереотипов в художественном дискурсе

Художественный дискурс представляет собой процесс создания и интерпретации художественных текстов, детерминированный историко-культурным контекстом (Боева-Омелечко, 2014 (а), с. 98). Он является результатом соединения дискурсов автора и читателя в процессе их особой коммуникации, одним из компонентов которой является художественный текст, рассчитанный на особенный тип коммуникантов и специальное распределение ролей между ними.

Художественный текст со всей совокупностью знаков является продуктом художественного дискурса (Сапиева и др., 2021, с. 33), поэтому данный текст и дискурс «неразрывно связаны друг с другом» (Самарская и др. 2012, с. 3).

Говоря о художественном тексте как компоненте коммуникации, необходимо отметить, что это **эстетически-опосредованная** коммуникация, целью которой является **изобразительно-выразительное** раскрытие темы (Чернухина, 1984, с. 75). Художественный текст – «это произведение искусства, результат творчества <...> особая система, моделирующая представления человека о действительности» (Ладутько, Сычова, 2005, с. 8).

Создание художественного текста и его восприятие имеют свои специфические особенности. Во-первых, этот коммуникативный акт не происходит одновременно.

Во-вторых, создание самого художественного текста требует достаточно много времени и особых условий для проявления художественных способностей одного из коммуникантов – писателя, чтобы осуществить основное назначение и достигнуть цели художественного дискурса – «воздействовать на внутреннее, духовное пространство читателя, на его систему ценностей, верования и стремления с тем, чтобы изменить их» (Dijk, 1979, с. 151). Эту цель Т. А. ван Дейк считает основным свойством художественного текста.

Имманентным свойством художественного дискурса является **фикциональность** – наличие в нём особой креативной внутритекстовой действительности. Художественный текст как элемент данного дискурса является продуктом авторского осмысления реальности (Ананьева, Гумовская, 2024, с. 18): под воздействием своего воображения автор творчески перерабатывает в сознании, порой до неузнаваемости, свой жизненный опыт, наблюдения, моральные и этические установки. Соотношение изображаемого мира с действительностью носит опосредованный, условный характер, связанный с убеждениями и интенциями автора. Так, например, всякое изображение инонационального опирается на стереотип собственного национального восприятия «чужого», и

поэтому создаваемый образ не тождественен реальному прототипу, а творчески переломлен автором (Папилова, 2024(б), с. 207).

Эстетическая функция художественного дискурса заключается в реализации творческого замысла писателя путём использования индивидуально-авторской специфики употребления языковых единиц и учитывает как личностную, так и социальную природу авторского мировосприятия. Как отмечает Е.Е. Бразговская, художественному тексту в большей степени, чем любому другому, присущ **индивидуальный (авторский), процессуальный и эмоциональный характер** (Бразговская, 2008, с. 120). А это, по мнению Т.А. ван Дейка, также важный признак художественного дискурса, который по другим языковым, грамматическим и семантическим признакам, по крайней мере в современной художественной литературе, не отличается от других типов дискурсов (Dijk, 1981, p. 247). Художественный текст является индивидуальным авторским продуктом, который вербально в художественной форме эксплицирует принадлежность его создателя к той или иной лингвокультуре.

Кроме того, художественный дискурс отражает культуру определённого общества в тот или иной период. Это специфическое свойство часто выражается в художественном тексте в виде системы художественных образов, в которых происходит **преобразование реальности, обусловленное историко-культурными причинами** (Евтушенко, 2010, с. 40). Эти образы могут быть сформированы в художественном тексте, в том числе на основе этнических стереотипов, выступая источником этнической информации о лингвокультуре и помогая глубже понять ценностные образы мира тех или иных народов (Копоть, 2021, с. 69).

В словарях русского языка термин «художественный» имеет два ключевых значения: «1) относящийся к искусству, 2) изображающий действительность **в образах**» (Ожегов, 2019, с. 1303). Художественность стабильно ассоциируется с «образностью» и «изобразительностью» и «воображением», т.е. деривативными смыслами понятия «образ». **Художественный образ** в литературе – это любое явление, творчески воссозданное автором произведения. С семиотической точки

зрения художественный образ представляет собой знак, то есть инструмент смысловой коммуникации в пределах данной культуры, элемент воображаемого бытия. Он каждый раз заново воплощается в воображении читателя, обладающего «культурным кодом» для его распознавания. Он выступает основным средством художественного обобщения действительности, знаком объективного коррелята человеческих переживаний и особой формой общественного сознания (Роднянская, 1978, с. 419).

В художественном образе автор «конструирует и выражает глубокие познания действительности, содержательно наполненные личными переживаниями и огромным богатством накопленного всеобщего социального опыта» (Гришин, 2015, с. 52). Это отличает способ моделирования мира в художественных и научных текстах. Последние стремятся к предельной объективности, не предполагающей учёта личного опыта учёного.

Эмоциональная составляющая образа «(художественность) направляет процесс осмысления художественного образа на получение более углублённых новых значений, действуя по закону отрицания отрицания, диалектически развивая значения в образы, а образы – в новые обогащённые знанием значения» (Там же).

В самом художественном образе отражены также определённые культурные доминанты – лингвокультурные концепты и особенности их осмысления (Томберг, 2013, с. 169), которые являются фрагментами концептуальной картины мира, репрезентированной в рамках некоторого художественного текста (Чурилина, 2002, с. 23). В свою очередь, смысл художественного образа раскрывается только в конкретной коммуникативной ситуации, а итог такой коммуникации зависит от личности, целей и даже настроения человека, взаимодействующего с ним, а также от культуры, к которой он принадлежит. В связи с этим художественный текст и созданные в нём художественные образы со временем или в ином культурном контексте часто воспринимаются иначе, чем их воспринимали современники или сам автор (Бычков, 2004, с. 267).

При создании художественных образов каких-либо народов писатели воспроизводят устоявшиеся в общественном сознании этнические стереотипы.

Стереотип, в том числе национальный, «тесно связан с языковым фактором и, подобно национальной идентичности, имеет дискурсивную природу» (Филюшкина, 2005, с. 142). Как отмечает В.С. Абрамова, «в художественном тексте этностереотип отражается через хронотоп, место персонажа в образной системе произведения, его участие в сюжетном действии, предметной и речевой детализации» (Абрамова, 2018, с. 129). При этом «целостно освещая жизнь путём образного её воспроизведения, художественная литература отражает и менталитет нации, и свойственные национальному сознанию этностереотипы» (Папилова, 2013, с. 3).

Основным средством репрезентации этностереотипов в художественных произведениях выступают **образы персонажей-иностранцев** (Мельничук, 2002, с. 18). Необходимо отметить, что «особенности изображения чужестранца во многом предопределены модусом художественности и жанром. <...> Создателем образа чужестранца в художественной литературе выступает автор с его личным мнением, мировоззрением, творческим замыслом и опытом восприятия «чужой» нации» (Папилова, 2013, с. 4).

Проблема репрезентации этнических стереотипов через образы иностранцев в художественной литературе пока ещё недостаточно полно освещена в научных исследованиях. Так, в своей монографии «Принципы сравнительного литературоведения» А. Дима посвятил ей всего одну главу, обозначив лишь общие тенденции французской литературоведческой науки в этом вопросе (Дима, 1977). В отечественной науке работ по изучению образов иностранцев тоже немного. Причем спектр художественных произведений, анализируемых в них, довольно узок. В основном это произведения классической русской литературы XVIII – XIX века от Д.И. Фонвизина до А.П. Чехова.

Следует отметить, что художественные образы иностранцев в отечественной литературе представлены теми национальностями, которые жили в России. Так, А. П. Забровский выявил, что это образы немцев, французов, англичан и в меньшей степени итальянцев. Причём в большинстве случаев представители этих народов изображаются чаще в негативном ключе (Забровский, 1994, с. 88).

Этнообразы немцев в русской литературе рассматривают С.С. Жданов, (2017); А.П. Забровский (1994); О.С. Красильникова, (2013); Е.В. Папилова, (2013). По наблюдениям учёных, в образах Германна из «Пиковой дамы» А.С. Пушкина, доктора Вернера из «Героя нашего времени» М.Ю. Лермонтова, Штольца из «Обломова» И.А. Гончарова, Пекторалиса из «Железой воли» Н.С. Лескова, Шиллера из повести Н.В. Гоголя «Нос» и других воплощены такие этнопризнаки немцев, как пунктуальность, педантичность, расчётливость, бережливость, практичность: «...немец без расчета и шагу не ступит, без инструмента с кровати не свалится» (Лесков, 1979, с. 292). Н.В. Гоголь отметил разницу между англичанами и немцами в манере принятия алкогольных напитков: «Пил он (немец) вовсе не так, как англичанин, который тотчас после обеда запирает дверь на крючок и нарезывается один. Напротив, он, как немец, пил всегда вдохновенно, или с сапожником Гофманом, или с столяром Кунцом, тоже немцем и большим пьяницею» (Гоголь, 2024, с. 595) (Забровский, 1994, с. 93). Н.С. Лесков отмечал главные отличительные черты немцев на примере Пекторалиса: одержимость работой, эгоистичность, дисциплина, негостеприимство и недоброжелательность. Данные представления о немцах довольно устойчивы и сохраняются в обыденном сознании русских и в 21 веке (Красильникова, 2013, с. 172).

Этнообразы французов в русской литературе рассматривали В.С. Абрамова, 2017; Т.О. Буглак, 2014; А.П. Забровский, 1994. Согласно работам этих учёных, в целом отношение к французам у большинства русских писателей было пренебрежительное: необразованный «французик из Бордо» из комедии А. С. Грибоедова «Горе от ума», учитель Петра Гринева – француз Бопре из «Капитанской дочки», «убогий француз» – учитель Онегина. По мнению А. С. Пушкина, французы – безнравственные, развращённые, полуграмотные люди, волею судеб занесённые в Россию (Забровский, 1994, с. 88). Л.Н. Толстой в своём романе «Война и мир» в образе капитана Ромбале показал наиболее типичного мифологизированного представителя французской нации, для которого война – игра, приключение. Как и многих французов, известных писателю, Ромбале

отличает бахвальство, легкомысленность, флирт с женщинами (Забровский, 1994, с. 95).

В произведениях А.П. Чехова образ француза как карикатурный персонаж появился благодаря литературному наследию предшественников. Если в ранних произведениях писателя образы иностранцев репрезентируют национальные стереотипы, то в поздних рассказах личные качества героев уже доминируют над стереотипными. Например, француз из рассказа «На чужбине» – маленький, патриот и душится. А в рассказе «Глупый француз» клоун Генри Пуркуа выглядит более мягким, более тактичным, чем его русский визави. Француз ест только гренки и консоме, показывая пример умеренности, экономности и разумности (Абрамова, 2017, с. 84-86).

Англичанка в рассказе А.П. Чехова «Дочь Альбиона» сравнивается с различными представителями водной фауны (стерлядь, тритон, рачьи глаза), что отражает типичный для русских людей стереотип о холодности англичан, их надменности, чужеродности, закрытости и дистанцированности от остального мира (Нымм, Дерябина, 2019, с. 121–134).

Иначе репрезентируется этнообраз англичанина в «Путевых заметках» И. А. Гончарова. Последний так описал этнопризнаки англичан-колонизаторов, завоевателей мира: белый человек в пробковом шлеме, с биноклем, сапогах и надменным видом (Филюшкина, 2005, с. 141–156).

Этнообразы иностранцев представлены и в англоязычных художественных произведениях. Так, например, С. Кларк, английский новеллист, проживший много лет во Франции, в своих романах “A Year in the Merde” (2004), “Merde Actually” (2005), “Merde Happens” (2007) подчёркивает любвеобильность французов, галантность по отношению к женщинам, изысканность вкусов в еде, законопослушность, непунктуальность (Алтунина, Мучкина, 2021, с. 1994 – 2001).

Образ цыган в английской литературе XX века продолжает тенденцию предыдущих столетий литературы западноевропейских стран и английской, в частности, которые рисовали эту народность как скитальцев (travellers), связанных с природой, деятельность которых имеет полукриминальный характер. В довольно

известной книге “The Famous Five” английской детской писательницы Э. Блайтон главные герои общаются с цыганским мальчиком Шмыгом, который выручает их из беды. Но вот самих цыган автор описывает негативно: ведут замкнутый образ жизни, хмурые, неуживчивые, и вообще странные, и подозрительные, занимаются контрабандой фальшивых денег. Но зато они свободны в своих действиях, близки к природе и животным, чего явно не хватает самим англичанам (Емельянов, 2024, с. 124-125).

А образ русских в англоязычной литературе представлен, например, персонажем Веры Русаковой в детективах об Эрколе Пуаро А. Кристи, которая прочла эту барышню в пассиве Пуаро. Мастер детектива отмечала в русской девушке авантюризм, экзотичность поведения, ум и энергию. В произведениях А. Кристи вскрывается укрепившийся в английском обществе стереотип о русских – умные, рискованные, необычные и непредсказуемые в своих действиях люди (Богатырев, 2023, с. 34).

Итак, эстетизация, фикциональность и креативность художественного дискурса обуславливают создание в нём ярких образов персонажей-иностранцев, репрезентирующих этностереотипы национального сознания и формирующих позитивное или негативное отношение к различным этносам через призму мировосприятия писателя. Наделяя своих героев индивидуальными особенностями, мастера художественного слова делают их образы реалистичными и запоминающимися, тем самым закрепляя и формируя этностереотипы в сознании читателей через воздействие не только на их разум, но и на эмоции.

1.2.3 Медийный этнообраз как средство репрезентации этнических стереотипов в политическом медиадискурсе

Приступая к рассмотрению медиадискурса как среде формирования, функционирования и изменения этностереотипов, необходимо отметить, что «существующая концепция политического дискурса СМИ формируется «на стыке» «классического» политического дискурса и дискурса СМИ» (Вдовина, 2024, с. 2).

В связи с этим представляется целесообразным определить, что такое СМИ, а также описать их цели и задачи в жизни общества и отдельного человека.

Средства массовой информации, или **массмедиа**, представляют собой коммуникативно-когнитивный феномен, необходимый обществу для поддержания процесса своего «собирания», самопознания и формирования общественного мнения, то есть оценочного суждения о действительности (Абрамова, 2014, с. 18). У СМИ есть «свой угол зрения – создание картины мира с точки зрения человека в обществе» (Солганик, 2000. с. 14). В частности, СМИ играют важную роль в сохранении и трансформации существующих, а также создании новых этнических стереотипов.

СМИ являются основным субъектом медиадискурса, под которым понимается «всё поле распространения потоков информации посредством печатных изданий, радио, телевидения и Интернета» (Хантаев, 2017, с. 187). СМИ информируют массовую аудиторию – слушателей, читателей и зрителей – о политических и иных событиях в своей стране и мире, а также просвещают, убеждают и развлекают их. **Аудитория** массмедийного дискурса характеризуется специфической массовостью, поэтому медиатексты отличаются «усреднённостью» (и в этом смысле упрощённостью) своего кода, функционирующего в режиме когнитивно-аксиологических смыслов – понятийных (идентифицирующих), метафорических, образно-символических и ценностных (Абрамова, 2014, с. 17). Другими словами, тексты в рамках медиадискурса имеют отличительную черту – простота и ясность изложения, обеспечивающие понимание этих текстов в разных слоях населения.

Возможность вести on-line репортажи с места событий и оперативно реагировать на них – одно из важнейших свойств современных массмедиа. Их привилегией и обязанностью стало **«постоянное нахождение в настоящем, в точке, где действие происходит в данный конкретный момент времени»** (Добросклонская, 2006, с. 20).

Пространство медиадискурса очень разнообразно. На сегодняшний момент существует множество типологий и классификаций этого вида дискурса, в который

включаются и публицистика, и информационный контент, и реклама, и PR. Причём все эти виды представлены и в печатных средствах массовой информации, и на телевидении, и на радио, и в Интернете. Картина мира, которую создают сообщения, заложенные в текстах медиадискурса, имеет мозаичный характер: она состоит из множества картинок и образов, которые создаются по мере подачи той или иной информации.

Учитывая всеобъемлющую на настоящий момент распространённость медиаресурсов в обществе, можно утверждать, что «современная языковая личность живет в пространстве медиатекстов, представленных контекстом массовой информации» (Джабраилова, Фомичева, 2019) в режиме on-line.

Медиатекст является «дискретной единицей медиадискурса, которая позволяет упорядочить и структурировать движение медиапотока в условиях информационного общества» (Добросклонская, 2014 (а), с. 182).

Таким образом, политический **медиадискурс как** «сложное коммуникативное явление, целью которого является борьба за власть через формирование общественного мнения» (Никитина, 2006, с. 5), представляет собой не что иное, как совокупность текстов, публикуемых в СМИ, воздействующих на аудиторию и интерпретируемых ею.

Медийный текст всегда порождается потребностями отражения современной жизни с целью воздействия на общественное мнение широкой аудитории, характеризующейся разнородностью состава и неопределённым количеством неизвестных адресатов (Селезнева, 2013, с. 206).

Некоторые учёные полагают, что на сегодняшний момент **информационная** функция СМИ хотя и важна, но не является основной. Как отмечает Т.А. ван Дейк, «события и явления не обладают значением сами по себе, эти значения конструируются при сообщении о событиях на основе взаимодействия многих социально- идеологических факторов – классовой принадлежности, гендера, расы, культуры, политических убеждений ... и т. д.» (Dijk, 1998, p. 27).

Н.А. Левковская полагает, что главная функция СМИ – **воздействующая** – побудительная и развлекательная (Левковская, 2011, с. 169). По мнению И.В.

Анненковой, «тексты медиадискурса обладают выраженной **интенцией убеждения**, как одним из видов персуазивного воздействия» (Анненкова, 2012, с. 190). По утверждению Т.А. ван Дейка, «все формы напечатанных текстов однозначно персуазивны, содержат активный компонент влияния на огромное количество адресатов» и направлены на общественное сознание и формирование актуального общественного мнения (Dijk, 1995, p. 35). Особенно эта функция актуальна для политического медиадискурса, который находится в плоскости пересечения политических и медийных коммуникаций. (Добросклонская, 2014 (б), с. 19). И это обуславливает его специфические характеристики, отличающие его от других видов дискурсов.

Свойство СМИ воздействовать на свою аудиторию достигается самыми разными методами. Медiateксты не только отражают окружающую действительность, но интерпретируют её, комментируют, что способствует созданию определённой идеологической направленности репрезентируемого ими медиадискурса. СМИ становятся «информационным носителем, отражающим ценности, знания, интересы, убеждения, ориентации и установки политических деятелей, представителей власти и общества» (Кобрин, 2015, с. 95). Фактически в рамках политического медиадискурса происходит оязыковление политической и государственной власти, основной целью которой является «борьба за власть и политическое превосходство» (Шейгал, 2000, с. 47). Другим методом воздействия является **социальная оценочность**. В противоположность художественной речи, которая изображает, рассказывает и лишь косвенно оценивает (Солганик, 2005, с. 15), тексты СМИ обобщают, оценивают и приводят факты в доказательство своих утверждений. То есть для политического медиадискурса характерна **политическая модализация**, под которой понимается изложение «событий, связанных с политической жизнью страны под определённым углом зрения с целью формирования у аудитории позитивного или негативного отношения к ним в желаемом для автора изложения направлении» (Боева-Омелечко и др., 2016, с. 61). Более того, довольно часто «тексты СМИ актуализируют лишь те аспекты реальности, которые производитель информации признает в качестве значимых»

(Бузин, 2012, с. 11). Журналист отбирает конкретные факты, освещает их и связанные с ними события, помещая в определённый контекст и формируя отношение к ним. Медийщики являются своеобразными «агентами влияния», так как рассказывают о политике массовой аудитории, которая дистанцирована от правительства и не может лично наблюдать за процессом принятия решения, касающихся общественной жизни (Шейгал, 2004, с. 25) и, соответственно, вынуждена воспринимать информацию сквозь призму медийной репрезентации. Особое значение в данном процессе приобретают политический, культурный и другие подтексты, придающие сообщению дополнительные смыслы и определяющие способ кодирования информации (Ткач, 2018, с. 35-39). Таким образом, массмедиа совершают выбор и интерпретацию информационного и другого материала, опираясь на определённые ценностные фильтры (Почепцов, 2003, с. 356), становясь мировоззренческим, идеологическим ресурсом, направленным на «когнитивную обработку социума и индивида с целью формирования особой языковой картины мира» (Кузьмина, 2011, с. 12).

В результате такой «обработки» в массовом сознании формируются определённые, нужные авторам текстов представления, образы, стереотипы, мнения и установки по тому или иному вопросу, часто не совсем соответствующие реальности, и «в сознании отдельной личности возникает некая особая социальная реальность, в формировании которой этнический менталитет этой личности может играть ведущую роль» (Кузин, 2012, с. 4).

Т.А. ван Дейк выявил следующие приёмы манипулирования массовым сознанием в политическом медиадискурсе:

«• **сверхообобщение:** аспекты единичного опыта событий принимаются за обобщённую модель поведения всех членов данной этнической группы или всех этнически маркированных социальных ситуаций;

- **общие свойства,** приписываемые группе, превращаются в частные для отдельного индивида.

- **расширение или транспозиция:** отрицательный характер в одной области распространяется на все другие признаки их носителей;

- атрибуция свойств: объединение отрицательных моделей и навязывание их реципиенту» (Dijk, 2000, p. 70).

Манипулирование в медиапространстве «может совершаться с помощью имагологических инструментов – **посредством создания образов, стереотипизации и мифологизации**. Данные процессы являются неотъемлемой частью современных медиатекстов» (Костина, Солдатенко, 2022, с. 98-100).

В контексте нашего исследования важно отметить специфику медиадискурса с точки зрения создаваемых в нём **медиаобразов**, эксплицирующих этностереотипы. Именно СМИ характеризуются активным использованием метода стереотипизации в этническом вопросе. Культурно-информационная функция массмедийного дискурса способствует формированию общего представления об этносе, определяя его сущность и воздействуя через этнообразы как на «свой» народ, так и на «чужой». Медиаресурсы различных типов целенаправленно внедряют в сознание людей искажённую информацию о других этнических группах, следуя интересам элит, контролирующих эти ресурсы и преследующих определённые цели в межгосударственных отношениях. Они не просто распространяют такую информацию, а пытаются создать на её основе устойчивые этнообразы и этностереотипы с негативной коннотацией.

Таким образом, с помощью имагологически значимой информации – позитивной, нейтральной или негативной – в СМИ как основных носителях и выразителях идей государства и элиты не только транслируются уже имеющиеся, но и формируются новые этнические образы, идеи и ценности, и в конце концов стереотипы, так как при целенаправленном продолжительном информационном воздействии происходят существенные изменения в стереотипах и социальных установках, и в том числе этническом менталитете.

Т.Г. Добросклонская предложила взглянуть на формирование новых стереотипов в медиапространстве как на **информационную цепочку** (Добросклонская, 2000, с. 8). Опираясь на данное понятие, А.Е. Некрасова рассмотрела механизм создания стереотипов в СМИ. Первым звеном в этом процессе выступает **отбор фактов** (Некрасова, 2009, с. 65). Авторы статей могут

показать одни факты и скрыть другие, часто подчиняя свой выбор основному принципу политики – в разделении на «своих» и «чужих» (Иванова, 2008, с. 31). Второе звено информационной цепочки – это **интерпретация**, которая особенно ярко проявляется на примере репрезентации этностереотипов. Например, американцев можно назвать патриотичными, а можно – страдающими манией величия. Как утверждает А.Е. Некрасова, «на следующем этапе информационной цепочки происходит **создание устойчивых образов**, которые образуются при повторении тех или иных интерпретаций» (Некрасова, 2009, с.65). Они могут носить как отрицательный, так и положительный характер. И уже позже при увеличении частотности повторения устойчивых образов в большом количестве статей в разных печатных изданиях происходит **создание стереотипов** (Некрасова, 2009, с. 65). Но несмотря на устойчивость этнических стереотипов как таковых, их репрезентация в текстах СМИ может варьироваться. Этнообраз, воплощающий этностереотипы в медиатекстах, может меняться, исходя из ситуации на международной арене и целей государства (Гусева, Прокофьева, 2023, с. 22).

Стереотипы, воспроизводимые и формируемые в политическом медиадискурсе, обусловлены как картиной мира каждого народа, так и сложившейся политической ситуацией в конкретный период исторического времени (Миньяр-Белоручева, Покровская, 2015, с. 197).

Е. В. Щетинина иллюстрирует трансформацию этнообразов японцев и китайцев в политическом медиадискурсе США, зависящую от политических установок руководства страны. Например, положительные характеристики японцев в американском медиадискурсе 1935 г., отмечающие их трудолюбие и прогрессивность, впоследствии сменились на резко отрицательные, приписывающие японцам хитрость и вероломность. Потребность в китайских рабочих обусловила их положительные характеристики в медиадискурсе как бережливых и трудолюбивых людей, а запрет на въезд иммигрантов-китайцев привёл к появлению резко отрицательных отзывов о них, изображающих китайцев как нечистоплотных и опасных людей (Щетинина, 2012, с. 258).

Таким образом, специфика репрезентации этностереотипов в медиaprостранстве состоит в её **динамичности**, обусловленной особенностями их функционирования в социокультурном контексте соответствующей эпохи. А «любой конструируемый образ будет напрямую зависеть от повестки дня, так как для политического медиадискурса **оценочность** и **идеологичность** являются чуть ли не главными свойствами» (Берендеев, 2011, с. 95).

Стереотипы, репрезентируемые в медиатекстах, тиражируются с помощью СМИ, повторяясь в разных изданиях (Некрасова, 2009, с. 61), и активно участвуют в реализации персуазивной функции массмедиа. Как мы уже отметили ранее, продолжительное информационное воздействие является одним из основных факторов формирования этностереотипов (Кузин, 2012, с. 52-53), которые «всегда динамичны и современны, воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий» (Александрова, 2002, с. 81).

В последние годы в связи с повышением политической и межнациональной напряжённости в мире в научной среде стал всё чаще подниматься вопрос о явно конфликтогенной роли средств массовой информации в формировании откровенно негативного образа какой-либо другой нации в этнополитическом сознании. В.К. Малькова выявила следующие **механизмы формирования негативных этностереотипов** с помощью СМИ в массовом сознании:

- «– констатация фактов о жизни этносов и культуре;
- создание и распространение этнических образов и стереотипов путём публикации, содержащих обобщения о чертах «национального характера и культурных особенностей представителей этнокультурных групп» («американцы – тупые и малообразованные», «французы легкомысленные», «русские – агрессивны, ленивы и простодушны»);
- мифология о прошлом, настоящем и будущем «нас» и «их» («Наш этнос издавна живет на этих землях, поэтому мы должны иметь льготы и преимущества»);

– толерантная и интолерантная лексика («**чеченские бандиты**», «**афганские террористы**» однозначно навязывают негативный стереотип)» (Малькова, 2002, с. 158).

В условиях сложных, политически напряжённых ситуаций массмедийный дискурс определённой страны активно формирует **образ этноврага** для оправдания своей агрессивной внешней политики. Этот образ воздействует в большей мере на эмоции, чем на разум людей, формируя враждебное отношение к этносу. При этом подчёркиваются особенности внешности и менталитета врага, отличающие его от представителей своего этноса, а также исходящая от него опасность и необходимость принятия соответствующих мер защиты (Мельник, 1998, с. 160). Иными словами, этнообразы в медиатекстах приобретают «эмоционально-нормативную окраску, что возбуждает у людей такие чувства, как этническое достоинство, гордость, обида, страхи» (Распопова, 2013, с. 145).

Итак, в политическом медиадискурсе с присущей ему политической модализацией через создаваемые в нём медийные этнообразы происходит либо сохранение желательных для конкретного историко-культурного контекста устойчивых этностереотипов, либо их трансформация, а также формирование новых этностереотипов. Данные этнообразы обладают большой динамичностью, обусловленной изменениями политической ситуации.

1.2.4 Интернет-образ как средство репрезентации этностереотипов в интернет-дискурсе

Интернет как уже неотъемлемая часть нашей цивилизации совмещает в себе два компонента: великое достижение технической мысли человечества в XXI веке и одну из древнейших потребностей человека – потребность в общении и в передаче информации. По своей значимости и влиянию на развитие мировой цивилизации и научно-технического прогресса Интернет стал символом нашей эпохи – эпохи информационного общества.

Интернет глобально изменил наши возможности в коммуникации, поставив на службу электронные каналы связи и выход через них в виртуальное

пространство, где люди получили новый вид общения, языковым коррелятом которого стал особый вид дискурса – **интернет-дискурс**. Данный дискурс, выполняя основные функции – информационную и коммуникативную – представляет собой новую коммуникативной среды (социальная коммуникация) (Биккулов, 2003; Галичкина, 2001; Туркин, 2008; и др.) и дискурсивной практики (Асмус, 2005; Дудникова; Медведева, 2022; Ушаков, 2010 и др.).

Интернет-дискурс сочетает в себе признаки как статусно ориентированного или институционального (политическая коммуникация, профессиональная коммуникация), так и личностно ориентированного дискурса (общение в чатах, на сайтах и т. д.) (Русанов, 2016, с. 215).

Согласно определению, данному Е.Н. Галичкиной, **интернет-дискурс** – это «тип дискурса, порождающий бесконечное многообразие текстов разножанровой направленности, которые генерируются и которыми обменивается широкая аудитория пользователей в режиме on-line» (Галичкина, 2013, с. 11). К специфическим жанрам Интернета, в соответствии с многочисленными видами каналов общения, относятся: электронная почта, дневники, разнообразные чаты, блоги, форумы, мессенджеры, социальные сети и сайты интернет-СМИ, которые дали людям возможность публично высказать свою точку зрения, проецируя её на массовую аудиторию по самым разным поводам и темам, затронутым блогерами, модераторами сайтов, инициаторами дискуссий. Эти дискуссии в подавляющем большинстве случаев имеют текстовую форму комментариев.

По утверждению Л. Н. Степановой, в текстологии различаются несколько видов комментариев, например: комментарии-толкования, используемые в переводах; комментарии-рассуждения журналистов-аналитиков. В сети Интернет распространены особые комментарии – **комменты** – «специальный компонент в структуре сообщения на информационных ресурсах, развлекательных сайтах, в блогах и т. п., где каждый желающий может вступить в дискуссию с автором текста и/или другими комментаторами» (Степанова, 2013, с. 95). Коммент представляет собой «результат обыденного толкования событий <...> сквозь призму личностных смыслов и политических взглядов» (Савельева, 2019, с. 841). В виртуальных

дискуссиях в виде комментов участвуют одновременно многие пользователи, в результате чего образуется виртуальный полилог, участниками которого «являются рядовые интернет-пользователи, дающие спонтанную субъективную оценочную интерпретацию новостной статьи или комментариев других пользователей» (Полоян, 2021, с. 61).

К специфическим признакам комментов как жанра **интернет-дискурса** относятся следующие.

Во-первых, участники дискуссий не идентифицируют себя полным именем и высказывают своё мнение, можно сказать, *анонимно*. Эта важная особенность комментов располагает к полной свободе выражения мнений и обуславливает деформализацию общения, вплоть до аффективной раскрепощённости, ненормативности и некоторой безответственности участников общения (Виноградова, 2004, с. 63). Это второй признак комментов.

В-третьих, свободное выражение мнения простого обывателя по любым важным и неважным проблемам обеспечивает *нарушение иерархии коммуникации*. Раньше главная роль в обсуждении политических и иных событий в СМИ и в Интернете принадлежала журналистам, а теперь свой вклад в построение дискурса может активно вносить каждый интернет-пользователь (Боева, Петина, 2024, с. 68).

Комменты участников могут выражать мнение о своём и других этносах. Они могут актуализировать существующие в общественном сознании этнопризнаки, а могут называть новые, трансформируя репрезентирующий этностереотипы этнообраз (Постерняк, 2025, с. 148). При этом, как отмечалось ранее, «комментарии рядовых пользователей Интернета выражают их субъективные мнения и оценки, которые могут быть лишены идеологической окраски и не совпадать с официальной точкой зрения, преподносимой представителями редакции СМИ в новостной статье» (Щипицина, 2015, с. 85) или модератором блога.

Во время виртуальной коммуникации участники, используя в речи суждения о других этносах, моделируют **интернет-образы этносов**, эксплицируя свои особенности их восприятия и, соответственно, расширяя устойчивые рамки общепринятого стереотипа (Беликов, 2009, с. 361). Например:

«– Она любила другого человека.

– Нет. Не может этого быть, – сказал я. – Почему же она не ушла?

Он горько усмехнулся.

– А то ты не понимаешь... Эти грузинские гордецы... Только чтобы никто не подумал, что в семье неладно» (Кривенькая, 2016, с.170).

Обычно понятие «гордость» означает эмоцию, отражающую положительную самооценку, наличие самоуважения, чувства собственного достоинства, собственной ценности (Ожегов, 2019, с. 218). Однако в этом конкретном примере понятие «гордость» расширяет свой индивидуальный узус до понятия «нерешительность», «опасливость» и даже до «ханжества» и «лицемерия». В этом проявляется креативность участников дискуссии.

Пространство интернет-комментов предоставляет широкие возможности для участников дискуссий использовать, поддерживать и формировать новые этностереотипы, потому что одним из важнейших признаков этого вида интернет-дискурса является широта охвата аудитории– адресанты и адресаты, участвующие в виртуальной интерактивной коммуникации, могут находиться одновременно в разных частях мира (Бадмаева, 2014, с. 125) и число участников не ограничено, а даже поощряется модераторами.

Являясь искусственно созданной коммуникативной средой, интернет-дискурс условен и не имеет ни временных, ни пространственных границ. В дискуссию пользователь может включиться сразу, а может через несколько месяцев в зависимости от того, является ли он подписчиком определённого сайта или основная новость или тема вышли у него в новостной ленте случайно. Публикуя своё мнение о каком-либо представителе любого народа в комментариях, пользователи делают его общедоступным, в кратчайшие сроки преодолевая такое препятствие в коммуникации, как расстояние и время, что может способствовать более быстрому разрушению старого этнообраза и формированию нового.

В интернет-коммуникации роли адресанта и адресата постоянно передаются от одного участника диалога к другому. Если тематика дискуссий затрагивает обсуждение какого-либо этноса, его культурных особенностей, поведения, то

авторство создаваемого при этом этнического образа распределяется между всеми участниками. Адресат в интернет-коммуникации стратифицируется по интересам и становится не массовым, а коллективным адресантом-адресатом (Клушина, 2018, с. 53).

Как полагает С.Н. Хантаев, «интернет имеет возможность содействовать сокращению и изменению стереотипов, поскольку он даёт своим пользователям доступ к ранее неизвестной им информации и прямой контакт с представителями различных социальных групп и этносов» (Хантаев, 2017, с. 190). Это также создаёт предпосылки для формирования новых стереотипов. Например, в нашей стране в бытовом дискурсе было довольно мало информации о бурятах. Общедоступная информация ограничивалась тем, что это один из малочисленных народов России, живущий на Дальнем Востоке за Байкалом, традиционно издревле славившийся своим охотничьим мастерством. Но комменты в соцсетях, авторы которых лично контактировали с бурятами во время военных действий в различных точках, с восхищением отмечали у них высокие боевые качества и таким образом сформировали новый стереотип о бурятах как смелых и отличных воинах, настоящих патриотах нашей Родины:

«– У меня начальник был, бурят. Менталитет полностью «русифицирован», а вот деловая хватка, как у бультерьера! Красавец!

– Хохлы дрожат при этом слове)))) наша танковая сила!!!!!» (Хантаев, 2017, с. 189).

Комменты могут способствовать изменению, сокращению или опровержению старых этнических стереотипов. В результате образ этнической группы, сформированный в сети Интернет, «будет оказывать влияние на способ и характер интерпретации поведения представителей этноса в реальной жизни» (Егорова, Сидорова, 2023, с. 3).

Показательна трансформация стереотипа образа чеченца в общественном сознании, которую приводит А.В. Сенкевич. В 1990-х годах в глазах большинства населения нашей страны чеченец – это беспощадный бандит-ваххабит, член жестокой мафиозной воинствующей исламистской группировки. А через 30 лет в

результате больших перемен, произошедших в стране и в Чеченской республике, образ чеченца кардинально изменился. Интернет-комменты отразили ломку старых стереотипов и зафиксировали появление нового образа чеченца – храброго воина, защитника Родины:

«Комментатор 1: *«Мне очень стыдно, но раньше я плохо относился к чеченскому народу. Теперь вижу, что ошибался. Ребята, вы молодцы и красавцы!»*.

Комментатор 2: *«Почему плохо относился?»*.

Комментатор 1: *«Заблуждался»*.

Комментатор 3: *«Это потому, что вокруг одни сплетни. А вот как сядешь с ними чай пить, так и поймешь, какие они!»* (Сенкевич, 2022, с. 164).

Этнические стереотипы могут распространяться в интернете с помощью новых форм – интернет-мемов, состоящих из вербальных (слова, высказывания) и невербальных (картинки, видео) компонентов или их сочетания. Интернет-мемы отражают самые насущные жизненные проблемы и явления, а этнические стереотипы позволяют в сжатой форме, достаточно ёмко выразить как саму проблему, так и представление общества о ней. Благодаря интернет-мемам этностереотипы приобретают новые и неожиданные интерпретации, получая максимальный отклик в интернет-сообществе. Но также, как и другие виды стереотипов, они часто несут искажённую или даже ложную информацию (Манухина, Бобровская, 2023, с. 46).

А. А. Пропащева считает, что этностереотип – это в некотором смысле культурный мем, и они оба отвечают таким требованиям, как простота, распространённость, эмоциональность и образность. Так создаётся цифровой формат выражения этнического стереотипа как схематического и упрощённого понимания другого этноса с дополнением в виде визуализации и юмористического компонента (Пропащева, 2022, с. 401-402).

Вышеперечисленные специфические свойства комментов дают нам основание предполагать, что именно в интернет- дискурсе этнические стереотипы могут подтверждаться, закрепляться, а могут формироваться новые, основанные уже на личных впечатлениях и мнениях людей, то есть носить более достоверный

характер с точки зрения истинности или ложности в отличие от художественного и политического медиадискурсов. Именно в этом дискурсе наблюдается результат воздействия на общественное сознание социальной среды, СМИ и художественного дискурса.

Технические возможности интернета позволяют учёным более детально изучить наличие тех или иных авто- и гетеростереотипов в общественном сознании какой-то нации на основе запроса в Корпусе текстов комментариев миллионной аудитории при описании своего или чужого этноса. Вариативность подачи разных видов запроса с определённым этнонимом, топонимом или в сочетании с определённым видом человеческой деятельности (еда, одежда, гендерные и др. взаимоотношения и т.д.) расширяют рамки исследований этнообразов.

В рамках русскоязычного интернет-дискурса Р.Т. Алиев выявил новые этнопризнаки представителей известных наций. Например, выяснилось, что японцы и корейцы ассоциируются у русскоязычной аудитории с наивностью и увлечениями популярными трендами, браками с аниме, немцы – с необычными привычками, американцы – с интересом к русской еде и нестандартным брачным обычаям. И только французы продолжают ассоциироваться с любовью к необычной еде («едят улиток, лягушек») и особыми модными аксессуарами («носят шарфы, шляпы, береты»). Вместе с тем большое количество мигрантов с Востока во Франции способствовало некоторому изменению этнообраза современных французов. Им стали приписывать необычный выбор супругов («выходят замуж за мусульман»). Образ украинца продолжает поддерживать устойчивые стереотипы: «едят сало», «носят вышиванку», «выходят замуж за поляков». Образ казаха тоже не претерпел особых изменений в сознании русскоязычных пользователей интернета: «едят конину», «носят тюбетейку» (Алиев, 2024, с. 221-222).

В представлении пользователей соцсетей на основе исследований комментариев было выявлено следующие этнические признаки якутов: они воспринимаются как великодушные, мужественные, стойкие и добрые люди: «Якуты очень доброжелательный и душевный народ», хотя отмечается их закрытость для других этносов, некий этнофанатизм, верность традициям – охоте, скотоводству. Особо

отмечено их умение выживать в экстремальных условиях, чистоплотность, трудолюбие (Егорова, Сидорова, 2023, с. 2).

А осуществлённое с помощью краудсорсинга анкетирование в русскоязычном сегменте социальных сетей ВКонтакте и Facebook подтвердило имеющиеся популярные, иногда юмористические, стереотипы о русских: русские – пьяницы, у них есть медведи, балалайка, они ленивы, глупы, грубы, нетолерантны, агрессивны (Дондоков, 2020, с. 524-525).

Проведённый анализ научных работ в области теории дискурса показывает, что формирование этнообразов, репрезентирующих этностереотипы, детерминируется такими особенностями рассматриваемых дискурсов, как эстетизация, фикциональность и ярко выраженная индивидуализация художественного дискурса; динамичность, персуазивность и политическая модализация политического медиадискурса; интерактивность и анонимность, обуславливающая возможность свободно выразить своё субъективное мнение и эмоции, интернет-дискурса. Вместе с тем перечисленные ранее научные исследования по этностереотипам, составляющие теоретическую базу нашей работы, обычно сфокусированы на анализе репрезентации этностереотипов в каком-то одном дискурсе, что не даёт возможность сформировать полное представление о них. В нашем исследовании мы предпримем попытку выйти за пределы монодискурсивного подхода к анализу этностереотипов в англоязычном социуме.

Выводы по первой главе

1. Этностереотипы стереотипы рассматриваются как культурные образования с относительно устойчивым представлением о моральных, умственных, физических качествах, присущих представителям различных этнических общностей. В ходе процесса стереотипизации осуществляются обобщение и схематизация доминирующих в том или ином социуме (группе) представлений и оценок, связанных с определённым этносом.

2. В отличие от нейтрального процесса стереотипизации этнические стереотипы как результат этого процесса могут иметь как позитивную эмоциональную окраску, так и как негативную, то есть у этностереотипа есть аксиологический компонент, который может быть источником предрассудков. Стереотип включает в себя три структурных компонента: когнитивный, оценочный (эмоциональный) и поведенческий.

3. Существуют различные подходы к классификации этностереотипов: на основе дихотомии «мы – они» учёные различают автостереотипы (представления о своём этносе) и гетеростереотипы (представления о других этносах); по механизму происхождения этностереотипы можно разделить на спонтанные и интенциональные; по длительности существования этностереотипы делятся на устойчивые (глубинные), формируемые на протяжении веков, и подвижные (поверхностные). Последние возникают спонтанно в результате межэтнического взаимодействия и под воздействием СМИ. Также среди разновидностей стереотипов выделяются стереотипы-образы (осёл – упрямый, муравей – труженик) и стереотипы-ситуации (трамвай – рельсы, аист – капуста).

5. В рамках имагологии этностереотип определяется как разновидность стереотипа – упрощённый, схематизированный, эмоционально насыщенный и крайне устойчивый образ этнической группы, приписываемый всем её членам. Этностереотипы выступают основой для формирования этнообразов, которые, в свою очередь, служат хранилищем существующих этностереотипов и инструментом их создания, особенно при отсутствии прямого контакта с «чужим» этносом.

6. В нашем исследовании этностереотип понимается как когнитивная модель, которая предиктирует этносу некий этнопризнак. Соответственно, этнообраз мы определяем как акцентирующий внимание на отличительных особенностях этноса вербально-ментальный оценочный конструкт, опирающийся на традицию или формируемый целенаправленно и служащий средством сохранения, изменения и создания новых этностереотипов. Один этностереотип может репрезентироваться

разными этнообразами, а один этнообраз может репрезентировать несколько этностереотипов.

7. При анализе этнообраза как инструмента изменения и преобразования этностереотипов необходимо, в первую очередь, определить концепты, составляющие концептуальное пространство этого образа и выступающие этнопризнаками (характерными признаками) данного этноса. Это предполагает контент-анализ имагологически значимых контекстов, а также выявление лексем, фразеологических и свободных словосочетаний и стилистических средств, вербализующих этнопризнаки.

8. В имагологии в целом и лингвистической имагологии в частности образы рассматриваются как продукты дискурсивной деятельности (дискурсивные объекты), которые целенаправленно формируются с помощью языковых средств и отражают коллективные (в форме мифов, стереотипов), групповые или индивидуальные представления. Образ каждого этноса отличается от дискурса к дискурсу, что позволяет говорить о дискурсивной вариативности репрезентации этнических стереотипов.

9. Дискурсивная вариативность – это часть общего понятия вариативности, под которым понимается изменчивость, модификация, наличие нескольких вариантов. Вариативность относится к универсальным свойствам материального и духовного мира. Она также является языковой универсалией и изучается в рамках сравнительно новой отрасли лингвистики – вариологии. В данной науке различаются внутри- и внешелингвистическая вариативность. К последней наряду с социолингвистической, региональной, временной относится особенно значимая для нашего исследования текстуальная, т. е. стилистическая, жанровая и дискурсивная вариативность.

11. Дискурсивная вариативность связана с понятием дискурсивной картины мира, определяемой в науке как способ интерпретации действительности, свойственный данному дискурсу. В каждой дискурсивной картине мира объективная реальность воспроизводится по-разному в соответствии с типологическими чертами, присущими данному дискурсу.

12. В художественном дискурсе со свойственной ему фикциональностью происходит эстетически-опосредованное историко-культурным контекстом, убеждениями и интенциями автора воспроизведение действительности, в том числе устоявшихся в общественном сознании этнических стереотипов. Средством репрезентации этностереотипов в данном дискурсе выступает художественный образ персонажа-иностранца, детерминируемый особенностями художественного дискурса и авторским мировосприятием и замыслом.

13. Важнейшим типологическим признаком политического медиадискурса выступает политическая модализация, поскольку массмедиа совершают выбор и интерпретацию информационного и другого материала, опираясь на определённые ценностные фильтры для осуществления манипуляции общественным сознанием. Важная роль в осуществлении манипулятивного воздействия принадлежит целенаправленно создаваемым медийным этнообразам, репрезентирующим этностереотипы, значимые в данный период времени, для формирования положительного или отрицательного отношения к этносу. Медиаобразы могут меняться, исходя из ситуации на международной арене и целей государства.

14. Средством репрезентации этностереотипов в интернет-дискурсе выступают интернет-образы этносов, создаваемые в комментариях интернет-пользователей. Их специфика обусловлена такими типологическими признаками интернет-дискурса, как спонтанность, субъективность и повышенная эмоциональность. Во время виртуальной коммуникации участники, используя в речи суждения о других этносах, эксплицируют свои особенности их восприятия, значительно расширяя устойчивые рамки общепринятого стереотипа.

ГЛАВА II. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННОМ, ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИА- И ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСАХ

В соответствии с принятым в работе определением этностереотипа и этнообраза **дискурсивная вариативность этнических стереотипов** понимается нами как их репрезентация в виде созданных языковыми средствами частично или полностью отличающихся этнообразов, концептуальное пространство которых включает набор значимых для данного дискурса этнопризнаков-актуализаторов этностереотипов. **Маркерами вариативности** этнических стереотипов выступают при этом несовпадающие этнопризнаки в этнообразах одного этноса, создаваемых в разных дискурсах, а также различия в соотношении положительных и отрицательных этнопризнаков в этих этнообразах.

Анализ эмпирического материала, проведённый в соответствии с алгоритмом выявления этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообразов, позволил выявить 14 групп этностереотипов, актуализируемых с помощью этнопризнаков. К ним относятся следующие: 1) *историко-детерминированные* стереотипы, связанные с историческими событиями (Отечественная война 1812 г., Вторая мировая война, период распада СССР, политика апартеида в ЮАР в 1940 – 1990 гг., историческое противостояние Израиля и Палестины) (нацизм, апартеид и под.); 2) *политические*, зависящие от политического устройства и действий правительства, включая действия по формированию общественного мнения (демократия, тоталитаризм, репрессии, санкции, пропаганда); 3) *политико-идеологические*, имеющие источником определённую идеологию как элемент политики (расизм, национализм, унитаризм, пацифизм, ксенофобия); 4) *социально-политические*, связанные с существующего политическими действиями, направленными на изменение порядка, уровнем сплочённости в обществе, а также отношением к другим этносам, являющимся реакцией на политику, проводимую их государствами (протест, разобщённость, антиамериканизм и под.); 5) *военно-политические*, обусловленные стратегическими интересами государства и их защитой, его военным потенциалом и внешнеполитической активностью (ядерное

оружие, угроза, шпионаж и под.); 6) *криминальные*, зависящие от определённой интерпретации исторических и политических событий в юридических терминах (преступление, обвинение, вина, жертва, раскаяние); 7) *социальные*, отражающие экономические и политические условия жизни этноса, его состояние, обусловленное ими (бедность, коррупция, безнадёжность); 8) *социокультурные*, связанные с типологическими признаками культуры, которой принадлежит этнос, мировоззрением, ценностями, традициями, обычаями, привычками, в том числе пищевыми, нормами поведения, образом жизни, верованиями, образованием, искусством и литературой (коллективизм, фатализм, искусство, этикет, утончённость, любвеобильность, гастрономическая открытость и под.); 9) *психологические*, отражающие отношение представителей этноса к миру и к самим себе (пессимизм, комплекс неполноценности); 10) *эмоциональные*, репрезентирующие эмоции этноса, детерминированные историческими событиями, политической и экономической ситуацией (стыд, страх); 11) *морально-нравственные*, связанные с внутренней позицией людей по отношению к фундаментальным понятиям, лежащим в основе человеческой морали этики (патриотизм, доброта, честность, гордость, нечестность, толерантность и под.); 12) *интеллектуально-инструментальные*, отражающие умение приспосабливаться к изменениям внешней среды, сохранять устойчивость в кризисных ситуациях, находить эффективные пути решения проблем, исходя из реальных условий и имеющихся ресурсов (адаптивность, здравомыслие, прагматизм, эффективность, неприхотливость и под.); 13) *волевые*, связанные с принятием решений, упорством, самоконтролем (работоспособность, порядок, выносливость, дисциплинированность, жёсткость и под.); 14) *коммуникативные*, отражающие принципы взаимоотношений с другими этносами (агрессивность, дружелюбие, грубость, невоспитанность и под.).

Выделенные этнопризнаки составят основу сопоставительного анализа этнообразов, репрезентирующих этностереотипы в рассматриваемых в работе дискурсах.

2.1 Этнообразы в англоязычном художественном дискурсе

Картотека примеров из англоязычных художественных произведений представлена 887 микроконтекстами, вербализующими этнообразы представителей шести наций: немцев (137), французов (159), израильтян (167), иранцев (163), китайцев (129) и русских (132). Выбор данных наций объясняется их широкой представленностью в политическом медиадискурсе, демонстрирующей их значимость для современного англоязычного социума.

При составлении картотеки примеров был использован *Corpus of Contemporary American English*, из которого, по ключевым словам-названиям, этносов были отобраны указанные микроконтексты. *British National Corpus* не был использован, так как содержит примеры произведений только до 1990 г., а в сферу наших интересов входят произведения последнего десятилетия XX века – первой четверти XXI века, что обусловлено большими переменами в мировой политике в этот период. Далее мы сочли необходимым расширить картотеку примеров, отобрав произведения англоязычных авторов, по ключевым словам, этнонимам посредством поисковой электронной системы на сайте Amazon, далее объединили их в единый корпус и обработали с помощью программы AntConc разработчика Э. Лоуренса.

Обратимся к рассмотрению специфики этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских в художественном дискурсе, выявленной на основании анализа эмпирического материала.

2.1.1 Этнообраз немцев в англоязычном художественном дискурсе

При рассмотрении этнообраза немцев в англоязычном художественном дискурсе необходимо учитывать главный фактор: даже спустя десятилетия после Второй мировой, в XXI веке большое количество произведений, где встречаются персонажи-немцы, посвящено событиям этой войны, поэтому в них представлены этнообразы немцев того времени.

Основными этнопризнаками, которые входят в концептуальное пространство этнообраза немцев, при этом являются следующие: историко-детерминированные

(«нацизм»), криминальные («обвинение», «преступление», «вина»), социокультурные («искусство»), морально-нравственные («жестокость»), интеллектуально-инструментальные («адаптивность»), волевые («аккуратность», «дисциплинированность», «пунктуальность», «работоспособность», «педантичность»), коммуникативные («прямолинейность», «вульгарность»).

Наличие этнопризнака «жестокость» обусловлено сюжетами, описывающими зверства фашизма. Для его вербализации авторы произведений используют лексемы с семами «жестокость» (*cruel, inhuman, ruthless*) и «уничтожение» (*kill, shoot, execute*) в структурах их значений. Например:

(1) *Your size. **The Germans are the cruellest bastards** ever to live, but they are not entirely stupid. They have a knack for finding the right person for the right job and I'm sure they will find work for you* (H. Morris. 2017. *The Tattooist of Auschwitz*).

(2) *But what if Germany has held the city? What if Germans are right now marching from house to house, **shooting whomever they please?*** (A. Doerr. 2014. *All the Light We Cannot See*).

Подобные сюжеты и связанные с ними этнообразы служат инструментом напоминания о преступлениях фашистской Германии. Мировое сообщество по-прежнему обвиняет немцев в том, что они допустили такое страшное развитие событий, и поэтому чувство вины постоянно присутствует в коллективном сознании немецкой нации. Лексемы с семами «обвинение» (*blame*), «нацизм» (*Nazi*), «преступление» (*crime*), «вина» (*guilt, guilty*) в структурах их значений позволяют судить о наличии данных этнопризнаков в концептуальном пространстве этнообраза немцев. Например:

(3) *But I'm afraid it's you **Germans who must take the blame** for giving him (Hitler) absolute power* (P. Kerr. 2015. *The Lady from Zagreb*).

(4) *He wrote to Eli and Rachel in America, telling them of his involvement in a new project, to examine "the question of so-called War Crimes" and how to **punish Germans guilty of international crimes** in occupied territories* (P. Sands. 2016. *East West Street*).

(5) ***Germans today are exhausted by the feeling of guilt ... The rest of the world is tired of it too** (M. Maciej. 2016. *The Week of German Cinema*).*

Важной чертой этнообраза немцев, создаваемого в художественном дискурсе, выступают **аккуратность**, проявляющаяся, в частности, в тщательной заботе о своём внешнем виде (чисто выбритое лицо, аккуратно расчёсанные волосы) (лексемы с семами «чистота», «аккуратность» в структурах их значений: *clean, clean-shaven, neat*, словосочетание *neatly combed*). Например:

(6) *With a **clean-shaven face** and **lopsided yet neatly combed hair**, he had walked out of that building a new man. In fact, he walked out **German**. Hang on a second, **he was German** (M. Zusak. 2005. *The book thief*).*

Другая значимая характеристика – **дисциплинированность**, предполагающая внутреннюю организованность и безоговорочное подчинение правилам и приказам. Данные этнопризнаки были выделены с учётом прилагательных *proper, stiff, orderly*, словосочетания *to be good at following orders*, используемых для характеристики немцев, а также на базе контент-анализа:

(7) *The British put a Royal Navy uniform on me and took me along as interpreter to deal with the Vichy. **The Germans were very proper; stiff. You know what they're like.** They confined us to the port district but the town was busy, productive, and full of Jews (R. Mueller. 2004. *Jew if by Sea*).*

(8) ***The Germans were orderly**, putting many decisions in writing, producing documents and a paper trail, clues to a bigger conception (P. Sands. 2016. *East West Streets*).*

(9) *It was a clear order from the Reich and **the Germans were good at following orders. It was one thing at which the Nazis, especially, excelled.** So, a few hours after every bombardment, life carried on as if nothing had happened. Everything that could be repaired would function again (A. Neumann. 2020. *When time stopped*).*

Нельзя не отметить, что данный этнопризнак имеет аксиологическую амбивалентность: когда он используется для создания образа нацистов, он вызывает ужас, поскольку те предстают как не знающие эмоций машины для убийства, чётко следующие соответствующему алгоритму.

С этнопризнаком «дисциплинированность» связан признак «пунктуальность», вербализуемый с помощью лексем с соответствующей семой в структуре их значений и словосочетания *on time*. Например:

(10) *I'll be **on time** for my meeting. You know **how Germans are about punctuality** (Ch. Belfoure. 2013. The Paris Architect).*

(11) *“**Right on time,**” McGregor said, checking his watch. “**Germans**” (J. Canon. 2023. Berlin Exchange).*

Анализ примеров из художественного дискурса также позволяет выделить этнопризнак «работоспособность» в концептуальном пространстве этнообраза немцев. Он вербализуется посредством лексем *efficient(ly)*, *efficiency*, содержащих в структурах значений одноимённую сему. Например:

(12) *He had always heard about the legendary **German efficiency**... Working three shifts seven days a week definitely sped up the process (Ch. Belfoure. 2013. The Paris Architect).*

(13) ***The Germans were unbelievably efficient people** (Ch. Belfoure. 2013. The Paris Architect).*

Как следует из примеров, немцев может поражать работоспособность американцев, но это только дополнительно подчёркивает наличие у них данного этнопризнака и его значимость для концептуального пространства рассматриваемого этнообраза:

(14) *He was accompanied by the largest entourage in history. Because he was a master of logistics, travel arrangements were generally excellent, and **even the Germans were surprised at the Americans' efficiency** (D. Gerrol, 2016. The Dunsmuir Horror).*

Контент-анализ примеров также позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза немцев, создаваемого в художественном дискурсе, этнопризнак «педантичность». Она проявляется в стремлении персонажей к точности и их вниманию к мелочам. Немцы в произведениях всё тщательно записывают, взвешивают всё на кухне – от ингредиентов до порций. Кроме того, педантичность проявляется в уважении персонажей-немцев к печатям, документам и формальностям. Например:

(15) *Lucien had always heard that **Germans were meticulous record keepers.** The German carefully wrote this down and pocketed his notebook in his trouser pocket (Ch. Belfoure. 2013. The Paris Architect).*

(16) *We measure things, like half-teaspoons of whatever and cups of something else, but **the Germans weigh everything.** Isn't that crazy? They actually set their ingredients on little scales (N. Rockwel. 2001. I Married a Fraulein).*

(17) *I never really found out why **the Germans, who stopped at nothing, showed such respect for seals and documents** (L. Laragione. 2006. Last Word).*

В художественных произведениях репрезентируется немецкая **адаптивность**, проявляющаяся в умении немцев находить выход из любой ситуации. Авторы показывают, как они научились обходиться малым, закалив этот навык во время войн, экономических кризисов и послевоенного восстановления. Например:

(18) *Moradi often thought of the Germans, late in World War II. **Denied strategic metals and petroleum, they developed processes to turn coal into gasoline, and built fighters out of wood** (L. Bond. 2012. Exit plan).*

(19) *"Well, here: During the Second World War, when butter was scarce in Germany, the Germans started eating their toast with the buttered side down. That way, they could use less butter and still taste it." "Pardon?" "But what's surprising is, when the war was over, they went back to buttered side up" (A. Tyler. 1998. A Patchwork Planet).*

Этнопризнаком немцев в художественном дискурсе также выступает **прямолинейность**. Данный признак вербализуется посредством лексем *straight* с семей «прямота» в структуре её значения. Например:

(20) *I like the Germans. **They're straight with you** (J. Kanon. 2023. The Berlin Exchange).*

В концептуальное пространство этнообраза немцев в художественном дискурсе также входит этнопризнак **«искусство»**, что связано с богатым культурным наследием Германии. Он вербализуется лексемами *culture(d)*, *art*, *music*, а также контекстами с именами великих деятелей искусства. Например:

(21) *But we haven't done anything wrong, Ade. **Germans are cultured people.** Hitler has them under some kind of spell* (M. Kelly. 2016. *The Lilac Girls*).

(22) *We, the Germans ...bring **art and culture** to other nations,” and **music** that reflected the immortal nation of the German Volk* (P. Sands. 2016. *East West Street*).

Вместе с тем в концептуальное пространство этнообраза немцев входит этнопризнак «**вульгарность**», вербализуемый прилагательным *vulgar* и предполагающий отсутствие манер, т.е. внешней культуры. Данный этнопризнак противопоставляется хорошим манерам и утонченности французов. Например:

(23) *That I serve **the Germans**, but find them **vulgar**.*” He shrugged. “*They are vulgar. There is little to do with such vulgar people but make money off them* (K. Quinn. 2017. *The Alice Network*).

(24) *It's a very French thing, making obscenity elegant. **The Germans** try, and they are merely **vulgar** then* (K. Quinn. 2017. *The Alice Network*).

Итак, немцы предстают в англоязычном художественном дискурсе как нация с богатейшим культурным наследием, являющаяся, однако, виновной в развязывании Второй мировой войны и проявлении крайней жестокости, повлекшей гибель миллионов людей. В силу этого чувство вины является неотъемлемым конституентом этнообраза немцев. В художественном дискурсе немцы изображаются как аккуратные, дисциплинированные, пунктуальные, очень работоспособные, педантичные и прямолинейные и вместе с тем вульгарные люди. Трудности научили их находить выход из любых положений и адаптироваться к любым ситуациям.

2.1.2 Этнообраз французов в англоязычном художественном дискурсе

При рассмотрении этнообраза французов в его представленности в англоязычном художественном дискурсе необходимо учитывать многовековое соперничество Франции с Англией, начиная с войн Средневековья, которое способствует отношению к французам как «вечным противникам», что не исключает восхищения их элегантностью и утонченностью.

Концептуальное пространство этнообраза французов, согласно анализу эмпирического материала, включает такие этнопризнаки, как историко-детерминированные («капитуляция»), социально-политические (разобщённость), социокультурные («эlegantность», «утончённость», «мода», «эффектность», «любовьобильность», «романтичность»), морально-нравственные («честь», «патриотизм», «гордость», «трусость»), волевые («лень»), коммуникативные («высокомерие», «грубость»).

Этнопризнак «эlegantность» вербализуются посредством лексемы *elegant* с одноимённой семьей в структуре значения. Например:

(25) *And what a man of the world this Leopold Bloom was ..., an American every bit as elegant as these Frenchmen all around him (H. Wouk. 1993. The Hope).*

(26) *He makes one of his elegant hand gestures, spreading his hand wide with the palm up, almost as if inviting me to place my own in it, while his lips move in a sympathetic smile (L. Elliott. 2018. The French Girl).*

В англоязычном художественном дискурсе этнопризнак «утончённость», вербализуемый лексемами *sophisticated, sophistication, refined*, реализуется через этнообразы французов, контрастирующие с этнообразами представителей других наций: даже если француз одет в самую простую одежду, он, в отличие от окружающих его людей, выглядит изысканно:

(27) *He's not wearing a suit, but nonetheless he is still impeccably dressed, in casual jeans, a shirt and a pullover – the same sort of outfit that millions of men choose every day, but somehow his screams French sophistication (Lexie Elliott, 2018. The French Girl).*

(28) *People said that French women were terribly sophisticated (K. Follett. 2017. Column of Fire).*

(29) *“He was a farmer.” Kilian looked surprised. “You seem too refined, altogether too French, to be interested in a farmer” (L. Keeper, 2013. Fiona Mcintosh).*

С этнопризнаками эlegantности и утончённости неразрывно связаны этнопризнаки «мода» и «эффeктность» (лексемы *fashionable, chic, charming*).

Персонажи-французы – знатоки моды и умеют создавать эффектные и яркие образы в любых, даже в сложных обстоятельствах. Например:

(30) *Fashion clung on – no matter what hardships were pressed upon the French women, they still managed to look elegant and fashionable. From staining their legs to appear as though wearing stockings, to crafting new hats from old tulle and feathers, their ingenuity was admirable (F. Mcintosh. 2013. Lavender Keeper).*

(31) *You could **always tell a French girl**. Each tied her kerchief in a unique, **charming way**, and they all sewed **chic** little bags called bautli from organized scraps to hold their mess kits (M. Kelly. 2016. Lilac Girls).*

Анализ англоязычного художественного дискурса позволяет выделить такой этнопризнак образа французов, как «любвеобильность» и «романтичность» (лексемы *romance, flirtation*, словосочетания *good (the very best) lovers*). Персонажи-французы изображаются как страстные и искусные любовники, обожающие женщин. Они склонны к флирту и утончённому соблазнению. Например:

(32) *“He’s **French**, of course?” “Of course. They make **the very best lovers**, don’t you know?” (F. Mcintosh. 2013. Lavender Keeper).*

(33) *Come on, **you French are experts in romance** (Ch. Belfoure. 2013. The Paris Architect).*

(34) *... but these were softened by what were **more classically French traits – a certain tendency to romance and flirtation**. He was intrigued by her (F. Mcintosh. 2013. Lavender Keeper).*

Любвеобильность как один из центральных признаков концептуального пространства этнообраза французов, создаваемого в художественном дискурсе, особенно заметна при сопоставлении французов с другими национальностями:

(35) *The Italians like pad thai, its affinity with spaghetti. They like light fabrics, sunglasses, leather sandals. **The French like plump girls**, rambutans, disco music The British are here to work on their pasty complexions, their penchant for hashish. Americans are the fattest, the stingiest of the bunch (R. Lapcharoensap. 2005. Sightseeing: stories).*

Для французов, как показывают примеры из художественного дискурса, важно понятие **чести** и им присуще **чувство патриотизма** (лексемы *honour*, словосочетание *service to the country*), что позволяет выделить соответствующие этнопризнаки. Например:

(36) *Honor and service to country were ideals cherished by the French (Ch. Belfoure. 2013. The Paris Architect).*

Также их этнообраз включает этнопризнак «**гордость**», вербализуемый лексемами с одноимённой семой в структуре их значения (*proud, proudly*): даже перед лицом смерти французы сохраняют своё достоинство:

(37) *They walked bravely to their place of death, usually defiant, **never anything but proudly French** (F. Mcintosh. 2013. Lavender Keeper).*

Вместе с тем в концептуальное пространства этнообраза французов, создаваемого в художественном дискурсе, входит этнопризнак «**высокомерие**», вербализуемый с помощью лексемы *arrogant* и описания соответствующего поведения персонажей-французов. Последние могут демонстрировать надменность и уверенность в своём превосходстве над другими нациями. Например:

(38) *These French people thought Lothar. **Such an arrogant lot.** Throughout his journey to the tip of Brittany, **they had all refused to understand him.** He had been forced to eat things he hadn't ordered (N. George. 2017, The Little French Bistro).*

(39) *“Where’s my wife?” he asked in French, or what he believed to be French. For the first time in her life, Geneviève Ecollier decided to **adopt the default French attitude: never understand anyone who wasn’t French.** “Pardon?” she said in a blasé tone of voice (N. George. 2017. The Little French Bistro).*

В англоязычной художественной литературе этнопризнак «**грубость**», входящий в концептуальное пространство этнообраза французов, тесно связан с признаком «высокомерие» и вербализуется с помощью лексем *rude, bossy* через поведение персонажей. Грубость проявляется в резкости или откровенной бестактности, часто удивительной на фоне репутации французов как галантных людей. Персонажи-французы могут резко обрывать собеседника, бросать колкие

замечания или игнорировать социальные условности, считая их соблюдение ниже своего достоинства. Например:

(40) *"I know change is never easy," admitted Lucy, in a consoling tone. "Everything they say about the French is true," declared Elizabeth. "They're rude... and they talk too fast, and when you ask them politely to 'Rptez, s'il vous plat,' they give you a condescending little smile and switch to English"* (L. Meier. 2014. *French Pastry Murder*).

В концептуальном пространстве этнообраза французов в художественном дискурсе присутствует этнопризнак «лень», вербализуемый с помощью лексемы *lazy* с одноимённой семой в структуре значения и посредством описания уклада жизни французов, предполагающего, в частности, позднее начало рабочего дня. Например:

(41) ***The French are lazy.** Even in Switzerland. That's why I got rid of my concierge* (P. Kerr. 2015. *The Lady from Zagreb*).

(42) *"I'm sorry it's so early. No café is open yet. These French, pah!"* (F. Mcintosh. 2013. *Lavender Keeper*).

Художественный дискурс наделяет французов этнопризнаком «разобщённость», вербализуемым словосочетаниями с взаимными местоимениями *betray each other* и *squeal on each other*:

(43) *Bruckner was always amazed at how easily **the French would betray each other*** (Ch. Belfoure. 2013. *The Paris Architect*).

(44) *It was odd that **the French** were so dignified in death but in life **acted like shits squealing on each other*** (Ch. Belfoure. 2013. *The Paris Architect*).

В англоязычном художественном дискурсе, особенно при упоминании Второй мировой войны, этнопризнаки «капитуляция» и «трусость» часто приписывается французам, что связано с быстрой капитуляцией Франции в 1940 году. Вербализация этих признаков происходит в том числе с помощью зооморфных метафорических прозвищ *frogs* и *monkeys*, а также лексем *retreat*, *surrender*, *frighten* с семами «отступление» и «страх» в структурах их значений. Например:

(45) *And yes, I got the predictable letter from some political nut telling me that the use of "frog" as a mildly derogatory term for Frenchman derives from the fact that when Frenchmen are frightened, they tend to move back and toward the right -- an example being the instant retreat and the formation of the fascist government in Vichy at the beginning of the Second World War (C. Trillin. 1995. Too Soon to Tell).*

(46) *He shoved his hands into his pockets. "More than seventy years after World War II, and the Resistance has been so glorified, hardly anyone remembers that the majority of French people were cheese-eating surrender monkeys" (A. Mah. 2019. The Lost Vintage).*

Итак, французы предстают в англоязычном художественном дискурсе как элегантные, утончённые, следующие моде и умеющие эффектно выглядеть люди, как люди, склонные к романтическим увлечениям и хорошо владеющие искусством любви. Они патриоты своей страны, для них важно понятие чести, гордость не позволяет им выглядеть жалкими даже перед лицом смерти. Вместе с тем в этом же дискурсе французы наделяются такими негативными качествами, как высокомерие, грубость, лень, разобщённость и трусость, проявляющаяся в неспособности дать отпор врагу во время войны.

2.1.3 Этнообраз израильтян в англоязычном художественном дискурсе

В англоязычном художественном дискурсе не очень широко представлены этнообразы израильтян, так как это довольно молодая нация. В нашем исследовании мы разделяем понятия «израильтяне» и «евреи». Израильтяне – это основной этнос отдельного государства на Ближнем Востоке, находящегося в окружении арабских стран.

Согласно данным нашего анализа, в концептуальное пространство этнообраза израильтян, создаваемого в художественном дискурсе, входят следующие этнопризнаки: историко-детерминированные («оккупация»), военно-политические («непобедимость»), криминальные («жертва»), эмоциональные («сентиментальность»), морально-нравственные («жестокость», «мстительность», «лицемерие»), волевые («жесткость»).

В художественном дискурсе концептуальное пространство этнообраза израильтян включает этнопризнак «**оккупация**», что отражает историю этой страны: с 1947 года, с момента образования Израиля, страна расширялась, присоединяя близлежащие территории, особенно после войн 1948 и 1967 годов. Указанный этнопризнак вербализуется с помощью лексем *conquer*, *occupier*, *occupation*, *annexation*, *annexe* и через действия персонажей – солдат, поселенцев или политиков, – которые занимают новые земли, оправдывая это безопасностью или историческим правом:

(47) *It had been only a little more than four years since the Israelis had **conquered the West Bank**, but they were already intent on taking every opportunity to demonstrate that their presence was permanent (K. Bird. 2014. Good Spy: The Life and Death of Robert Ames).*

(48) *The Israelis had **annexed East Jerusalem** in 1967, but neither the Palestinians nor the international community regarded **the annexation** as legal (K. Bird. 2014. Good Spy: The Life and Death of Robert Ames).*

(49) *Now, in the wake of the Six Day War, **Israelis had a new role – occupier** – and it was one few of the kibbutznik soldiers wanted (Sandy Tolan, 2006, The Lemon Tree: An Arab, a Jew, and the Heart of the Middle East).*

С предшествующим этнопризнаком связан этнопризнак «**жестокость**»: в художественном дискурсе присутствуют фрагменты, в которых персонажи-израильтяне проявляют суровость и беспощадность: осуществляют бомбардировки, разрушают деревни, убивают мирных жителей (лексемы с семами «убийство», «смерть», «оружие», «стрельба», «разрушение» (*kill*, *death*, *tank and artillery fire*, *destroy*, *ruins* и под.)):

(50) *Israelis responded to the Munich assassinations with air strikes against suspected Palestinian bases in Syria and Lebanon, **killing at least two hundred people, including many civilians** (Sandy Tolan, 2006, The Lemon Tree: An Arab, a Jew, and the Heart of the Middle East).*

(51) *...the Israeli occupation was heavy-handed, and **their indiscriminate use of tank and artillery fire led to many civilian deaths** (K. Bird. 2014. *Good Spy: The Life and Death of Robert Ames*).*

(52) *The Soviet Union was rearming Egypt and Syria after **their air forces were reduced to smoking ruins by the Israelis** (S. Tolan. 2006. *The Lemon Tree: An Arab, a Jew, and the Heart of the Middle East*).*

Концептуальное пространство этнообраза израильтян включает этнопризнак «непобедимость», вербализуемый морбиальной метафорой *intoxicated with victory*, контекстами с описанием военной мощи Израиля, который благодаря ей успешно борется с врагами-арабами. Персонажи-израильтяне – офицеры, инженеры, лётчики – демонстрируют прекрасную военную подготовку, дисциплину и технологическое преимущество, будь то разработка оружия или молниеносные операции, как в войнах 1967 или 1973 годов. Например:

(53) *While taking part in the conquest of East Jerusalem, he had had to shoot at the enemy and intimidate terrified inhabitants. **Israelis were intoxicated with victory; Arabs were sick with humiliation. Mahmoud's young friend felt bad and smelled bad with the stink of war** (Shlomo Sand, 2009 *The Invention of Jewish People*).*

Наряду с изображением израильтян как жестоких оккупантов, неизменно одерживающих победы над арабским миром, в художественном дискурсе представлены контексты, позволяющие выделить в концептуальном пространстве этнообраза израильтян этнопризнак «жертва»: окружённые врагами с момента основания государства в 1947 году, персонажи – военные и гражданские – под постоянной угрозой терактов, авианалётов и нападений. Они осуществляют военные операции только из-за необходимости выжить. Рассматриваемый этнопризнак вербализуется посредством лексем с семами «убийство» и «ранение» в структурах их значений (*kill, smite, murder, wound* и под.). Например:

(54) *Over the previous two days, a car bomb and three human bombs had exploded in Jerusalem and Haifa, **killing 25 Israelis and wounding 229** (S. Tolan. 2006. *The Lemon Tree: An Arab, a Jew, and the Heart of the Middle East*).*

(55) *These young men are ignorant, usually illiterate, and know little or nothing of the Western world. They are the shock troops and suicide commandos who **smite the Israelis** and murder tourists in the Arab world. They speak only Arabic (Stephen Coonts, 2003, Liberty).*

С образом жертвы тесно связан и этнопризнак «**мстительность**», вербализуемый посредством лексем с одноимённой семой в структурах их значений (*revenge, vengeance*), а также лексем с семой «ответ» (*back, in return*) и контекстов, описывающих ответные действия израильтян по отношению к врагам, которые никогда не остаются безнаказанными. Например:

(56) ***The Israelis must have got him in revenge for the bomb in Jerusalem this morning. You heard the Martyrs Brigades sent Yunis Abdel Rahman to blow himself up***” (M. Rees. 2007. *The Collaborator of Beth*).

(57) *In the meantime, **the Israelis were striking back at Black September with a vengeance*** (K. Bird. 2014. *Good Spy: The Life and Death of Robert Ames*).

(58) *“This is evil. You shoot from inside this house, because you know **the Israelis will destroy it in return**”* (M. Rees. 2007. *The Collaborator of Beth*).

Кроме того, примеры из художественного дискурса позволяют выделить в концептуальном пространстве этнообраза израильтян этнопризнаки «**лицемерие**», «**жесткость**» и «**сентиментальность**»:

(59) *“It’s the one Jewish tradition I keep – a **hypocrisy that traces back**”* (N. Englander. 2007. *The Ministry of Special Cases*).

(60) ***We Israelis may be rough, but we can also be very sentimental*** (K. Bird. 2014. *Good Spy: The Life and Death of Robert Ames*).

Итак, в англоязычном художественном дискурсе израильтяне предстают, с одной стороны как жестокие оккупанты, всегда одерживающие победу над врагами, а, с другой, как люди, страдающие от действий террористов и вынужденные защищаться, нанося ответные удары. Израильтяне могут в одних ситуациях быть жёсткими, в других – проявлять сентиментальность. Кроме того, им свойственно лицемерие.

2.1.4 Этнообраз иранцев в англоязычном художественном дискурсе

Иран – государство с богатой историей и культурными традициями. В нём установлен авторитарный клерикальный режим с элементами демократии. Иран стремится к укреплению своей безопасности, стремясь войти в число ядерных держав. Важной составляющей идеологии этой страны относится антиамериканизм (Умнов, 2013, с. 104). Всё это обуславливает особенности концептуального поля этнообраза иранцев, которое включает следующие этнопризнаки: политические («репрессии»), социально-политические («антиамериканизм»), военно-политические («ядерное оружие», «угроза»), социокультурные («фатализм», «коллективизм», «этикет», «непостижимость», «образование», «искусство»).

В художественном дискурсе отражается стремление Ирана стать ядерной державой для укрепления национальной безопасности, повышения международного статуса Ирана и установления стабильного баланса сил на Ближнем Востоке. В силу этого в концептуальном поле этнообраза иранцев представляется возможным выделить этнопризнак «**ядерное оружие**», который вербализуется посредством словосочетаний с лексемой *nuclear*. Например:

(61) *The Iranian scientists had a good theoretical understanding of **nuclear reactor design**, and they had been running small research reactors for decades. Using the plans provided by Pakistan, it should have been a straightforward task (L. Bond. 2012. Exit Plan).*

(62) *Ambassador Veider believes that if we agree to a summit, with you and President Nava meeting one-on-one, that **the Iranians will renounce their nuclear ambitions** and might even agree to begin talks with the Israelis (B. Coes. 2012. The Last Refuge: a Dewey Andreas Novel).*

В художественном дискурсе персонажи-иранцы – бойцы КСИР, шпионы, лидеры подполья – ведут борьбу против США и их сателлитов, поддерживая антиамериканские группировки и проводя операции по всему миру. В силу этого в концептуальном поле этнообраза иранцев можно выделить этнопризнаки

«антиамериканизм» и «угроза», вербализуемые словосочетанием *antagonistic to the United States* и *Iranian threat*. Например:

(63) *The Iranians were financing any group sympathetic to them or antagonistic to the United States* (K. Mills. 2011. Robert Ludlum's *The Ares Decision*).

(64) *Why should he risk his life and go back inside Iran if his superiors didn't understand the gravity of the situation and weren't willing to take decisive measures to neutralize the Iranian threat before it was too late* (Joel C Rosenberg, 2011, *The Tehran Initiative*).

В художественном дискурсе предстают как жертвы антидемократического режима. Персонажи-иранцы – рабочие, студенты, женщины – подвергаются различным репрессиям. Следовательно, в концептуальном пространстве этнообраза иранцев можно выделить этнопризнак «репрессии», вербализуемый лексемами с семами «арест», «тюрьма», «пытки» в структурах их значений. Например:

(65) *This aunt had four daughters, all older than Yassi, all of whom in one way or another supported an opposition group that was popular with young religious Iranians. They were all but one arrested, tortured and jailed* (A. Nafisi. 2003. *Reading Lolita in Tehran*).

С данным этнопризнаком связан этнопризнак «нечестность», вербализуемый лексемами с семой «ложь» в структуре их значения (*lie, liar, double-bluffing*). Склонность ко лжи, с одной стороны, связана с борьбой за выживание в условиях репрессивного режима, а, с другой, приписывается другими народами иранцам как неотъемлемое качество. Например:

(66) *Let me be clear about one last thing. I am not saying that we Iranians are congenital liars. The lies are, above all, a consequence of surviving in an oppressive regime, of being ruled by a government that believes it should be able to interfere in even the most intimate affairs of its citizens* (R. Navai. 2014. *City of Lies: Love, Sex, Death, and the Search for Truth in Tehran*).

(67) *Dariush knew Iranians were masters of double-bluffing* (R. Navai. 2014. *City of Lies: Love, Sex, Death, and the Search for Truth in Tehran*).

(68) *Neither he, nor his father, nor his father's father had ever trusted the Iranians (J. Rosenberg, 2011, The Tehran Initiative).*

Анализ художественного дискурса позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза иранцев этнопризнак «**фатализм**», вербализуемый лексемами с одноимённой семой в структуре их значения (*fatalism, fatatlistic, fatalistically*). Пережив тяжёлые испытания (революция 1979-го, ирано-иракская война), иранцы с покорностью фаталистов подчиняются репрессивному режиму. Фатализм – это философия, которая позволяет им выживать:

(69) *Many Iranians have simply given up on the system but are unwilling to do anything about it, fatalistically resigned to a political order they mostly cannot abide (H. Majd. 2013, The Ministry of Guidance Invites You to Not Stay: An American Family in Iran).*

(70) *Fatalism, a strong trait of Persians, has partially prevented them, and their many governments, from making the progress they might deserve (H. Majd. 2013. The Ministry of Guidance Invites You to Not Stay: An American Family in Iran).*

В концептуальном пространстве этнообраза иранцев можно, согласно эмпирическому материалу, выделить типичный для восточных культур этнопризнак «**коллективизм**» (Попков, 2009, с. 54), вербализуемый посредством метафоры семьи:

My favorite category of question, however, assumed that all Iranians were really just one big family: “Do you know Ali Akbari in Cincinnati?” people would ask. “He’s so nice” (F. Dumas. 2003. Funny in Farsi: A Memoir of Growing Up Iranian in America).

Важным этнопризнаком этнообраза иранцев является «**этикет**»: он проявляется в хороших манерах, радушии, гостеприимстве, внимательности и предупредительности. Он включает персидскую традицию таароф, предполагающую, в частности, что хозяин дома предлагает что-то гостю, тот отказывается, а хозяин повторяет предложение несколько раз (Зейнаб, 2014, с. 103). Указанный этнопризнак вербализуется с помощью словосочетаний *graciousness of the host and hostess, exercising one’s ta’arouf skills, good manners* и под. Например:

(71) *But going out to a cabaret or club was never fully a substitute for entertaining at home, a proposition that Iranians have always considered appealing as it shows off the home decor, cooking skills, good taste, and **general graciousness of the host and hostess in a society** where showing off and exercising one's ta'arouf skills go hand in hand and seem to be the foundations of almost every party (H. Majd. 2013. *The Ministry of Guidance Invites You to Not Stay: An American Family in Iran*).*

Радикальные различия между культурами Запада и Востока, отмечаемые в художественном дискурсе, позволяют выделить в концептуальном пространстве этнообраза иранцев этнопризнак «непостижимость»: иностранцу весьма трудно понять особенности менталитета иранцев, принципы отношения между ними и манеры поведения, принятые в Иране. Указанный этнопризнак вербализуется, в частности, с помощью лексем *complicated* и *difficult*:

(72) *But we, the Iranians, we're complicated and difficult to understand," Homayoun says. "When I come back to Iran now, I wonder what a foreigner would make of our obsessive good manners, our endless little thoughtful considerations, our terms of affection bandied about the whole time, calling everyone 'my soul,' even some stranger who's just appeared (P. Reza. 2015. *The Gardens of Consolation*).*

В художественном дискурсе иранцы репрезентируются как высокообразованные и культурные люди, что позволяет выделить этнопризнаки «образование» и «искусство» в концептуальном пространстве этнообраза иранцев, вербализуемые, в частности, с помощью превосходной степени прилагательных *educated (the most educated)* и *great (the greatest rate of higher education)*, словосочетаний *obsession with education* и *dotted with technical schools and universities*, а также описания культурных достижений, включающего лексемы *art, cinema, literature* и под.:

(73) *Perhaps the greatest irony in the wave of Iranian-hating was that **Iranians, as a group, are among the most educated and successful immigrants** in this country. Our work ethic and **obsession with education** make us almost ideal citizens (F. Dumas. 2004. *Funny in Farsi: A Memoir of Growing Up Iranian in America*).*

(74) *Superhighways crisscross the country, dotted with technical schools and universities, and Iranians have the greatest rate of higher education as well as Internet penetration in the region. Iranian artists sell their works at European and Persian Gulf cities' auctions for millions of dollars, Iranian cinema is the nouvelle vague, and Iranian literature is slowly being recognized outside Farsi-speaking countries (H. Majd. 2013. The Ministry of Guidance Invites You to Not Stay: An American Family in Iran.)*

Таким образом, иранцы в англоязычном художественном дискурсе репрезентируются как люди, стремящиеся к владению ядерным оружием, проявляющие антиамериканские настроения и представляющие угрозу для США и его сателлитов. Они подвергаются репрессиям, но переносят их со стойкостью фаталистов. Иранцы имеют склонность ко лжи, которая в условиях репрессивного режима является средством выживания. Их отличают сплочённость, высокий уровень образованности и культуры, они неукоснительно следуют правилам этикета. Иностранцу весьма трудно понять особенности менталитета и культуры иранцев.

2.1.5 Этнообраз китайцев в англоязычном художественном дискурсе

Китайские менталитет и культура формировались под воздействием таких факторов, как потребность в коллективной деятельности для борьбы со стихийными бедствиями, высокая плотность населения, ограниченность в ресурсах еды, земли и полезных ископаемых, духовные учения конфуцианства, даосизма и буддизма (Кузнецова, 2014, с. 188). Это влияет на специфику концептуального пространства этнообраза китайцев в англоязычном художественном дискурсе, которое включает следующие этнопризнаки: социокультурные («коллективизм», «фатализм», «этикет», «суеверность»), морально-нравственные («гордость»), интеллектуально-инструментальные («неприхотливость», «экономность», «прагматизм»), волевые («трудолюбие»), коммуникативные («сдержанность», «недосказанность», «манипуляция»).

Как показывает анализ художественного дискурса, важным этнопризнаком этнообраза китайцев является этнопризнак «гордость», вербализуемый лексемой

proud: персонажи-китайцы не хотят зависеть от других государств и отстаивают право на сохранение своей идентичности. Например:

(75) *Now Tong Wen and Rulison get money from America, but we don't want it! That's why I'm happy you came. You can see that **China isn't lagging. Chinese people are proud***" (H. Hsu. 2015. *The Porcelain Thief: Searching the Middle Kingdom for Buried China*).

Концептуальное пространство этнообраза китайцев в рассматриваемом дискурсе включает также этнопризнак «**КОЛЛЕКТИВИЗМ**», вербализуемый, в частности, с помощью лексем и словосочетаний *in a group setting, the safety of the group, to be afraid to be singled out* и под. Данный признак обусловлена тем, что большая скученность населения вела к подавлению индивидуальных черт и требовала подчинения личных интересов общественным. Примеры из художественных произведений показывают, что китайцы ценят взаимопомощь и сплочённость, будь то совместная работа в деревне или сотрудничество в современном обществе. Они готовы объединяться ради общей цели и преодолевать трудности вместе. Например:

(76) *Whenever I watched Chinese people interact **in a group setting**, I understood in my bones how the Cultural Revolution happened. **People were terrified of being singled out, but from the safety of the group they could turn on someone with a speed and ferocity that took your breath away*** (Leslie T. Chang, 2008, *Factory Girls*).

В условиях жёсткой борьбы за ресурсы китайцы привыкли много работать и довольствоваться малым. И в концептуальном этнообразе китайцев, создаваемом в художественном дискурсе, представлены соответствующие этнопризнаки: «**трудолюбие**», «**неприхотливость**», «**экономия**». Для персонажей-китайцев обычной является постоянная усталость от тяжёлого труда. Они могут ограничиваться самыми простыми продуктами и жить в стеснённой обстановке, чтобы сэкономить деньги. Например:

(77) *He was probably in his mid-fifties, with a handsome gaunt face and **tired eyes, like most of the Chinese entrepreneurs I knew**. He looked even more tired when he smiled* (L. T. Chang. 2008. *Factory Girls*).

(78) *I know this, because I was raised **the Chinese way: I was taught to desire nothing...** (A. Tan. 1993. *The Joy Luck Club*).*

(79) *... the whites didn't have **the Chinese rice farmers' skill and patience with water management or their willingness to survive on rice and vegetables and to squeeze as many people as possible into the tiny saltbox houses in order to save money** (K. Liu. 2016. *The Paper Menagerie*).*

Персонажи- китайцы стойко принимают жизненные испытания, веря в то, что они предначертаны судьбой. Они встречают трудности с молчаливым смирением. Это позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза китайцев этнопризнак «**фатализм**», вербализованный словосочетаниями *the fate is predetermined, faith in destiny*. Например:

(80) *He weighed **the Chinese belief that one's fate was predetermined**, and that life was a matter of connecting dots already fixed by the universe (Ed Lin, 2022, *Death Doesn't Forget*).*

(81) *"Chinese people still **put their faith in destiny**," she told the new employees. "They say, 'Oh, I'll get used to whatever happens.'" (E. Osnos. 2014. *Age of Ambition: Chasing Fortune, Truth, and Faith in the New China*).*

Анализ художественного дискурса также позволяет выявить в концептуальном пространстве этнообраза китайцев этнопризнак «**прагматизм**», вербализуемый, в частности, с помощью одноимённой лексемы. Он проявляется в том, что китайцы не склонны сожалеть о прошлых несчастьях и неверных поступках, а предпочитают двигаться вперёд. Например:

(82) *It was not **the Chinese way to speak of regrets – there would be too many, and there was no point**. In an obscure way, he seemed proud of this choice that he had made, and its memory remained golden, unsullied by everything that happened afterward (L. T. Chang. 2008. *Factory Girls*).*

(83) *Their way was to **move forward and make a new life; to linger on loss was pointless**. The migrants and immigrants I have known have shared this **pragmatism, which seems so deeply ingrained in the Chinese character**. The present is everything, and the past recedes (Leslie T. Chang, 2008, *Factory Girls*).*

Важнейшей чертой персонажей-китайцев выступает сдержанность. Они не позволяют себе ярко проявлять эмоции ни при каких обстоятельствах, чему их учат с детства. То есть в концептуальное пространство этнообраза китайцев в художественном дискурсе входит этнопризнак «сдержанность», который, в частности, вербализуется гастрономической метафорой *eat one's own bitterness*.

(84) *I know this, because I was raised **the Chinese way... to eat my own bitterness** (A. Tan. 1993. *The Joy Luck Club*).*

(85) *I have just asked why she couldn't be more like the mothers of my American friends, **why she couldn't be affectionate like them**. She then holds a hand to her heart and says that **the Chinese keep their feelings in here and not – she points to air – out in the open**. Now, I think, if she knew the right idiom, she would have pointed to her sleeve (W. Wang. 2017. *Chemistry*).*

Важными этнопризнаками этнообраза китайцев в художественном дискурсе выступают «недосказанность», «манипуляция» и «этикет». Эти признаки связаны с принадлежностью китайской культуры к высоконтекстным культурам, в которых очень большая часть информации передаётся неявно с основой на общих знаниях, социальных нормах и невербальных сигналах (Вилкова, 2019, с. 50). При этом немаловажную роль играет учтивость, проявляемая через соблюдение норм этикета и позволяющая нередко усыпить бдительность собеседника и манипулировать им (лексемы *manipulate*, словосочетания *exert power*, *lull others*, пространственная метафора *beneath a surface of elaborate courtesy*). Например:

(86) *The Chinese had been living in densely populated communities for several thousand years, and they had developed subtle skills of delivering and detecting slights, **exerting power through indirect means, and manipulating situations to their own benefit, all beneath a surface of elaborate courtesy**. Even Chinese themselves often complained that living in their society was *lei*, tiring. I had not appreciated just how tiring until I read this book, which devoted eight pages to how to smile and forty-five pages to **lulling others into letting down their guard** (L. T. Chang. 2008. *Factory Girls*).*

Персонажи-китайцы постоянно улыбаются просто чтобы заполнить паузу, что соответствует нормам этикета, предписывающим демонстрацию хорошего отношения к окружающим. Например:

(87) *Si Yi Po smiled, which is what Chinese people do when they don't know what else to do* (H. Hsu. 2015. *The Porcelain Thief: Searching the Middle Kingdom for Buried China*).

Согласно эмпирическому материалу, китайцы сохраняют многочисленные суеверия, например, веру в счастливые числа. Это проявляется в выборе дат для важных событий, предпочтении чисел, например, 8 (удача). Такие привычки показывают, как суеверия вплетены в китайскую культуру, влияя на повседневные решения, что позволяет выделить этнопризнак «**суеверность**» в концептуальном пространстве этнообраза китайцев, вербализуемый, в частности, словосочетанием *superstitious faith*. Например:

(88) *Chinese people have a superstitious faith in certain numbers, believing that the number six, for example, promises a happy outcome and that eight signifies fortune and prosperity* (Yu Hua, 2011, *China in Ten Words*).

(89) *Han shrugged and said, "Chinese people would consider it very auspicious to have a weasel move into a house." ... "In my hometown, you'd burn an offering of thanks to the God of Wealth. But this situation is different. We'll sort it out."* From his bag, he produced a container of rat poison (E. Osnos, 2014, *Age of Ambition: Chasing Fortune, Truth, and Faith in the New China*).

Как показал проведённый анализ, китайцы в англоязычном художественном дискурсе предстают как гордые люди, не желающие зависеть от иностранных государств. Для них важны коллективизм, семейные ценности, они привыкли много трудиться, довольствоваться малым, проявлять экономию и не заикливаться на бедах и неудачах прошлого. Китайцы стойко переносят испытания, веря в то, что всё предначертано судьбой. Они умеют манипулировать другими людьми, искусно прикрывая истинные намерения учтивостью. Китайцам свойственна суеверность, иногда оказывающая влияние на их поступки.

2.1.6 Этнообраз русских в англоязычном художественном дискурсе

Создание этнообраза русских в англоязычном художественном дискурсе XXI века в значительной мере детерминировано распадом СССР и последовавшим за ним экономическим хаосом, падением уровня жизни и высокой степенью криминогенности в России. Кроме того, на фоне такой сложной ситуации криминальные структуры из России хлынули на Запад, осваивая новые территории для нелегального бизнеса – от торговли оружием до отмывания денег. «Русская мафия» стала заметным феноменом в мировой культуре: фильмы, книги и репортажи рисовали русских как дерзких, хитроумных и беспощадных игроков теневого мира (Жукова, 2020, с. 141). Ослабление России также дало возможность западной пропаганде распространять негативную и/или ложную информацию о России, исказить её историю.

В связи с этим в концептуальное пространство этнообраза русских в англоязычном художественном дискурсе входят такие этнопризнаки, как историко-детерминированные («оккупация», «грабёж», «разрушение»), политические («тоталитаризм»), военно-политические («угроза»), социальные («коррупция»), морально-нравственные («жестокость», «нечестность», «коварство»), интеллектуально-инструментальные («адаптивность»).

Говоря об этнопризнаках «оккупация», «жестокость», «грабёж» (лексемы *invader, savage, execute, confiscate, seize*), необходимо отметить, что они связаны с искажёнными в художественных произведениях событиями Второй мировой войны: русские люди предстают в них не как народ, спасший мир от фашизма, а как жестокие захватчики, убивающие население освобождаемых территорий и занимающиеся грабежами. Например:

(90) *He didn't much blame the Hungarians or the Germans, but **the Russians, who, in '44-'45, had come to Romania as liberators but behaved like savage invaders. Hardened by the war, communism, and vodka, their every step was marked by disaster. The soldiers **confiscated** all the wristwatches they could find, a complete novelty to them.***

They seized all the animals, gold, and silverware from the households, and executed people for no reason (A. Sangeorzan. 2019. Chernobyl, Late Report).

Жестокость русских предстаёт в художественном дискурсе как порождение жестокой тоталитарной коммунистической системы (в предыдущем примере это лексема *communism*, в следующем – словосочетание *beastly system*, вербализующие этнопризнак «**тоталитаризм**»):

(91) *Of course, the Russians were uniformly worse, beastly clods trying to survive in their beastly system, bless them (J. Matthews. 2013. Red Sparrow).*

Однако и современным русским англоязычный художественный дискурс приписывает крайнюю жестокость. Русские изображаются как люди, для которых чужие жизни – будь то врагов или союзников – не имеют сакральной ценности, если речь идёт о достижении цели. Они хладнокровно уничтожают противников и свидетелей. В произведениях присутствуют сцены беспощадных расправ или демонстрации силы. Например:

(92) *Then the Russians have probably stolen it. Or it's lost. Or they've lobbed a Molotov Cocktail through your sitting-room window and burned down your house (Ch. Cumming. 2011. The Trinity Six).*

С этнопризнаком «жестокость» тесно связан этнопризнак «**разрушение**» (*burn down, set on fire*, словосочетание *adapt at destroying*). Русским приписывается способность разрушить всё, даже созданное ими самими, как это было в случае сожжения Москвы в 1812 г.:

(93) *“Can you imagine the expression on Napoleon's face when he was roused at two in the morning and stepped from his brand-new bedroom in the Kremlin only to find that the city he'd claimed just hours before had been set on fire by its citizens?” Mishka gave a quiet laugh. “Yes, the burning of Moscow was especially Russian ... we Russians have proven unusually adept at destroying that which we have created” (A. Towles. 2016. A Gentleman in Moscow).*

Художественный дискурс позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза русских этнопризнак «**адаптивность**»: русские люди умеют выживать в самых тяжёлых, невыносимых с точки зрения Запада условиях,

таких как, например, политический и экономический кризис 90-х, номинируемый варваризмом *bespredel*. Например:

(94) *Walden realized that the problems of the English establishment, with suffragettes and Liberals and trade unions, were trivial by comparison with what the Russians had to cope with, and he felt a surge of sympathy for Aleks (K. Follett. 2004. The Man from St. Petersburg).*

(95) *Buvchenko's childhood had been bad by Russian standards, which meant it was unimaginable by American. When he was twelve, his father bled to death from an alcohol-rotted stomach. His mother died three years later (A. Berenson. 2014. The Wolves).*

(96) *Watched how his government gradually lost control, himself working, like most Russians, on the mere promise of payment, or for barter, or for black-market U.S. dollars ... Bespridel, the Russians called it. Anarchy... Scarring a nation to ruin (Steve Berry, 2004, The Romanov Prophecy).*

В концептуальном пространстве этнообраза русских в англоязычном художественном дискурсе можно выделить этнопризнак «**коррупция**» (лексемы *bribe, corrupt, corruption* с одноимённой семьей в структуре их значения): она является порождением 90-х годов и неотъемлемой частью повседневной жизни. Русские проявляют большую изобретательность в подборе слов для сокрытия своих истинных намерений подкупа. Например:

(97) *Russians have more words for "bribe" than Eskimos do for "snow". I use my favorite formulation: "May I use this opportunity to show a sign of my respect for you?" "Of course you may," the werewolves say, smiling suddenly, and slip the cash under their policeman's caps (P. Pomerantsev. 2014. Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia).*

Коррупция широко применяется русскими и в политической жизни для привлечения на свою сторону лидеров других стран, что представляет большую опасность для Евросоюза. В связи с этим в концептуальном пространстве этнообраза русских можно выделить этнопризнак «**угроза**», вербализуемый с помощью военной метафоры *undermine Europe* и фразеологизма *lay a bomb*:

(98) ... *the Russians were ... working to create their own circle of corrupt politicians. This has been going on for a long time, and Russia will undermine Europe. Russia is laying a huge bomb in the foundations of the European Union* (C. Belton. 2020. *Putin's People. How the KGB Took Back Russia and Then Took on the West*).

Анализ англоязычного художественного дискурса позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза русских этнопризнаки «**нечестность**» и «**коварство**» (лексема *deceive*, фразеологизм *hold a brick behind a back*): русским приписываются интриги в сфере внешней политики. Например:

(99) *When Bush Senior said the Cold War is over and a new era of cooperation is beginning, that was it. But the Russians used cooperation to deceive the US. The Americans, they're like children. If you're cooperating, you're cooperating. That's it, and no questions are asked – even if the Russians are holding a brick behind their backs'* (C. Belton. 2020. *Putin's People. How the KGB Took Back Russia and Then Took on the West*).

Итак, русские в англоязычном художественном дискурсе предстают как жестокие люди, совершавшие злодеяния во время Второй мировой войны и способные на жестокость в наше время. Эта жестокость рассматривается как плод тоталитарной коммунистической системы. Русским приписываются готовность к разрушению всего, даже созданного ими самими, коррупция, нечестность и коварство во внешней политике, что делает их опасными для других стран. Их отличает способность выживать в самых тяжёлых условиях, что ярко проявилось после распада СССР в условиях политической нестабильности и экономического упадка.

Анализ языковых этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских, создаваемых в англоязычном художественном дискурсе, позволил выявить, что в их создании участвует 70 этнопризнаков, актуализирующих 12 групп этностереотипов, а именно историко-детерминированные, политические, социально- и военно-политические, криминальные, социокультурные, эмоционально-нравственные, интеллектуально-инструментальные, волевые и коммуникативные. Наиболее многочисленными

оказались этнопризнаки, актуализирующие социокультурные и морально-нравственные этностереотипы (24 % и 19 % соответственно). Далее следуют этнопризнаки, актуализирующие волевые (10 %), коммуникативные (10 %) и историко-детерминированные (9 %) стереотипы. Самыми малочисленными оказались этнопризнаки, актуализирующие социальные (1 %) и эмоциональные (1 %) этностереотипы. Отсутствуют этнопризнаки, актуализирующие политико-идеологические и психологические этностереотипы. Результаты сопоставительного анализа представлены в таблице 1 и диаграмме 1.

| ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ДИСКУРС | НЕМЦЫ | ФРАНЦ. | ИЗРАИЛЬ | ИРАНЦЫ | КИТАЙЦЫ | РУССКИЕ | ОБЩЕЕ |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Историко-детерминированные | 1 | 1 | 1 | | | 3 | 6 |
| Политические | | | | 1 | | 1 | 2 |
| Политико-идеологические | | | | | | | 0 |
| Социально-политические | | 1 | | 1 | | | 2 |
| Военно-политические | | | 1 | 3 | | 1 | 5 |
| Криминальные | 3 | | 1 | | | | 4 |
| Социальные | | | | | | 1 | 1 |
| Социокультурные | 1 | 6 | 6 | 6 | 4 | | 17 |
| Психологические | | | | | | | 0 |
| Эмоциональные | | | 1 | | | | 1 |
| Морально-нравственные | 1 | 4 | 3 | | 2 | 3 | 13 |
| Интеллектуально-инструментальные | 1 | | | | 3 | 1 | 5 |
| Волевые | 5 | 1 | 1 | | | | 7 |
| Коммуникативные | 2 | 2 | | | 3 | | 7 |

Таблица 1. Состав этнопризнаков в художественном дискурсе

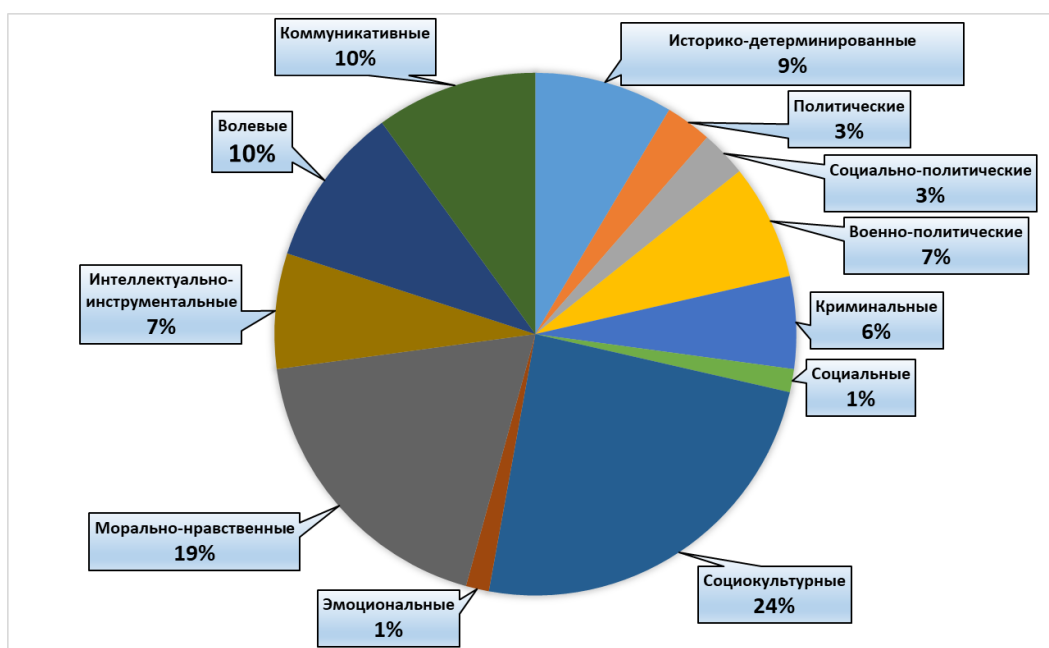


Диаграмма 1. Соотношение этнопризнаков в художественном дискурсе.

2.2 Этнообразы в англоязычном политическом медиадискурсе

Картотека примеров из текстов политического медиадискурса представлена 587 контекстами, вербализующими этнообразы немцев (118), французов (73), израильтян (85), иранцев (114), китайцев (101) и русских (96). Данные примеры были отобраны методом сплошной выборки из новостных изданий “The New York Times”, “The Washington Post”, “The New York Post”, “The Guardian”, “The Mirror”, “Daily Mail”, “The Independent”, “The Economist”, “The National Interest”. Обратимся к рассмотрению специфики указанных этнообразов в политическом медиадискурсе, выявленной на основании анализа эмпирического материала.

2.2.1 Этнообраз немцев в англоязычном политическом медиадискурсе

Говоря о создании этнообраза **немцев** в англоязычном политическом медиадискурсе, необходимо учитывать, с одной стороны, историческое противостояние между англо-саксонским миром и Германией, а, с другой, стремление Британии и США использовать Германию для оказания давления на Россию, которое привело к заключению в октябре 2024 г. оборонного союза между Британией и Германией. Данный союз предполагает расширение помощи Украине со стороны Германии, на которое последняя шла неохотно, вызывая недовольство США и Британии.

В концептуальное пространство этнообраза немцев, формируемого в англоязычном политическом медиадискурсе, входят следующие этнопризнаки: историко-детерминированные («нацизм»), политико-идеологические («пацифизм»), криминальные («преступление», «вина»), эмоциональные («страх»), морально-нравственные («толерантность»), интеллектуально-инструментальные («экономность», «здравомыслие», «адаптивность»), волевые («порядок»), коммуникативные («агрессивность»).

Этнопризнаки «нацизм», «преступление», «вина», вербализуемые с помощью лексем с одноимёнными семами в структурах их значений (*Nazi*, *Holocaust*, *guilt*), а также этнопризнак «пацифизм», вербализуемый посредством словосочетаний с лексемой *aversion* с семой «отвращение» в структуре её значения:

aversion toward military intervention, aversion to war, тесно взаимосвязаны между собой. Их наличие в концептуальном пространстве медиаобраза немцев обусловлено стремлением журналистов подчеркнуть, что немцы испытывают перед человечеством вину за преступления фашистской Германии и в силу этого являются пацифистами, нежелающими активно поддерживать любые военные действия. Приведём примеры вербализации данных этнопризнаков в текстовом пространстве СМИ:

(100) *Because of the enormous power the official institutions and communities wield, non-affiliated voices are often silenced or discredited, replaced by the louder ones of Germans whose Holocaust-guilt complexes cause them to fetishise Jewishness to the point of obsessive-compulsive embodiment (The Guardian, 13.11.2023).*

(101) *It's not just about energy costs, our research finds. Germans have a deep cultural aversion toward military intervention (The Washington Post, 25.10.2022).*

Формируя ассоциацию немецкой нации с пацифизмом, журналисты обвиняют немцев в том, что они допустили военный конфликт на территории Украины:

(102) *Many Germans, not just dedicated pacifists, remain unaware of how frustrated many Ukrainians are with German policies, and how much they perceive those policies as having enabled the current invasion (The New York Times, 24.01.2023).*

Кроме того, в концептуальное пространство медиаобраза немцев входит этнопризнак «экономия»: журналисты постоянно подчёркивают стремление немецкой стороны избежать повышения расходов на военные цели, вызывая недовольство США и Великобритании (словосочетания *aversion to defense spending, reluctant to invest in military power*). Этнопризнаки «экономия» и «пацифизм» неразрывно связаны в концептуальном пространстве этнообраза немцев друг с другом:

(103) *More broadly: many Germans still hold a deep aversion to war and to defense spending in a country whose Nazi past has made it reluctant to invest in military power (The New York Times, 3.10.2023).*

С этнопризнаком «экономия» связан и этнопризнак «здравомыслие», вербализуемый с помощью лексем *grown-up, sensible*: преобладание экономических интересов над политическими немцы считают единственно оправданным подходом к внешней политике, несмотря на обвинение их в трусости:

(104) *To put it bluntly: What some commentators abroad see as appeasement, cowardice and the triumph of economic interests over security concerns, many Germans see as a grown-up, sensible and conciliatory approach to foreign policy (The Washington Post, 31.01.2022).*

Этнопризнак «пацифизм» коррелирует и этнопризнаком «страх», вербализуемый с помощью лексем с одноимённой семой в структурах их значений (*fear, anxiety, worry*): даже те немцы, которые поддерживают Украину, не хотят расширения военных действий:

(105) *Mr Scholz, facing the same European elections and three important state elections this year, has by contrast presented himself as the "peace chancellor", recognizing that most Germans support Ukraine but fear an escalation in the war (The New York Times, 9.03.2024).*

Репрезентируя через создаваемый этнообраз традиционный стереотип о порядке как неотъемлемой черте немцев (лексема *Ordnung*, словосочетание *adhere to rules*), журналисты, как и в случае с пацифизмом, также обращаются к истории Германии и преподносят немецкий порядок не только как добродетель, а как способ борьбы нестабильностью и насилием, которыми отмечена их история:

(106) *What the Germans call **Ordnung** (the usual translation is "order," but it is a much broader concept) is the unwritten road map of one society's concerted effort to permanently banish the instability and violence that have marked its history (The New York Times, 04.04.2009).*

Журналисты также подчёркивают, что стремление немцев к соблюдению порядка ведёт к жёсткой политике по отношению к мигрантам, как это видно в следующем примере, в котором этноним *Germans* представлен имплицитно через местоимение *our*:

(107) *Prophet said, heedless of the roughly 8 million residents of non-European Union backgrounds. “The solution is to require migrants to work and **adhere to our rules**. If they don’t, then you have to say, ‘Thanks, but please go home’ (The Washington Post, 3.10.2023).*

Понятие порядка включает и свойственную немцам жёсткую фискальную дисциплину, приверженность которой журналисты считают маниакальной, осуждая нежелание немцев поддерживать нуждающиеся в помощи нации:

(108) *It includes media coverage that reflects the anger towards the unyielding **German obsession with fiscal discipline** ... (The Guardian, 27.03.2018).*

Также в концептуальном пространстве этнообраза немцев можно выделить этнопризнак «**толерантность**», выступающий антиконцептом (Боева-Омелечко, 2014 (б), с. 39) концепта «экстремизм». Журналисты подчёркивают, что несмотря на недовольство немцев жёсткой миграционной политикой и снижением уровня жизни в связи с военными расходами, большинство из них придерживаются умеренных политических взглядов и не поддерживают экстремистскую партию «Альтернатива для Германии»:

(109) *The protests are also an important reminder to mainstream parties not to mimic the AfD’s messaging, he said, since it’s clear that **a majority of Germans do not support extreme positions** (The Washington Post, 31.01.2024).*

Однако в концептуальном пространстве этнообраза немцев в англоязычном медиадискурсе присутствует и этнопризнак «**агрессивность**», вербализуемый лексемой *aggressive* с одноимённой семой в структуре её значения. Наличие этого признака обусловлено стремлением журналистов подчеркнуть правильность решения Британии о выходе из Евросоюза:

(110) *This was a story that resonated with the Brexiters – leaving behind both the unreliable French and the **aggressive Germans**, Britain alone at last (The Guardian, 30.03.2019).*

Кроме того, англоязычные журналисты характеризуют немцев как несчастных людей с помощью лексемы *miserable* (*Daily Mail*, 8.12.2023), явно причисляя англоязычные страны к более благополучным. Немцы привыкли к

лишениям и стойко переносят экономический кризис в своей стране. Соответствующие контексты, включающие артефактную метафору *belt-tightening* и гастрономическую метафору *put off enjoying the fruits of their labour*, позволяют выделить этнопризнак «адаптивность»:

(111) *But many will readily admit that **belt-tightening** and **putting off enjoying the fruits of their labour** are **German-specific traits** (The Guardian, 27.03.2018).*

Как мы видим, благодаря англоязычным журналистам немцы предстают перед массовой аудиторией как народ-пацифист, который имеет все основания стыдиться своей истории и бояться новой войны и который стремится избежать военных действий и неразумных трат на оборону даже в тех случаях, когда они с точки зрения англосаксонского мира являются необходимыми. Немцы – сторонники порядка, который предполагает жёсткое соблюдение правил всеми, включая мигрантов, и строгую фискальную дисциплину. Им свойственны политическая толерантность и готовность переносить финансовые трудности. Вместе с тем они могут быть недружелюбны по отношению к другим нациям.

2.2.2 Этнообраз французов в англоязычном политическом медиадискурсе

Историческое противостояние Британии и Франции находит отражение в характеристиках французов в англоязычных СМИ. В концептуальное пространство этнообраза французов, формируемого в англоязычном политическом медиадискурсе, входят следующие этнопризнаки: политические («демократия»), социально-политические («протест»), психологические («пессимизм»), морально-нравственные («ненадёжность»).

В политическом медиадискурсе французы, в отличие от законопослушных немцев, изображаются как нация, склонная к протестам и сопротивлению политике правительства, особенно мерам, ущемляющим интересы граждан. Такими протестами за последние 10 лет были акции в 2016 году против закона «Эль-Хомри», реформы трудового кодекса, «жёлтые жилеты» в 2018-2019 году после повышения цен на топливо, в 2019 году против изменения в пенсионной реформе президента

Макрона, в 2020 году после случаев жестокости полиции и закона «о глобальной безопасности». В 2023 годы миллионы человек вышли на улицы в акции протеста против повышения пенсионного возраста, что сопровождалось насилием как со стороны протестующих, так и со стороны полиции (Массовые протесты во Франции за последние 10 лет. Ведомости. 2024). Контексты, повествующие о данных протестах, позволяют выделить в концептуальном пространстве этнообраза французов этнопризнак «**протест**», вербализуемый с помощью лексем с одноимённой семьей в структуре их значения (*oppose, opposed, protest*). Например:

(112) *Two-thirds of French people remain opposed to his proposal to raise the pension age, and 52 % want protests to continue (The Guardian, 13.04.2023).*

Журналисты дополнительно привлекают внимание аудитории к рассматриваемому этнопризнаку с помощью риторических вопросов:

(113) *Why do the French protest so much? Protests: a French way of life? (The Guardian, 10.02.2016).*

Протесты французов интерпретируются как яркое проявление демократических традиций, присущих этой стране, что подчёркивает историческую склонность французов к коллективному сопротивлению власти и позволяет выделить этнопризнак «**демократия**» (лексема *democracy*) в концептуальном пространстве этнообраза французов, формируемого в политическом медиадискурсе. Англоязычная пресса, как правило, позитивно оценивает эти акты противостояния народа и президента Франции, нередко акцентируя внимание на их значимости для защиты гражданских свобод и социальной справедливости. При этом СМИ явно стремятся представить главу государства в невыгодном свете, подчёркивая его оторванность от народа, неспособность найти компромисс или эффективно управлять в условиях общественного недовольства, что усиливает негативный образ президента на международной арене:

(114) *I see the protests as a positive sign that people refuse to lie down. This is the true spirit of French democracy (The Guardian, 18.05.2023).*

(115) *'It gave me **hope in democracy**': how French citizens are embracing people power (The Guardian, 20.11.2020).*

С этнопризнаком «протест» взаимосвязан этнопризнак «пессимизм», вербализуемый с помощью лексем с одноимённой семой в структурах их значения (*whiner, complainer, moaner, pessimistic*). В англоязычных СМИ на фоне многочисленных сообщений о новых забастовках и результатах опросов общественного мнения, активно подчёркиваются мрачные и пессимистические настроения французов. В отличие от других народов Евросоюза, французы демонстрируют особенно острое неприятие политики глобализации, считая её угрозой национальным интересам и экономической стабильности. Кроме того, они выражают глубокое недоверие к действиям собственного правительства, обвиняя его в неспособности защитить социальные гарантии и учитывать волю народа. Полная евроинтеграция также вызывает у них скептицизм: многие видят в ней утрату суверенитета и подчинение внешним бюрократическим структурам, что усиливает их протестные настроения и отличает Францию от более лояльных к этим процессам стран ЕС. Например:

(116) *'A nation of **moaners**': **French more pessimistic than Germans about future. The French are more likely to say things will get worse for their country (The Guardian, 3.05.2019).***

(117) *Of course, mere relentlessness isn't what makes French complaining unique. While the British enjoy seething passive aggression and cloaking their feelings in euphemism, a good **Gallic whiner** must be vicious, and ideally come at an inopportune time (The Guardian, 31.01.2023).*

Вполне естественно, что в концептуальном пространстве этнообраза французов, формируемого в политическом медиадискурсе, присутствует и этнопризнак «ненадёжность», вербализуемый с помощью лексемы *unreliable*. Французы репрезентируются как непредсказуемые и нестабильные партнёры. Подобное изображение, как и в случае с Германией, неслучайно: оно обусловлено стремлением журналистов, особенно британских, убедить читателей в необходимости выхода Британии из состава Евросоюза. Франция и другие страны

ЕС предстают как небезопасные и проблемные государства, чьё членство в союзе создаёт риски для стабильности и интересов Великобритании, тем самым подкрепляя аргументы в пользу Brexit. В итоге этнообраз «ненадёжных» французов становится инструментом в более широкой политической повестке, направленной на оправдание изоляционистской политики:

(118) *This was a story that resonated with the Brexiters – leaving behind both the **unreliable French** and the aggressive Germans, Britain alone at last (The Guardian, 30.03.2019).*

(119) *If everything comes to grief and he has to request the dreaded extension, that stuff will doubtless be accompanied by rhetoric about remainder MPs and judges, the obstinate and **unreliable French** and Germans, and a view of Ireland as a country that has ideas above its station (The Guardian, 14.10.2019).*

Итак, в англоязычном политическом медиадискурсе французы предстают как ненадёжные и вечно недовольные люди, чья склонность к протестам воспринимается как неотъемлемая черта их национального характера. Их изображают как нацию, готовую в любой момент выйти на улицы, чтобы выразить своё несогласие с чем угодно – будь то политика правительства, экономические реформы, социальные изменения или международные инициативы вроде глобализации и евроинтеграции. Такое представление подчёркивает их якобы хроническую неспособность к компромиссу и стабильности, рисуя образ общества, которое постоянно находится в состоянии конфликта с властью и окружающим миром.

2.2.3 Этнообраз израильтян в англоязычном политическом медиадискурсе

Концептуальное пространство этнообраза **израильтян** в англоязычном политическом медиадискурсе включает следующие этнопризнаки: историко-детерминированные («оккупация»), политико-идеологические («национализм», «унитаризм»), морально-нравственные («жестокость», «патриотизм»).

Наличие этнопризнака «жестокость» обусловлено довольно долгой историей сопротивления против всех арабских сил в регионе, достигшей апогея после 7 октября 2024 г., когда силы Хамас атаковали Израиль. Так, в следующем примере описывается жёсткая позиция израильтян по отношению к палестинцам:

(120) *Blaming Hamas for Gazans' Suffering, Many Israelis Feel Little Sympathy. Despite being aware of the devastation in the enclave, **many in Israel ask why they should show pity** when Palestinians there showed none on Oct. 7 (The New York Times, 23.07.2024).*

Израильтяне в англоязычных СМИ нередко изображаются как этнос, в основном поддерживающий политику уничтожения палестинцев, которую провозглашает правительство Израиля, несмотря на её очевидное противоречие принципам гуманности и международным нормам прав человека (лексемы с семами «убийство», «разрушение», «оружие» «голод» в структурах их значений):

(121) *Dehumanizing language and promise of **annihilation** from military and political leaders. Polls that found wide support for the policies that have wreaked **devastation and starvation in Gaza** ... (The New York Times, 16.05.2024).*

(122) *These denials and evasions might work in a short war but, by the time 264 Palestinian children had been killed, as of Friday, they only serve to convince people that **Israelis do not care how many Palestinians they kill** (The Independent, 4.08.2014).*

Они совершают военные преступления и гордятся своими злодеяниями:

(123) *Israelis are conducting a **scorched-earth campaign** in Lebanon (The National Interest, 23.10.2024).*

(124) ***Selfies of Israeli soldiers preening proudly in bomb-crushed Palestine neighbourhood** (The New York Times, 16.05.2024).*

Этнопризнак «жестокость» неразрывно связан с этнопризнаком «оккупация», вербализуемым, в частности, с помощью сравнительного оборота *to take rather than give away territory*. Наличие этого этнопризнака обусловлено историческими событиями, в первую очередь Шестидневной войной 1967 года, когда Израиль оккупировал Западный берег, Восточный Иерусалим, сектор Газа и Голанские высоты, что в англоязычных СМИ часто интерпретируется как

готовность не просто реагировать на угрозы, но и использовать силу для расширения контроля над стратегически важными или религиозно значимыми землями (Тишин, 2018, с. 710). Современная политика расширения еврейских поселений на палестинских территориях, игнорирующая международные соглашения, усиливает это восприятие, представляя израильтян как общество, где значительная часть поддерживает или оправдывает такие действия ради безопасности, исторического права или идеологической убеждённости в принадлежности этих земель еврейскому народу:

(125) *The Israelis who want to take rather than give away territory: Government faction opposes idea of Palestinian state (The Independent, 6.11.2013).*

Израильтяне всегда готовы присоединиться в качестве добровольцев к военным действиям против Палестины и защищать свою страну без помощи извне, что позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза израильтян, формируемого в СМИ, этнопризнак «патриотизм», вербализуемый, в частности, с помощью лексемы *volunteer* и словосочетания с возвратным местоимением *themselves*:

(126) *Israelis rush home to volunteer in fight against Hamas: 'I'll do whatever I can' (The Independent, 12.10.2023).*

(127) *Israel does not want American soldiers to fight and die defending the State of Israel. The Israelis would do the job by themselves (The National Interest, 20.10.2023).*

Израильтяне пренебрегают мнением мирового сообщества, считая свою позицию единственно правильной, что обуславливает наличие в концептуальном пространстве этнообраза израильтян этнопризнака «унитаризм», отражающего их склонность отвергать международные нормы и резолюции ради собственных интересов. В англоязычных СМИ это часто подаётся как высокомерная уверенность в своей правоте, подкреплённая националистической идеологией и убеждением в уникальности своей судьбы, что позволяет игнорировать критику даже со стороны союзников, таких как США или страны ЕС:

(128) *In 2002, when much of the international community was severely criticizing Israel for its tough military response to the wave of Palestinian suicide bombings known as the Second Intifada, the United Nations secretary general, Kofi Annan, asked with rhetorical exasperation, «Can Israel be right and the whole world wrong?» Most Israelis would have surely answered: Of course» (The New York Times, 4.05.2018).*

(129) *Israelis take little heed of global anger. But their contempt for Netanyahu is growing. But little of this global pressure has moved Israelis. In a mid-January survey from Tel Aviv University, more than half of Jewish Israeli respondents thought Israel was using the right amount of force, but another 43% said that it had not used enough (The Guardian, 25.02.2025).*

Большинство израильтян разделяют националистические убеждения, которые проявляются как во внешней политике, так и внутри страны, где они оборачиваются против арабского населения, формируя этнический аспект их идентичности и обуславливая наличие в концептуальном пространстве их этнообраза этнопризнака «**национализм**», вербализуемого словосочетаниями с этнонимом *Arabs* и лексемами, структура значений которых включает сему «убийство», и этноним *Arabs*. В англоязычных медиа это часто иллюстрируется такими примерами, как ограничение на строительство для арабов, неравенство в доступе к ресурсам или риторика правых политиков, призывающих к «еврейскому характеру» государства, что подразумевает приоритет еврейского большинства. Такой национализм подпитывается историческим опытом конфликтов и ощущением угрозы, что делает его не только внешне направленной силой, но и инструментом внутренней консолидации, где арабы внутри страны нередко воспринимаются как потенциальная «пятая колонна»:

(130) *Israel defends decision to hold march marked by racism and violence. Marchers chanted 'death to Arabs' (The Independent, 30.05.2022).*

(131) *Nearly half of Israeli Jews believe Arabs should be 'expelled' from Israel, survey finds (The Independent, 8.03.2016).*

Как следует из анализа эмпирического материала, англоязычный политический медиадискурс формирует отрицательное отношение к

израильтянам, изображая их как патриотов, преданных своей стране, но при этом склонных к излишней жестокости, военной экспансии, националистическим настроениям и игнорирующим позицию международного сообщества.

2.2.4 Этнообраз иранцев в англоязычном политическом медиадискурсе

Концептуальное пространство этнообраза **иранцев**, ещё одного этноса, находящегося в ближневосточном регионе, включает в англоязычном политическом медиадискурсе следующие этнопризнаки: политические («репрессии»), социально-политические («антиамериканизм», «антиизраилизм», «протест»), социальные («бедность», «безнадёжность»).

Иранцы изображаются в англоязычных СМИ как угроза Западу. В данных СМИ нередко упоминаются проправительственные акции протеста, направленные против США и Израиля. Такие митинги осуждают западные санкции и вмешательство. Это позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза иранцев, формируемого в политическом медиадискурсе, этнопризнаки «антиамериканизм» и «антиизраилизм», вербализуемые, в частности, с помощью морбиальных метафор-слоганов *'death to Israel'*, *'death to America'*. Например:

(132) *Thousands of Iranians chanting 'death to Israel' take to the streets while regime MPs celebrate 'revenge' attack in parliament (Daily Mail, 15.04.24).*

(133) *Iranians chant 'Death to America' at Qassem Soleimani's funeral (The New York Post, 4.01.2020).*

Вместе с тем иранцы предстают как жертвы антидемократического режима, для которого нормой являются репрессии. Власти применяют массовые задержания, публичные казни и жестокие допросы для подавления недовольства, особенно после крупных выступлений, таких как протесты 2019 или 2022 годов (Гашков, 2023, с. 78). Это позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза иранцев этнопризнак «репрессии», вербализуемый посредством лексем с семами «арест», «убийство», «тирания» в структурах их значений. Например:

(134) *Protests since have swept across the country, demanding an end to the clerical leadership that has prompted a violent crackdown, **killing hundreds of protesters and the arrest of thousands** (The Guardian, 21.11.22).*

(135) *But what has not ended is the suffering, hopelessness and daily troubles of 85 million **Iranians who live under the shadow of the Islamic Republic's tyrannical government** (The Independent, 24.04.24).*

Англоязычные СМИ акцентируют внимание на бедности иранцев. Экономические трудности – безработица, инфляция, дефицит ресурсов – репрезентируются как результат репрессивной политики режима. Это обуславливает наличие в концептуальном пространстве этнообраза иранцев этнопризнака «бедность», вербализуемого лексемами с семами «бедность» и «безработица» в структурах их значений, фразеологизмом *make ends meet*, словосочетанием-пространственной метафорой *high prices* и под. Например:

(136) *More than 1.6 million **Iranians have fallen into poverty** since the American sanctions were re-imposed, according to Esfandyar Batmanghelidj, the founder of the media service Bourse & Bazaar, which fosters business links between Iran and Europe (The Guardian, 17.01.20).*

(137) *Tens of millions of **Iranians who face enough of a daily struggle to make ends meet** see no reason for military clashes with Israel. **High prices, unemployment, the swift and daily increase in the price of foreign** currencies that directly impacts their lives and livelihoods (The Independent, 24.04.24).*

С этнопризнаками «репрессии» и «бедность» закономерно связан этнопризнак «безнадёжность», вербализуемый лексемой *despair* и словосочетанием *little expectation*. Люди теряют веру в улучшение жизни из-за постоянных арестов, казней и бедности, что усиливает ощущение тупика. Например:

(138) *His election, combined with the worsening economy, **left** **Iranians** who craved better opportunities, more social freedoms and closer ties with the rest of the world **in despair** (The New York Times, 24.09.22).*

(139) *As they bid farewell to a trying year, **Iranians have little expectation that the next will be better*** (*The Independent*, 16.03.23).

Создавая подобный этнообраз иранцев, англоязычные СМИ осуществляют критику режима аятолл и поддерживают протестные движения внутри Ирана, такие как выступления против теократической власти или за права женщин. Это даёт возможность выделить в концептуальном пространстве этнообраза иранцев этнопризнак «**протест**», вербализуемый посредством лексемы *protest*. Например:

(140) *As **anti-government protests roil cities and towns in Iran** for a fourth week, tens of thousands of Iranians living abroad have marched on the streets of Europe, North America and beyond in support of what many believe to be a watershed moment for their home country* (*The Independent*, 12.10.22).

(141) *Ahead of the vote, calls for a widespread boycott of the election had gained steam, with prominent activists and dissidents **encouraging Iranians to turn the occasion into a protest against the government*** (*The New York Times*, 1.03.24).

Таким образом, иранцы изображаются в англоязычном политическом медиадискурсе как жертвы, зажатые между двух огней: с одной стороны, репрессивным режимом аятолл, подавляющим любое инакомыслие, с другой – агрессивной политикой США и Израиля, усиливающей их изоляцию. Ежегодно экономическое положение иранцев ухудшается из-за санкций и инфляции, загоняя их в нищету, а государственный аппарат безжалостно обрушивает репрессии на любого, кто осмеливается протестовать. Такой образ подчёркивает безысходность их положения, где нет ни перспектив улучшения жизни, ни шанса избежать сурового наказания за сопротивление.

2.2.5 Этнообраз китайцев в англоязычном политическом медиадискурсе

Говоря о создании этнообраза китайцев в англоязычном политическом медиадискурсе, необходимо учитывать историческое противостояние коммунистического режима западным демократиям, а также недавние события, такие как эпидемия коронавируса и обострение экономической войны между США и Китаем. Концептуальное пространство этнообраза китайцев, создаваемого в

англоязычном политическом медиадискурсе, включает такие этнопризнаки, как политические («тоталитаризм»), политико-идеологические («национализм», «ксенофобия»), военно-политические («шпионаж»), социокультурные («гастрономическая открытость»), морально-нравственные («патриотизм»).

Англоязычные СМИ подчёркивают антидемократичность китайского коммунистического режима, противопоставляя его западной демократии. Их цель – дискредитировать легитимность режима, вызвать протестные настроения у населения. В соответствии с этим в концептуальном пространстве этнообраза китайцев можно выделить этнопризнак «**тоталитаризм**» (лексемы *totalitarianism, oppression, control*). Например:

(142) *There isn't much we can do to shape the success or failure of market **totalitarianism** inside China. But getting democracy back on track would show the Chinese people, if they are ever allowed to learn freely about the world, that freedom and prosperity can bolster each other (The Washington Post, 4.11.18).*

(143) *Under the rule of China's top leader, Xi Jinping, **the government has been fixated on control** – how people think, what they say online and now, what they wear (The New York Times, 15.02.24).*

(144) *Public expression in China is either protest or propaganda, and the people are either helpless victims or mindless foot-soldiers of **state oppression** (The Guardian, 5.10.21).*

Англоязычные СМИ подчёркивают рост числа китайских мигрантов, стремящихся в страны Евросоюза в связи с неприятием тоталитарного режима и ухудшающейся экономической ситуацией, что позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза китайцев этнопризнак «**иммиграция**», вербализуемый, в частности, с помощью метафоры путешествия *find a way to northern Europe*:

(145) *His hope is to **find a way to northern Europe**, where there is freedom of speech and employment opportunities. Other **Chinese people have had the same idea**. In the first eight months of this year, there were 569 new asylum applications from Chinese nationals in Germany, more than double the total number for 2022. In the Netherlands,*

409 Chinese people applied for asylum last year, up from 151 the year before (The Guardian, 25.09.24).

В англоязычном медиадискурсе китайцев характеризуют не только как патриотов своей страны, но и как националистов и расистов, связывая это с обвинениями властей КНР в притеснении уйгуров в Синьцзяне или ограничении в правах представителей других рас. Это дискредитирует Китай как прогрессивную нацию, что выгодно западным демократиям, стремящимся представить себя морально выше и оправдать экономическое и политическое давление на Пекин. Следовательно, в концептуальном пространстве этнообраза китайцев можно выделить этнопризнаки «патриотизм», «национализм», «ксенофобия». Например:

(146) *As China tames the coronavirus epidemic now ravaging other countries, its success is giving rise to an increasingly strident blend of **patriotism, nationalism and xenophobia**, at a pitch many say has not been seen in decades (The Washington Post, 16.04.20).*

(147) *“Notice: We’ve been informed that **from now on black people are not allowed to enter the restaurant,**” reads a sign outside McDonald’s in Guangzhou. It advised that all black patrons “notify the local police” and seek “medical isolation” (The Independent, 15.04.20).*

Ещё один этнопризнак, который можно выделить в концептуальном пространстве этнообраза китайцев, создаваемого в политическом медиадискурсе, это этнопризнак «шпионаж» (лексемы *spy, hacker*). Он обусловлен обвинениями китайцев в кибератаках, краже технологий и разведдеятельности, приписываемых как государственным структурам КНР, так и частным компаниям вроде Huawei. Например:

(148) *The second peril lies in the past. **Chinese hackers were found to be scooping up data from the protest movement of 2015 in Hong Kong** – a move which shocked student activists and alerted foreign intelligence services to their cyber prowess (The Independent, 8.05.2024)*

(149) *Two men have been arrested under the Official Secrets Act over allegations that a parliamentary researcher **spied for China**. The researcher has had links to several senior Conservative MPs, including security minister Tom Tugendhat and foreign affairs committee chairperson Alicia Kearns (The Independent, 10.09.2023).*

Пандемия коронавируса, распространившаяся из города Ухань, привлекла внимание общественности к странным гастрономическим привычкам китайцев, которые стали упоминаться даже в англоязычном политическом медиадискурсе (Львов, 2020, с. 63). Обвиняя китайцев в пандемии, журналисты критиковали их **гастрономическую открытость**, допускающую употребление в пищу насекомых и самых разнообразных животных, что позволяет выделить в этнообразе китайцев соответствующий этнопризнак. Например:

(150) *A company specialising in making dog meat dishes has claimed that **eating dogs is a way for Chinese people to show their 'cultural confidence'**. Fankuai Dog Meat from eastern China made the statement in a blog post while protesting against a proposed law which bans people from consuming pets in the wake of the coronavirus outbreak (Daily Mail, 11.03.20).*

(151) *Chinese people bred huge wild **RATS for their 'nutritious' meat**, came up with dozens of ways to cook them and celebrated '100 reasons to eat them' - before they were banned due to coronavirus (Daily Mail, 20.04.20).*

(152) *A senator has been called racist for comments about China, saying they have a "culture where people **eat bats and snakes and dogs and things like that**" (The Independent, 20.03.20).*

Итак, в англоязычном политическом медиадискурсе китайцы изображаются как жертвы тоталитарного режима, многие из которых стремятся к иммиграции. Будучи патриотами своей страны, они, однако, склонны к национализму и ксенофобии. Китайский шпионаж рассматривается как угроза другим странам, а их гастрономическая открытость стала объектом критики во время эпидемии коронавируса.

2.2.6 Этнообраз русских в англоязычном политическом медиадискурсе

В англоязычном политическом дискурсе широко представлены этнообразы русских в связи с крайней политической напряженностью в последние 10 лет. В концептуальное пространство этнообраза русских, создаваемого в англоязычном политическом медиадискурсе, входят следующие этнопризнаки: историко-детерминированные («оккупация»), политические («пропаганда»), военно-политические («шпионаж»), криминальные («жертва»), психологические («пессимизм»), эмоциональные («стыд»), морально-нравственные («жестокость»).

Наличие этнопризнаков «**оккупация**» и «**жестокость**» объясняются конфликтом России с западными странами через прокси-войну с Украиной. Англоязычные СМИ формируют резко негативный этнообраз русских, чтобы оправдать продолжающееся финансирование Украины со стороны Запада. Русские люди изображаются как поддерживающие своего президента сторонники военной агрессии против Украины, в том числе с применением ядерного оружия и как завоеватели, жестоко обращающиеся с мирным населением (лексемы *nuking, invasion, kill, rape, torture*, словосочетание *use military force*). Например:

(153) *Half of Russians believe it is RIGHT to use military force to keep Ukraine out of NATO and a third back 'reuniting' the two countries, poll reveals (Daily Mail, 23.02.22).*

(154) *A third of Russians back Putin NUKING Ukraine: President has more support than ever for using the ultimate weapon, study finds, following recent tactical nuclear drills (Daily Mail, 5.07.24).*

(155) *It's hard not to feel shame at the evidence of Russians killing and raping people who did them no wrong, people who share so much of their history and culture (The New York Times, 20.06.24).*

Вместе с тем англоязычные СМИ убеждают свою аудиторию в том, что среди русских нет единства и многие из них испытывают стыд в связи с военной операцией на Украине. В связи с этим в концептуальном пространстве этнообраза

русских, создаваемого в политическом медиадискурсе, можно выделить этнопризнак «стыд» (лексемы *ashamed, shame*). Например:

(156) *'The war should be stopped immediately. We are all ashamed': Russians living in UK protest alongside Brits against Ukraine invasion (Daily Mail, 3.03.22).*

(157) *We, the Russians living inside and outside of the country, will have to bear the shame of this situation for years to come (The New York Times, 20.06.24).*

Ещё один распространённый этнопризнак, который можно выделить на основании эмпирического материала, это «шпионаж» (лексемы *spy, hunt*). Миф о повсеместном шпионаже русских активно используется западными журналистами, реанимирующими таким образом шпиономанию, угасшую после распада СССР. Такая риторика усиливает атмосферу недоверия к России и оправдывает жёсткие контрмеры Запада. Например:

(158) *Russians spy on UK families via their webcams: Hackers use your computer to watch you at home then post photos online (Daily Mail, 19.11.14).*

(159) *Russians 'caught spying' on US military bases in Bavaria accused of plotting attacks (The Mirror, 18.04.24).*

Журналисты также используют старый штамп о затуманенности сознания русских людей пропагандой, напрочь лишаящей их критического мышления и делающей их неспособными сопротивляться манипуляциям власти. Соответственно, в концептуальном пространстве этнообраза русских, создаваемого в англоязычном медиадискурсе, можно выделить этнопризнак «пропаганда» (лексема *brainwash*, лексема-неологизм *Zombieland*). Например:

(160) *But they still believe in the leader because for the past several years, the leader was doing one thing very well: he was brainwashing the Russians (The Independent, 6.03.15).*

(161) *Inside 'Zombieland' Russia with 'brainwashed' people cut off and unable to buy key goods (The Mirror, 25.02.23).*

Как и в случае с Ираном, англоязычные СМИ акцентируют внимание на несчастьях населения. Они подчёркивают тяжело переживаемые русскими экономические трудности, такие как санкции, инфляция и падение уровня жизни.

Подобные микроконтексты позволяют выделить в концептуальном пространстве этнообраза русских этнопризнаки «жертва» и «пессимизм» (лексемы *victim*, *depressed*). Например:

(162) *The Russians are **victims** of their own country, too, but of course the suffering doesn't compare (The Independent, 18.03.22).*

(163) *Russians are getting more **depressed** about the crisis triggered by Vladimir Putin's war in Ukraine - but have run out of Prozac to treat the condition (Daily Mail, 19.09.23).*

Итак, в англоязычном политическом медиадискурсе русские изображаются как сторонников российской агрессии против Украины, проявляющие жестокость по отношению к мирному населению. Это, однако, не исключает того, что часть русских испытывают стыд в связи с данными событиями. Как и во времена СССР, англоязычные журналисты обвиняют русских в шпионаже и представляют их как обманутых пропагандой людей. Желая дискредитировать правительство России, англоязычные СМИ заостряют внимание на экономических трудностях и пессимизме русских людей, связанных с данными трудностями.

Анализ языковых этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских, создаваемых в англоязычном политическом медиадискурсе, позволил выявить, что в их создании участвует 39 этнопризнаков, актуализирующих все группы этностереотипов. Наиболее многочисленными оказались этнопризнаки, актуализирующие морально-нравственные этностереотипы (15 %). Далее следуют этнопризнаки, актуализирующие политико-идеологические (13 %), политические (10 %), социально-политические (10 %) стереотипы. Самыми малочисленными оказались этнопризнаки, актуализирующие социокультурные (3 %), волевые (3 %) и коммуникативные стереотипы (3 %). Результаты сопоставительного анализа представлены в таблице 2 и диаграмме 2.

| ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕДИА-ДИСКУРС | НЕМЦЫ | ФРАНЦ. | ИЗРАИЛЬ | ИРАНЦЫ | КИТАЙЦЫ | РУССКИЕ | ОБЩЕЕ |
|----------------------------------|-------|--------|---------|--------|---------|---------|-------|
| Историко-детерминированные | 1 | | 1 | | | 1 | 3 |
| Политические | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 4 |
| Политико-идеологические | 1 | | 2 | | 2 | | 5 |
| Социально-политические | | 1 | | 3 | | | 4 |
| Военно-политические | | | | | 1 | 1 | 2 |
| Криминальные | 2 | | | | | 1 | 3 |
| Социальные | | | | 2 | | | 2 |
| Социокультурные | | | | | 1 | | 1 |
| Психологические | | 1 | | | | 1 | 2 |
| Эмоциональные | 1 | | | | | 1 | 2 |
| Морально-нравственные | 1 | 1 | 2 | | 1 | 1 | 6 |
| Интеллектуально-инструментальные | 3 | | | | | | 3 |
| Волевые | 1 | | | | | | 1 |
| Коммуникативные | 1 | | | | | | 1 |

Таблица 2. Состав этнопризнаков в политическом медиадискурсе

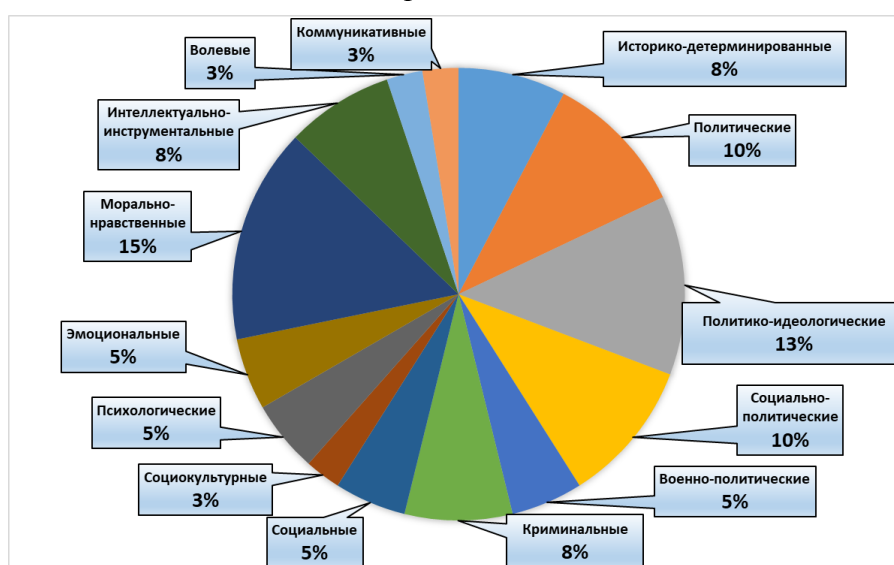


Диаграмма 2. Соотношение этнопризнаков в политическом медиадискурсе.

2.2.7 Сравнение этнообразов в англоязычном художественном дискурсе и политическом медиадискурсе

Проведённый анализ позволяет показать, чем концептуальное пространство этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских, создаваемых в англоязычном политическом медиадискурсе, отличается от концептуального пространства этнообразов этих наций в художественном дискурсе.

Так, и в политическом, и в художественном дискурсе в концептуальное пространство этнообраза **немцев** входят этнопризнаки «нацизм», «преступление», «вина», «адаптивность». Однако только в политическом дискурсе рассматриваемое поле включает этнопризнаки «пацифизм», «экономия», «здравомыслие», «страх»,

«порядок», «толерантность», «агрессивность». Кроме того, в него не входят такие этнопризнаки, являющиеся конститuentами концептуального поля этнообраза, создаваемого в художественном дискурсе, как «жестокость», «аккуратность», «дисциплинированность», «пунктуальность», «работоспособность», «педантичность», «прямолинейность», «искусство», «вульгарность».

| НЕМЦЫ | жестокость | обвинение | аккуратность | пунктуальность | работоспособность | педантичность | прямолинейность | искусство | вульгарность | нацизм | преступление | вина | адаптивность | пацифизм | экономия | здоровый смысл | страх | порядок | толерантность | агрессивность |
|--------|------------|-----------|--------------|----------------|-------------------|---------------|-----------------|-----------|--------------|--------|--------------|------|--------------|----------|----------|----------------|-------|---------|---------------|---------------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |

Таблица 3. Сопоставление этнопризнаков в художественном и политическом медиадискурсе (образ немцев)

Концептуальные пространства этнообраза **французов**, создаваемого в политическом и художественном дискурсе, не имеют общих признаков. При этом в политическом дискурсе рассматриваемое поле включает этнопризнаки «протест», «демократия», «пессимизм», «ненадёжность», связанные с текущей политической ситуацией. Но в нём отсутствуют этнопризнаки, являющиеся конститuentами концептуального поля этнообраза, создаваемого в художественном дискурсе и часто воплощающие либо устойчивые положительные универсальные стереотипные представления о французах, такие как «элегантность», «утонченность», «мода», «эффектность», «любвеобильность», «романтичность», «честь», «патриотизм», «гордость», либо устойчивые отрицательные, типичные для англоязычного социума: «высокомерие», «грубость», «лень», «разобщенность», «трусость», «капитуляция».

| ФРАНЦУЗЫ | элегантность | утонченность | мода | эффектность | любвеобильность | романтичность | честь | патриотизм | гордость | высокомерие | грубость | лень | разобщенность | трусость | капитуляция | протест | демократия | пессимизм | ненадёжность |
|----------|--------------|--------------|------|-------------|-----------------|---------------|-------|------------|----------|-------------|----------|------|---------------|----------|-------------|---------|------------|-----------|--------------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | | | | | | | • | • | • | • |

Таблица 4. Сопоставление этнопризнаков в художественном и политическом медиадискурсе (образ французов)

И в политическом, и в художественном дискурсе в концептуальное пространство этнообраза **израильтян** входят этнопризнаки «оккупация» и «жестокость». Только в политическом медиадискурсе присутствуют этнопризнаки «патриотизм», «унитаризм» и «национализм», во многом обусловленные нападением ХАМАС на Израиль в 2023 г. и последовавшими за этим контрмерами со стороны Израиля, который в своей борьбе с Палестиной полностью игнорировал мнение мирового сообщества. Кроме того, в него не входят такие этнопризнаки, являющиеся конститuentами концептуального поля этнообраза, создаваемого в художественном дискурсе, как «непобедимость», «жертва», «мстительность», «лицемерие», «жестокость», «сентиментальность», связанные с многолетней борьбой между Израилем и Палестиной и её разной интерпретацией, а также личностными качествами рассматриваемого этноса.

| | непобедимость | жертва | мстительность | лицемерие | жестокость | сентиментальность | оккупация | жестокость | патриотизм | унитаризм | национализм |
|-------------|---------------|--------|---------------|-----------|------------|-------------------|-----------|------------|------------|-----------|-------------|
| ИЗРАИЛЬТЯНЕ | | | | | | | | | | | |
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | • | • | • | • | • |

Таблица 5. Сопоставление этнопризнаков в художественном и политическом медиадискурсе (образ израильтян)

И в политическом, и в художественном дискурсе в концептуальное пространство этнообраза **иранцев** входят этнопризнаки «антиамериканизм» и «репрессии». Только в политическом медиадискурсе присутствуют этнопризнаки «антиизраилизм», «бедность», «безнадёжность» и «протест», обусловленные сближением постоянного врага Ирана – США с Израилем, а также стремлением журналистов создать этнообраз Ирана, дискредитирующий правящий в нём режим. В рассматриваемое концептуальное пространство не входят такие этнопризнаки, являющиеся конститuentами концептуального поля этнообраза, создаваемого в художественном дискурсе, как «ядерное оружие», «угроза», «фатализм», «коллективизм», «этикет», «непостижимость», «образование», «искусство»,

связанные с длительным противостоянием Ирана с западным миром, особенностями менталитета иранцев и культурой данной страны.

| ИРАНЦЫ | ядерное оружие | угроза | нечестность | фатализм | коллективизм | этикет | непостежимость | образование | искусство | антиамериканизм | репрессии | антиизраилизм | бедность | безнадёжность | протест |
|--------|----------------|--------|-------------|----------|--------------|--------|----------------|-------------|-----------|-----------------|-----------|---------------|----------|---------------|---------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • |

Таблица 6. Сопоставление этнопризнаков в художественном и политическом медиадискурсе (образ иранцев)

Концептуальные пространства этнообраза **китайцев**, создаваемого в англоязычных политическом медиа- и художественном дискурсах, не имеют общих признаков. Только в политическом медиадискурсе присутствуют такие этнопризнаки, как «тоталитаризм», «патриотизм», «национализм», «ксенофобия», «шпионаж», «гастрономическая открытость», обусловленные стремлением журналистов дискредитировать враждебный США Китай, в том числе, посредством обвинения жителей данной страны в пандемии коронавируса. В рассматриваемое концептуальное пространство не входят такие этнопризнаки, являющиеся конститuentами концептуального поля этнообраза, создаваемого в художественном дискурсе, как «гордость», «коллективизм», «трудолюбие», «неприхотливость», «экономия», «фатализм», «прагматизм», «сдержанность», «недосказанность», «манипуляция», «этикет», «суеверность», обусловленные особенностями менталитета китайцев и культурой данной страны.

| КИТАЙЦЫ | гордость | коллективизм | трудолюбие | неприхотливость | экономия | фатализм | прагматизм | сдержанность | недосказанность | манипуляция | этикет | суеверность | тоталитаризм | патриотизм | национализм | ксенофобия | шпионаж | гастр. открытость |
|---------|----------|--------------|------------|-----------------|----------|----------|------------|--------------|-----------------|-------------|--------|-------------|--------------|------------|-------------|------------|---------|-------------------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • |

Таблица 7. Сопоставление этнопризнаков в художественном и политическом медиадискурсе (образ китайцев)

И в англоязычном политическом, и в художественном дискурсе в концептуальное пространство этнообраза **русских** входят этнопризнаки

«оккупация» и «жестокость», обусловленные в одном случае искажением исторической правды о Второй мировой войне, во втором – событий, связанных со СВО. Только в политическом дискурсе присутствуют этнопризнаки «стыд», «шпионаж», «пропаганда», «жертва», «пессимизм», обусловленные как обращением журналистов к штампам времён СССР, так и усилиями, направленными на создание крайне негативного образа России как коллективного врага Запада с помощью акцентуации разногласий и внутренних проблем в российском обществе. В рассматриваемое концептуальное пространство не входят такие этнопризнаки, являющиеся конститuentами концептуального поля этнообраза, создаваемого в художественном дискурсе, как «грабёж», «тоталитаризм», «разрушение», «адаптивность», «коррупция», «угроза», «нечестность», «коварство». Данные этнопризнаки связаны с обращением авторов художественных произведений как к событиям Второй мировой войны, так и к истории СССР, периоду его распада и последующему устремлению криминальных структур на Запад.

| РУССКИЕ | грабёж | тоталитаризм | разрушение | адаптивность | коррупция | угроза | нечестность | коварство | оккупация | жестокость | стыд | шпионаж | пропаганда | жертва | пессимизм |
|---------|--------|--------------|------------|--------------|-----------|--------|-------------|-----------|-----------|------------|------|---------|------------|--------|-----------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • | • |

Таблица 8. Сопоставление этнопризнаков в художественном и политическом медиадискурсе (образ русских)

Проведённый сопоставительный анализ отчётливо показывает, что создание этнообразов в политическом медиадискурсе обусловлено конкретной политической ситуацией и политическим заказом, выполняемым в этой ситуации журналистами, и нередко связано с формированием новых этностереотипов, тогда как в художественном дискурсе авторы нередко обращаются к историческим событиям, описывают особенности менталитета и культуры этноса, что способствует закреплению универсальных или национально-специфических стереотипов, существующих в общественном сознании.

2.3 Этнообразы в англоязычном интернет-дискурсе

Картотека примеров из комментариев, содержащихся в сети Интернет, представлена 895 примерами, вербализующими этнообразы немцев (133), французов (268), израильтян (105), иранцев (116), китайцев (115) и русских (158). Источником примеров послужили сообщества сайта Reddit, такие как AskReddit (59 миллионов пользователей), worldnews (46 миллионов), politics (8.8 миллионов), China (545 тысяч), asianamerican (81 тысяч), askasia (6.5 тысяч). Обратимся к рассмотрению специфики указанных этнообразов в интернет-дискурсе, выявленной на основании анализа эмпирического материала.

2.3.1 Этнообраз немцев в англоязычном интернет-дискурсе

При рассмотрении этнообраза немцев в англоязычном интернет-дискурсе необходимо учитывать два важных аспекта: с одной стороны, историческое противостояние между англосаксонским миром и Германией, а с другой – довольно тесное межнациональное общение внутри послевоенной Европы. Большое количество немцев работают и путешествуют по миру, в то же время представители многих народов и стран с разными целями посещают Германию. То есть источником представлений о немцах является, наряду с контролируемым мнением медиа, личный опыт участников интернет-дискурса.

Концептуальное пространство этнообраза немцев, создаваемого в комментариях англоязычного сегмента сети Интернет, включает такие этнопризнаки, как политико-идеологические («пацифизм»), криминальные («раскаяние»), морально-нравственные («честность», «трудолюбие»), интеллектуально-инструментальные («здравомыслие»), волевые («порядок», «пунктуальность»), коммуникативные («дружелюбие», «прямолинейность», «остроумие»).

Так, контент-анализ комментариев показывает, что интернет-пользователи испытывают глубокое уважение к немцам за их усилия по исправлению своих ужасных ошибок во время Второй мировой войны. При этом комментаторы противопоставляют стремление Германии загладить свою вину его отсутствию у

других стран, в частности Японии. Это позволяет выделить в концептуальном пространстве рассматриваемого этнообраза этнопризнак «**раскаяние**». Например:

(164) *I don't have as much experience with them personally, but **I have mad respect that they took such steps to make up for the mistakes of WW2**. Other countries ought to take notes from them, especially you Japan (Reddit/AskReddit. 12.09.22).*

В некоторых комментариях подчёркивается нежелание немцев участвовать в войне с Россией, основанное на страхе повторить горькие ошибки прошлого. Таким образом, можно утверждать, что в концептуальное пространство этнообраза немцев, создаваемого в интернет-дискурсе, входит этнопризнак «**пацифизм**». Например:

(165) *I think **the Germans are afraid of their old love for efficient dispatching of the enemy**. I say they should go ham on Putin and finish the job this time (Reddit/worldnews. 15.09.24).*

Используя лексемы-существительные *organization, order, cleanliness, punctuality*, комментаторы подчёркивают стремление немцев к соблюдению порядка во всех сферах жизни, включая поддержание идеальной чистоты повсюду, а также их приверженность к пунктуальности (этнопризнаки «**порядок**», «**пунктуальность**»):

(166) *Dear gawd I love **the German punctuality and sense of order**. All things have order, place, and time in Germany. I am sitting in the Munich airport and it is just so clean and so comfortable. It is also quiet (Reddit/AskReddit. 12.09.22).*

(167) *Their pension **for organization and cleanliness**. I was in Frankfurt in the early 90's and there was not one piece of trash anywhere on the streets. It positively astounded me (Reddit/AskReddit. 12.09.22).*

Посредством прилагательных *hard-working* и *reasonable*, глагольного словосочетания *work longer hours*, а также описания мер по повышению трудовой мотивации, существующих в Германии, комментаторы положительно оценивают **трудолюбие** немцев и их **здравомыслие**, что позволяет выделить соответствующие этнопризнаки в концептуальном пространстве рассматриваемого этнообраза (лексемы *hard-working, reasonable*, словосочетание *ability to work hard*). Например:

(168) *Hard working* society... most Germans rent instead of owning a house they have a lot of extra cash... **they also work longer hrs ... some places even give a bonus for working hard** at your job. profit sharing ... Very nice **reasonable** people once you get to know them (Reddit/AskReddit. 31.10.21).

(169) *Honestly quite impressed. They went from being one of the most impoverished countries in the world to being alone of the richest and arguably the leading country in the EU in like 70 years or something. Their **ability to work hard**, make smart decisions, and bounce back from catastrophe is admirable* (Reddit/AskReddit. 31.10.21).

Комментаторы считают немцев честными и прямолинейными людьми (этнопризнаки «честность» и «прямолинейность»), о чём свидетельствуют прилагательные *honest, straightforward*, глагольное словосочетание *straight up tell someone honestly*, существительное *bluntness* и сочетания существительных с негативными коннотациями с частицей *no*:

(170) *I meet a lot of Germans travelling Australia and also really enjoyed being in Germany when I was in Europe ..., they're just **honest** people, **no games or messing around with people*** (Reddit/AskReddit. 12.09.22).

(171) *Their **bluntness**. I lived in Germany for a brief amount of time. I was amazed at how **straightforward** and **honest** Germans were. Americans have a tendency to be overly friendly while wearing a facade, whereas Germans will just **straight up tell you honestly** how they feel about anything* (Reddit/AskReddit. 12.09.22).

В последнем примере средством усиления оценки служит антитеза: прямолинейность немцев противопоставляется неискренности американцев.

У жителей других стран вызывают восхищение приветливость немцев в общении с людьми на работе и вне её (прилагательные *friendly, nice*). Поэтому представляется возможным выделить в концептуальном пространстве этнообраза немцев этнопризнак «дружелюбие». Например:

(172) *All the Germans I've met have been ridiculously **friendly**. I hear nice things from my friends who have lived there* (Reddit/AskReddit. 31.10.21)

(173) *[Germans are]... Efficient, no sense of humour whatsoever. The clichés are true. But most Germans I've met are very **nice** people* (Reddit/AskReddit. 31.10.21).

Также положительно оценивается **остроумие**, свойственное немцам, что не совпадает со стереотипным представлением о немцах как людях, лишённых этого качества, отмечаемым в предыдущем примере и позволяет выделить в концептуальном пространстве их этнообраза соответствующий этнопризнак:

(174) *I meet a lot of Germans travelling Australia and also really enjoyed being in Germany when I was in Europe, I think **their sense of humour is brilliant** (Reddit/AskReddit. 12.09.22).*

Как мы видим, этнообраз немцев, формируемый в англоязычном интернет-дискурсе, подтверждает уже имеющиеся в общественном сознании разных народов стереотипы об этой нации. Немцы в целом воспринимаются англоязычной аудиторией как люди, стремящиеся к исправлению ошибок прошлого. Они приверженцы порядка и пунктуальности, обладают здравомыслием и очень трудолюбивы. Положительную оценку комментаторов получают честность, прямолинейность и дружелюбие немцев, а также остроумие, традиционно не считавшееся свойственным немцам. Однако англоязычные пользователи осуждают немцев за пацифизм, проявляющийся в нерешительных действиях против России, объясняемый боязнью нации повторить ошибки прошлого.

2.3.2 Этнообраз французов в англоязычном интернет-дискурсе

Концептуальное пространство этнообраза французов, создаваемого в англоязычном интернет-дискурсе, включает такие этнопризнаки, как историко-детерминированные («капитуляция»), политико-идеологические («расизм»), социально-политические («протест», «англофобия»), морально-нравственные («трусость»), волевые («лень»), коммуникативные («высокомерие», «грубость», «недружелюбие»).

Так, в концептуальном пространстве этнообраза **французов**, создаваемого в интернет-дискурсе, входит этнопризнак **«протест»**, присутствующий в концептуальном пространстве медиаобраза данного этноса в политическом медиадискурсе (лексемы *protest, propestor*). Это свидетельствует о сильном влиянии СМИ на мнение массовой аудитории, которой постоянно и в подробностях

рассказывается о протестных движениях во Франции (Постерняк, 2024, с. 166). У англоязычных комментаторов склонность французов устраивать беспорядки по любому поводу вызывает как осуждение, так и поддержку. Например:

(175) *Some French people are hell-bent on defending all forms of **protest** as sacrosanct, even the ones that are almost tantamount to domestic terrorism. **It's infuriating** (REDDIT/worldnews. 3.07.23).*

(176) *Americans just talk about "We'll use our guns against tyranny!" and then go out and cosplay as soldiers. **French protestors** are flat out are like "Give us a reason." and then do it. **Mad respect** (REDDIT/worldnews, 15.10.24).*

Концептуальное пространство этнообраза французов, формируемого в интернет-дискурсе, включает этнопризнак «высокомерие», вербализуемый существительным *superiority*, прилагательными *superior*, *arrogant* и фразеологизмом *look down on*. Этот признак формируется на основе личных впечатлений пользователей от общения с французами, часто воспринимаемого как надменное или снисходительное. Например:

(177) *On a personal note, I have nothing against the French, but **every French person I met was incredibly arrogant and always ALWAYS looked down on me, no matter if they were nice or not** (REDDIT/AskReddit, 16.03.10).*

(178) *I don't know why but **I don't like the French at all for their superior way of exposing themselves to us foreigners from other places** (REDDIT/AskReddit, 30.10.22).*

С этнопризнаком «высокомерие» связан этнопризнак «расизм» (прилагательное *racist*). Некоторые комментаторы утверждают, что французам присущ расизм, особенно заметный в бывших колониях, таких как Алжир или Сенегал. Это проявляется в высокомерном отношении к местному населению, укоренённом в колониальной истории и идее культурного превосходства. Такой этнопризнак связывают с прошлым Франции как империи, оставившим след в её национальном самосознании:

(179) *It's just easy. **French people are incredibly racist, especially in African countries they colonized. They like gross/weird food for the most part, are snooty about***

their language (only 5 new words a year? way to kill a language), and generally think everything they do is god's gift (REDDIT/AskReddit. 16.03.10).

(180) *[The French are] rude, racist, think they are above everyone else (REDDIT/AskReddit. 30.10.22).*

Англоязычные комментаторы уверены, что французы ненавидят британцев, как и британцы ненавидят французов, что является естественным следствием многовековой вражды Британии и Франции. Это позволяет выделить в концептуальном пространстве рассматриваемого этнообраза этнопризнак «англофобия». Например:

(181) *For us Brits it's more of a mutual hatred **they hate us** and we hate them. It's in our blood (REDDIT/AskReddit, 21.08.23).*

С личным опытом комментаторов связано присутствие в концептуальном пространстве этнообраза французов этнопризнаков «грубость» (вербализуется с помощью прилагательного *rude*) и «недружелюбие» (вербализуется посредством прилагательного *unwelcome* и сочетания прилагательного *friendly* с отрицательной частицей *not*):

(182) *We don't hate them - we love making fun of them for their **rudeness** and sense of superiority :D (REDDIT/AskReddit. 13.01.25).*

(183) *From what I've heard **the country of France is not very friendly to tourists**. I had a few coworkers go to Europe and they told me when they were in France they were berated for not being able to speak French very well. Sounds like they had a poor experience with the locals and they made my coworkers feel pretty unwelcome (REDDIT/AskReddit. 1.01.20).*

Среди негативных характеристик французов присутствует и лень, приписываемая им англоязычными интернет-комментаторами (этнопризнак «лень», вербализуемый прилагательным *lazy, inefficient*). Например:

(184) *I don't hate **France** but amongst the many things that do piss me off about them is the fact that **they are all so lazy, shops are always shut, farmers are inefficient** (REDDIT/AskReddit. 16.03.10).*

Анализ интернет-комментариев позволяет выявить ещё два этнопризнака в концептуальном пространстве этнообраза французов, явно обусловленные влиянием британских СМИ. Это этнопризнаки «**трусость**» и «**капитуляция**». Во время событий в Ираке в 1999 году в журнале *National Review* политолог Джона Голдберг назвал французов «*cheese-eating surrender monkeys*», что способствовало формированию соответствующего стереотипа. Данное зооморфное клише продолжает использоваться в СМИ и интернет-дискурсе (Goldberg, 1999):

(185) *Seen as **surrender monkeys** (REDDIT/AskReddit. 13.01.25).*

(186) ... *they are **cheese eating surrender monkeys** (REDDIT/AskReddit. 16.03.10).*

Англоязычные комментаторы считают, что в последнем палестино-израильском конфликте французы повели себя недостойно, что выражено существительным с негативной коннотацией *cowards*:

(187) *He didn't mention hezbollah because, just like every lebanese politician who SHOULD speak out against them but doesn't, he's afraid of being assassinated by them. safer to just virtue signal support. Who knew **the french were such cowards** (REDDIT/worldnews. 23.09.24).*

Авторы комментариев саркастично вспоминают трусливое поведение французов и в более давние времена, когда нацисты Германии очень комфортно чувствовали себя во Франции, потому что французское правительство почти не сопротивлялось натиску гитлеровской Германии:

(188) *Why are there so many trees in France? So the Nazis can march in the shade (REDDIT/AskReddit. 16.03.10).*

Подводя итоги анализа концептуального пространства этнообраза французов в англоязычном интернет-дискурсе, можно прийти к выводу, что англоязычные интернет-пользователи изображают французов как вечно протестующих, ленивых, высокомерных, грубых и недружелюбных людей, особенно по отношению к тем, кто не говорит на их языке. Они обвиняют их в трусости как в период Второй мировой войны, так и на современном этапе, а также в расизме.

2.3.3 Этнообраз израильтян в англоязычном интернет-дискурсе

Концептуальное пространство этнообраза израильтян в англоязычном интернет-дискурсе включает следующие этнопризнаки: историко-детерминированные («оккупация», «апартеид»), политико-идеологические («расизм»), криминальные («жертва»), морально-нравственные («жестокость», «ненависть»), коммуникативные («невоспитанность»). Большинство из них связаны со стереотипами, навязанными медиа, потому что в основном комментаторы получают информацию именно из них, не имея возможности общаться с израильтянами напрямую.

Наличие этнопризнаков «жестокость» (лексемы с семами «убийство» и «разрушение» в структурах их значений) и «ненависть» (существительное *hatred*) в концептуальном пространстве этнообраза израильтян, создаваемом в интернет-дискурсе, связано с длительной историей противостояния Израиля с арабскими силами. Ситуация, как отмечалась ранее, особенно обострилась после атаки ХАМАС на Израиль 7 октября 2023 года, что вызвало ответную реакцию правительства Израиля в виде призыва к уничтожению организации ХАМАС без учёта сопутствующих потерь. Комментаторы понимают, что взаимная ненависть израильтян и палестинцев будет продолжаться бесконечно, пока обе стороны будут воспитывать в своих молодых поколениях ненависть друг к другу:

(189) *Plenty of Israelis, including members of the current government, have called for the destruction of Palestine. It's not correct to suggest that only one side wants to destroy the other (REDDIT/AskReddit. 9.10.23).*

(190) *The problem is, given the events for the past few decades, the next generation of Israelis and Palestinians have grown up with this instilled hatred for each other. Whether that be because their parents shaped them to think that way or because they've lost family members and friends due to the conflict (REDDIT/AskReddit. 28.02.24).*

Но в некоторых комментариях есть напоминание о незаконном захвате Израилем палестинских земель, что явно является со стороны Израиля преступлением. В силу этого в концептуальном пространстве этнообраза

израильтян можно выявить этнопризнак «**оккупация**», вербализуемый посредством существительного *occupation*, глаголов *occupy* и *evict*, а также глагольного словосочетания *illegally settle*. Например:

(191) ... *who, remember, took over their lands illegally anyway. You then have a second more violent Intafada and Israel becomes even more heavy handed. Meanwhile the Palestinians are stuck with an **occupation** and no future all whilst **Israelis** continue to **illegally settle** Palestinian land (REDDIT/AskReddit. 25.10.23).*

(192) *Lol No man there is a place called jaffra where israelis are going to **evict** them. Something like aaaaahhhh **OCCUPYING** (REDDIT/AskReddit. 22.05.21).*

Вместе с тем сторонники Израиля в обсуждении событий на Ближнем Востоке утверждают, что мирные израильтяне имеют право на защиту как жертвы нападений палестинских террористов. Это позволяет выделить этнопризнак «**жертва**» в концептуальном пространстве рассматриваемого этнообраза. Комментаторы подчёркивают уязвимость израильтян, описывая страдания гражданского населения. Например:

(193) *They have a **right to defend** themselves (REDDIT/AskReddit. 20.05.21).*

(194) ***Hamas wants to kill all of the Israelis. This point is non-negotiable. It's in their mission statement, Many Palestinians are sympathetic to Hamas. This is where Hamas gets their people. Israel doesn't want to be killed, so they maintain an aggressive defensive posture with Palestinians. Every single time they relax this posture, **Israelis get killed**. Palestinians and Hamas don't like this posture (REDDIT/AskReddit. 9.10.23).***

Однако, согласно текстам комментариев, израильтяне нередко воспринимаются англоязычными пользователями как последователи апартеида и расовой дискриминации, перенявшие наиболее негативные черты тех, кто преследовал их в середине XX века. Как следствие в концептуальном пространстве этнообраза израильтян можно выделить этнопризнаки «**расизм**» и «**апартеид**». Они вербализуются с помощью прилагательного *racist*, а также контекстов, описывающих неуважительное отношение израильтян к чёрному населению и ограничение в правах арабов-израильтян:

(195) *I live in South Africa, and I've found that **Israeli tourists are among the most racist people** I've ever met. Aussies and the like might get a bad rap for being casually racist in a jokey way, but Israelis are the only people I've seen who would do things like outright refuse to speak to a black waiter or ask for "white staff" in shops and restaurants (REDDIT/AskReddit, 27.06.15).*

(196) *It is true: **Arab Israelis** have some rights in Israel. Just **not all the rights that Jewish Israelis have**. This divide-and-rule strategy goes back to the Romans, and was an important part of the South African apartheid system, Israel's model (REDDIT/AskReddit, 1.11.23).*

В процессе анализа комментариев можно также выделить такой этнопризнак этнообраза израильтян, как «невоспитанность» (вербализуется с помощью прилагательных *rude* и *direct*, словосочетания *tell straight* и обценного существительного *dicks*). Она проявляется, в частности, в отступлении от европейского этикета, предписывающего избегать неприятной для собеседника критики внешности и общей линии поведения:

(197) *I have known sooooo many Israelis. They are so blunt that they are **rude**. An Israeli would straight up tell you "Your hair looks like shit today" and think nothing of it. In their minds, they are simply informing you of a fact (REDDIT/AskReddit, 27.06.15).*

(198) *Yeah, I love Israel but I hate to say it, **people are dicks**. If you're American, and not used to the culture, it's a bit of a shock because **Israelis are direct** and they aren't the type to say, stand in line For things, beat around the bush (REDDIT/AskReddit ,24.11.17).*

Как мы видим, в англоязычном интернет-дискурсе израильтяне, с одной стороны, предстают как жестокие люди, незаконно оккупирующие чужие земли, склонные к расизму и апартеиду, а, с другой, как жертвы палестинской агрессии, имеющие право на защиту своей территории. В повседневной жизни израильтянам, по мнению англоязычных интернет-пользователей, свойственна невоспитанность, проявляющаяся в нарушении привычного для европейцев этикета.

2.3.4 Этнообраз иранцев в англоязычном интернет-дискурсе

Концептуальное пространство этнообраза иранцев в англоязычном интернет-дискурсе включает следующие этнопризнаки: политические («тоталитаризм», «санкции»), социально-политические («протест»), социокультурные («образование»), морально-нравственные («доброта»), коммуникативные («дружелюбие»).

Черпая информацию об Иране из текстов СМИ, англоязычные комментаторы выражают возмущение по поводу жестокости режима аятолл, для которого нормой являются авторитарное управление, репрессии, ограничение свобод. Поэтому комментаторы поддерживают политические выступления иранцев против своего правительства. Это позволяет выделить в концептуальном пространстве этнообраза иранцев этнопризнаки «**тоталитаризм**» (лексемы *oppressive, oppressed, suppressed*) и «**протест**» (лексемы *protest, oppose*, словосочетание *the Iranian republic's biggest anti-fans*). Например:

(199) ***Iranians have tried protesting over and over again. They always get brutally suppressed. It will likely take new factors emerging for the regime to even have a chance for falling*** (Reddit/worldnews. 30.09.24).

(200) *This is such a wet dream for SO many **Iranians!** Not just those who fled the revolution, but for many who remained behind **and are being oppressed on a daily basis*** (Reddit/worldnews. 30.09.24).

(201) *For over 45 years, **Iranians have fought against the Islamic Republic's oppressive regime.** Today, over 80% of the population **opposes** it, especially younger generations who see through its propaganda* (Reddit/worldnews. 29.10.24).

(202) ***Iranians seem to be the Iranian republic's biggest anti-fans.** It's interesting to have such **an awful leadership**, meanwhile every Iranian I've met (all have identified as Persian) have been gems* (Reddit/worldnews. 30.09.24).

В комментариях также акцентируется бедственное положение иранского населения, вызванное не только действиями иранского правительства, но и политикой западных стран. Комментаторы отмечают, что санкции, введённые

Западом, наносят ущерб не режиму, а простым людям, усиливая их страдания. Это обуславливает наличие в концептуальном пространстве этнообраза иранцев этнопризнака «санкции». Например:

(203) *The Iranian people already have a strong incentive for regime change in their nation. **All Trump is doing is making the lives of oppressed people much worse**, in the expectation that they will rise up against their government, which of course will result in a bloodbath of ordinary Iranians* (The Washington Post. 30.06.19).

(204) *Without oil revenues **Iranians cannot buy imported food**. This is a humanitarian issue! Economic war against children and families sponsored by Trump* (The Washington Post. 30.05.19)!

В концептуальное пространство этнообраза иранцев входят этнопризнаки «доброта» и «дружелюбие» (лексемы *kind, lovely, likable, friendly, warm*), наличие которых обусловлено прямым общением англоязычных пользователей с иранцами. После исламской революции 1979 года миллионы иранцев эмигрировали в западные страны, что и способствовало формированию представлений о них через личную коммуникацию. Например:

(205) *Iran seems like a nice place, old culture, **friendly people** (yes I'm being serious), beautiful architecture, underdeveloped winter sports and the food is amazing* (Reddit/AskReddit. 30.09.24).

(206) *Americans aren't going to get this but Iranians (the people, not their government) **are super warm** and welcoming to outsiders. Their sense of humor also tends to be really sarcastic and cutting. Overall an extremely **likable people**. 10/10* (Reddit/AskReddit. 17.06.22).

(207) *I know stereotypes aren't good, but so far, **every Iranian I've met has been a lovely, kind person**. Interesting and smart, too* (Reddit/worldnews. 25.02.24).

Последний пример интересен тем, что комментатор, отмечая положительные черты иранцев, подчёркивает, что его мнение отличается от традиционных стереотипов об этом этносе.

Комментарии в интернет-дискурсе также позволяют выделить этнопризнак «образование» (лексемы *educated, well-educated*), связанный с высоким уровнем

образованности иранского населения. Комментаторы отмечают, что иранцы обладают значительным интеллектуальным потенциалом, упоминая их историческую роль в науке, культуре и искусстве. Они подчёркивают, что образованность народа сохраняется вопреки репрессиям и экономическим трудностям. Например:

(208) *Some of the most wonderful people I've ever met are from Iran. They're the most loving, kind, **educated**, and beautiful people you will ever have the privilege to meet (Reddit/AskReddit. 7.05.2020).*

(209) *Yeah, Iran had such great potential. It has massive oil reserves and a large and **fairly well-educated population** that, for the most part, share the same history and culture (Reddit/worldnews. 25.02.24).*

Как мы видим, иранцы изображаются как жертвы тоталитарного политического режима, вынужденные вести с ним борьбу, а также как жертвы санкций, вводимых США. Англоязычные комментаторы считают их добрыми, дружелюбными и хорошо образованными людьми.

2.3.5 Этнообраз китайцев в англоязычном интернет-дискурсе

Концептуальное пространство этнообраза китайцев в англоязычном интернет-дискурсе включает следующие этнопризнаки: политические («пропаганда»), политико-идеологические («национализм»), психологические («комплекс неполноценности»), коммуникативные («высокомерие», «грубость», «невоспитанность»).

Значительное присутствие китайских специалистов, рабочих, студентов и туристов по всему миру, а также увеличение доступности Китая для международных посещений оказали существенное влияние на восприятие китайцев со стороны англоязычных комментаторов.

Этнопризнак «**национализм**» (лексема *nationalism*) в концептуальном пространстве этнообраза китайцев обусловлен негативным отношением англоязычных комментаторов к правительству Китая, которое, по их мнению, внушает гражданам идею об их превосходстве над другими нациями, а также

(210) *I'm pretty sure it's because of the propaganda that most Chinese people are constantly exposed to. The CCP had a goal of making Chinese people think of China first and **many people have the entirety of their pride and confidence in their nationalism** (REDDIT/China. 26.10.23).*

(211) *The chinese are indoctrinated from a very young age to hate westerners. **It's part of the curriculum of the ccp to instigate nationalism** when needed (REDDIT/China. 24.06.24).*

С этнопризнаком «национализм» связан этнопризнак «высокомерие» (лексемы *arrogant, superior, great*, превосходная степень прилагательного *the best*). Данная характеристика китайцев является одной из самых распространённых в интернет-дискуссе. Вывод англоязычных комментаторов о высокомерии китайцев базируется на личном опыте общения с ними. СМИ усиливают это восприятие, подчёркивая амбиции Китая на глобальное лидерство. Так, личные впечатления от «самоуверенных» китайцев и медийный нарратив о «высокомерной сверхдержаве» сливаются, формируя устойчивый стереотип:

(212) *China wants to be the best at literally everything. **Chinese people are some of the most arrogant people I've ever seen** (REDDIT/China.26.10.23).*

(213) *They've been basically taught that **China is the best at everything**. China was given the heaven's mandate and just by that **is superior to anything** and everyone else. Don't blame the people - it's literally all they've known/taught their entire life (REDDIT/China, 26.10.23).*

Высокомерие китайцев англоязычные комментаторы объясняют не только пропагандой, но и якобы присущим им комплексом неполноценности (этнопризнак «**комплекс неполноценности**»): китайцы не могут признать ценность чего-либо за пределами Китая, якобы компенсируя внутреннюю неуверенность. Например:

(214) *First reason: It's called **inferior complex**. **They doubt themselves so much they have to constantly remind themselves that they are great, they are the best** (REDDIT/China. 26.10.23).*

Поскольку национализм, высокомерие и комплекс неполноценности китайцев рассматриваются англоязычными комментаторами как результат

идеологической обработки населения со стороны правительства, представляется возможным выделить в концептуальном пространстве этнообраза китайцев этнопризнак «пропаганда» (прилагательное *brainwashed*). Китайцы слепо верят утверждениям руководства Китая о своей исключительности. Например:

(215) *They simply don't know how to appreciate others culture because **they have been brainwashed** (REDDIT/China. 26.10.23).*

(216) *Insecurity, inferior complex, **brainwashed nationalism**. Pick one or all three. Canada here, you have China Chinese that moved here and complaining abt the govt ... If China is so great wht the F they r here (REDDIT/China. 26.10.23)?*

Также комментаторы отмечают **грубость** и **невоспитанность** китайцев, что позволяет выявить соответствующие этнопризнаки в концептуальном пространстве этнообраза китайцев. Интернет-пользователи отмечают повышенную громкость разговоров китайцев в общественных местах, плохое поведение их детей, привычку не убирать за собой мусор. Это резко контрастирует с общепринятыми представлениями о китайцах как о вежливых людях. Например:

(217) *Not all **Chinese people** are curious, a lot are just **incredibly rude and don't know boundaries**. I've lived in China for eight years (COVID baby) (REDDIT/China. 23.06.24).*

(218) *I certainly saw foreigners being rude ... **A man from China was yelling at the janitor who closed a washroom** at the Louvre so she could clean it; meanwhile there was an identical washroom directly beneath it right down the adjective stairs. **Also, a Chinese man was blindly pushing people out of his way with one hand as he moved around a Louvre gallery with video camera in the other hand; he groped my wife's breast** (REDDIT/AskReddit. 15.10.23).*

(219) *Speaking as an American, **Chinese tourists tend to be the loudest, leave trash everywhere, ruin things to get a shot and what not** (REDDIT/AskReddit. 3.06.19).*

Итак, китайцы изображаются в англоязычном интернет-дискурсе как люди, безоговорочно верящие пропагандистским утверждениям своего правительства о превосходстве своей нации. Они проявляют высокомерие по отношению к другим нациям, за которым скрывается чувство неполноценности. Им свойственны

грубость и невоспитанность, что приводит к мнению о китайских туристах как самых худших среди других всех других.

2.3.6 Этнообраз русских в англоязычном интернет-дискурсе

Источником представлений о русских являются как СМИ, так и старые представления, существующие о русских со времён СССР, а также периода после его развала.

Концептуальное пространство этнообраза русских в англоязычном интернет-дискурсе включает следующие этнопризнаки: историко-детерминированные («оккупация»), политические («пропаганда»), морально-нравственные («жестокость», «токсичная маскулинность»), волевые («выносливость»), коммуникативные («высокомерие»).

Наличие этнопризнаков **«оккупация»** (лексемы *invade*, *invader*, словосочетание *unjustified war*) и **«жестокость»** (лексемы *kill*, *murder*, *savages*, а также лексема *Orcs*, номинирующая жестоких гуманоидов и являющаяся аллюзией на произведение Д.Ж. Р. Р. Толкина «Властелин колец») обусловлено влиянием на массовую аудиторию англоязычных СМИ, которые в соответствии с политическим заказом рисуют события в зоне специальной военной операции в самых мрачных тонах, подчёркивая стремление русских захватить чужие территории и их невиданную жестокость. Это, естественно, вызывает возмущение слепо верящих такой односторонней подаче событий рядовых интернет-пользователей. Например:

(220) *The Russians entered this war under the rather childish delusion that they were going to invade everyone else, and nobody was going to invade them (REDDIT/worldnews. 10.08.24).*

(221) *The Russians should probably stop murdering innocent Ukrainian men, women, and children then. The Russians needed a taste of their own medicine (REDDIT/worldnews. 10.08.24).*

(222) *When the war started I thought, "Putin and the Russian leadership are a bunch of savages". As the war dragged on and it seemed like 90 percent of Russian troops*

were raping and murdering civilians like they were playing the airport level on Call of Duty my stance changed to "Russians are Orcs" (REDDIT/AskReddit. 23.07.23).

Англоязычные комментаторы возмущаются тем, что русские поддерживают решение своего правительства о проведении СВО. Например:

(223) *I tell all my foreign acquaintances that «ordinary» russians openly support what is happening in Ukraine by 80%. And the remaining 20%, including the opposition and liberals, will support it if Russia is successful (REDDIT/worldnews, 10.08.24).*

Такую позицию русских комментаторы вслед за СМИ объясняют их идеологической обработкой. Русские изображаются как массы, лишённые критического мышления. Комментаторы даже сравнивают их с движением MAGA в США, где сторонников Трампа тоже называют *brainwashed* за слепую лояльность. Соответственно, в концептуальном пространстве рассматриваемого этнообраза можно выделить этнопризнак «пропаганда» (прилагательное *brainwashed*). Например

(224) *I hope Russians would realize they're brainwashed (REDDIT/worldnews. 10.08.24).*

(225) *The Russians are a bit like MAGA's... It's the same kind of brainwashing... Only people in the USA do have access to better info - if only they would look elsewhere than 'Fox News' (REDDIT/worldnews, 10.02.24).*

Поддержка военных действий также объясняется чрезмерным высокомерием русских, которые всегда уверены в правоте своих действий. Следовательно, в концептуальном пространстве этнообраза русских можно выделить этнопризнак «высокомерие» (лексема *arrogant*). Например:

(226) *Having met Russians several times though, I can definitely say that they are the most arrogant, selfish, obnoxious, disgusting and boorish specimens to drag their knuckles across the Earth (Reddit/AskReddit. 31.10.21).*

(227) *I've talked to many, many Russians over many, many years. I have no doubt at all that the majority of the country legitimately does support the war. That entire country of people honestly believe everything they do is justified, and they're constantly*

bullied and attacked by other countries for no reason whatsoever (REDDIT/worldnews. 10.02.24).

В концептуальном пространстве этнообраза русских можно также выделить этнопризнак «**токсичной маскулинности**», под которой комментаторы подразумевают грубую силу, доминирование и нежелание идти на компромисс (словосочетание *ultra masculine*, морбиальная метафора *toxic masculinity*). Такой этнообраз контрастирует с западными ценностями, где токсичная маскулинность осуждается как устаревшая и деструктивная. Русские в интернет-дискурсе предстают как носители агрессивного, чрезмерно «мужского» поведения, что интерпретируется как причина их милитаризма и противостояния мягким, прогрессивным идеалам Запада:

(228) *I'm from Western Europe and my opinion of **Russians** is the same as my opinion on most Eastern European countries. These are **ultra masculine societies** whose dominant societal views and political outlooks are very far removed from the west (Reddit/AskReddit, 26.02.23).*

(229) *I do, however, think that Russia's culture is deeply flawed and has problems with **pervasive toxic masculinity** that was never properly addressed. The consequences of we see now. Especially **Russian men**, in private as well as on a societal level have been **perpetrators and victims of that** (Reddit/AskReddit, 24.06.23).*

Вместе с тем комментарии позволяют выделить в концептуальном пространстве этнообраза русских один позитивный этнопризнак – «**выносливость**». Он вербализуется посредством метафоры *the Russian has a broad back* и прилагательных *tough* и *resilient*. Это отражает уважение к исторической выносливости народа, пережившего войны, репрессии и кризисы, и является исключением среди негативных этнопризнаков. Некоторые комментаторы полагают, что данное качество позволит русским одержать победу над Западом. Например:

(230) *A similar expression I've heard about Russians is "**the Russian has a broad back**" (like livestock, or oxen). Its ostensibly a point of pride, that they can bear any hardship, but at some point it just seems like timidity (REDDIT/China. 1.02.24).*

(231) *I think of Russians as a **tough and resilient** people who have endured much hardship under communism and many wars yet still remain. I believe that Russia holds the moral high ground over the West in the war in Ukraine (Reddit/AskReddit. 10.07.23).*

Как показывает проведённый анализ, русские люди воспринимаются англоязычными интернет-пользователями как жестокие в силу присущей им токсичной маскулинности оккупанты, слепо поддерживающие своё правительство под воздействием пропаганды. Их высокомерие позволяет им оправдывать любые свои действия. Лишь в отдельных комментариях отмечается выносливость русских людей, позволившая им пережить тяжелейшие испытания.

Анализ языковых этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских создаваемых в интернет-дискурсе, позволил выявить, что в их создании участвуют 44 этнопризнака, актуализирующих 11 групп этностереотипов, а именно историко-детерминированные, политические, политико-идеологические, социально-политические, криминальные, социокультурные, психологические, морально-нравственные, интеллектуально-инструментальные, волевые и коммуникативные. Наиболее многочисленными оказались этнопризнаки, актуализирующие коммуникативные и морально-нравственные этностереотипы (28 и 18 % соответственно). Далее следуют этнопризнаки, актуализирующие волевые (9 %), историко-детерминированные (9 %) политические (9 %) и политико-идеологические (9 %) стереотипы. Самыми малочисленными оказались этнопризнаки, актуализирующие интеллектуально-инструментальные (2 %), социокультурные (2 %) и психологические (2 %) этностереотипы. Отсутствуют этнопризнаки, актуализирующие военно-политические, социальные и эмоциональные этностереотипы. Результаты сопоставительного анализа представлены в таблице 9 и диаграмме 3.

| ИНТЕРНЕТ ДИСКУРС | НЕМЦЫ | ФРАНЦ. | ИЗРАИЛЬ | ИРАНЦЫ | КИТАЙЦЫ | РУССКИЕ | ОБЩЕЕ |
|----------------------------------|-------|--------|---------|--------|---------|---------|-------|
| Историко-детерминированные | | 1 | 2 | | | 1 | 4 |
| Политические | | | | 2 | 1 | 1 | 4 |
| Политико-идеологические | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 4 |
| Социально-политические | | 2 | | 1 | | | 3 |
| Военно-политические | | | | | | | 0 |
| Криминальные | 1 | | 1 | | | | 2 |
| Социальные | | | | | | | 0 |
| Социокультурные | | | | 1 | | | 1 |
| Психологические | | | | | 1 | | 1 |
| Эмоциональные | | | | | | | 0 |
| Морально-нравственные | 2 | 1 | 2 | 1 | | 2 | 8 |
| Интеллектуально-инструментальные | 1 | | | | | | 1 |
| Волевые | 2 | 1 | | | | 1 | 4 |
| Коммуникативные | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 12 |

Таблица 9. Состав этнопризнаков в интернет-дискурсе

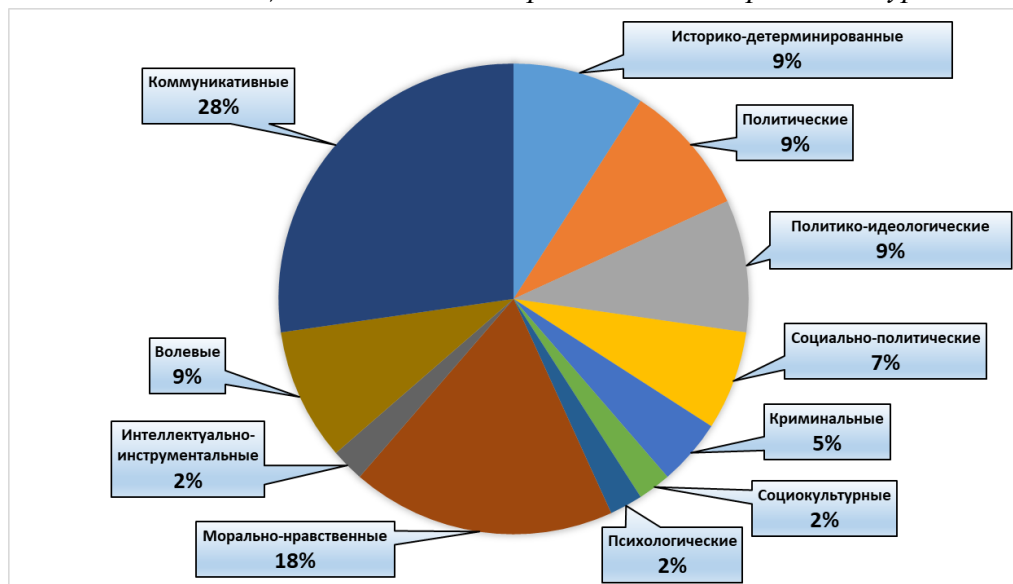


Диаграмма 3. Соотношение этнопризнаков в интернет-дискурсе.

2.3.7 Сравнение этнообразов в англоязычном интернет-дискурсе с этнообразами в англоязычных художественном дискурсе и политическом медиадискурсе

Данный анализ позволяет выявить различия между концептуальным полем этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских, формируемых в интернет-дискурсе, и концептуальным пространством этнообразов этих наций в художественном и политическом медиадискурсе.

Так, субъекты интернет-дискурса отмечают этнопризнаки «пунктуальность» и «прямолинейность», которые были представлены в концептуальном пространстве этнообраза **немцев** в художественном дискурсе. В то же время концептуальное пространство данного этнообраза как в интернет-дискурсе, так и политическом

медиадискурсе включает в себя этнопризнаки «пацифизм», «здравомыслие», «порядок». Только в концептуальное пространство поля этнообраза немцев, создаваемого в интернет-дискурсе, входят этнопризнаки «раскаяние», «трудолюбие», «честность», «дружелюбие», «остроумие».

| НЕМЦЫ | жестокость | обвинение | аккуратность | пунктуальность | работоспособность | педантичность | прямолинейность | искусство | вульгарность | нацизм | преступление | вина | адаптивность | пацифизм | экономия | здравомыслие | страх | порядок | толерантность | агрессивность | раскаяние | трудолюбие | честность | дружелюбие | остроумие |
|-----------|------------|-----------|--------------|----------------|-------------------|---------------|-----------------|-----------|--------------|--------|--------------|------|--------------|----------|----------|--------------|-------|---------|---------------|---------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | |
| ИНТЕРНЕТ. | | | | • | | | • | | | | | | | • | | • | | | | | • | • | • | • | • |

Таблица 10. Сопоставление этнопризнаков в художественном, и политическом медиа-интернет-дискурсе (образ немцев)

Концептуальное пространство этнообразов **французов**, создаваемых в художественном и интернет-дискурсах, включает общие этнопризнаки «высокомерие», «грубость», «лень», «трусость», «капитуляция». Концептуальное пространство этнообразов французов в политическом медиа- и интернет-дискурсах содержит этнопризнак «протест». Уникальными для интернет-дискурса являются этнопризнаки «расизм», «англофобия» и «недружелюбие».

| ФРАНЦУЗЫ | элегантность | утонченность | мода | эффектность | любвеобильность | романтичность | честь | патриотизм | гордость | высокомерие | грубость | лень | разобщенность | трусость | капитуляция | протест | демократия | пессимизм | ненадежность | расизм | англофобия | недружелюбие | | |
|-----------|--------------|--------------|------|-------------|-----------------|---------------|-------|------------|----------|-------------|----------|------|---------------|----------|-------------|---------|------------|-----------|--------------|--------|------------|--------------|---|---|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | | | | | | | • | • | • | • | | | | | |
| ИНТЕРНЕТ. | | | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • | | | | • | • | • | • | • |

Таблица 11. Сопоставление этнопризнаков в художественном, и политическом медиа-интернет-дискурсе (образ французов)

Во всех дискурсах в концептуальное пространство этнообразов **израильтян** входят этнопризнаки «оккупация» и «жестокость». Этнопризнак «жертва» содержится в концептуальном пространстве этнообраза израильтян как в интернет-дискурсе, так и в художественном. В интернет-дискурсе выявлены этнопризнаки «ненависть», «расизм», «апартеид», «невоспитанность», не представленные в концептуальном пространстве этнообразов израильтян в других дискурсах.

Этнопризнак «невоспитанность» мог быть сформирован только за счёт межличностного общения англоязычных интернет-пользователей с израильянами.

| ИЗРАИЛЬЯНЕ | непобедимость | жертва | мстительность | лицемерие | жестокость | сентиментальность | оккупация | жестокость | патриотизм | унитаризм | национализм | ненависть | расизм | апартеид | невоспитанность |
|------------|---------------|--------|---------------|-----------|------------|-------------------|-----------|------------|------------|-----------|-------------|-----------|--------|----------|-----------------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | • | • | • | • | • | | | | |
| ИНТЕРНЕТ. | | • | | | | | • | • | | | | • | • | • | • |

Таблица 12. Сопоставление этнопризнаков в художественном, и политическом медиа-интернет-дискурсе (образ израильян)

Сравнив полученные данные, можно сделать вывод, что нет этнопризнака, который входит в концептуальное пространство этнообразов **иранцев** одновременно во всех рассматриваемых дискурсах. Однако в данном пространстве как интернет- дискурсе, как и в художественном дискурсе присутствует этнопризнак «образование». Общим для политического медиа- и интернет-дискурсов является этнопризнак «протест». Только в интернет-дискурсе в концептуальное пространство этнообраза иранцев входят этнопризнаки «тоталитаризм», «санкции», «доброта», «дружелюбие». Первые два связаны с негативным отношением аудитории к правящей элите Ирана и санкционной политике США, а последние два объясняются личным общением англоязычных интернет-пользователей с мигрантами-иранцами.

| ИРАНЦЫ | ядерное оружие | угроза | нечестность | фатализм | коллективизм | этикет | непостежимость | образование | искусство | антиамериканизм | репрессии | антиизраилизм | бедность | безнадёжность | протест | тоталитаризм | санкции | доброта | дружелюбие |
|-----------|----------------|--------|-------------|----------|--------------|--------|----------------|-------------|-----------|-----------------|-----------|---------------|----------|---------------|---------|--------------|---------|---------|------------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • | | | | |
| ИНТЕРНЕТ. | | | | | | | | • | | | | | | • | • | • | • | • | • |

Таблица 13. Сопоставление этнопризнаков в художественном, и политическом медиа-интернет-дискурсе (образ иранцев)

Между концептуальными пространствами этнообразов китайцев в различных дискурсах почти нет совпадений. Единственное выявленное совпадение – этнопризнак «национализм», который присутствует как в концептуальном пространстве этнообразов как в политическом медиа-, так и в интернет-дискурсе.

Все остальные этнопризнаки, входящие в концептуальное пространство этнообраза китайцев в интернет-дискурсе, такие как «высокомерие», «комплекс неполноценности», «пропаганда», «грубость», «невоспитанность», не содержатся в концептуальном пространстве этнообразов китайцев ни в художественном, ни в политическом медиа- дискурсах.

| КИТАЙЦЫ | гордость | коллективизм | трудолюбие | неприхотливость | экономия | фатализм | прагматизм | сдержанность | недосказанность | манипуляция | этикет | суеверность | тоталитаризм | патриотизм | национализм | ксенофобия | шпионаж | гастр. открытость | высокомерие | комп. неполноценности | пропаганда | грубость | невоспитанность |
|-----------|----------|--------------|------------|-----------------|----------|----------|------------|--------------|-----------------|-------------|--------|-------------|--------------|------------|-------------|------------|---------|-------------------|-------------|-----------------------|------------|----------|-----------------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • | • | | | | | |
| ИНТЕРНЕТ. | | | | | | | | | | | | | | | • | | | • | • | • | • | • | • |

Таблица 14. Сопоставление этнопризнаков в художественном, и политическом медиа-интернет-дискурсе (образ китайцев)

В концептуальное пространство этнообразов **русских** во всех трёх дискурсах входят этнопризнаки «оккупация» и «жестокость». Кроме того, в интернет-дискурсе и в политическом медиадискурсе выявлен общий этнопризнак «пропаганда». Только в концептуальном пространстве этнообраза русских в интернет-дискурсе содержатся этнопризнаки «высокомерие», «токсичная маскулинность» и «выносливость».

| РУССКИЕ | грабёж | тоталитаризм | разрушение | адаптивность | коррупция | угроза | нечестность | коварство | оккупация | жестокость | стыд | шпионаж | пропаганда | жертва | пессимизм | высокомерие | токсич.маскулинность | выносливость |
|-----------|--------|--------------|------------|--------------|-----------|--------|-------------|-----------|-----------|------------|------|---------|------------|--------|-----------|-------------|----------------------|--------------|
| ХУДОЖ. | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | | | | | | | | |
| ПОЛИТ. | | | | | | | | | • | • | • | • | • | • | • | | | |
| ИНТЕРНЕТ. | | | | | | | | • | • | • | | • | | | | • | • | • |

Таблица 15. Сопоставление этнопризнаков в художественном, и политическом медиа-интернет-дискурсе (образ русских)

Проведённый сопоставительный анализ демонстрирует, что субъекты интернет-дискурса, формирующие своё мнение о других этносах, находятся под определённым влиянием художественного и политического медиадискурсов, что объясняет наличие одинаковых этнопризнаков в концептуальных пространствах этнообразов, создаваемых в интернет-дискурсе и в двух других дискурсах. Вместе

с тем интернет-пользователи нередко высказывают спонтанное мнение о других этносах, связанное с текущей политической ситуацией, или опираются на собственный опыт общения с другими этносами. Это обуславливает наличие значительного количества этнопризнаков в концептуальных пространствах этнообразов, создаваемых в интернет-дискурсе, не совпадающих с этнопризнаками этнообразов в других дискурсах.

Сопоставляя репрезентацию этностереотипов в трёх рассматриваемых англоязычных дискурсах, мы считаем необходимым ввести понятие **степени дискурсивной вариативности этнопризнаков**. Как мы полагаем, она определяется соотношением этнопризнаков, представленных в концептуальном пространстве языкового этнообраза определённого этноса только в одном из сопоставляемых дискурсов, к общему числу этнопризнаков, предцируемых этносу во всех дискурсах.

Наибольшая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков представлена в этнообразах китайцев и русских, создаваемых в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах (95,65% и 83,3% соответственно), наименьшая – в этнообразах немцев (64 %). Средняя степень дискурсивной вариативности этнопризнаков наблюдается в этнообразах израильтян (80%), иранцев (78,95%) и французов (72,73%).

Высокая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообразов китайцев, связана с обращением англоязычного художественного дискурса к описанию особенностей культуры Китая, политического – к проблемам китайского политического режима, интернет-дискурса – к коммуникативным аспектам этноса.

Высокая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообразов русских, обусловлена обращением только англоязычного художественного дискурса к историческим событиям Отечественной войны 1812 г. и Второй мировой войны, а также периоду после распада СССР. В центре внимания англоязычного политического медиадискурса оказываются участие русских в спецоперации на Украине и экономические

трудности, испытываемые россиянами, в интернет-дискурсе высказываются субъективные мнения о морально-нравственных, волевых и коммуникативных качествах русских.

Низкая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообразов немцев, обусловлена обращением всех дискурсов либо к событиям Второй мировой войны, либо к её последствиям. Также во всех дискурсах представлены этнопризнаки, актуализирующие универсальные представления о склонности немцев к порядку и дисциплине.

Необходимо отметить, что между степенью дискурсивной вариативности этнопризнаков и дискурсивной вариативностью аксиологической окраски этнообразов, зависящей от соотношения положительных и отрицательных этнопризнаков в концептуальном пространстве этнообраза, не наблюдается прямой корреляции, что можно увидеть в следующей таблице.

| Этнос | Степень дискурсивной вариативности этнопризнаков | Вариативность аксиологической окраски |
|-------------|--|---------------------------------------|
| Немцы | Низкая | Амбивалентная/положительная |
| Французы | Средняя | Амбивалентная/отрицательная |
| Израильтяне | Средняя | Отрицательная |
| Иранцы | Средняя | Амбивалентная/отрицательная |
| Китайцы | Высокая | Положительная/отрицательная |
| Русские | Высокая | Отрицательная |

Таблица 16. Соотношение степени дискурсивной вариативности этнопризнаков с вариативностью аксиологической окраски

Как мы можем видеть, в случае с этнообразами китайцев наблюдаются высокая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков и контраст аксиологической окраски этнообразов (положительная в художественном дискурсе, отрицательная в двух других). А в случае с этнообразами русских при высокой степени дискурсивной вариативности этнопризнаков аксиологическая окраска гомогенна, то есть она отрицательна во всех сопоставляемых дискурсах. Средняя степень дискурсивной вариативности этнопризнаков может коррелировать как с гомогенностью аксиологической окраской этнообраза (этнообразы израильтян), так и с негомогенной (образы иранцев). Низкая степень дискурсивной вариативности

этнопризнаков, участвующих в создании этнообразов немцев, соотносится с негомогенной аксиологической окраской этнообразов.

Выводы по второй главе

1. Анализ эмпирического материала, проведённый в соответствии с разработанным в диссертации алгоритмом выявления этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообразов, позволил выявить 14 групп этностереотипов, актуализируемых с помощью этнопризнаков. К ним относятся следующие: историко-детерминированные, политические, политико-идеологические, социально-политические, военно-политические, криминальные, социальные, социокультурные психологические, эмоциональные, морально-нравственные, интеллектуально-инструментальные, волевые, коммуникативные. Выделенные этнопризнаки составили основу сопоставительного анализа этнообразов, репрезентирующий этностереотипы в рассматриваемых в работе дискурсах.

2. Проведённый сопоставительный анализ особенностей репрезентации этностереотипов через создаваемые в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах этнообразы отчётливо показывает, что данная репрезентация в художественном дискурсе детерминируется обращением авторов произведений к историческим событиям и их стремлением отразить особенности менталитета и культуры этноса, в политическом медиадискурсе – текущей политической ситуацией и политическим заказом, выполняемым в этой ситуации журналистами, в интернет-дискурсе – эмоциональной реакцией пользователей и опытом их личного общения с представителями других этносов. Как следствие наблюдается различие в комплексах этностереотипов, закрепляемых и формируемых в каждом из дискурсов.

3. Преобладающими в англоязычном художественном дискурсе выступают этнопризнаки, актуализирующие социокультурные и морально-нравственные

этностереотипы (24 и 19 % соответственно), в политическом – морально-нравственные (15 %) и политико-идеологические (13 %), в интернет-дискурсе – коммуникативные и морально-нравственные (28 и 18 % соответственно). Кроме того, в художественном дискурсе присутствует гораздо большее число этнопризнаков (70), чем в политическом медиадискурсе (39) и интернет-дискурсе (44). В нём шире, чем в других англоязычных дискурсах представлены этнопризнаки, актуализирующие историко-детерминированные и морально-нравственные этностереотипы, и отсутствуют этнопризнаки, актуализирующие политико-идеологические и психологические этностереотипы. В политическом медиадискурсе представлены этнопризнаки, актуализирующие все виды этностереотипов, в интернет-дискурсе отсутствуют этнопризнаки, актуализирующие военно-политические, социальные и эмоциональные этностереотипы.

4. Этнообразы немцев, создаваемые в англоязычном дискурсе, закрепляют этностереотипные представления о немцах как нации, испытывающей вину перед человечеством за развязывание Второй мировой войны и преступления фашистов во время неё, тогда как в политическом медиа- и интернет-дискурсах формируются и закрепляются представления о немцах как пацифистах, отказывающихся активно участвовать в военных действиях на Украине из боязни повторить ошибки прошлого. Кроме того, художественный дискурс акцентирует внимание на богатейшем культурном наследии немецкого народа, политический медиадискурс подчёркивает недружелюбие немцев как один из поводов для выхода Британии из Евросоюза, а интернет-дискурс закрепляет существующие и формирует новые стереотипные представления о немцах как честных, прямолинейных и дружелюбных людях с хорошим чувством юмора.

5. Этнообраз французов, создаваемый в англоязычном художественном дискурсе, радикально отличается от этнообразов данного этноса в других дискурсах. Он закрепляет этностереотипные представления о французах как людях элегантных, утончённых, следующих моде и умеющих эффектно выглядеть, склонных к романтическим увлечениям и хорошо владеющих искусством любви. В

художественном дискурсе французов оценивают как людей гордых, являющихся патриотами своей страны, для которых важно понятие чести. В политическом медиадискурсе этнообраз французов имеет ярко выраженную отрицательную аксиологическую окраску и способствует формированию этностереотипных представлениях о французах как вечно недовольных и постоянно протестующих людях. В интернет-дискурсе акцентируется внимание на склонности французов к расизму и их недружелюбном отношении к другим этносам. Кроме того, художественный и интернет-дискурсы закрепляют представления о французах как трусоватой нации, капитулировавшей во время Второй мировой войны и проявляющей это качество и в современных военных конфликтах.

6. Этнообраз израильтян, создаваемый в англоязычном художественном дискурсе, наряду с репрезентируемыми во всех рассматриваемых дискурсах стереотипными представлениями о них как, с одной стороны, жестоких оккупантах, а, с другой, жертвах, страдающих от действий арабского мира, привлекает внимание к таким характеристикам израильтян, как жёсткость, сентиментальность и лицемерие, тогда как политический медиадискурс формирует представления об их пренебрежении к мнению мирового сообщества. Интернет-дискурс акцентирует внимание на приверженности израильтян идеологии расизма и апартеида, а также на их невоспитанности, проявляющейся в нарушении норм этикета.

7. Этнообраз иранцев, создаваемый в англоязычном художественном дискурсе, наряду с репрезентируемыми во всех рассматриваемых дискурсах стереотипными представлениями о них как жертвах тоталитарного режима, которые испытывают при этом антиамериканские настроения, формирует стереотипные представления о них как людях, стремящихся к владению ядерным оружием, вынужденных проявлять нечестность, что в условиях репрессивного режима является средством выживания. При этом одновременно иранцы – люди сплочённые, с высоким уровнем образования и культуры, неукоснительно следующие правилам этикета. Политический медиадискурс, стремящийся вызвать протестные настроения против существующего в Иране политического режима, подчёркивает безысходность положения иранцев, отсутствие у них перспектив

улучшения жизни и шансов избежать сурового наказания за сопротивление, тогда как в интернет-дискурсе формируются представления об иранцах как добрых, дружелюбных и хорошо образованных людях.

8. Этнообраз китайцев, создаваемый в англоязычном художественном дискурсе представляет китайцев как людей, которым свойственны коллективизм, семейные ценности, трудолюбие, выносливость, умение довольствоваться малым, что, однако, не исключает их умения манипулировать другими людьми, скрытого под маской учтивости. В отличие от художественного дискурса, политический медиа- и интернет-дискурсы формируют негативное отношение к китайцам. При этом политический медиадискурс изображает китайцев как жертв тоталитарного режима, многие из которых стремятся к иммиграции, как людей, склонных к национализму, ксенофобии и шпионажу, а также как людей, чья гастрономическая открытость привела к пандемии коронавируса. В интернет-дискурсе делается акцент на грубость и невоспитанность китайцев, а также их высокомерие по отношению к другим нациям, за которым скрывается чувство неполноценности.

9. Во всех трёх англоязычных дискурсах концептуальное пространство этнообраза русских включает только негативные этнопризнаки (за исключением одного положительного – выносливости – в интернет-дискурсе). При этом в художественном дискурсе искажаются исторические события Второй мировой войны, в политическом медиа- и интернет-дискурсах – современные события, связанные с военным конфликтом на Украине. Политический медиадискурс фокусирует внимание на якобы испытываемом русскими людьми чувстве стыда по поводу событий на Украине, а также на экономических трудностях современного периода и пессимизме русских людей, связанном с данными трудностями. В художественном и политическом медиадискурсе русским людям приписываются готовность к разрушению всего, даже созданного ими самими, коррупция, нечестность, коварство во внешней политике, шпионаж. В комментариях интернет-дискурса обращается особое внимание на токсичную маскулинность русских и их высокомерие.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В центре внимания нашей работы находилась дискурсивная вариативность этнических стереотипов в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах. Данная вариативность является частью общего понятия вариативности, которое определяется как наличие нескольких или многих вариантов чего-либо, неоднородность, изменчивость. Одни и те же объекты по-разному репрезентируются в разных дискурсах, поскольку каждый дискурс имеет свой способ интерпретации действительности, связанный с его целью, тематикой и ценностями.

Это в полной мере относится к образам этносов, которые рассматриваются в науке об образах имагологии как дискурсивные объекты, целенаправленно формируемые в дискурсах разных типов с помощью языковых средств и отражающие коллективные (в форме мифов, стереотипов), групповые или индивидуальные представления. К особенностям дискурсов, детерминирующих специфику создания в них этнообразов, относятся эстетически-опосредованное историко-культурным контекстом, убеждениями и интенциями автора воспроизведение действительности в художественном дискурсе, его моделирование в соответствии с определёнными идеологическими установками и политическим заказом в политическом медиадискурсе, спонтанность, субъективность и повышенная эмоциональность его репрезентации в интернет-дискурсе.

Этнообразы являются хранилищем существующих этностереотипов и инструментом их создания, особенно при отсутствии прямого контакта с «чужим» этносом. Вариативность этнообразов позволяет говорить о дискурсивной вариативности этнических стереотипов, лежащих в основе этнообразов. С помощью этнообразов фиксируются значимые для конкретного дискурса стереотипы, что способствует формированию положительного или отрицательного отношения к конкретному этносу. При таком подходе этностереотип понимается как когнитивная модель, которая предсказывает этносу некий этнопризнак.

Соответственно, этнообраз можно определить как акцентирующий внимание на отличительных особенностях этноса вербально-ментальный оценочный конструкт, опирающийся на традицию или формируемый целенаправленно и служащий средством сохранения существующих и создания новых этностереотипов.

При анализе этнообраза как инструмента изменения и преобразования этностереотипов необходимо в первую очередь определить концепты, составляющие концептуальное пространство этого этнообраза и выступающие этнопризнаками данного этноса. Различия в комплексе этнопризнаков и соотношении положительных и отрицательных этнопризнаков выступают маркерами дискурсивной вариативности репрезентации этностереотипов.

В работе предлагается алгоритм выявления этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство этнообраза, предполагающий анализ имагологически значимых контекстов с целью выявления существительных-имён концептов, позволяющих раскрыть этнообраз, прилагательных, употребляемых для характеристики этноса и также вербализующих в признаковой форме соответствующие концепты, глаголов, описывающих значимые для создания этнообраза действия этноса и вербализующих в процессной форме соответствующие концепты, а также фразеологических и свободных словосочетаний и стилистических средств, служащих для вербализации значимых для создания этнообраза концептов. При отсутствии эксплицитной номинации концептов осуществляется контент-анализ микро- и макроконтэкстов.

Сопоставление этнообразов, актуализирующих этностереотипы, проводилось на материале англоязычных художественного, политического медиа- и интернет-дискурсов. Данное сопоставление позволило прийти к следующим выводам.

Маркерами дискурсивной вариативности этнообразов немцев выступают этнопризнаки «нацизм», «преступление», «вина» и «адаптивность», представленные в художественном и политическом медиадискурсе и отсутствующие в интернет-дискурсе, «пацифизм», «здравомыслие» и «порядок», присутствующие в политическом медиа- и интернет-дискурсах и отсутствующие в

художественном, «пунктуальность» и «прямолинейность», представленные в художественном и интернет-дискурсах и отсутствующие в политическом медиадискурсе. а также этнопризнаки, присутствующие только в одном из дискурсов: «жестокость», «обвинение», «аккуратность», «работоспособность», «педантичность», «вульгарность» (художественный дискурс), «экономия», «страх», «толерантность», «агрессивность» (политический медиадискурс), «раскаяние», «трудолюбие», «честность», «дружелюбие», «остроумие» (интернет-дискурс). Соотношение положительных и отрицательных этнопризнаков позволяет судить об амбивалентности этнообраза немцев в художественном и политическом медиадискурсе и его положительной аксиологической окраске в интернет-дискурсе.

Маркерами дискурсивной вариативности этнообразов французов выступает этнопризнак «протест», присутствующий в политическом медиа- и интернет-дискурсах и отсутствующий в художественном, «высокомерие», «грубость», «лень», «трусость» и «капитуляция», представленные в художественном и интернет-дискурсах и отсутствующие в политическом медиадискурсе, а также этнопризнаки, представленные только в одном из дискурсов: «элегантность», «утонченность», «мода», «эффектность», «любвеобильность», «романтичность», «честь», «патриотизм», «гордость», «разобщённость» (художественный дискурс), «демократия», «пессимизм», «ненадёжность» (политический медиадискурс), «расизм», «англофобия», «недружелюбие» (интернет-дискурс). Этнообраз французов амбивалентен в художественном дискурсе и имеет резко отрицательную аксиологическую окраску в политическом медиа- и интернет-дискурсах.

Маркерами дискурсивной вариативности этнообразов израильтян выступает этнопризнак «жертва», присутствующий в политическом медиа- и интернет-дискурсах и отсутствующий в художественном, а также этнопризнаки, присутствующие только в одном из дискурсов: «непобедимость», «лесть», «лицемерие», «жестокость», «сентиментальность» (художественный дискурс), «патриотизм», «унитаризм», «национализм» (политический медиадискурс), «ненависть», «расизм», «апартеид», «невоспитанность» (интернет-дискурс).

Аксиологическая окраска этнообраза отрицательная во всех сопоставляемых дискурсах, то есть является гомогенной.

Маркерами дискурсивной вариативности этнообразов иранцев выступают этнопризнаки «антиамериканизм» и «репрессии», представленные в художественном и политическом медиадискурсе и отсутствующие в интернет-дискурсе, этнопризнак «протест», присутствующий в политическом медиа- и интернет-дискурсах и отсутствующий в художественном, этнопризнак «образование», представленный в художественном и интернет-дискурсах и отсутствующий в политическом медиадискурсе, а также этнопризнаки, присутствующие только в одном из дискурсов: «ядерное оружие», «угроза», «нечестность», «фатализм», «коллективизм», «этикет», «непостижимость», «искусство» (художественный дискурс), «антиизраилизм», «бедность», «безнадёжность» (политический медиадискурс), «тоталитаризм», «санкции», «доброта», «дружелюбие» (интернет-дискурс). Этнообраз иранцев амбивалентен в художественном и интернет-дискурсах и имеет отрицательную аксиологическую окраску в политическом медиадискурсе.

Маркерами дискурсивной вариативности этнообразов китайцев выступают этнопризнак «национализм», присутствующий в политическом медиа- и интернет-дискурсах и отсутствующий в художественном, а также этнопризнаки, присутствующие только в одном из дискурсов: «гордость», «коллективизм», «трудолюбие», «неприхотливость», «экономия», «фатализм», «прагматизм», «сдержанность», «недосказанность», «манипуляция», «этикет», «суеверность» (художественный дискурс), «тоталитаризм», «патриотизм», «ксенофобия», «шпионаж», «гастрономическая открытость» (политический медиадискурс), «высокомерие», «комплекс неполноценности», «пропаганда», «грубость», «невоспитанность» (интернет-дискурс). Этнообраз китайцев имеет ярко выраженную положительную аксиологическую окраску в художественном дискурсе и отрицательную в политическом медиа- и интернет-дискурсах.

Маркерами дискурсивной вариативности этнообразов русских выступает этнопризнак «пропаганда», представленный в политическом медиа- и интернет-

дискурсах и отсутствующий в художественном дискурсе, а также этнопризнаки, присутствующие только в одном из дискурсов: «грабёж», «тоталитаризм», «разрушение», «адаптивность», «коррупция», «угроза», «нечестность», «коварство» (художественный дискурс), «стыд», «шпионаж», «жертва», «пессимизм» (политический медиадискурс), «высокомерие», «токсичная маскулинность», «выносливость» (интернет-дискурс).

Наибольшая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков представлена в этнообразах китайцев и русских, создаваемых в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах, наименьшая – в этнообразах немцев. Средняя степень дискурсивной вариативности этнопризнаков наблюдается в этнообразах израильтян, иранцев и французов.

Перспективу дальнейшего исследования мы видим в возможности изучения дискурсивной вариативности репрезентации этнических стереотипов на материале различных языков и дискурсов, в том числе в диахроническом аспекте. Полагаем, что предложенный алгоритм анализа этнообраза может быть применён для изучения своеобразия репрезентации этностереотипов в произведениях различных писателей и в различных медиаресурсах. Считаем, что полидискурсивный подход, осуществлённый в работе для изучения дискурсивной вариативности этнообразов, может быть использован при исследовании других дискурсивных объектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова, В. С. Образ иностранца в прозе А. П. Чехова: переосмысление этностереотипов / В. С. Абрамова // *Мировая литература в контексте культуры*. – 2017. – № 6 (12). – С. 84-90.
2. Абрамова, В. С. Этностереотипы и их роль при изображении иностранцев в прозе А. П. Чехова / В. С. Абрамова // *Вестник Томского гос. ун-та. Филология*. – 2018. – № 53. – С. 127-141.
3. Абрамова, Е. С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности / Е. С. Абрамова // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – 2014. – № 12-1. – С. 17-19.
4. Агеев, В. С. Психологическое исследование социальных стереотипов / В. С. Агеев // *Вопросы психологии*. – 1986. – Т. 1. – С. 95-101.
5. Азначеева, Е. Н. Когнитивное моделирование в институциональном дискурсе / Е. Н. Азначеева // *Дискурс: функционально-прагматический и когнитивный аспекты*. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2008. – С. 114-121.
6. Александрова, О. В. Когнитивно-прагматические особенности построения дискурса в средствах массовой информации / О. В. Александрова // *Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования: Межвуз. сб. науч. тр.* – Рязань: РГПУ им. С. А. Есенина, 2002. – С. 80-83.
7. Алёшина, Е. Ю. Дискурсивные характеристики публичного выступления британского канцлера казначейства / Е. Ю. Алёшина, Д. Д. Голова // *Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики: Сб. науч. трудов*. – М.: МПГУ, 2024. – С. 10-14.
8. Алиев, Р. Т. Отражение стереотипов в пространстве сети «Интернет»: анализ российских поисковых запросов и их роль в формировании образа этнического другого / Р. Т. Алиев // *Омские научные чтения: материалы VI*

- Всероссийской научной конференции: в 2 ч. – Омск: Омский гос. ун-т им. Ф. М. Достоевского, 2024. – Ч. 2. – С. 218-223.
9. Алтунина, Т. С. Вербализация стереотипного знания о французах в цикле романов С. Кларка / Т. С. Алтунина, Е. С. Мучкина // *Инновации. Наука. Образование.* – 2021. – № 33. – С. 1994-2001.
 10. Амаатов, А. М. Институциональность дискурса как методологическая проблема / А. М. Амаатов, С. Б. Кураш, Е. С. Данилова // *Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики.* – 2024. – Т. 10. – № 3. – С. 4-25.
 11. Ананьева, Е. П. Репрезентация агональных конфронтативных высказываний в политическом институциональном дискурсе (на материале трилогии Майкла Доббса «Карточный домик») / Е. П. Ананьева, Г. Н. Гумовская // *Вестник Новосибирского гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация.* – 2024. – Т. 22. – № 2. – С. 16-29.
 12. Андреева, Г. М. Психология социального познания: учеб. пособие для студентов вузов / Г. М. Андреева. – 3-е изд. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 303 с.
 13. Анненкова, И. В. Медиатекст как тип риторического текста / И. В. Анненкова // *Слово. Словарь. Словесность: Матер. Всерос. науч. конф.* –СПб.: Сага, 2012. – С. 188-191.
 14. Арсельгов, А. У. Этнические стереотипы в культуре (на примере культур Северного Кавказа): дис. ... канд. филол. наук / А. У. Арсельгов. – Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2011. – 147 с.
 15. Арутюнов, С. А. Народы и культуры: развитие и взаимодействие / С. А. Арутюнов. – М.: Наука, 1989. – 247 с.
 16. Арутюнян, Ю. В. Этносоциология / Ю. В. Арутюнян, Л. М. Дробижева, А. А. Сусоколов. – М.: Наука, 1998. – 271 с.
 17. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – 23 с.

18. Бабенко, Н. С. К теории вариантности: современное состояние и некоторые перспективы изучения / Н.С. Бабенко // Вопросы филологии. – 2000. – № 2 (5). – С. 8-19.
19. Бадмаева, Н. И. Интерактивность и парасоциальность интернет-коммуникации / Н. И. Бадмаева // Вестник Бурятского государственного университета. – 2014. – № 10 (2). – С. 125-129.
20. Бартмицкий, Е. Этноцентризм стереотипа: польские и немецкие студенты о своих соседях / Е. Бартмицкий // Славяноведение. – 1997. – № 1. – С. 12-24.
21. Бартмицкий, Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике / Е. Бартмицкий. – М.: Индрик, 2005. – 527 с.
22. Бахарева, М. Д. Образ России в современном литературно-художественном и публицистическом дискурсах Германии: дис. ... канд. филос. наук / М. Д. Бахарева. – М.: МГИМО, 2023. – 273 с.
23. Беликов, В. И. Стереотипы в понимании литературной нормы / В. И. Беликов // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре / сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова. – М.: РГГУ, 2009. – С. 357-378.
24. Белова, О. В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян (Этнолингвистическое исследование): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / О. В. Белова. – М., 2006. – 35 с.
25. Белова, О. А. Динамика изменений этнических стереотипов в российском обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук / О. А. Белова. – М., 2011. – 24 с.
26. Белова, О. В. Человек в системе этнокультурных стереотипов / О. В. Белова // Образ человека в языке и культуре / Ин-т славяноведения РАН. – М.: Индрик, 2018. – С. 160-213.
27. Белозеров, В. К. Этнические стереотипы и политическая идентичность в творчестве К. Клаузевица: опыт ретроспективной реконструкции / В. К. Белозеров // Вестник Российской нации. – 2020. – № 3 (73). – С. 99-109.

28. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 436 с.
29. Берендеев, М. В. Образ и дискурс: к вопросу о дискурсивном характере формирования политических образов / М. В. Берендеев // Вестник Балтийского федерального ун-та им. И. Канта. – 2011. – Вып. 6. – С. 91-99.
30. Берендеев, М. В. Постсоветская региональная идентичность социума Калининградской области: проблема формирования и измерения / М. В. Берендеев // Вестник Московского университета. Сер. 18 Социология и политология. – 2007. – № 3. – С. 29-42.
31. Берулава, Г. А. Стереотипы психической активности личности / Г. А. Берулава, М. М. Берулава // Гуманизация образования. – 2010. – № 8. – С. 15-28.
32. Биккулов, А. С. Интернет как средство массовой коммуникации: автореф. дис. ... канд. социол. наук / А. С. Биккулов. – СПб., 2003. – 28 с.
33. Блох, М. Я. Языковая вариантность и её функциональный аспект / М. Я. Блох // Вариативность в германских языках: функциональные аспекты: Сб. ст. /. – М.: Рос. АН Ин-т языкознания, 1996 – С. 6-15.
34. Богатырев, А. В. Тень библейской Евы в романе Агаты Кристи «Миссис Макгинти с жизнью рассталась» / А. В. Богатырев // Вестник гос. ун-та «Дубна». Сер. Науки о человеке и обществе. – 2023. – № 2. – С. 26-37.
35. Богданов, В. В. Текст и текстовое общение / В. В. Богданов. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 1993. – 68 с.
36. Боева-Омелечко, Н. Б. Пейзаж как элемент художественного текста и дискурса / Н. Б. Боева-Омелечко, О. А. Витрук. – Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2014 (а). – 145 с.
37. Боева-Омелечко, Н. Б. Концепт и антиконцепт как диалектическое единство / Н. Б. Боева-Омелечко // Когнитивные исследования языка. – 2014 (б). – № 18. – С. 39-42.
38. Боева-Омелечко, Н. Б. Трилог как форма коммуникации / Н. Б. Боева-Омелечко, М. Г. Науменко. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2016. – 180 с.

39. Боева-Омелечко, Н. Б. Национально-культурная специфика фразеологизмов с компонентом-этнонимом в современном английском и русском языках / Н. Б. Боева-Омелечко, К. П. Постерняк // Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – № 1. – С. 41-47.
40. Боева-Омелечко, Н.Б. Стратегия негативного реагирования в жанре Интернет-комментария в англоязычном сегменте сети Интернет / Н. Б. Боева-Омелечко, С. С. Петина // Гуманитарные и социальные науки. – 2024. – Т. 106, № 5. – С. 67-73.
41. Бразговская, Е. Е. Языки и коды. Введение в семиотику культуры: учеб. пособие / Е. Е. Бразговская. – Пермь: Перм. гос. пед. ун-т, 2008. – 201 с.
42. Бродецкая, М.В. Классификация стереотипов и фоновые знания как способы “расшифровки” стереотипов / М.В. Бродецкая // Science Time. – 2017. – № 2 (38). – С. 72 – 76.
43. Бромлей Ю. В. История первобытного общества / Ю. В. Бромлей. – М.: Рипол Классик, 1973 (а). – 568 с.
44. Бромлей, Ю.В. Этнос и этнография / Ю.В. Бромлей. – М.: Наука, 1973 (б). – 284 с.
45. Бромлей, Ю. В. Человек в этнической (национальной) системе / Ю. В. Бромлей // Вопросы философии. – 1988. – № 7. – С. 16-29.
46. Бромлей, Ю. В. Очерки теории этноса / Ю. В. Бромлей; послесл. Н. Я. Бромлей. – 2-е изд., доп. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 440 с.
47. Буглак, Т. О. Французы и Франция в творчестве А. П. Чехова: основные лейтмотивы / Т. О. Буглак // Вестник Тверского государственного университета. Сер. Филология. – 2014. – № 3. – С. 400-403.
48. Бузин, В. Н. Медиапространство в структуре социального пространства / В. Н. Бузин // Социум и власть. – 2012. – № 2 (34). – С. 9-13.
49. Быкова, А. А. Дискурсивное варьирование метафоры ледяной (лингвокультурологический анализ) / А. А. Быкова // Вестник Томского гос. ун-та. Сер. Культурология и искусствоведение. – 2012. – № 4 (8). – С. 7-13.

50. Бычков, В. В. Эстетика: учебник / В. В. Бычков. – М.: Гардарики, 2004. – 267 с.
51. Вагана, Ж. Теоретические основания изучения проблемы языковой вариативности / Ж. Вагана, Е. В. Бондаренко, О. О. Чернова // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. - № 6 (125). – Вып. 13 – С. 41–49.
52. Вдовина, В. Б. К вопросу об определении понятия «политический медиадискурс» / В. Б. Вдовина // Russian Linguistic Bulletin. – 2024. – № 4 (52). – 19 с.
53. Вилкова, А. С. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры / А. С. Вилкова // Наука, образование и культура. – 2019. – № 3 (37). – С. 49-51.
54. Виноградова, Т. Ю. Специфика общения в Интернете / Т. Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2004. – С. 63-67.
55. Вишневская Г. М. Межкультурная коммуникация, языковая вариативность и современный билингвизм // Ярославский педагогический вестник. – 2002. - № 1. – С. 52-60.
56. Волкова, Я. А. Дискурсивная вариативность концептов деструктивных эмоций / Я. А. Волкова, Н. Н. Панченко // Russian Journal of Linguistics. – 2018. – Т. 22. – № 1. – С. 175-194.
57. Гак, В.Г. Языковые преобразования /В.Г. Гак. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 768 с.
58. Гакаев, З. Ж. Этнические стереотипы в прессе (на примере освещения конфликта в Чечне): автореферат дис. ... канд. ист. наук / З. Ж. Гакаев. – М., 2003. – 221 с.
59. Галичкина, Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): дис. ... канд. филол. наук / Е. Н. Галичкина. – Астрахань, 2001. – 212 с.

60. Галичкина, Е. Н. Компьютерная коммуникация, лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство: автореферат дис...докт. филол. наук / Е. Н. Галичкина. – Волгоград, 2013. – 40 с.
61. Гашков, В. О. Институциональные преобразования в политической сфере Ирана после женских протестов 2022 года / В. О. Гашков // Политические институты в современном мире: коллапс или перезагрузка? : Сб. Матер. по итогам Всероссийской научной конференции, Санкт-Петербург, 12–13 октября 2023 года. – СПб.: ООО "Скифия-принт", 2023. – С. 77-79.
62. Гладких, С. В. Этнические стереотипы и проблемы межкультурного общения / С. В. Гладких // Этнические проблемы современности: сб. ст. – Ставрополь, 1999. – Вып. 5. – С. 57-65.
63. Гоголь, Н. В. Мертвые души. Ревизор. Петербургские повести / Н. В. Гоголь. – СПб.: СЗКЭО, 2024. – 752 с.
64. Гребенщикова, Т. А. Дискурсивная реальность интернета / Т. А. Гребенщикова, Т.А. Кубрак, Н.Д. Павлова // Вестник Моск. гос. обл. ун-та. Серия: Психологические науки. 2020. – № 1. – С. 92–100.
65. Гришин, С. Н. Художественный образ: происхождение, герменевтическая специфика, типология, структура и средства выражения в искусстве / С. Н. Гришин // Вопросы теории и практики. – 2015. – № 11 (61). – Ч. 3. – С. 51-54.
66. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; под ред. А. П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.
67. Гурьянова, Т. Ю. Лингвистическая репрезентация ценностного отношения к соседним народам (на материале этнонимов разноструктурных языков) / Т. Ю. Гурьянова, К. В. Фадеева, Е. А. Ваганова // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. – 2020. – № 3 (108). – С. 38-44.
68. Гусева, А. Е. Этнические стереотипы в текстах немецких и британских СМИ / А. Е. Гусева, О. В. Прокофьева // Вопросы современной лингвистики. – 2023. – № 6. – С. 21-29.

69. Дейк ван, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
70. Дейкер Х., Фрейда Н. Национальный характер и национальные стереотипы / Х. Дейкер, Н. Фрейда // Современная зарубежная этнопсихология / Под ред. С.А. Арутюнова и др. М.: ИНИОН СССР. – 1979. – С.23-44.
71. Демьянков, В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста / В. З. Демьянков. – М.: Всесоюз. центр переводов ГКНТ и АН СССР, 1979. – 277 с.
72. Джабраилова, В. С. Медийный дискурс как объект лингвистического исследования / В. С. Джабраилова, М. П. Фомичева // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – № 46-3. – С. 56-61.
73. Дима, А. Принципы сравнительного литературоведения / А. Дима; пер. с румын. и коммент. М. В. Фридмана. – М: Прогресс, 1977. – 212 с.
74. Добросклонская, Т. Г. Теория и методы медиалингвистики (на материале английского языка): дис. ... д-ра филол. наук / Т. Г. Добросклонская. – М., 2000. – 368 с.
75. Добросклонская, Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20-33.
76. Добросклонская, Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания / Т. Г. Добросклонская // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2014(а). – Т. 22. – № 13 (184). – С. 181-187.
77. Добросклонская, Т. Г. Типологическое описание медиатекстов в системе медиалингвистики / Т. Г. Добросклонская // Медиалингвистика. – 2014(б). – № 33. – С. 17-21.
78. Дондоков, Д. Д. Вербализация этнических стереотипов и репрезентация повседневности в русскоязычных социальных сетях (краудсорсинговое исследование) / Д. Д. Дондоков // Русский язык и культура в зеркале перевода. – 2020. – № 1. – С. 522-530.

79. Дуаз, В. Явление анкеровки / В. Дуаз // Психологический журнал. – 1994. – Т. 15. – № 1. – С. 19-26.
80. Дубровина, С. Н. Вариативность как универсальное свойство языка / С. Н. Дубровина // Верхневолжский филологический вестник. – 2015. – № 3. – С. 44-48.
81. Дудникова, Л. В. Лингвистические особенности англоязычной интернет-коммуникации (на материале современных социальных сетей) / Л. В. Дудникова, М. С. Медведева // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2022. – № 6. – С. 202-206.
82. Евтушенко, О. В. Художественная речь как инструмент познания / О. В. Евтушенко. – М.: Языки славянских культур, 2010. – 551 с.
83. Егорова, А. И. Образ этноса в виртуальном пространстве / А. И. Егорова, Т. Н. Сидорова // Мир науки. Педагогика и психология. – 2023. – Т. 11, № 6.
84. Емельянов, И. С. Социальные и этнические стереотипы в книгах для детей из серии «Знаменитая пятерка» Э. Блайтон / И. С. Емельянов // Успехи гуманитарных наук. – 2024. – № 7. – С. 121-127.
85. Жданов, С. С. Ученость «Германии туманной»: к комическому образу немецкого ученого в русской литературе конца XVIII - начала XX в. / С. С. Жданов // Вестник СГУГиТ (Сибирского государственного университета геосистем и технологий). – 2017. – Т. 22. – № 4. – С. 243-256.
86. Желтова, Н. Ю. «Русское» и «английское» в рассказе А. П. Чехова «Дочь Альбиона» / Н. Ю. Желтова // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 12 (034). – С. 310-312.
87. Жукова, Л. В. Роль стереотипизированных представлений о России в формировании образа спецназа в западном общественном сознании / Л. В. Жукова // Военно-правовые и гуманитарные науки Сибири. – 2020. – № 4(6). – С. 136-142.
88. Жуковская, Н. В. Языковые средства отражения этнических стереотипов в современных СМИ / Н. В. Жуковская, Е. Е. Нужнова // Вестник Пермского

- национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2020. – № 1. – С. 74-81.
89. Забровский, А. П. К проблеме типологии образа иностранца в русской литературе / А. П. Забровский // Россия и Запад: диалог культур. – 1994. – № 1. – С. 87-105.
90. Зейнаб, А. Вежливость и понятие "таароф" в иранской культуре / Ахмади Зейнаб // Наука и школа. – 2014. – № 3. – С. 102-106.
91. Зеленин, А. В. Немцы в русской культуре (Лингвистическая имагология) / А. В. Зеленин // Русский язык в школе. – 2013. – № 4. – С. 63-72.
92. Земсков, В. Б. Россия на «переломе» / В. Б. Земсков // На переломе: образ России прошлой и современной в культуре и литературе Европы и Америки (конец XX - начало XXI вв.). – М.: Новый хронограф, 2011. – С. 4-46.
93. Золотарёва, Т. А. Влияние этнических стереотипов на становление личности и их функции / Т. А. Золотарёва // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 12-4(102). – С. 134-138.
94. Иванова, Е. В. Социальное и индивидуальное в языковой концептуализации мира / Е. В. Иванова // Когнитивные исследования языка. – 2017. – № 30. – С. 122-125.
95. Иванова, Л. П. О целесообразности спецкурса по лингвоимагологии в системе подготовки филолога и журналиста / Л. П. Иванова // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. Филология. Социальные коммуникации. – 2014. – Т. 27 (66). – № 1. – Ч. 1. – С. 182-187.
96. Иванова, С. В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии / С. В. Иванова // Политическая лингвистика. – 2008. – Вып. 1(24). – С. 29-33.
97. Камалова, С. Д. Образ «чужих» в мультикультурной литературе с позиции лингвистической имагологии (на материале англоязычной художественной литературы о палестино-израильском конфликте): дис. ... канд. филол. наук / С. Д. Камалова. – М., 2020. – 189 с.

98. Квастхофф, У. Социальный предрассудок и коммуникация – лингвистический анализ стереотипа / У. Квастхофф // От лингвистики к мифу: Лингвистическая культурология в поисках «этнической ментальности»: сб. ст. / сост. А. В. Павлова. – СПб.: Антология, 2013. – С. 113-137.
99. Ким, И. Е. Сфера общения и дискурс: терминологическая избыточность или сущностное различие? / И. Е. Ким, И. В. Силантьев // Сибирский филологический журнал. – 2017. – № 4. – С. 163-174.
100. Клушина, Н. И. Сетевые жанры: новость и комментарий в пространстве Интернета / Н. И. Клушина [и др.] // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. – № 3. – С. 50-54.
101. Кобозева, И. М. Конкретный пример лексико-семантического эксперимента: выявление стереотипов национальных характеров через анализ коннотаций этнонимов / И. М. Кобозева // Лексическая семантика. – М.: УРСС, 2000. – С. 185-196.
102. Кобрин, Н. В. Особенности политического медиадискурса Твиттера / Н. В. Кобрин // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 12-2. – С. 94-99.
103. Кожевникова, Т. А. К вопросу о лингвистической имагологии / Т. А. Кожевникова // Иностранные языки в высшей школе. – 2016. – № 3. – С. 56-62.
104. Копоть, Л. В. Экспликация этнических стереотипов в художественном дискурсе / Л. В. Копоть // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер. Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2021. – № 1 (41). – С. 68-78.
105. Коренева, М. Ю. Образ России у Рудольфа Штайнера / М. Ю. Коренева // Образ России. Россия и русские в восприятии Запада и Востока. – СПб.: РАН, Ин-т рус. лит., 1998. – 462 с.
106. Королева, С. Б. Миф о России в британской литературе (1790-е-1920-е годы): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / С. Б. Королева. – Нижний Новгород, 2014. – 22 с.

107. Костина, К. В. Лингвистическая имагология и медиапространство: пересечение понятий / К. В. Костина, И. В. Солдатенко // Казанская наука. – 2022. – № 7. – С. 98-100.
108. Красильникова, О. С. Литературный стереотип как источник изучения национального характера / О. С. Красильникова // Культура. Духовность. Общество. – 2013. – № 4. – С. 171-175.
109. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций / В. В. Красных – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 117 с.
110. Кривенькая, М. А. Лингво-когнитивные предпосылки формирования этностереотипов / М. А. Кривенькая // Этнодиалоги. – 2016. – № 2 (51). – С. 159-177.
111. Крысин, Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы / Л. П. Крысин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: колл. моногр. / отв. ред. Н. А. Купина, М. Б. Хомяков. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – С. 450-455.
112. Крысько, В. Г. Этнопсихология и межнациональные отношения. – М.: Изд-во «Экзамен», 2002. – 448 с.
113. Кряклина, Т. Ф. Этнические стереотипы как предмет этнополитологического анализа / Т. Ф. Кряклина // Концепт: науч.-метод. электрон. журн. – 2014. – № 20. – С. 1716-1720.
114. Кузин, Т. С. К вопросу о формировании этнических стереотипов посредством СМИ / Т. С. Кузин // Психология. Социология. Педагогика. – 2012. – № 12 (25). – С. 52-53.
115. Кузнецова, Е. В. Источники формирования китайского менталитета / Е. В. Кузнецова // СибСкрипт. – 2014. – Т. 1, № 1 (57). – С. 187–190.
116. Кузьмина, Н. А. Медиа́текст как объект медиалингвистики / Н. А. Кузьмина // Современный медиа́текст / отв. ред. Н. А. Кузьмина. – Омск: Омский гос. ун-т, 2011. – С. 11-55.
117. Кулибина, Н.В. Художественный текст в лингводидактическом осмыслении: автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Н.В. Кулибина. – М., 2001. – 25 с.

118. Курбачёва, О. В. Историко-философское осмысление сущности и роли этнических стереотипов в современном мире / О. В. Курбачёва // Журнал Белорусского государственного университета. История. – 2022. – № 4. – С. 53-62.
119. Курбачёва, О. В. Этнические стереотипы в живописи сквозь призму философской рефлексии / О. В. Курбачёва // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2024. – № 1. – С. 29-40.
120. Ладутько, М. В. Когнитивный аспект художественного дискурса / М. В. Ладутько, Е. В. Сычова. – Могилёв: МГУ им. А. А. Кулешова, 2005. – 74 с.
121. Левковская, Н. А. Эксплицитная и имплицитная оценочность англоязычного политического дискурса / Н. А. Левковская // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 627. – С. 169-177.
122. Лейчик, В.М. Виды дискурса и виды диктем / В.М. Лейчик // Язык, культура, речевое общение: Сб. матер. межд. конф. к 85-летию проф. М.Я. Блоха. - М.: МПГУ, 2009(а). - Ч.2. - С. 357-360.
123. Лейчик, В. М. Стереотипность и творчество в дискурсе (рапсодия в стиле "дискурс") / В. М. Лейчик // Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т; под ред. Е. А. Баженовой. – Пермь: Перм. гос. ун-т, 2009. – Т. 13. – С. 64-73.
124. Ленец, А. В. Лингвокультурный и прагматический аспекты использования терминов-реалий в медийных сообщениях о миграции (на материале медийного дискурса Германии и Австрии) / А. В. Ленец, А. Н. Зарипова // Известия Юго-Западного государственного университета. Сер. Лингвистика и педагогика. – 2018. – Т. 8. – № 4(29). – С. 73-81.
125. Лескинен, М. В. Этнокультурные стереотипы малорусов и белорусов в визуальных текстах российской культуры второй половины XIX в.: проблемы интерпретации / М. В. Лескинен // Studia Slavica et Balcanica Petropolitana. – 2022. – № 2 (32). – С. 15-34.

126. Лесков, Н. С. Железная воля / Н. С. Лесков // Избранные сочинения / Н. С. Лесков. – М.: Художественная лит-ра, 1979. – С. 291–359.
127. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
128. Львов, Д. К. Истоки пандемии COVID-19: экология и генетика коронавирусов (Betacoronavirus: Coronaviridae) SARS-CoV, SARS-CoV-2 (подрод Sarbecovirus), MERS-CoV (подрод Merbecovirus) / Д. К. Львов, С. В. Альховский // Вопросы вирусологии. – 2020. – Т. 65. – № 2. – С. 62-70.
129. Ма, Т. Ю. Ключевые концепты научной картины мира англоязычного сообщества (на материале публикаций журнала "Nature" в 2022 г.) / Т. Ю. Ма, А. М. Ульнерова // Актуальные проблемы лингвистики и межкультурной коммуникации : сборник материалов II Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции, Благовещенск, 26 декабря 2023 года. – Благовещенск: Амурский гос ун-т, 2024. – С. 42-46.
130. Малькова, В.К. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности / В.К. Малькова // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. – М: Независ. ин-т коммуникативистики, 2002. – С. 158-159.
131. Манухина, И.А. Авто- и гетеростереотипы в интернет-мемах (на примере сопоставления российских и американских интернет-мемов) / И.А. Манухина, Н.А. Бобровская // Современное гуманитарное научное знание: мультидисциплинарный подход - 2023: материалы междунар. науч.-практ. конф., Барнаул, 22 июня 2023 г. / под общ. ред. И.В. Рогозиной. – Барнаул: Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова, 2023. – С. 45-49.
132. Маркелова, А.А. Воспроизведение этнических стереотипов в английских анекдотах / А.А. Маркелова // Science Time. – 2016. – С. 178-183.
133. Медведева, А.В. Этнические стереотипы в современных условиях: теоретические подходы и изучение на эмпирическом уровне / А.В. Медведева // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 8. – С. 43-48.

134. Мельник, А. В. Дискурсивная картина мира: онтологический анализ / А. В. Мельник, Т. И. Шемонаев // Изв. Уральского фед. ун-та. Сер. 3, Общественные науки. – 2019. – Т. 14, № 2 (188). – С. 5-13.
135. Мельник, Г.С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния: дис. ... д-ра полит. наук / Г.С. Мельник. – СПб., 1998. – 467 с.
136. Мельничук, О.А. Повествование от первого лица. Интерпретация текста (на материале современной франкоязычной литературы): дис. ... канд. филол. наук / О.А. Мельничук. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2002. – 323 с.
137. Миловидов, В.А. От семиотики текста к семиотике дискурса / В.А. Миловидов. – М.: Directmedia, 2015. – 129 с.
138. Милославская, С. К. Русский язык как иностранный в истории становления европейского образа России / С. К. Милославская // Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. – М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2008. – 400 с.
139. Миньяр-Белоручева, А. П. Этнические стереотипы в современном языковом пространстве / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская // Национальный психологический журнал. – 2012. – № 2(8). – С. 90-94.
140. Миньяр-Белоручева, А. П. Этнические стереотипы в англоязычном пространстве: визуальные образы-персонификации и вербальные образы-антропонимы / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2013. – № 1. – С. 52-65.
141. Миньяр-Белоручева, А. П. Зооморфизация национальных стереотипов в политическом дискурсе / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская // Вестник Чувашского университета. – 2015. – № 2. – С. 192-197.
142. Миньяр-Белоручева, А. П. Толерантность и этнические стереотипы в современном политическом дискурсе / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Г. Покровская // Языки и культуры в современном мире: сб. тезисов докл. участников XII межд. конф. – М.: НОПриЛ, 2016. – С. 72-74.

143. Мутавчи, Е. П. Этнические стереотипы в межкультурной коммуникации / Е. П. Мутавчи, Ж. В. Глотова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2018. – Т. 12. – № 1. – С. 93-96.
144. Муха, В. Н. Образ страны и образ народа: россияне о Беларуси и белорусах / В. Н. Муха // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 9. – С. 80-82.
145. Мучкина, Е. С. Этнические стереотипы и их отражение в семантике этнонимов / Е. С. Мучкина // Филология и человек. – 2010. – № 4. – С. 107-118.
146. Некрасова, А. Е. Дискурсивный анализ высказываний, отражающих стереотипы взаимовосприятия англичан и французов (на материале качественной британской и французской прессы): дис. ... канд. филол. наук / А. Е. Некрасова. – М., 2009. – 215 с.
147. Никитина, К. В. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США): специальность 10.02.04 "Германские языки": дис. ... канд. филол. наук / К. В. Никитина. – Уфа, 2006. – 197 с.
148. Нымм, Е. Образ иностранца в раннем творчестве А.П. Чехова / Е. Нымм, Е. Дерябина // Историко-филологический сборник в честь доцента кафедры русской литературы Тартуского университета Леа Пильд. – Тарту: Тартус. ун-т, 2019. – С. 121-134.
149. Овсянникова, Т.А. Влияние этнических стереотипов на политическую составляющую современного мирового сообщества / Т.А. Овсянникова // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2016. – № 2. – С. 109-113.
150. Пакус, В.О. Контрастная репрезентация образа США в американском политическом президентском и оппозиционном дискурсе XXI века: дис. ... канд. филол. наук / В.О. Пакус. – Ростов-на-Дону, 2023. – 178 с.
151. Панеш, Э.Х. Этническая психология и национальные взаимоотношения, взаимодействие и особенности эволюции (на примере Западного Кавказа) / Э.Х. Панеш. – СПб.: Европейский Дом, 1996. – 302 с.

152. Панин, В.В. Средства выражения этнических стереотипов в английском языке / В.В. Панин // Политическая лингвистика. – 2005. – № 15. – С. 208-212.
153. Папилова, Е.В. Имагология как гуманитарная дисциплина / Е.В. Папилова // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Филол. науки. – 2011. – № 4. – С. 31-40.
154. Папилова, Е.В. Художественная имагология: немцы глазами русских (на материале литературы XIX в.): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.В. Папилова. – М., 2013. – 23 с.
155. Папилова, Е.В. Категориальный аппарат имагологии / Е.В. Папилова // Имагология и компаративистика. – 2024(а). – № 22. – С. 145-155.
156. Папилова, Е.В. Имагология в рамках филологии / Е.В. Папилова // Art Logos (искусство слова). – 2024 (б). – № 1. – С. 204-213.
157. Питерова, А.Ю. Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения / А.Ю. Питерова, Е.А. Тетерина // Наука. Общество. Государство. – 2016. – Т. 4. – № 1 (13). – С. 103-110.
158. Плюснин, Ю.М. Генетически и культурно обусловленные стереотипы поведения. Критика концепций социобиологии / Ю.М. Плюснин // Русский орнитологический журнал. – 2003. – Т. 12. – № 230. – С. 799-813.
159. Полоян, А.В. Прагмалингвистические особенности жанра интернет- коммента к неполитическим новостным статьям и откликам на них: дис. ... канд. филол. наук / А.В. Полоян. – Ростов-на-Дону, 2021. – 199 с.
160. Поляков, О.Ю. Имагология: теоретико-методологические основы / О.Ю. Поляков, О.А. Полякова. – Киров: Радуга-ПРЕСС, 2016. – С. 15-22.
161. Попков, Ю. В. Базисные ценности народов Евразийской цивилизации в условиях глобализации / Ю. В. Попков // Новые исследования Тувы. – 2009. – № 1–2. – С. 51–64.
162. Попова, Т.Г. Национально-культурная семантика языка и когнитивно-социокоммуникативные аспекты (на материале английского, немецкого и русского языков) / Т.Г. Попова. – М.: МГОУ - Народный учитель, 2003. – 146 с.

163. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2007. – 210 с.
164. Поршнева, Б.Ф. Социальная психология и история / Б.Ф. Поршнева. – М., 1979. – 232 с.
165. Постерняк, К.П. Трансформация образа русских в британском медиадискурсе (на материале британских СМИ 1941-1945 гг. и 2014-2023 гг.) / К.П. Постерняк // Известия Южного федерального университета. Филол. науки. – 2023. – Т. 27. – № 4. – С. 69-79.
166. Постерняк, К.П. Медиаобраз как средство формирования этностереотипов в англоязычном политическом медиадискурсе / К.П. Постерняк // Гуманитарные и социальные науки. – 2024. – Т. 107. – № 6. – С. 165-171.
167. Постерняк, К. П. Этнообраз в англоязычном интернет-дискурсе / К. П. Постерняк // Гуманитарные и социальные науки. – 2025. – Т. 110 – № 3. – С. 148-156.
168. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.; Киев: Рефл-бук; Ваклер, 2003. – 656 с.
169. Пропащева, А.А. Интернет-мем как отражение этносоциокультурного стереотипа / А.А. Пропащева // Актуальные проблемы филологии: материалы междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, Екатеринбург, 28 апр. 2022 г. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2022. – Вып. 24. – С. 398-402.
170. Распопова, Светлана Леонидовна Журналистская миссия в полиэтничном обществе // Вопросы теории и практики журналистики. –2013.– №1.– С.144-150.
171. Рассоха, М. Н. Этнонимические наименования как маркеры идентичности в языке и культуре. / М.Н.Рассоха // Сибирский филологический журнал. – 2010. – №. 2. – С. 189-196.
172. Рыжков, В.А. Особенности стереотипизации, необходимо сопровождающей социализацию индивида в рамках определённой национально культурной общности / В.А. Рыжков // Языковое сознание: стереотипы и творчество. – М.: Институт языкознания АН СССР, 1988. – С. 15-23.

173. Савельева, И.В. Интернет-комментарий как вторичный текст: семиотическая модель текстопорождения / И.В. Савельева // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2019. – № 21(3). – С. 839-849.
174. Садохин, А.П. Этнология / А.П. Садохин, Т.Г. Грушевицкая. – М.: Академия, 2000. – 304 с.
175. Саенкова-Мельницкая, Л.П. Дискурсивная вариативность кинокритического творчества / Л.П. Саенкова-Мельницкая // Телекинет. – 2023. – № 1. – С. 18-21.
176. Самарская, Т.Б. Художественный дискурс: специфика составляющих и организация художественного текста / Т.Б. Самарская, Е.Г. Мартиросьян // Сфера услуг: инновации и качество. – 2012. – № 10. – С. 20.
177. Сандалова, Н.В. Проблема унификации метаязыка теории вариологии в профессиональном обучении лингвистов / Н.В. Сандалова // Теория и практика лингвистического образования. – 2015. – № 10. – С. 196 – 200.
178. Сапиева, С.К. Литературно-художественный дискурс и его интерпретация в современной лингвистике / С.К. Сапиева, Н.Е. Малова, А.Р. Шхумишхова // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. – 2021. – № 4. – С. 27-34.
179. Селезнева, Л.В. Специфика медиатекста в PR-дискурсе / Л.В. Селезнева // Гісторыя журналістыкі: урокі мінулага і практыка сучасных СМІ: материалы конф. фак. журналістыкі БГУ. – 2013. – С. 206-210.
180. Сенкевич, А.В. Этнические стереотипы в интернет-коммуникации / А.В. Сенкевич // Вестник Воронежского ин-та высоких технологий. – 2022. – № 3(42). – С. 162-164.
181. Солганик, Г.Я. Современная публицистическая картина мира / Г.Я. Солганик // Публицистика и информация в современном обществе / под общ. ред. Г.Я. Солганика. – М.: МГУ, 2000. – С. 14-15.
182. Солганик, Г.Я. К определению понятий "текст" и "медиатекст" / Г.Я. Солганик // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7-16.

183. Солнцев, В.М. Вариативность как общее свойство языковой системы / В.М. Солнцев // Вопросы языкознания. – 1984. – № 2. – С. 31-42.
184. Сорокина, Н.В. Национальный стереотип как междисциплинарная проблема / Н.В. Сорокина // Гуманитарный вектор. Сер. Педагогика, психология. – 2011. – № 1. – С. 51-59.
185. Степанова, Л.Н. Комментарий в современном информационно-коммуникативном пространстве: перспективы лингвистического исследования / Л.Н. Степанова // Современная филология (II): материалы междунар. науч. заоч. конф., Уфа, 20-23 янв. 2013 г. – Уфа: Лето, 2013. – С. 94-96.
186. Стефаненко, Т.Г. Этнические стереотипы – функции и свойства / Т.Г. Стефаненко // Этнопсихология. Практикум. – М. Аспект-Пресс, 2006.
187. Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология / Т.Г. Стефаненко. – М.: Ин-т психологии РАН: Академ. проект, 1999. – 320 с.
188. Суходольская, Н.П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей / Н.П. Суходольская // Философия и общество. – 2007. – № 3. – С. 152-160.
189. Суходольская, Н.П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей: автореф. дис. ... канд. философ. наук. /Н.П. Суходольская. – Москва, 2009. – 26 с.
190. Тавадов, Г.Т. Этнология / Г.Т. Тавадов. – 2-е изд. – М.: Дашков и К°, 2016. – 407 с.
191. Таганова, Т.А. Этностереотип: лингвистический и лексикографический аспекты / Т.А. Таганова // Вестник Ивановского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2014. – № 1. – С. 72-77.
192. Телия, В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В.Н. Телия // Вопросы языкознания. – 1986. – № 3. – 141 с.
193. Телия, В.Н. Основные постулаты лингвокультурологии / В.Н. Телия // Филология и культура: материалы. – 1999. – Т. 2. – С. 14-15.

194. Тимофеева, А. А. Вариативность / А. А. Тимофеева, М. И. Киосе, // Глоссарий. – [сайт]. – URL: <http://scodis.ru/студентам/глоссарий/вариативность> (Дата обращения: 05.04.25)
195. Тишин, М. А. Причины, ход и итоги Шестидневной войны (5 - 10 июня 1967) / М. А. Тишин, Г. В. Трухачева, О. А. Черкасова // Современные научные исследования и разработки. – 2018. – Т. 1, № 11(28). – С. 710-712.
196. Тишков, В.А. Очерки теории и политики этничности в России / В.А. Тишков. – М.: Русский мир, 1997. – 528 с.
197. Ткач, П. К вопросу о понятии медиатекста и его особенностях / П. Ткач // Вестник науки и образования. – 2018. – № 8 (44). – Т. 2. – С. 35-39.
198. Толстая, С.М. Стереотип и картина мира / С.М. Толстая // Образ мира в тексте и ритуале. – М.: Рус. фонд содействия образованию и науке, 2015. – С. 54-64.
199. Томберг, О.В. Изучение литературы в контексте филологической имагологии / О.В. Томберг // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2015. – № 2-2. – С. 255-259.
200. Томберг, О.В. Образ национального героя в английской лингвокультуре: динамический аспект / О.В. Томберг // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 24 (315). – С. 169-172.
201. Трыков, В.П. Имагология и имагопоэтика / В.П. Трыков // Знание. Понимание. Умение. – 2015. – № 3. – С. 120-129.
202. Туркин, Д.В. Социальная коммуникация в сети Интернет / Д.В. Туркин // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2008. – № 33. – С. 58-62.
203. Тюпа, В.И. Анализ художественного текста: учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. учеб. заведений / В.И. Тюпа. – 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2009. – 336 с.
204. Уженцева, А.С. Дискурсная вариативность концепта HAPPINESS (на материале американского религиозного, политического и бытийного типов дискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.С. Уженцева. – Барнаул, 2014. – 23 с.

205. Умнов, А. Иран в современной мировой политике / А. Умнов // Россия и мусульманский мир. – 2013. – № 11 (257). – С. 103-109.
206. Ушаков, А.А. Интернет-дискурс как особый тип речи / А.А. Ушаков // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2, Филология и искусствоведение. – 2010. – № 4. – С. 170-174.
207. Феофанов, О.А. Стереотип и «имидж» в буржуазной пропаганде / О.А. Феофанов // Вопросы философии. – 1980. – № 6. – С. 89-100.
208. Филюшкина, С. Национальный стереотип в массовом сознании и литературе (опыт исследовательского подхода) / С. Филюшкина // Логос. – 2005. – № 4(49). – С. 141-156.
209. Фирсова, Н. М. Языковая вариативность и национально-культурная специфика речевого общения в испанском языке: Учебное пособие / Н.М. Фирсова. – М.: Изд-во РУДН, 2000. – 127 с.
210. Хантаев, С.Н. Медиапространство как среда распространения этнических стереотипов / С.Н. Хантаев // Манускрипт. – 2017. – № 3-2 (77). – С. 187-191.
211. Холомеенко, О.М. Этнокультурные и языковые стереотипы: особенности взаимодействия / О.М. Холомеенко, А.С. Колычева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – № 6. – С. 1900-1905.
212. Хомутова, Т.Н. Теория языковой вариативности: социолингвистический аспект / Т.Н. Хомутова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Лингвистика. – 2005. – № 11 (51). – С. 28-34.
213. Чернухина, И.Я. Элементы организации художественного прозаического текста / И.Я. Чернухина. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1984. – 115 с.
214. Чопсиева, Г.М. Лингвистические средства формирования образа мигранта в СМИ Великобритании / Г.М. Чопсиева, А.В. Ленец // Казанский лингвистический журнал. – 2021. – Т. 3. – № 4. – С. 349-365.
215. Чурилина, Л.Н. Антропоцентризм художественного текста как принцип организации его лексической структуры: дис. ... д-ра филол. наук / Л.Н. Чурилина. – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. – 513 с.

216. Шахбанова, М.М. Автостереотипы и гетеростереотипы в структуре этнической идентичности андо-цезских народов / М.М. Шахбанова // Вестник института ИАЭ. – 2012. – № 1. – С. 174-184.
217. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 324 с.
218. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук / Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 431 с.
219. Шен, Д.А. Этноним в лексико-семантическом пространстве английского языка: дис. ... канд. филол. наук / Д.А. Шен. – Нижний Новгород, 2009. – 160 с.
220. Щетинина, Е.В. К вопросу о формировании образа «чужого» в условиях массовой культуры / Е.В. Щетинина // Омский научный вестник. – 2012. – № 5 (112). – С. 257-260.
221. Щипицина, Л.Ю. Комментарий к статье сетевого СМИ как особый жанр интернет-коммуникации / Л.Ю. Щипицина // Теоретические и прикладные аспекты изучения медиатекстов: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Архангельск, 26-28 нояб. 2013 г. / сост. и отв. ред. Л.Ю. Щипицина. – Архангельск: Сев. (Аркт.) федер. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2015. – С. 74-85.
222. Юркевич, В. В. Политический и художественный виды дискурса: сходства и различия / В. В. Юркевич // Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2014. – № 6 (335). – С. 106-110.
223. Янжекович, И. Этнические «стереотипы» в Европе раннего Нового времени: русские и османские национальные костюмы / И. Янжекович // *History and Anthropology*. – 2022. – Т. 35. – № 3. – С. 500-524.
224. Allport, G.W. *The Nature of Prejudice* / G.W. Allport. – Cambridge, MA: Addison-Wesley, 1954. – 438 p.
225. Bartmiński, J. Stereotypy językowe / J. Bartmiński, J. Panasiuk // *Współczesny język polski* / red. J. Bartmiński. – Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2001. – S. 371-394.

226. Beller, M. *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters* / M. Beller, J. Leerssen (eds.). – Amsterdam; New York: Rodopi, 2007. – 476 p. – (Studia Imagologica; vol. 13).
227. Bogardus, E.S. *Immigration and Racial Attitudes* / E.S. Bogardus. – Boston, MA: D.C. Heath, 1928. – 260 p.
228. Boulding, K. *National Images and International Systems* / K. Boulding // *Journal of Conflict Resolution*. – 1959. – Vol. 3. – No. 2. – P. 120-131.
229. Boulding, K. *The Image: Knowledge in Life and Society* / K. Boulding. – Ann Arbor: University of Michigan Press, 1956. – 175 p.
230. Brusa, A. *Measuring implicit mental representations related to ethnic stereotypes with ERPs: An exploratory study* / A. Brusa, G. Bordone, A.M. Proverbio // *Neuropsychologia*. – 2021. – Vol. 155. – P. 107808. – DOI: 10.1016/j.neuropsychologia.2021.107808
231. Campbell, D.T. *Stereotypes and the perception of group differences* / D.T. Campbell // *American Psychologist*. – 1967. – Vol. 22. – No. 10. – P. 817-829. – DOI: 10.1037/h0025079
232. Dijk, T.A. van. *Cognitive Processing of Literary Discourse* / T.A. van Dijk // *Poetics Today*. – 1979. – Vol. 1. – No. 1-2. – P. 151-177.
233. Dijk, T.A. van. *Studies in the Pragmatics of Discourse* / T.A. van Dijk. – The Hague; Paris; New York: Mouton, 1981. – 247 p. – (Janua linguarum. Series maior; 101).
234. Dijk, T.A. van et al. *Power and the news media* / T. A. Van Dijk [et al.] // *Political communication and action*. – 1995. – T. 6. – № 1. – P. 9-36.
235. Dijk, T. A. van. *Ideology: A Multidisciplinary Approach* / T. A. Van Dijk. – London: SAGE, 1998. – 384 p.
236. Dijk, T.A. van. *Models of democracy and concepts of communication* / J. Van Dijk // *Digital democracy: Issues of theory and practice*. – 2000. – T. 54. – P. 69.
237. Dijk, T.A. van. *Discourse and Power* / T.A. van Dijk. – New York: Palgrave Macmillan, 2008. – 308 p.

238. English, A.S. Ethnic Stereotype Formation and Its Impact on Sojourner Adaptation: A Case of "Belt and Road" Chinese Migrant Workers in Montenegro / A.S. English, X. Zhang, A. Stanciu, S.J. Kulich, F. Zhao, M. Bojovic // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. – 2021. – Vol. 18. – No. 18. – P. 9540.
239. Fiske, S.T. A Continuum of Impression Formation, from Category-Based to Individuating Processes: Influences of Information and Motivation on Attention and Interpretation / S.T. Fiske, S.L. Neuberg // *Advances in Experimental Social Psychology* / ed. M.P. Zanna. – 1990. – Vol. 23. – P. 1-74.
240. Goldberg, J. Cheese-Eating Surrender Monkeys From Hell / Jonah Goldberg // *National Review*. – 1999. – p. 1-3. [сайт]. – URL: https://web.archive.org/web/*/http://www.nationalreview.com/article/cheese-eating-surrender-monkeys-from-hell (дата обращения: 15.03.2025).
241. Grigoryev, D. Editorial: Stereotypes and Intercultural Relations: Interdisciplinary Integration, New Approaches, and New Contexts / D. Grigoryev, J.W. Berry, A. Zabrodskaia // *Frontiers in Psychology*. – 2021. – Vol. 12. – P. 728048.
242. Gumovskaya, G. N. Meta-discourse as interpersonal resources of organizing the writer's position in the discourse / G. N. Gumovskaya // *Language: categories, functions, communication: Матер. XV межд. науч. конф. В 3-х частях, Москва-Коломна, 15–16 апреля 2022 года. Vol. Вып. 15. Часть 1. Коломна: Гос.социально-гуманитарный ун-т, 2022. – P. 21-26.*
243. Hall, E. T. *The Silent Language* / E. T. Hall. – New York: Doubleday, 1959. – 240 p.
244. Harris, Z.S. *Discourse Analysis* / Z.S. Harris // *Language*. – 1952. – Vol. 28. – No. 1. – P. 1-30.
245. Katz, D. Racial Stereotypes in One Hundred College Students / D. Katz, K. Braly // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. – 1933. – Vol. 28. – P. 280-290.
246. Kuleshin, M.G. Historical Consciousness in the Process of Forming Ethnic Stereotypes of Material Culture / M.G. Kuleshin, P.G. Nemashkalov, O.O. Plyako // *Научный альманах стран Причерноморья*. – 2020. – Т. 21. – № 1. – С. 29-35.

247. Laclau, E., Mouffe C. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. – London: Verso, 1985. – 197 p.
248. Leerssen, J. *Imagology: On using ethnicity to make sense of the world* / J. Leerssen // *Iberic@1, Revue d'études ibériques et ibéro-américaines*. – 2016. – № 10. – P. 13-31.
249. LeVine, R. A., Campbell D. T. *Ethnocentrism: Theories of conflict, ethnic attitudes and group behavior* / R. A. LeVine, D. T. Campbell. – New York: Wiley, 1972. – 384 p.
250. Lorenz, G. *Subtle discrimination: do stereotypes among teachers trigger bias in their expectations and widen ethnic achievement gaps?* / G. Lorenz // *Social Psychology of Education*. – 2021. – T. 24. – № 2. – P. 537-571.
251. Masdar, M. *Stereotype, Prejudice and Social Distance in Multiethnic Society* / M. Masdar, H. Harifuddin // *International Journal of Educational Research and Social Sciences*. – 2023. – Vol. 4. – No. 5. – P. 929-936.
252. Melson-Silimon, A., Spivey B. N., Skinner-Dorkenoo A. L. *The construction of racial stereotypes and how they serve as racial propaganda* / A. Melson-Silimon, B. N. Spivey, A. L. Skinner-Dorkenoo // *Social and Personality Psychology Compass*. – 2023. – T. 18. – № 1.
253. Rosbrook-Thompson, J. *Respectability and boundary making on a superdiverse housing estate: The cross-racial deployment of intra-ethnic stereotypes* / J. Rosbrook-Thompson, G. Armstrong // *The British Journal of Sociology*. – 2022. – Vol. 73, No. 2. – P. 259-272.
254. Schmeisser-Nieto, W. S. et al. *Stereohoax: a multilingual corpus of racial hoaxes and social media reactions annotated for stereotypes* / W. S. Schmeisser-Nieto [et al.] // *Language Resources and Evaluation*. – 2024. – P. 1-39.
255. Tajfel, H. *Social stereotypes and social groups* / H. Tajfel // *Intergroup behavior* / ed. by J. C. Turner, H. Giles. – Oxford: Basil Blackwell, 1981. – P. 144-167.
256. Van Sterkenburg, J., de Heer M., Mashigo P. *Sports media professionals reflect on racial stereotypes and ethnic diversity in the organization* / J. Van Sterkenburg, M.

- de Heer, P. Mashigo // *Corporate Communications: An International Journal*. – 2021. – Т. 26. – № 5. – P. 31-46.
257. Williams, K. E. G., Sng, O., Choi, M., & Neel, R. The Directed Nature of Social Stereotypes / K. E. G. Williams, O. Sng, M. Choi, R. Neel // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2025. – Vol. 128, No. 3. – P. 477–507.
258. Zholaushievna, N. G., Abdrakhmanov R., Adylbekova E., Danebekkyzy K. G. Applying Augmented and Virtual Reality in Online and Offline Education / N. G. Zholaushievna, R. Abdrakhmanov, E. Adylbekova, K. G. Danebekkyzy // *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. – 2022. – Vol. 100. – № 8. – P. 2528-2541.

Словари

259. Авксентьев, В. А. Краткий этносоциологический словарь-справочник / В. А. Авксентьев. – Ставрополь, 1994. – 93 с.
260. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // *Языкознание: Большой энциклопедический словарь* / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136-137.
261. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
262. Жеребило, Т. В. Термины и понятия лингвистики: Лексика. Лексикология. Фразеология. Лексикография: словарь-справочник / Т. В. Жеребило; рец.: М. Р. Овхадов, Х. Б. Навразова. – Назрань: Пилигрим, 2011. – 128 с.
263. Кондрашов, В. А., Чекалов Д. А., Копорулина В. Н. Новейший философский словарь / В. А. Кондрашов, Д. А. Чекалов, В. Н. Копорулина. – 3-е изд. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 668 с.
264. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; под ред. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и Образование, 2019. – 1376 с.

265. Russian Jacket // Urban Dictionary –
 URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Russian%20Jacket> (дата обращения: 10.03.2025).

Источники фактического материала:

Корпусы:

1. Corpus of contemporary American English (COCA) [сайт]. – URL: <https://www.english-corpora.org/coca/> (дата обращения: 14.11.24)

Художественная литература:

2. Adams, A. *The Nesting Dolls* / Alina Adams. – New York: Harper, 2020. – 384 p.
3. Adichie, C. N. *Half of a Yellow Sun* / C. N. Adichie. – London: Fourth Estate, 2006. – 448 p.
4. Al-Maria, S. *The Girl Who Fell to Earth: A Memoir* / Sophia Al-Maria. – New York: Harper Perennial, 2012. – 288 p.
5. Amirrezvani, A. *The Blood of Flowers* / Anita Amirrezvani. – New York: Little, Brown and Company, 2007. – 384 p.
6. Bacigalupi, P. *The Windup Girl* / Paolo Bacigalupi. – San Francisco: Night Shade Books, 2009. – 360 p.
7. Bar-Joseph, U. *The Angel: Life and Death of an Israeli Hero* / U. Bar-Joseph. – Oxford: Oxford University Press, 2016. – 368 p.
8. Barnes, J. *The Noise of Time* / Julian Barnes. – London: Jonathan Cape, 2016. – 192 p.
9. Belfoure, C. *The Paris Architect: A Novel* / Charles Belfoure. – Naperville, IL: Sourcebooks Landmark, 2013. – 384 p.
10. Bellaigue, C. de. *Patriot of Persia: Muhammad Mossadegh and a Tragic Anglo-American Coup* / Christopher de Bellaigue. – New York: Harper, 2012. – 320 p.
11. Belton, C. *Putin's People: How the KGB Took Back Russia and Then Took on the West* / C. Belton. – London: William Collins, 2020. – 576 p.
12. Benjamin, C. *The Immortalists* / Chloe Benjamin. – New York: G. P. Putnam's Sons, 2018. – 352 p.

13. Berenson, A. *The Wolves* / Alex Berenson. – New York: G.P. Putnam's Sons, 2016. – 400 p.
14. Berry, S. *The Romanov Prophecy* / Steve Berry. – New York: Ballantine Books, 2004. – 400 p.
15. Bezmozgis, D. *The Betrayers* / David Bezmozgis. – New York: Little, Brown and Company, 2014. – 256 p.
16. Bird, K. *The Good Spy: The Life and Death of Robert Ames* / Kai Bird. – New York: Crown Publishers, 2014. – 448 p.
17. Blake, S. *The Postmistress* / Sarah Blake. – New York: Amy Einhorn Books/Putnam, 2010. – 384 p.
18. Boyne, J. *The House of Special Purpose* / John Boyne. – New York: Other Press, 2009. – 480 p.
19. Brooks, G. *People of the Book* / Geraldine Brooks. – New York: Viking, 2008. – 384 p.
20. Burton, J. *The Miniaturist* / Jessie Burton. – New York: Ecco Press, 2014. – 416 p.
21. Cannon, K. *And Then We Ran* / K. Cannon. – London: Hot Key Books, 2011. – 352 p.
22. Carré, le J. *A Legacy of Spies* / John le Carré. – New York: Viking, 2017. – 272 p.
23. Chang, J. *The Library of Legends* / Janie Chang. – New York: HarperCollins, 2020. – 400 p.
24. Chang, L. T. *Factory Girls: From Village to City in a Changing China* / Leslie T. Chang. – New York: Spiegel & Grau, 2008. – 432 p.
25. Choo, Y. *The Ghost Bride: A Novel* / Yangsze Choo. – New York: William Morrow, 2013. – 368 p.
26. Clayton, M. W. *The Last Train to London* / Meg Waite Clayton. – New York: Harper, 2019. – 464 p.
27. Coates, T. *Between the World and Me* / Ta-Nehisi Coates. – New York: Spiegel & Grau, 2015. – 176 p.
28. Coetzee, J. M. *The Master of Petersburg* / J. M. Coetzee. – New York: Viking, 1994. – 256 p.

29. Coll, S. *Ghost Wars: The Secret History of the CIA* / Steve Coll. – New York: Penguin Press, 2004. – 736 p.
30. Correa, A. L. *The German Girl* / Armando Lucas Correa. – New York: Atria Books, 2018. – 352 p.
31. Cumming, C. *The Trinity Six* / C. Cumming. – New York: St. Martin's Press, 2011. – 384 p.
32. Cussler, C. *The Romanov Ransom* / Clive Cussler, Robin Burcell. – New York: G. P. Putnam's Sons, 2017. – 416 p.
33. Davidson, C. *The Saturday Night Ghost Club* / Craig Davidson. – Toronto: Penguin Canada, 2018. – 224 p.
34. Davidson, C. *The Saturday Night Ghost Club* / Craig Davidson. – Toronto: Penguin Canada, 2018. – 224 p.
35. Delijani, S. *Children of the Jacaranda Tree* / S. Delijani. – New York: Atria Books, 2013. – 304 p.
36. Diamant, A. *The Red Tent* / Anita Diamant. – New York: St. Martin's Press, 1997. – 336 p.
37. DiSclafani, A. *The Yonahlossee Riding Camp for Girls* / Anton DiSclafani. – New York: Riverhead Books, 2013. – 416 p.
38. Doerr, A. *All the Light We Cannot See* / Anthony Doerr. – New York: Scribner, 2014. – 531 p.
39. Donati, S. *The Gilded Hour* / Sara Donati. – New York: Berkley Books, 2015. – 752 p.
40. Dumas, F. *Funny in Farsi: A Memoir of Growing Up Iranian in America* / Firoozeh Dumas. – New York: Random House, 2003. – 240 p.
41. Elliott, L. *The French Girl* / Lexie Elliott. – New York: Berkley, 2018. – 304 p.
42. Englander, N. *The Ministry of Special Cases* / Nathan Englander. – New York: Knopf, 2007. – 352 p.
43. Erlich, R. W. *The Iran Agenda: The Real Story of U.S. Policy and the Middle East Crisis* / Reese W. Erlich; foreword by Robert Scheer. – London: Routledge, 2007. – 224 p.

44. Ferrante, E. *The Neapolitan Novels* / E. Ferrante. – New York: Europa Editions, 2012–2015. – 1600 p.
45. Figes, O. *A People's Tragedy: The Russian Revolution, 1891–1924* / Orlando Figes. – New York: Viking, 1997. – 923 p.
46. Finn, P. *The Zhivago Affair: The Kremlin, the CIA, and the Battle Over a Forbidden Book* / Peter Finn, Petra Couvée. – New York: Pantheon Books, 2014. – 368 p.
47. Follett, K. *A Column of Fire* / K. Follett. – New York: Viking, 2017. – 928 p.
48. Follett, K. *The Man from St. Petersburg* / Ken Follett. – New York: William Morrow, 1982. – 320 p.
49. Foroutan, P. *The Girl from the Garden* / Parnaz Foroutan. – New York: Ecco, 2015. – 288 p.
50. Fox, H. *The Witch of Willow Hall* / Hester Fox. – Toronto: Graydon House, 2018. – 368 p.
51. Friedman, M. *The Aleppo Codex: A True Story of Obsession, Faith, and the Pursuit of an Ancient Bible* / Matti Friedman. – Chapel Hill, NC: Algonquin Books, 2012. – 320 p.
52. Furnivall, K. *The Russian Concubine* / Kate Furnivall. – New York: Berkley Books, 2007. – 528 p.
53. Furst, A. *Dark Star* / A. Furst. – New York: Random House, 1991. – 304 p.
54. Gale, Cengage Learning. *A Study Guide for Gene Yang's American Born Chinese* / Gale, Cengage Learning. – Farmington Hills, MI: Gale, Cengage Learning, 2018. – 44 p.
55. George, N. *The Little French Bistro* / Nina George; – New York: Crown, 2017. – 368 p.
56. George, N. *The Little Paris Bookshop* / Nina George; – New York: Crown, 2015. – 408 p.
57. Gerritsen, T. *The Silent Girl* / Tess Gerritsen. – New York: Ballantine Books, 2011. – 336 p.
58. Gessen, K. *A Terrible Country* / Keith Gessen. – New York: Viking, 2018. – 352 p.

59. Ghaffari, R. *To Keep the Sun Alive* / Rabeah Ghaffari. – New York: Catapult, 2019. – 288 p.
60. Goldberg, P. *The Château* / P. Goldberg. – New York: Henry Holt and Co., 2018. – 320 p.
61. Gross, A. *The Fifth Column* / Andrew Gross. – New York: Minotaur Books, 2019. – 336 p.
62. Gross, A. *The Saboteur* / Andrew Gross. – New York: Minotaur Books, 2017. – 432 p.
63. Guiliano, M. *French Women Don't Get Fat* / Mireille Guiliano. – New York: Knopf, 2004. – 272 p.
64. Guo, X. *A Concise Chinese-English Dictionary for Lovers* / Xiaolu Guo. – London: Chatto & Windus, 2007. – 224 p.
65. Hallberg, G. R. *City on Fire* / Garth Risk Hallberg. – New York: Random House, 2015. – 928 p.
66. Hamid, M. *The Reluctant Fundamentalist* / Mohsin Hamid. – New York: Harcourt, 2007. – 192 p.
67. Harcourt, E. *The Shanghai Wife* / Emma Harcourt. – Sydney: HarperCollins Australia, 2018. – 384 p.
68. Harding, T. *The House by the Lake: One House, Five Families, and a Hundred Years of German History* / Thomas Harding. – New York: Picador, 2015. – 464 p.
69. Harmel, K. *The Winemaker's Wife* / Kristin Harmel. – New York: Gallery Books, 2019. – 400 p.
70. Hoffman, A. *The Dovekeepers* / Alice Hoffman. – New York: Scribner, 2011. – 480 p.
71. Hosseini, A. *The Lemon Grove* / Ali Hosseini. – Evanston, IL: Curbstone Books, 2012. – 200 p.
72. Hsu, H. *The Porcelain Thief: Searching for a Family's Lost Treasure in a Broken China* / Huan Hsu. – New York: Crown Publishers, 2015. – 400 p.
73. Ishiguro, K. *Never Let Me Go* / Kazuo Ishiguro. – New York: Knopf, 2005. – 304 p.

74. Jen, G. *The Love Wife / Gish Jen*. – New York: Knopf, 2004. – 400 p.
75. Jian M. *Beijing Coma / Ma Jian*. – Farrar, Straus and Giroux, 2008. – 592 p.
76. Jones, S. *The Other Woman / Sandie Jones*. – New York: Minotaur Books, 2018. – 304 p.
77. Joukhadar, J. Z. *The Map of Salt and Stars / Jennifer Zeynab Joukhadar*. – New York: Touchstone, 2018. – 368 p.
78. Kahf, M. *The Girl in the Tangerine Scarf / Mohja Kahf*. – New York: PublicAffairs, 2006. – 448 p.
79. Kalotay, D. *Russian Winter / Daphne Kalotay*. – New York: Harper, 2010. – 480 p.
80. Kamali, M. *The Stationery Shop of Tehran / Marjan Kamali*. – New York: Gallery Books, 2019. – 320 p.
81. Kanon J. *The Berlin Exchange: A Novel / Joseph Kanon*. – New York: Scribner, 2003. – 384 p.
82. Kanon, J. *The Good German / Joseph Kanon*. – New York: Henry Holt and Company, 2001. – 496 p.
83. Kelly, M. H. *Lilac Girls / Martha Hall Kelly*. – New York: Ballantine Books, 2016. – 496 p.
84. Kerr, P. *The Lady from Zagreb / Philip Kerr*. – New York: G. P. Putnam's Sons, 2015. – 432 p.
85. Khadra, Y. *The Attack / Yasmina Khadra, pseud. of Mohammed Moulessehoul*. – New York: Doubleday, 2005. – 256 p.
86. Khakpour, P. *The Last Illusion / Poroehista Khakpour*. – New York: Bloomsbury, 2014. – 336 p.
87. King, L. *The English Teacher / Lily King*. – New York: Grove Press, 2005. – 256 p.
88. Kneale, M. *When We Were Romans / Matthew Kneale*. – London: Picador, 2007. – 240 p.
89. Ko, L. *The Leavers / Lisa Ko*. – Chapel Hill, NC: Algonquin Books, 2017. – 352 p.

90. Kolbert, E. *The Sixth Extinction* / Elizabeth Kolbert. – New York: Henry Holt and Co., 2014. – 319 p.
91. Kostova, E. *The Historian* / Elisabeth Kostova. – New York: Little, Brown and Company, 2005. – 656 p.
92. Krasikov, S. *One More Year: Stories* / Sana Krasikov. – New York: Spiegel & Grau, 2008. – 240 p.
93. Kwan, K. *Crazy Rich Asians Trilogy Box Set: Crazy Rich Asians; China Rich Girlfriend; Rich People Problems* / Kevin Kwan. – New York: Anchor Books, 2018. – 1408 p.
94. Kwok, J. *Girl in Translation* / Jean Kwok. – New York: Riverhead Books, 2010. – 304 p.
95. Laidler, K. *The Last Empress: The She-Dragon of China* / Keith Laidler. – Chichester: Wiley, 2003. – 304 p.
96. Lee, J. Y. K. *The Piano Teacher* / Janice Y. K. Lee. – New York: Viking, 2009. – 336 p.
97. Lee, M. J. *Pachinko* / Min Jin Lee. – New York: Grand Central Publishing, 2017. – 496 p.
98. Lefteri, C. *The Book of Fire* / Christy Lefteri. – New York : Ballantine Books, 2023. – 336 p.
99. Li, L. *Number One Chinese Restaurant* / Lillian Li. – New York: Henry Holt and Co., 2018. – 304 p.
100. Li, Y. *A Thousand Years of Good Prayers* / Yiyun Li. – New York: Random House, 2005. – 240 p.
101. Liu, K. *The Paper Menagerie and Other Stories* / Ken Liu. – New York: Saga Press, 2016. – 464 p.
102. Lo, M. *Last Night at the Telegraph Club* / Malinda Lo. – New York: Dutton Books, 2021. – 416 p.
103. Lukas, M. D. *The Last Watchman of Old Cairo: A Novel* / Michael David Lukas. – New York: Spiegel & Grau, 2018. – 288 p.

104. Lustig, A. *Colette: A Girl from Antwerp* / Arnost Lustig; – Evanston, IL: Northwestern University Press, 1992. – 192 p.
105. Ma, L. *Severance: A Novel* / Ling Ma. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2018. – 304 p.
106. Macintyre, B. *Agent Sonya: Moscow's Most Daring Wartime Spy* / Ben Macintyre. – New York: Crown, 2020. – 400 p.
107. Mah, A. *The Lost Vintage* / Ann Mah. – New York: William Morrow, 2018. – 400 p.
108. Majd, H. *The Ayatollah Begs to Differ: The Paradox of Modern Iran* / Hooman Majd. – New York: Doubleday, 2008. – 272 p.
109. Majd, H. *The Ayatollahs' Democracy: An Iranian Challenge* / Hooman Majd. – New York: W.W. Norton & Company, 2010. – 288 p.
110. Majd, H. *The Ministry of Guidance Invites You to Not Stay: An American Family in Iran* / Hooman Majd. – New York: Doubleday, 2013. – 272 p.
111. Major, C. *The Silent Hours* / Cesca Major. – London: Corvus, 2015. – 320 p.
112. Mallaby, S. *The Man Who Knew: The Life and Times of Alan Greenspan* / Sebastian Mallaby. – New York: Penguin Press, 2016. – 800 p.
113. Mantel, H. *Wolf Hall* / Hilary Mantel. – New York: Henry Holt and Company, 2009. – 560 p.
114. Marra, A. *A Constellation of Vital Phenomena* / Anthony Marra. – New York: Hogarth, 2013. – 400 p.
115. Matar, H. *In the Country of Men* / Hisham Matar. – New York: Dial Press, 2006. – 256 p.
116. Matar, H. *The Return: Fathers, Sons and the Land in Between* / Hisham Matar. – New York: Random House, 2016. – 256 p.
117. Matthews, J. *Red Sparrow* / Jason Matthews. – New York: Scribner, 2013. – 448 p.
118. McCarthy, C. *The Road* / Cormac McCarthy. – New York: Alfred A. Knopf, 2006. – 241 p.
119. McDermott, A. *The Ninth Hour* / Alice McDermott. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2017. – 256 p.

120. McDonald, I. *The Dervish House* / Ian McDonald. – Amherst, NY: Pyr, 2010. – 360 p.
121. McIntosh, F. *The Lavender Keeper* / Fiona McIntosh. – Melbourne: Penguin Books Australia, 2012. – 464 p.
122. McLain, P. *The Paris Wife* / Paula McLain. – New York: Ballantine Books, 2011. – 336 p.
123. Michaels, A. *The Space Between Us* / Anie Michaels. – [United States]: Independently published, 2014. – 384 p.
124. Miéville, C. *Iron Council* / China Miéville. – New York: Del Rey, 2004. – 576 p.
125. Min, A. *Empress Orchid* / Anchee Min. – Boston: Houghton Mifflin, 2004. – 336 p.
126. Min, A. *Red Azalea* / Anchee Min. – New York: Pantheon Books, 1994. – 320 p.
127. Mokhberi, S. *The Persian Mirror: Reflections of the Safavid Empire in Early Modern Europe* / Susan Mokhberi. – New York: Oxford University Press, 2019. – 240 p.
128. Montefiore, S. S. *The Romanovs: 1613–1918* / Simon Sebag Montefiore. – New York: Knopf, 2016. – 784 p.
129. Moore, G. *The Last Days of Night: A Novel* / Graham Moore. – New York: Random House, 2016. – 368 p.
130. Morgenstern, E. *The Night Circus* / Erin Morgenstern. – New York : Doubleday, 2011. – 387 p.
131. Morris, H. *The Tattooist of Auschwitz* / Heather Morris. – New York: Harper, 2018. – 272 p.
132. Morton, K. *The Forgotten Garden* / Kate Morton. – New York: Atria Books, 2008. – 552 p.
133. Mukherjee, S. *The Emperor of All Maladies: A Biography of Cancer* / Siddhartha Mukherjee. – New York: Scribner, 2010. – 571 p.
134. Nafisi, A. *Reading Lolita in Tehran: A Memoir in Books* / Azar Nafisi. – New York: Random House, 2003. – 384 p.

135. Nair, K. *The Girl in the Garden* / Kamala Nair. – New York: Grand Central Publishing, 2011. – 320 p.
136. Nakhjavani, B. *The Woman Who Read Too Much: A Novel* / Bahiyyih Nakhjavani. – Stanford, CA: Stanford University Press, 2015. – 336 p.
137. Nasr, V. *The Shia Revival: How Conflicts within Islam Will Shape the Future* / Vali Nasr. – New York: W. W. Norton & Company, 2006. – 304 p.
138. Navai, R. *City of Lies: Love, Sex, Death and the Search for Truth in Tehran* / Ramita Navai. – New York: PublicAffairs, 2014. – 320 p.
139. Nemat, M. *Prisoner of Tehran: A Memoir* / Marina Nemat. – New York: Free Press, 2007. – 336 p.
140. Neumann, A. *When Time Stopped: A Memoir of My Father's War and What Remains* / Ariana Neumann. – New York: Scribner, 2020. – 336 p.
141. Ng, C. *Everything I Never Told You* / Celeste Ng. – New York: Penguin Press, 2014. – 304 p.
142. Nguyen, E. *Things We Lost to the Water* / Eric Nguyen. – New York: Knopf, 2021. – 304 p.
143. Niffenegger, A. *The Time Traveler's Wife* / Audrey Niffenegger. – New York: MacAdam/Cage, 2003. – 546 p.
144. Okeowo, A. *A Moonless, Starless Sky: Ordinary Women and Men Fighting Extremism in Africa* / Alexis Okeowo. – New York: Hachette Books, 2017. – 256 p.
145. Osnos, E. *Age of Ambition: Chasing Fortune, Truth, and Faith in the New China* / Evan Osnos. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2014. – 403 p.
146. Ozeki, R. *A Tale for the Time Being* / Ruth Ozeki. – New York: Viking, 2013. – 432 p.
147. Parker-Chan, S. *She Who Became the Sun* / Shelley Parker-Chan. – New York: Tor Books, 2021. – 416 p.
148. Pomerantsev, P. *Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia* / Peter Pomerantsev. – New York: PublicAffairs, 2014. – 256 p.

149. Powers, K. *The Yellow Birds* / Kevin Powers. – New York: Little, Brown and Company, 2012. – 240 p.
150. Powers, R. *The Overstory* / Richard Powers. – New York: W. W. Norton & Company, 2018. – 512 p.
151. Presser, B. *The Book of Dirt* / B. Presser. – Brooklyn: Restless Books, 2017. – 256 p.
152. Pulley, N. *The Lost Future of Pepperharrow* / Natasha Pulley. – New York: Bloomsbury Publishing, 2020. – 336 p.
153. Quinn, K. *The Alice Network* / Kate Quinn. – New York: William Morrow, 2017. – 503 p.
154. Quinn, K. *The Huntress* / Kate Quinn. – New York: William Morrow, 2019. – 560 p.
155. Rachlin, N. *Persian Girls: A Memoir* / Nahid Rachlin. – New York: TarcherPerigee, 2006. – 304 p.
156. Rachman, T. *The Italian Teacher* / Tom Rachman. – New York: Viking, 2018. – 341 p.
157. Rees, M. *The Collaborator of Bethlehem* / Matt Rees. – New York: Soho Press, 2007. – 272 p.
158. Richman, A. *The Lost Wife* / Alyson Richman. – New York: Berkley Books, 2011. – 352 p.
159. Rooney, S. *Normal People* / Sally Rooney. – London: Faber & Faber, 2018. – 266 p.
160. Rose, M. J. *The Book of Lost Fragrances* / M. J. Rose. – New York : Atria Books, 2012. – 384 p.
161. Rum, E. *A Woman Is No Man* / Etaf Rum. – New York: Harper, 2019. – 352 p.
162. Sand, S. *The Invention of the Jewish People* / Shlomo Sand – London: Verso, 2009. – 332 p.
163. Sands, P. *East West Street* / Philippe Sands. – London: Weidenfeld & Nicolson, 2016. – 352 p.

164. Saniee, P. *The Book of Fate / Parinoush Saniee*. – New York: Overlook Duckworth, 2012. – 368 p.
165. Nayeri, D. *A Teaspoon of Earth and Sea / Dina Nayeri*. – New York: Riverhead Books, 2013. – 480 p.
166. Schember, J. *Quick Start Guide to Self-Publishing / John Schember*. – Irvine, CA: Entrepreneur Press, 2018. – 192 p.
167. Schwartz, J. B. *The Red Daughter: A Novel / John Burnham Schwartz*. – New York: Random House, 2019. – 288 p.
168. See, L. *China Dolls / Lisa See*. – New York: Scribner, 2014. – 384 p.
169. See, L. *Dreams of Joy / Lisa See*. – New York: Random House, 2011. – 384 p.
170. See, L. *Shanghai Girls / Lisa See*. – New York: Random House, 2009. – 336 p.
171. See, L. *The Tea Girl of Hummingbird Lane / Lisa See*. – New York: Scribner, 2017. – 384 p.
172. Sheene, L. *The Last Time I Saw Paris / Lynn Sheene*. – New York: Berkley Books, 2011. – 368 p.
173. Shepherd, P. *The Cartographers / Peng Shepherd*. – New York: William Morrow, 2022. – 400 p.
174. Shteyngart, G. *Super Sad True Love Story / Gary Shteyngart*. – New York: Random House, 2010. – 352 p.
175. Shteyngart, G. *The Russian Debutante's Handbook / Gary Shteyngart*. – New York: Riverhead Books, 2002. – 464 p.
176. Smith, M. C. *The Siberian Dilemma / Martin Cruz Smith*. – New York: Simon & Schuster, 2019. – 288 p.
177. Sofer, D. *The Septembers of Shiraz / Dalia Sofer*. – New York: Ecco, 2007. – 340 p.
178. Soueif, A. *The Map of Love / Ahdaf Soueif*. – New York: Anchor Books, 2000. – 544 p.
179. Spufford, F. *Red Plenty / Francis Spufford*. – London: Faber and Faber, 2010. – 448 p.

180. Stedman, M. L. *The Light Between Oceans: A Novel* / M. L. Stedman. – New York: Scribner, 2012. – 352 p.
181. Steil, J. *The Ambassador's Wife* / Jennifer Steil. – New York: Doubleday, 2015. – 400 p.
182. Steinhauer, O. *The Cairo Affair* / Olen Steinhauer. – New York: Minotaur Books, 2014. – 384 p.
183. Tan, A. *The Bonesetter's Daughter* / Amy Tan. – New York: G.P. Putnam's Sons, 2001. – 343 p.
184. Tan, A. *The Joy Luck Club* / Amy Tan. – New York: G. P. Putnam's Sons, 1989. – 288 p.
185. Tolan, S. *The Lemon Tree: An Arab, a Jew, and the Heart of the Middle East* / Sandy Tolan. – New York: Bloomsbury, 2006. – 384 p.
186. Towles, A. *A Gentleman in Moscow* / Amor Towles. – New York: Viking, 2016. – 480 p.
187. Tremain, R. *The Gustav Sonata* / Rose Tremain. – New York: W. W. Norton & Company, 2016. – 256 p.
188. Valpy, F. *The Dressmaker's Gift* / Fiona Valpy. – Seattle: Lake Union Publishing, 2019. – 287 p.
189. Waal, E. de. *The Hare with Amber Eyes: A Hidden Inheritance* / Edmund de Waal. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2010. – 368 p.
190. Waldman, A. *A Door in the Earth* / Amy Waldman. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2019. – 320 p.
191. Waldman, A. *The Submission* / Amy Waldman. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. – 336 p.
192. Wang, W. *Chemistry* / Weike Wang. – New York: Knopf, 2017. – 224 p.
193. West, B. *No True Glory: A Frontline Account of the Battle for Fallujah* / Bing West. – New York: Bantam Books, 2005. – 400 p.
194. Williams, B. *The Summer Wives* / Beatriz Williams. – New York: William Morrow, 2018. – 384 p.

195. Wright, L. The Looming Tower: Al-Qaeda and the Road to 9/11 / Lawrence Wright. – New York: Knopf, 2006. – 480 p.
196. Yang, N. The Red Threads of Fortune / Neon Yang. – New York: Tordotcom, 2017. – 230 p.
197. Yoon, D. Frankly in Love / David Yoon. – New York: G. P. Putnam's Sons, 2019. – 432 p.
198. Yu, C. Interior Chinatown: A Novel / Charles Yu. – New York: Pantheon Books, 2020. – 288 p.
199. Zhang, C. P. How Much of These Hills Is Gold / C Pam Zhang. – New York: Riverhead Books, 2020. – 288 p.
200. Zhang, J. Sour Heart / Jenny Zhang. – New York: Lenny, 2017. – 320 p.
201. Zusak, M. The Book Thief / Markus Zusak. – New York: Alfred A. Knopf, 2006. – 592 p.
202. Bond, L. Exit Plan / Larry Bond. – New York: Forge Books, 2012. – 416 p.

Периодические издания:

203. The Daily Mail [сайт]. – URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/> (дата обращения: 04.06.2024).
204. The Economist [сайт]. – URL: <https://www.economist.com/> (дата обращения: 07.12.2024).
205. The Guardian [сайт]. – URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 25.02.2025).
206. The Independent [сайт]. – URL: <https://www.independent.co.uk/> (дата обращения: 08.02.2025).
207. The Mirror [сайт]. – URL: <https://www.mirror.co.uk/> (дата обращения: 23.10.2024).
208. The National interest [сайт]. – URL: <https://nationalinterest.org/> (дата обращения: 5.11.2024).
209. The New York Post [сайт]. – URL: <https://nypost.com/> (дата обращения: 03.07.2024).

210. The New York Times [сайт]. – URL: <https://www.nytimes.com/> (дата обращения: 20.06.2024).
211. The Washington Post [сайт]. – URL: <https://www.washingtonpost.com/> (дата обращения: 04.11.2024).

Ресурсы для поиска материала в интернет-дискурсе:

212. Reddit/AskReddit [сайт]. – URL: <https://www.reddit.com/r/AskReddit/> (дата обращения: 11.02.2025).
213. Reddit/worldnews [сайт]. – URL: <https://www.reddit.com/r/worldnews/> (дата обращения: 24.01.2025).
214. Reddit/politics [сайт]. – URL: <https://www.reddit.com/r/politics/> (дата обращения: 13.02.2025).
215. Reddit/China [сайт]. – URL: <https://www.reddit.com/r/China/> (дата обращения: 22.01.2025).
216. Reddit/asianamerican [сайт]. – URL: <https://www.reddit.com/r/asianamerican/> (дата обращения: 28.01.2025).
217. Reddit/askasia [сайт]. – URL: <https://www.reddit.com/r/askasia/> (дата обращения: 12.02.2025).