

*На правах рукописи*



ПОСТЕРНЯК КИРИЛЛ ПАВЛОВИЧ

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

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

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Ростов-на-Дону – 2025

Работа выполнена на кафедре теории и практики английского языка  
Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации  
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

**Научный руководитель:** **Боева-Омелечко Наталья Борисовна**  
доктор филологических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Южный федеральный  
университет» / кафедра теории и  
практики английского языка, профессор

**Официальные оппоненты:** **Аматов Александр Михайлович**  
доктор филологических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Белгородский  
государственный национальный  
исследовательский университет» /  
кафедра английского языка и методики  
преподавания, профессор

**Гумовская Галина Николаевна**  
доктор филологических наук, профессор,  
ФГАОУ ВО «Национальный  
исследовательский университет «Высшая  
школа экономики» / Школа иностранных  
языков, профессор-исследователь

Защита состоится «24» сентября 2025 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета ЮФУ801.03.06 при ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» по адресу: 344006, ЮФО, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42, а. 203.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Южного федерального университета по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Зорге, д. 21Ж, 2 этаж, и на сайте Южного федерального университета по адресу: <https://hub.sfedu.ru/diss/show/1345452/>

Автореферат разослан « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета ЮФУ801.03.06  
кандидат филологических наук,  
доцент



Овсиенко Татьяна Владимировна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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, А. П. Этнические стереотипы в современном языковом пространстве / А. П. Миньяр-Белоручева, М. Е. Покровская // Национальный психологический журнал. – 2012. – № 2(8). – 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.

**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, репрезентирующего 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 (М. Beller (2007); В.О. 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, обусловленной 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 вариантов, изменчивость, модификация. В сравнительно новой отрасли лингвистики – вариологии – вариативность понимается как наличие нескольких способов выражения одного содержания (Фирсова, 2000).

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 проверки выдвинутой гипотезы необходимо решение следующих **задач**:

1. Конкретизировать лингвистический статус понятия «дискурсивная вариативность репрезентации этнических стереотипов».
2. Проанализировать систему языковых средств английского языка, участвующих в создании этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах, с целью выявления этнопризнаков, создающих 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 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. Поляян, 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); ➤ *вариологши* (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 объединенные 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 предцирования 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, 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%).

**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 в работе 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 лексикологии и стилистики английского языка, германистики, 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 апробировались в процессе научных обсуждений на кафедре теории и практики английского языка ЮФУ. Результаты и выводы диссертации нашли отражение в докладах и выступлениях на научно-практических конференциях: XLV Международная научно-практическая конференция «Eurasia Science» (г. Москва, РУДН, 2022), VII Международная

научно-практическая конференция «Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение» (г. Орел, ОГУ, 2023), VI Международная конференция «Магия ИННО: перспективы развития лингвистики и лингводидактики в современных условиях» (г. Москва, МГИМО, 2023), XI Международная научно-практическая конференция молодых учёных «Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения» (г. Томск, ТГУ, 2024). По теме исследования опубликовано восемь научных работ, в том числе четыре статьи в журналах, входящих в перечень ВАК РФ. Общий объем публикаций составляет 3,8 п.л. (авторский вклад 3,3 п.л.).

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

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.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *введении* обоснована актуальность работы, её научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность, анализируется степень разработанности проблемы, формулируется гипотеза исследования, формулируются цель и задачи исследования, описываются материал и методы исследования, приводятся положения, выносимые на защиту.

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 как репрезентанта этностереотипов. 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.

Этнические стереотипы выступают 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. При этом основоположник теории стереотипов изначально исследовал стереотип как объект в сфере пересечения социологии, политологии и психологии. В современной науке это мнение нашло дальнейшее развитие, и этностереотип как разновидность социального стереотипа 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).

Анализ различных подходов к определению понятия «этностереотип» позволяет прийти к выводу о том, что с позиций психологии, общественно-

политических и культурологических наук этностереотипы понимаются как комплексы представлений о внешнем облике представителей определённого народа, его историческом прошлом, особенностях образа жизни и трудовых навыках, коммуникативных и моральных качествах. В ходе процесса стереотипизации осуществляются обобщение и схематизация доминирующих в том или ином социуме (группе) представлений и оценок, связанных с определённым этносом. Выделенная черта характера или свойство является **этническим маркером** всего народа (цыгане – кочевой народ, немцы – обязательные люди и под.) (Кривенькая, 2016).

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 (Таганова, 2014). Стереотип включает в себя три структурных компонента: когнитивный, оценочный (эмоциональный) и поведенческий (Белова, 2011; Берулава, 2010; Стефаненко, 1999).

В рамках имагологии, нового научного направления, изучающего образ другого, чужого, инородного этноса, а также способы и особенности его репрезентации и анализа, этностереотип определяется как упрощённый, схематизированный, эмоционально насыщенный и крайне устойчивый образ этнической группы, приписываемый всем её членам (Поляков, 2008). 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 (Земсков, 2011).

Обобщая 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: **этностереотип** – 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 предсказывает 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). 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).

В лингвистической имагологии, выступающей одним из направлений имагологии, среди методов исследования этнических стереотипов и этнических образов прочно утвердился лингвистический анализ, способствующий более глубокому пониманию механизмов их формирования и функционирования.

При создании **алгоритма анализа образа этноса** мы основываемся на трактовке образа, предложенной О.В. Томберг, согласно которой концептуальное пространство образа рассматривается как «совокупность аксиологически значимых концептов-конституентов, являющихся результатом миромоделирующей функции жанра или дискурса: цели жанра или дискурса обеспечивают специфику состава конституентов» (Томберг, О.В. Изучение литературы в контексте филологической имагологии / О.В. Томберг // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2015. – № 2-2. – С. 183).

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 выявление: 1) 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; 2) прилагательных, используемых для характеристики этноса и также вербализующих в признаковой форме соответствующие концепты; 3) глаголов, описывающих значимые для создания образа действия этноса и вербализующих в процессной форме соответствующие концепты; 4) фразеологизмов, свободных словосочетаний и стилистических средств, вербализующих значимые для образа концепты; 5) концептов-конституентов на основе содержания высказывания-микроконтекста при отсутствии их эксплицитной номинации; 6) концептов-конституентов на основе содержания более широкого контекста.

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

Важно отметить, что в последнее время основным положением имагологии в целом или лингвистической имагологии в частности, является отмечаемое ранее и отражённое в наших определениях этностереотипа и этнообраза положение об образах как дискурсивных объектах, целенаправленно формируемых в дискурсах разных типов с помощью языковых средств (Пакус, 2023). Этнообразы являются репрезентантами дискурсивных стратегий, актуализаторами стереотипов и

этностереотипов (Beller, 2007). Образ каждого этноса отличается от дискурса к дискурсу, поскольку специфика дискурса определяет специфику, создаваемого в нём этнообразов-репрезентантов этностереотипов, отражающих коллективные, групповые или индивидуальные представления о других народах (Зеленин, 2013), что позволяет говорить о **дискурсивной вариативности репрезентации этнических стереотипов**.

Дискурсивная вариативность связана с понятием дискурсивной картины мира, под которой понимается способ интерпретации действительности, свойственный данному дискурсу. В каждой дискурсивной картине мира объективная реальность воспроизводится по-разному в соответствии с типологическими чертами, присущими данному дискурсу (Мельник, Шемонаев, 2019).

В художественном дискурсе со свойственной ему фикциональностью происходит эстетически-опосредованное историко-культурным контекстом, убеждениями и интенциями автора воспроизведение действительности (Ананьева, Гумовская, 2024; Бразговская, 2008; Евтушенко, 2010), 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 (Мельничук, 2002, Папилова, 2013).

Важнейшим типологическим признаком политического медиадискурса выступает политическая модализация (Боева-Омелечко и др., 2016), 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 (Некрасова, 2009; Костина, Солдатенко, 2022).

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 определённую, часто 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 из нее устойчивые этнообразы и этностереотипы.

Специфика репрезентации этностереотипов в медиапространстве состоит в её динамичности, обусловленной особенностями их функционирования в социокультурном контексте соответствующей эпохи (Берендеев, 2011; Гусева, Прокофьева, 2023). Медиаобразы могут меняться, исходя из ситуации на международной арене и целей государства.

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, что может значительно расширять устойчивые рамки общепринятого стереотипа (Бромлей, 2009).

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 этнообразов. В главе выявляются факторы, влияющие на дискурсивное выдвигание определённых стереотипов в пределах каждого дискурса.

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 образах одного этноса, создаваемых в разных дискурсах, а также различия в соотношении положительных и отрицательных этнопризнаков в этих образах.

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; 2) политические, зависящие от политического устройства и действий правительства, включая действия по формированию общественного мнения; 3) политико-идеологические, имеющие источником определённую идеологию как элемент политики; 4) социально-политические, связанные с существующего политическими действиями, направленными на изменение порядка, уровнем сплочённости в обществе, а также отношением к другим этносам; 5) военно-политические, обусловленные стратегическими интересами государства и их защитой; 6) криминальные, зависящие от определённой интерпретаций исторических и политических событий в юридических терминах; 7) социальные, отражающие экономические и политические условия жизни этноса; 8) социокультурные, коррелирующие с типологическими признаками культуры, которой принадлежит этнос, мировоззрением, ценностями, традициями, обычаями, привычками; 9) психологические, отражающие отношение представителей этноса к миру и к самим себе; 10) эмоциональные, репрезентирующие эмоции этноса, вызванные историческими событиями, политической и экономической ситуацией; 11) морально-нравственные, связанные с внутренней позицией людей по отношению к фундаментальным понятиям, лежащим в основе человеческой морали этики; 12)

интеллектуально-инструментальные, отражающие умение приспосабливаться к изменениям внешней среды, сохранять устойчивость в кризисных ситуациях; 13) волевые, связанные с принятием решений, упорством, самоконтролем; 14) коммуникативные, отражающие принципы взаимоотношений с другими этносами.

Выделенные этнопризнаки составляют основу сопоставительного анализа этнообразов, репрезентирующие этностереотипы в рассматриваемых в работе дискурсах.

Анализ языковых этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских, создаваемых в **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 диаграмме 1.

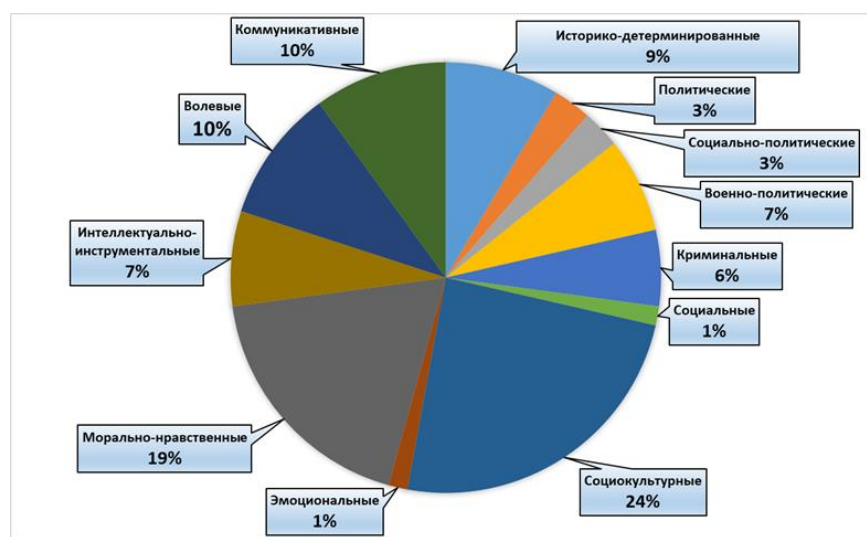


Диаграмма 1. Соотношение этнопризнаков в художественном дискурсе

Анализ языковых этнообразов немцев, французов, израильтян, иранцев, китайцев и русских, создаваемых в **политическом медиадискурсе**, позволил выявить, что в их создании участвует 39 этнопризнаков, актуализирующие 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 диаграмме 2.

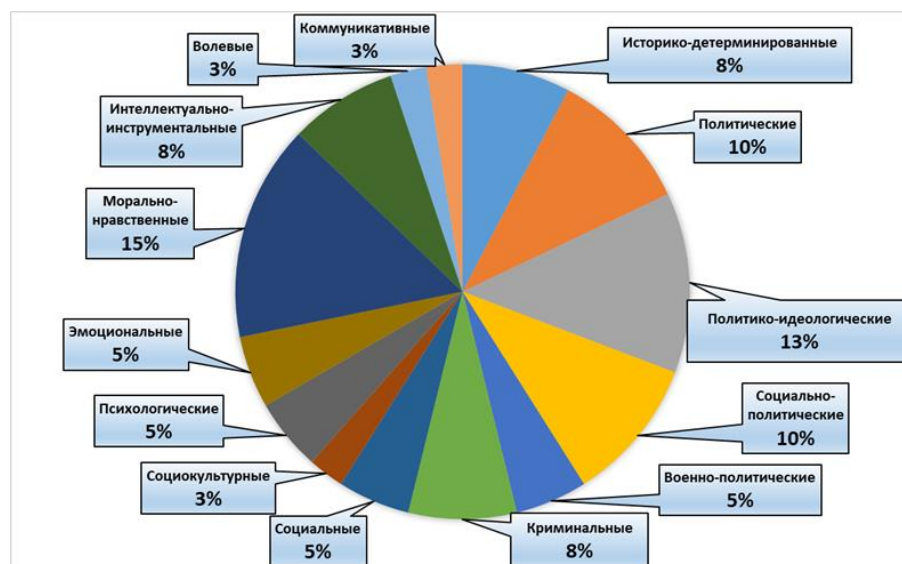


Диаграмма 2. Соотношение этнопризнаков в политическом медиадискурсе

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 диаграмме 3.

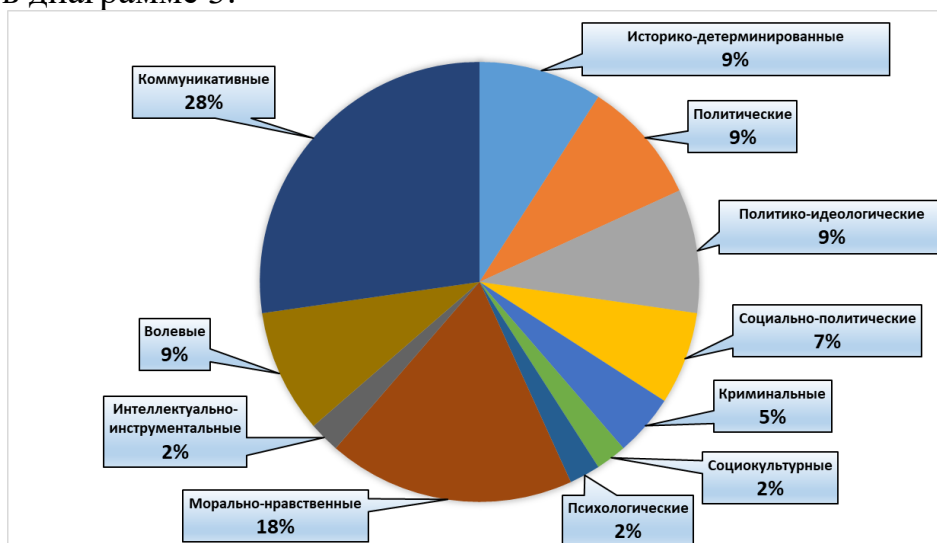


Диаграмма 3. Соотношение этнопризнаков в интернет-дискурсе

Итак, 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.

Первым параметром дискурсивной вариативности выступают **различия в составе этнопризнаков, входящих в концептуальное пространство образов одного этноса в разных дискурсах**. Проведённое исследование позволило выявить следующие **маркеры дискурсивной вариативности** в англоязычных художественном, политическом медиа- и интернет-дискурсах.

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).

Так, например, наличие этнопризнака «жестокость» в концептуальном пространстве этнообраза, создаваемого в англоязычном художественном дискурсе, 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*).

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», «любовьобильность», «романтичность», «честь», «патриотизм», «гордость», «разобщённость» (художественный дискурс), «демократия», «пессимизм», «ненадёжность» (политический медиадискурс), «расизм», «англофобия», «недружелюбие» (интернет-дискурс).

Так, контексты англоязычного политического медиадискурса, повествующие о протестах французов в 2016 – 2023 гг., позволяют выделить в концептуальном пространстве этнообраза французов этнопризнак «протест», вербализуемый с помощью лексем с одноимённой семой в структуре их значения (*oppose, opposed, protest*). Например:

(3) *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 вопросов:

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

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).

В частности, наличие в концептуальном пространстве этнообраза израильтян, создаваемого в англоязычном интернет-дискурсе, этнопризнака «невоспитанность», вербализуемого с помощью прилагательных *rude, direct*, словосочетания *tell straight up* и обценного существительного *dicks*, обусловлено опытом личного общения англоязычных интернет-пользователей с израильтянами. Невоспитанность последних проявляется, в частности, в отступлении от европейского этикета, предписывающего избегать неприятной для собеседника критики внешности и общей линии поведения:

(5) *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).*

(6) *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).*

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).

Так, можно отметить, что в концептуальное пространство этнообраза иранцев, создаваемого в англоязычном интернет-дискурсе, 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:

(7) *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).*

(8) *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.

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).

Например, анализ англоязычного художественного дискурса показывает, что 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:

(9) *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*).*

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).

Так, говоря об этнопризнаке «шпионаж», входящем в концептуальное пространство этнообраза русских в англоязычном политическом медиадискурсе, можно отметить, что он вербализуется с помощью лексем *spy* и *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:

(10) *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).*

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

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 сопоставляемых 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.

Вторым параметром дискурсивной вариативности этностереотипов являются **различия в аксиологической окраске образов одного этноса в разных дискурсах**. Так, соотношение положительных и отрицательных этнопризнаков позволяет судить об амбивалентности этнообразов немцев в художественном и политическом медиадискурсе и положительной аксиологической окраске этнообраза немцев в интернет-дискурсе.

В художественном дискурсе и политическом медиадискурсе при создании этнообразов **немцев**, с одной стороны, используются языковые единицы с положительными коннотациями (существительные *order (Ordnung)*, *punctuality*, прилагательные *clean*, *cultured*, *efficient*, *neat*, *orderly*, *proper*, *stiff*, *straight*, словосочетания *be good at following orders*, *adhere to rules*, метафоры *bell-tightening* и *put off enjoying the fruits of their labor*), репрезентирующие немцев как приверженцев чистоты и порядка, очень культурных, трудолюбивых и прямолинейных людей, умеющих стойко переносить трудности, а, с другой – единицы с отрицательными коннотациями (существительные *crime*, *guilt*, *Nazi*, прилагательные *aggressive*, *guilty*, *vulgar*, словосочетание *Holocaust-guilt complex*), напоминающие о военных преступлениях немцев и изображающие их как склонных к агрессии и неприятных в общении людей. Словосочетания с лексемой *aversion* с семой «отвращение» в структуре её значения (*aversion toward military intervention*, *aversion to war*) также приобретают негативный смысл в англоязычном художественном дискурсе, который обвиняет немцев в нежелании оказывать военную помощь современной Украине.

В интернет-дискурсе при создании этнообраза немцев в основном используются лексемы с положительными коннотациями (существительные *cleanliness*, *order*, *organization*, прилагательные *friendly*, *honest*, *nice*, *straightforward*, *reasonable*, словосочетание *straight up say someone honestly*). Особого внимания заслуживает устойчивое словосочетание *sense of humour*, позволяющее подчеркнуть остроумие немцев, что не совпадает со стереотипным представлением о них как людях, лишённых этого качества.

Этнообраз **французов** амбивалентен в художественном дискурсе, тогда как в политическом медиа- и интернет-дискурсах этнообразы французов имеют резко отрицательную аксиологическую окраску.

В художественном дискурсе для создания этнообраза французов используются как языковые единицы с положительными коннотациями (существительные *flirtation*, *honor*, *romance*, *sophistication*, прилагательные *elegant*, *charming chic*, *fashioned*, *refined*, *sophisticated*, *proud*, словосочетание *service to the country*), благодаря которым французы предстают как патриотичные, гордые, элегантные, утончённые, следующие моде и умеющие эффектно выглядеть люди, как люди, склонные к романтическим увлечениям и знающие толк в любви, так и языковые единицы с отрицательными коннотациями (существительные *fright*, *retreat*, *surrender*, прилагательные *arrogant*, *bossy*, *lazy*, *rude*, словосочетания *betray each other*, *sequel on each other*, метафоры *frogs*, *cheese-eating surrender monkeys*), акцентирующие внимание на разобщённости французов, их высокомерии, лени,

трусости перед лицом врага. В политическом медиа- и интернет-дискурсах при создании этнообразов французов используются преимущественно языковые единицы с отрицательными коннотациями (существительные *complainer, coward, moaner, protestor, whiner*, прилагательные *pessimistic, racist, superior, unreliable*, фразеологизм *look down on*, сочетание прилагательного *friendly* с частицей *not*).

Аксиологическая окраска этнообразов **израильтян** отрицательная во всех сопоставляемых дискурсах, то есть является гомогенной. Для создания данных этнообразов используются языковые единицы с отрицательными коннотациями (существительные *destruction, hypocrisy, occupation, occupier, ruins*, глаголы *annex, conquer, destroy, kill*, словосочетания *illegally settle, take little head of global anger, tank and artillery fire*, словосочетание-слоган *death to Arabs*, метафора *be intoxicated with victory*), способствующие изображению израильтян как жестокого народа-оккупанта, пренебрегающего мнением международной общественности. Кроме того, как отмечалось ранее, лексем с негативными коннотациями используются для описания невоспитанности израильтян.

Этнообраз **иранцев** имеет отрицательную аксиологическую окраску в политическом медиадискурсе, тогда как этнообразы иранцев в художественном и интернет-дискурсах амбивалентны.

Так, в политическом медиадискурсе для создания этнообраза иранцев используются языковые средства с негативными коннотациями (существительные *arrest, poverty, unemployment*, глагол *kill*, прилагательное *tyrannical*, словосочетание *little expectations*, словосочетания-слоганы *death to 'Israel, death to America*, фразеологизм *meet ends*), способствующие привлечению внимания к репрессиям, бедности иранцев, отсутствию у них перспектив и их антиамериканских и антиизраильских настроениях). Для создания этнообразов иранцев в художественном и интернет-дискурсах используются, с одной стороны языковые средства с положительными коннотациями (прилагательные (*well-*)*educated, friendly, kind, lovely, warm*, словосочетания *good manners, graciousness of host and hostess, obsession with education*, метафора *one big family*), позволяющие изобразить иранцев как сплочённых и доброжелательных людей, неукоснительно соблюдающих правила этикета и придающих большое значение получению образования, а, с другой языковые средства с негативными коннотациями (существительные *liar, double-bluffing*, глаголы *arrest, jail, lie, oppose, protest*, прилагательные *oppressive, oppressed, suppressed*, словосочетания *antagonistic to the United States, Iranian threat*, а также словосочетания со словом *nuclear* (*ambition, war*)), благодаря которым иранцы предстают как люди, живущие в условиях ненавистного им тоталитарного режима и вынужденные протестовать и лгать, а также как враги США, стремящиеся создать ядерное оружие.

Этнообраз **китайцев** имеет ярко выраженную положительную аксиологическую окраску в художественном дискурсе, тогда как в политическом медиа- и интернет-дискурсах этнообразы китайцев имеют отрицательную аксиологическую окраску.

В художественном дискурсе с помощью лексем с положительными коннотациями отмечаются гордость китайцев, их коллективизм, приверженность правилам этикета, разумный, практичный подход к преодолению проблем,

сдержанность, умение довольствоваться малым и не роптать на судьбу (существительное *pragmatism*, прилагательное *proud*, глагол *smile*, словосочетания *the safety of the group*, *be afraid to be singled out*, *desire nothing*, *elaborated courtesy*, *put faith in destiny*, метафора *eat one's own bitterness*). В политическом медиа- и интернет-дискурсах преобладают языковые средства с негативными коннотациями (существительные *hacker*, *nationalism*, *oppression*, *totalitarianism*, *xenophobia*, глагол *spy*, прилагательные *arrogant*, *brainwashed*, *rude*, *superior (to)*, словосочетания *inferior complex*, *find a way to northern Europe*), посредством которых китайцы изображаются как жертвы тоталитарного режима и его пропаганды, стремящиеся иммигрировать из страны, как этнос, страдающий комплексом неполноценности и одновременно испытывающий чувство превосходства над другими этносами, как опасные шпионы и крайне неприятные в общении невоспитанные люди.

Аксиологическая окраска этнообразов **русских** отрицательная во всех сопоставляемых дискурсах, то есть является гомогенной. Для создания данных этнообразов используются различные языковые средства с негативными коннотациями (существительные *corruption*, *invader*, *savage*, *shame*, глаголы *brainwash*, *bribe*, *burn down*, *confiscate*, *corrupt*, *deceive*, *hunt*, *invade*, *kill*, *murder*, *rape*, *seize*, *spy*, прилагательные *arrogant*, *ashamed*, *brainwashed*, *depressed*, фразеологизмы *set on fire*, *hold a brick behind the back*, словосочетания *adapt on destroying*, *bestly clods*, *ultra masculine*, метафора *toxic masculinity*). Интернет-пользователи также используют по отношению к русским лексему *Orcs*, номинирующую жестоких гуманоидов являющуюся аллюзией на произведение Дж. Р.Р. Толкина «Властелин колец». Русским людям приписываются жестокость, высокомерие, социальный пессимизм, склонность к разрушению, шпионажу, обману, подверженность влиянию пропаганды.

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.

Таблица 1.

**Соотношение степени дискурсивной вариативности этнопризнаков с вариативностью аксиологической окраски**

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

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 (образы израильтян), так и с негомогенной (образы иранцев). Низкая степень дискурсивной вариативности этнопризнаков, участвующих в создании этнообразов немцев, соотносится с негомогенной аксиологической окраской этнообразов.

В *заключении* подводятся итоги проведённого исследования.

Перспектива дальнейшего исследования видится 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.

### **Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:**

#### ***Публикации в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и образования РФ:***

1. **Постерняк, К. П.** Этнообраз в англоязычном интернет-дискурсе / К. П. Постерняк // Гуманитарные и социальные науки. – 2025. – Т. 110, № 3. – С. 132-140. – DOI 10.18522/2070-1403-2025-110-3-132-140. (К 2).
2. **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. – DOI 10.18522/2070-1403-2024-107-6-165-171. (К 2).
3. **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. Филологические науки. – 2023. – Т. 27, № 4. – С. 69-79. – DOI 10.18522/1995-0640-2023-4-69-79. (К 2).
4. **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. – Т. 90, № 1. – С. 41-47. – DOI 10.18522/2070-1403-2022-90-1-41-47. (К 2).

#### ***Публикации в сборниках материалов научных конференций:***

5. **Постерняк, К. П.** Образ американцев в британском и отечественном художественном дискурсе / К. П. Постерняк // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения : сборник материалов XI (XXV) Международной научно-практической конференции молодых учёных, (18–20 апреля 2024 г.). Вып. 25 / Министерство образования и науки Российской

- Федерации, Национальный исследовательский Томский государственный университет, Филологический факультет ; редакционная коллегия: А. Г. Кожевникова (ответственный редактор) [и др.]. – Томск: Издательство Томского государственного университета, 2024. – С. 249-255.
6. **Постерняк, К. П.** Формирование образа врага в заголовках англоязычных газет / К. П. Постерняк, Н. Б. Боева-Омелечко // Магия ИННО: перспективы развития лингвистики и лингводидактики в современных условиях : [материалы VI Международной научно-практической конференции, Москва, 20–21 октября 2023 г.]. Т. 6, No 1. – Москва: МГИМО–Университет, 2024. – С. 235-242.
  7. **Постерняк, К. П.** Репрезентация негативных этнических стереотипов в англоязычном сегменте сети «интернет» / К. П. Постерняк // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение : сборник научных трудов VII Международной научно-практической конференции, 12-13 октября 2023 года, г. Орёл. – Орёл: ОГУ имени И.С. Тургенева ; Картуш, 2023. – С. 115-120.
  8. **Боева-Омелечко, Н. Б.** Заголовок как средство формирования этнических стереотипов в условиях политического конфликта / Н. Б. Боева-Омелечко, К. П. Постерняк // EurasiaScience : XLV Международная научно-практическая конференция, 15 мая 2022 : сборник статей : [в 2 ч.]. Ч. 2. – Москва: Научно-издательский центр «Актуальность.РФ», 2022. – С. 60-62.