

УДК 316.356.2

Оришев Александр Борисович,

доктор исторических наук, заведующий кафедрой истории РГАУ-МСХА
имени К.А. Тимирязева, г. Москва
e-mail: Orishev71@mail.ru

ЕВРОПЕЙЦЫ В СОЗНАНИИ РОССИЯН: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ

Аннотация. Статья является одной из работ задуманного автором цикла публикаций, посвященных менталитету и традициям народов мира. Как известно, одним из преград на пути установления межкультурных коммуникаций являются стереотипы, порождающие различные мифы восприятия одних народов другими.

В статье автор предпринимает попытку выявить основные социокультурные стереотипы, которые существуют в России относительно народов Европы. Знание этих стереотипов и способность их преодолевать повысит толерантность, будет способствовать налаживанию межкультурного диалога, позволит представителям различных культур и ментальностей лучше понимать и воспринимать друг друга.

При работе над статьей автор использовал методы, выработанные современной наукой: контент-анализ; ивент-анализ; социологические опросы и наблюдения; сравнительный и социально-психологический методы.

Ключевые слова: стереотип; миф; европейцы; менталитет; немцы; французы; англичане; шотландцы; голландцы; итальянцы; испанцы; португальцы; греки; норвежцы; поляки; румыны; венгры; сербы.

Orishev Alexandr Borisovich,

doctor of historical Sciences, Moscow agricultural Academy a. K.A. Timiryazev,
Moscow
e-mail: Orishev71@mail.ru

EUROPEANS IN THE MINDS OF RUSSIANS: SOCIAL AND CULTURAL STEREOTYPES

Abstract: The article is one of the works conceived by the author of a series of publications devoted to the mentality and traditions of the peoples of the world. As you know, one of the obstacles to the establishment of intercultural communication are stereotypes that generate the various myths of the perception of one people by another.

In the article the author attempts to identify the main socio-cultural

stereotypes that exist in Russia concerning the peoples of Europe. Knowledge of these stereotypes and the ability to overcome them will increase tolerance, will promote intercultural dialogue, to enable representatives of different cultures and mentalities to better understand and accept each other.

In the article the author used the methods developed by modern science: content analysis; event analysis; surveys and monitoring; comparative and socio-psychological methods.

Keywords: a stereotype; a myth; Europeans; the mentality; the Germans; the French; the British; the Scots; Dutch; Italian; Spanish; Portuguese; Greek; Norwegian; poles; Romanians; Hungarians; Serbs.

Анализ стереотипов начнем с немцев – народа, чья историческая судьба неразрывно связана с русским народом.

Немцы. Сам термин «немец» имеет достаточно занимательную историю. У него старославянские корни, уходящие в глубины Средневековья. И само слово «немец» не имеет к жителям современной Германии никакого отношения. Происходит оно от слова «немой» - т.е. тот, кто не может говорить по-русски. Иными словами, не знаешь русского, значит «немой». Отсюда и широкое употребление этого термина в XIX в., когда «немцами» называли иностранцев, прибывших в Россию из какой-либо европейской страны. Более того, оно имело негативный оттенок, так как под этим собирательным понятием русские объединяли все западноевропейское неправославное, а, следовательно, чуждое и порой враждебное российскому менталитету население.

Внешность. Широко распространено мнение о немцах как о статных арийцах с голубыми глазами и светлыми волосами. Такой типаж действительно можно встретить на севере Германии. Однако на юге преобладают типы иной внешности – черноволосые и низкорослые.

Немецкие инженеры как знак качества. Таковыми они были в 1930-е-1950-е гг., когда весь мир преклонялся перед их работой. Немцев приглашали в страны Востока, ставку на немецких инженеров делал правитель Ирана Реза-шах Пехлеви, когда задумал грандиозный проект

под названием Трансиранская железная дорога [4, с. 69; 6, с. 74-83]. Сейчас уровень профессиональных знаний немецких инженеров упал. Одна из причин – засилье иммигрантов в немецких школах.

Немецкий порядок на улицах. Если раньше сходить в соседний магазин в Германии, можно было, не думая о собственной безопасности, то наплыв иммигрантов привел к тому, что домой можно и не вернуться. В последние десятилетия в стране выросли целые районы, где лучше не появляться [5, с. 39-44; 7, с. 959]. В качестве примера назовем берлинский Кройцберг.

Отсутствие чувства юмора. Может это утверждение и справедливо в отношении старшего поколения, но молодые немцы и представители среднего возраста не прочь пошутить. Немало юмора в последние годы появилось в немецкой рекламе. Только юмор немецкий специфический, в нем много сарказма, да и запретных тем, за исключением Холокоста, практически не существует [8, с. 93]. Еврейский вопрос, здесь вообще очень деликатная и опасная тема. За использование нацистского приветствия можно получить тюремное наказание.

Немки некрасивы. Существует научное объяснение этому мнимому факту: в Средние века немцы самих красивых женщин отправляли на костер, обвиняя в черной магии и колдовстве. Генофонд был сильно испорчен. Однако это миф, эволюция давно все восстановила. Дело в том, что современные немки просто используют косметику по минимуму, носят удобную, но не самую эффектную обувь. Они не пытаются встретить на улице принца, чтобы произвести неизгладимое впечатление [3, с. 2]. Русские девушки, как и другие иностранки просто выглядят наряднее, затмевая собой скромных немецких девушек.

Завершая разговор о немцах, следует сказать о том, что среди них существует масса стереотипов, широко распространенных в собственной

среде. Не станем заниматься их разбором, отошлем лишь читателя к статье М.Н. Реутовой [9, с. 654].

Французы. Широко в России распространены стереотипы о французах. Прежде всего, французов называют *лягушатниками*. Однако большой любви к этой еде они не испытывают. Лягушачье мясо, напоминающее курятину, больше деликатес для туристов. К тому же стоит оно достаточно дорого и не каждый француз может себе его позволить.

Патрисия Каас – самая популярная французская певица. Это справедливо в том смысле, что она действительно популярна в России, только не у себя на родине. Здесь ее, как и других известных в нашей стране французских звезд, считают старомодными.

Париж – самый романтичный город Европы. Увы, это не так. И причина в иммигрантах, которые до неузнаваемости изменили облик французской столицы [5, с. 39].

Французские мужчины – большие знатоки любви. Это тоже осталось в прошлом. Коренные французы, во многом под воздействием феминистской пропаганды, поражены целым рядом комплексов [3, с. 5]. Многие из них просто боятся женщин. По данным статистики, в этой стране молодых мужчин, воздерживающихся от сексуальных отношений, в два раза больше, чем женщин.

Еще один стереотип связан с *произношением французского*. Якобы они не в состоянии выговорить букву «р». Правда в том, что эта особенность зависит от места проживания. Так, жители Корсики с этой задачей блестяще справляются.

Условное третье место по количеству распространенных о них стереотипах занимают жители Британских островов – англичане и шотландцы.

Англичане. В России считают, что любимая еда *англичан на утро* – овсянка. Это не так: типичный английский завтрак – это сосиски и вареные яйца.

Англичане не позволяют грубых слов. Отнюдь, нецензурные слова часто звучат на телевидении, их не каждый раз «запикивают». Вместе с тем заметим, что английский мат, в отличие от русского, разнообразием не отличается. Поэтому слово «fuck» и производные от него не производят шокирующего впечатления [2, с. 16].

Отдельный *миф о лондонской погоде.* Якобы здесь всегда идет дождь. Правда в том, что количество осадков в британской столице примерно такое же как в Москве. Другое дело, что дождь может начаться внезапно. Поэтому англичане так любят носить с собой зонты.

Шотландцы. *Килт* – национальная одежда шотландцев и их изобретение. Это не совсем так. Дело в том, что килт впервые появился в Ирландии.

Знаменитый *шотландский напиток виски* и самый узнаваемый алкогольный бренд в мире – тоже не местное изобретение. Родина этого напитка – Китай. В Шотландии о нем узнали только в XVI в.

Известный *шотландский инструмент* – *волынка*, ставший одним из символов Шотландии, тоже не местного происхождения. Интересно, что из-за своего пронзительного звука и магического действия она долгие годы находилась под запретом в Британской империи. Дело в том, что слышав ее звук, враги шотландских горцев просто напросто разбежались в разные стороны.

Из народов центральной Европы есть смысл поговорить о голландцах, которых Петр I по известным только ему причинам считал наиболее близкими к российскому менталитету.

Голландцы. Когда-то голландцы были *одним из самых скупых народов*, считающих каждую монету. Натиск общества потребления сделал

свое дело: большинство голландцев предпочитают покупать так называемые необязательные вещи, стараясь подражать моде [10, с. 3; 11, с. 7]. Поэтому рассказы о невероятном скупердьяйстве этих людей – типичный миф, уходящий истоками в эпоху позднего средневековья. Они по-прежнему экономны и осуждают расточительность, но все же назвать это скупердьяйством нельзя.

Приставочка «ван» к голландской фамилии не означает какого-либо титула, как «фон» в Германии. Она просто обозначает принадлежность человека к какой-либо местности. Например, Робин ван Перси означат Робин из Персии.

Вопреки распространенному мнению голландцы не такие большие любители «легких» наркотиков. Курение марихуаны – «забава» туристов. И это несмотря на то, что государство разрешает местным жителям выращивать до пяти кустов конопли для личного потребления.

Ряд стереотипов распространен о народах южной Европы: итальянцах, испанцах, португальцах, греках.

Итальянцы. Большинство считает, что *все итальянцы – жгучие брюнеты*. Это не так, среди современных жителей Италии немало голубоглазых блондинов.

Итальянцы не знают английского языка. Это справедливо только для старшего поколения. Молодежь пытается этот язык освоить [1, с. 118].

Многие убеждены, что *местные мужчины неисправимые ловеласы*. Это замечание касается только молодых мужчин, которые быстро и искренне влюбляются. Однако женатые «ходят налево» крайне редко. Во многом по причине суровости местных законов: если развод произошел по причине измены, то мужчина лишается практически всего.

Испанцы. Самый распространенный миф об испанцах – их *необъятная любовь к корриде*. Реальность такова, что это зрелище не по

душе многим в Испании. Коррида вызывает интерес не столько у испанцев, сколько у иностранцев.

Португальцы. Самый распространенный миф, связанный с невежеством, о том, что в этой стране *говорят на испанском*. Однако здесь есть свой язык, причем он является шестым по популярности в мире. Более того, в девяти государствах он признан в качестве официального.

Все португальцы – рыбаки. Это не так. Несмотря на то, что страна расположена на побережье, налоги на рыбаков очень высоки. Заниматься рыбной ловлей сейчас не столь выгодно, как в прошлые десятилетия. Соответственно количество рыбаков сократилось в разы.

На каждом шагу в Португалии пьют портвейн. Нет, здесь есть и другие вина. И масса разнообразных безалкогольных напитков и коктейлей.

Греки. *Греки – лентяи.* В этом убеждены немцы и некоторые другие европейцы. Однако данные статистики таковы, что в трудолюбии греки мало уступают другим народам. По данным Еврокомиссии их трудовой показатель превышает более 2000 рабочих часов в год.

Греки литрами пьют «узо» и «рецину». Любимый спиртной напиток греков отнюдь не «узо» - бренди с анисовой вытяжкой. Удивительный факт: греческие потребители предпочитают виски, в 2010 г. на долю этого продукта пришлось 42 % алкогольного рынка. Что касается белого смоляного вина «рецина», которого еще называют «любовью с третьего глотка», то его доля составляет 30 % и с каждым годом снижается, так как в Греции производят множество других вин. Ради справедливости заметим, что ранее это вино в Россию не поставлялось. Однако в последние годы, в связи с ростом туристического потока из России в Грецию, начались поставки рецины.

Греция – страна гомосексуалистов. Этот миф возник благодаря острову Миконосу, которого иногда называют «островом геев».

Реальность такова, что на этом острове регулярно проводятся разные праздники и вечеринки, многие из которых не имеют к сексуальным меньшинствам никакого отношения.

Из народов северной Европы следует обратить внимание на норвежцев, о которых в России существует несколько распространенных мифов.

Норвежцы. *Жители Норвегии пьют много алкоголя.* Это один из стереотипов, широко распространенный в русскоязычном Интернете. Данное утверждение правдиво только отчасти: пьют они, действительно, немало, но делают это преимущественно дома.

Богатая страна – высокий сервис. Увы, в отношении Норвегии это не так. Сервис в этой стране на очень низком уровне. К гостю лишний раз не подойдут, просто не считают это нужным.

В Норвегии холодно. Здесь не холодней, чем в России. Местные одеваются легко, даже в самый холодный месяц – март. Теплее всех в Норвегии одеты туристы.

В Норвегии едят одну рыбу. Это далеко не так. В стране представлены национальные кухни других стран. И совсем не факт, что внешний вид кафе и ресторана соответствует качеству приготавливаемых кушаний. Скорее наоборот. Так, знаменитый рыбный ресторан в Осло, Fiskeriet, выглядит достаточно демократично.

И завершает наш обзор материал о стереотипах в отношении народов Восточной Европы: поляках, румынах, венграх и сербах.

Поляки. Первый стереотип связан с тем, что поляки поголовные пьяницы. Это одно из последствий водочной модели употребления алкоголя. Дело в том, что в среднем на душу населения поляки выпивают алкоголя примерно столько же, как и немцы, англичане и ирландцы. Другое дело, что потребление его неравномерное. Половину алкоголя выпивает всего 7 % населения. Исследования показали, что больше всех

пьют малообразованные люди, в основном крестьяне и неквалифицированные рабочие. Они и создают образ о поляках, как о беспробудных выпивохах.

В последние годы, следует заметить, государство заботится об имидже поляков. В общественных местах здесь нельзя демонстрировать алкоголь даже в закрытой таре.

Второй стереотип – *религиозность поляков*. Несмотря на то, что все они поголовно ходят в церковь, к христианским заповедям относятся свободно. С каждым годом растет число атеистов. Они по-прежнему посещают церковь, но в существование Бога уже не верят.

Румыны. Румыны *склонны к воровству* и другим проделкам. Эта нация – очаг распространения преступности в Евросоюзе. Это не совсем так. Румыния страна достаточно безопасная. Настороже надо быть, только общаясь с цыганами, которых опасаются и сами румыны. Интересный факт: после вступления Румынии в Евросоюз большая часть местных цыган, получив паспорта, отправилась «искать счастья» в другие страны.

В России многие считают, что *румыны способны только на то, чтобы качественно делать мебель*. Однако в Румынии добывают нефть, и сельское хозяйство здесь достаточно хорошо развито.

В румынских городах *царит антисанитария*. Отчасти это так, до сих пор есть риск подхватить какую-либо инфекцию. Однако в последнее время ситуация исправляется. Современные румынские мегаполисы мало отличаются от аналогов в других странах.

Венгры. Первый миф – *радикализм венгров*. Этот миф создан австрийцами, которые видели в их лице бунтовщиков, угрожавших их империи. Якобы венгры могут быть либо крайне правыми, либо крайне левыми. Современная политическая ситуация в стране говорит о том, что это далеко не так.

Венгрия – цыганская страна. Цыгане здесь есть, их образ жизни, действительно несколько портит имидж страны, но ни они главная достопримечательность Венгрии.

Сербы. *«Роштиль» - блюдо, считающееся сербским,* на самом деле заимствовано из Турции. Однако оно вкуснее, чем в Турции. Это безобидный стереотип. Другое дело, мифы, созданные вокруг сербов западной пропагандой. Среди них представление о сербах как о нецивилизованных жителях Балкан, проводниках интересов России. Сербы на Западе воспринимаются как болезненно амбициозные, воинственные, высокомерные и агрессивные типы. Однако это уже предмет для отдельного исследования, выходящего за рамки нашей работы.

Список литературы

1. Богатырева О.Н., Перевалова А.А. Итальянская идентичность: опыт анализа на микроуровне // Уральский исторический вестник. 2011. № 4(33). С. 118-123.

2. Домбровская М.А. Сленговый лексикон в английском языке: образование и применение // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 1 (1). С. 16.

3. Оришев А.Б. Гендерные отношения в Европе: социокультурный анализ // Вестник экспериментального образования. 2017. № 2 (11). С. 1-13. <http://www.ppademy.ru/wp-content/uploads/2017/03/058.pdf>.

4. Оришев А.Б. Гитлер вербовал себе союзников на Среднем Востоке. Тайное военное сотрудничество нацистской Германии, Ирана и Афганистана // Военно-исторический журнал. - 2002. - № 8. - С. 69.

5. Оришев А.Б. Ислам в Европе: первые волны исламизации // История: факты и символы. 2013. № 22-23 (1-2). С. 39-44.

6. Оришев А.Б. Особенности модернизации Ирана при Реза-шахе Пехлеви // Восток. Афро-Азиатские общества: история и современность. 2009. № 6. С. 74-83.

7. Оришев А.Б. Религиозная мобильность в Европе: из христианства в ислам // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8-5. С. 959-963.

8. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности. Учебник для студентов высших учебных заведений. Сер. Высшее образование. М.: РИОР, 2012.

9. Реутова М.Н. Немцы о самих себе: эволюция стереотипов // Science Time. 2015. № 4 (16). С. 654-658.

10. Толкачев А.Н. Как завести мотор стимулирующего маркетинга // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 2 (2). С. 3.

11. Толкачев А.Н. Комплекс маркетинговых мероприятий по продвижению нового продукта // Бизнес и дизайн ревю. 2017. Т. 1. № 1(5). С. 7.