

7. Новий тлумачний словник української мови : у 4 т. / [уклад. В. Яременко, О. Сліпушко]. – К. : Аконіт, 2001. – Т. 2. – 2001. – 912 с.  
 8. Юнг К. Г. Человек и его символы / К. Г. Юнг. – СПб. : Б.С.К., 1996. – 454 с.  
 9. Ятченко В. Ф. Історія духовної культури українського етносу : навч. посіб. / В. Ф. Ятченко. – К. : Міленіум, 2004. – Ч. 1 : Давня українська культура. – 2004. – 148 с.

УДК 811.112.2'371

**Ж. А. Дягілева,**

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

**ВЕРБАЛІЗАЦІЯ АВТОСТЕРЕОТИПІВ У НІМЕЦЬКОМУ ФОЛЬКЛОРИ**

*Стаття присвячена автостереотипам у німецькому фольклорі. Подано визначення стереотипу і автостереотипу в контексті соціологічних та етнологічних досліджень, визначено різновиди та структуру стереотипу, окреслено напрями дослідження вербальних стереотипів, встановлено історичні причини функціонування негативного автостереотипу німецького етносу, описано стереотипні уявлення про швабську етнічну групу.*

**Ключові слова:** стереотип, автостереотип, негативні стереотипні уявлення, етнічна група, анекдот.

**ВЕРБАЛИЗАЦИЯ АВТОСТЕРЕОТИПОВ В НЕМЕЦКОМ ФОЛЬКЛОРЕ**

*Статья посвящена автостереотипам в немецком фольклоре. Представлено определения стереотипа и автостереотипа в контексте социологических и этнологических исследований, определены разновидности и структуру стереотипа, очерчено направления исследования вербальных стереотипов, установлены исторические причины функционирования отрицательного автостереотипа немецкого этноса, описаны стереотипные представления о швабской этнической группе.*

**Ключевые слова:** стереотип, автостереотип, отрицательные стереотипные представления, этническая группа, анекдот.

**VERBALIZATION OF AUTOSTEREOTYPES IN GERMAN FOLKLORE**

*The article deals with the autostereotypes – as forms of social cognition and a simplification of reality. The assumption has been that stereotypes make reality easier to deal with because they simplify the complexities that make people unique, and this simplification reflects important beliefs and values as well. The definitions of a stereotype and an auto-stereotype with their values being relative to the ideological tendencies of the German society in context of sociological and ethnologic researches have been given. Forms and structure of a stereotype that reflects moral, intellectual and physical qualities of German ethnic group representatives have been presented. The historical reasons of negative auto-stereotypes functioning that have a symbolic and ideological nature in German ethnos have been indicated. Research directions of verbal stereotypes tending to convey a negative impression in German folklore have been outlined. The existence of ethnic humor and ethnic jokes as the mirror of the real national temper signifies the presence of stereotyping in everyday language. In German ethnic jokes aiming at minorities within certain regions, or people from neighboring areas stereotypical representations about the Swabian ethnic group have been described.*

**Keywords:** linguistic and social categories, ethnic identity, stereotype, auto-stereotype, negative stereotypical representations, ethnic group, joke.

Упродовж тривалого часу увага вчених спрямовується на дослідження процесів пізнавальної діяльності людини, що полягає в осмисленні й упорядкуванні результатів її рефлексивного досвіду та уявлень про об'єкти, явища дійсності. При цьому мовна й культурна ідентичність у цих процесах є визначальними і втілюються у стереотип як природний і закономірний елемент самосвідомості. Попри існування багатьох визначень і різновидів стереотипу, його структура і фіксація у мові залишаються дискусійними, а тому актуальними для дослідження на матеріалі німецького фольклору, який зберігається в пам'яті кожної людини, утворюючи фундамент її культурної компетенції.

Серед трьох підходів трактування стереотипів актуальним стає соціокультурний, в межах якого предмет нашого дослідження визначається продуктом попереднього соціально-культурного розвитку і сучасної соціальної ситуації. Інші два – психодинамічний і когнітивний підходи – відрізняються від першого у зміщенні від аналізу змісту стереотипу до дослідження його як інтраіндивідуального процесу обробки інформації для соціальної перцепції [1, с. 84].

На початку ХХ століття, коли поняття «стереотип» було узвичаєно в соціології, його трактували як ментальну картину в негативному контексті міжетнічних відносин, де головними формами взаємодії були суперництво, конфлікт, дискримінація. Таке утворення характеризувалося некритичністю, обмеженістю, викривленням когнітивного змісту. Нині стереотип розглядається як природний і закономірний елемент самосвідомості [2, с. 65].

На думку О. Селіванової, стереотип можна кваліфікувати як сталу, фіксовану структуру свідомості, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням. Якщо угруповання дорівнює етносу, то стереотип є етнічним і цілком детермінований онтологією та культурою народу й може фіксуватися у мові й мовленні [3, с. 291].

У етнічних стереотипах важлива впевненість у відповідних знаннях і їх емоційному наповненні. Головною передумовою утворення стереотипу є установки, які фіксують емоційно-оцінне відношення до власної етнічної групи й до інших. До таких установок належать упередження і забобони. Останні мають більш соціальну природу, тоді як стереотип – культурну [2, с. 65]. Стереотип засвоюється індивідом у ранньому дитинстві з вторинних джерел і допомагає зберегти високу самооцінку. Стійкість стереотипів відносна, оскільки при зміні стосунків між групами або при надходженні нової інформації їх зміст і направленість можуть змінюватись [4, с. 292].

Деякі мовознавці (У. Квастхофф, А. Шафф, С. Бартмінський, В. Маслова) необґрунтовано, вважає О. Селіванова, кваліфікують стереотип як факт мови чи мовлення, адже стереотип – це передовсім структура свідомості, що відображається не лише в мовних знаках чи текстах, а й в інших семіотичних кодах культури [3, с. 289]. Справедливим є твердження про те, що стереотипізація насамперед є когнітивним процесом, який може відповідним чином відображатися в матеріальному субстраті мовного знака або іншого семіотичного коду культури. Науковці поділяють стереотипи на стереотипи-спостереження, поведінкові та лінгвоментальні. Лише останні мають вербальні кореляти. Прикладом авербальних стереотипів у духовній культурі є низка магічно-міфологічних дій, спонукальних і заборонних норм [3, с. 290]. У структурі будь-якого етнічного стереотипу виділяють три компоненти:

– когнітивний компонент визначає внутрішній зміст стереотипу, який не є завжди точним і повним через відсутність безпосередніх контактів;

– афективний компонент містить позитивне або негативне ставлення до об'єкта пізнання і надає стереотипу оцінного характеру;

– поведінковий компонент проявляється у формуванні певної поведінки відносно оцінюваної групи [5, с. 23].

Існує широке тлумачення стереотипу за рахунок його ототожнення з поняттям «образ світу» в розумінні О. Леонтєва або «модель світу» у Ю. Бромля. У таких випадках мова йде про сприйняття й категоризацію навколишнього світу в цілому [6, с. 85].

Важливим фактором взаємопізнання етнічних спільнот є тривалість і глибина їхньої взаємодії, що обумовлює точність етнічних стереотипів, їх близькість до оригіналів. З іншої сторони, теорії етноцентризму містять положення, відповідно до яких прямі контакти розмивають і порушують систему етнічних стереотипів. Попри різні погляди на природу стереотипу беззаперечним видається твердження про те, що функціонування стереотипів стає найважливішим структурним елементом етнічної самосвідомості.

О. Фролова зазначає два напрями дослідження вербальних стереотипів, які не виходять за межі висвітлених підходів їхнього трактування. Функціональний напрям вивчає проблеми стереотипізації, а описовий – зміст стереотипів і їх основні характеристики [5, с. 21]. Останній напрям дає можливість вивчати стереотипи, вербалізовані на різних мовних рівнях. Найбільш оптимальним рівнем може вважатися семантичний. З цього погляду йдеться про мовний стереотип – узагальнену систему вербальних ознак, які мають свою стійку структуру [2, с. 69].

Етнічний стереотип розглядається дослідниками як родове поняття по відношенню до гетеро- та автостереотипів. Г. Солдатова вважає останній сукупністю атрибутивних ознак про дійсні або схвалювані риси власної етнічної групи, тоді як гетеростереотипи містять уявлення про інші етнічні групи. Авто- і гетеростереотипи – не автономні одиниці, а структурно взаємопов'язані компоненти єдиного цілісного утворення особистісної і групової самосвідомості. Кількість автостереотипів варіюється в залежності від етнокультурної маргінальності індивіда. Основою формування стереотипів слугують реальні культурні відмінності: мова, зовнішній вигляд, регламентація життя традиціями, звичаями, особливостями поведінки.

Ядро автостереотипу – атрибуції, які описують етнокультурні відмінності. Вони володіють доцентровою силою. На основі стереотипних ядер формується етноінтегративний атрибутивний комплекс [2, с. 69]. Автостереотипи вирізняються різноманітністю і комплексністю, що визначається деталізованим знанням та існуванням внутрішніх етнічних праобразів. Внутрішньоетнічний розподіл – результат історії і має свої об'єктивні причини, наприклад діалекти. Особливо актуальним це твердження видається для німецького етносу, адже кількість діалектів і їхня укоріненість впливають на процес комунікації.

Групові автостереотипи в більшості випадків монотонно позитивні. Ставлення до власної групи, зазвичай, коливається в межах приязні, тому до автостереотипів потрапляють ознаки «культурно схвалювані» [2, с. 69]. Отже, використання стереотипів прискорює категоризацію за певними ознаками, що полегшує процес спілкування, здійснення захисної функції, що дає можливість сховатися за стереотип, коли людина стикається з тим, чого не здатна зрозуміти. [5, с. 24].

Аналіз стереотипів передбачає використання комплексу дослідницьких підходів. У першу чергу, слід виявити особливості картини світу і ментальних установок, оскільки вони стають призмою, крізь яку людина сприймає світ. Механізми апперцепції, характерні для менталітету, сприяють формуванню різних образів реального світу, змушують бачити одне і завзято не помічати інше. Ментальність народу знаходить своє вираження в мовних концептуалізаціях. Мова постає дзеркалом культури, відображає світовідчуття і досвід народу, соціально значущу інформацію, ціннісні установки, моделі поведінки [7, с. 144].

У німецькому етносі сформувалися переважно негативні автостереотипи – таке твердження має право на існування в результаті проведених порівняльних досліджень автостереотипів з іншими етносами. Німці визнають себе самокритичними, аполітичними, мають еволюційський погляд на світ вирізняються консерватизмом і відсталістю мислення [8, с. 196].

Яскравим прикладом еволюції автостереотипу німецького етносу може бути образ «німецького Міхеля». Ім'я Міхель є символічним для німців, адже архангел Михаїл вважається їхнім заступником. Мова йде не лише про мовний зворот, а й про багатомовний, поліфункціональний символ, який змінює свою форму і сферу застосування. Найпопулярніше уявлення про німецький етнос персоналізувалося в образі наївного, доброго, мрійливого бургера з нічним ковпаком на голові. З одного боку, у цьому автостереотипі проглядається німецька самоіронія і самокритика, з іншого боку – певна схильність до співчуття [9, с. 90].

У XVI столітті, коли Німеччина була політично роздробленою, а становище селян досить важким, «Міхель» уособлював сільського дурника, який зазнавав постійних утисків від феодалів. Пізніше з початком формування німецької національної самосвідомості завдяки ідеям Ульріха фон Гуттена про свободу від римського засилля захисник рідної мови – Міхель став патріотом і символом війни з усім чужоземним. Наприкінці XVIII століття про національну єдність Німеччини можна було говорити лише з того погляду, що народ мав спільну історію, мову і культурні надбання в царині філософії, мистецтва і поезії. Впливовими стають зовнішні чинники модернізації суспільства з боку Англії та Франції, але у такі часи гострої потреби міжкультурної взаємодії «Міхель» виявився неосвіченим провінціалом, який був нездатний вивчити жодної іноземної мови. Надалі автостереотипом німця залишався образ бездіяльного, аполітичного бургера з байдужістю до долі батьківщини. На короткі періоди війн у XIX – XX ст. «Міхель» втілював борця за свободу, а у другій половині XX століття – невинного, пригнобленого іншими індивіда [9, с. 91].

Прототипом узагальненого образу були німці, які населяли гірську місцевість. Про це свідчать словосполучення зі збірки Ебхарда Таппе «Cescon habitas» 1536 року, наприклад: *Ein grober alb bawer / Ein grober Agewer (Allgäuer) bauer / Ein blinder Schwab* [9, с. 94]. Негативна оцінка селянина з регіону південної Німеччини – Альгой і жителя Швабії зумовлена віддаленістю територій від центру і зв'язку, що стало причиною недостатньої освіченості населення, яке жило усамітнено, на відміну від німців на півночі країни. Варто зауважити, що в сусідніх німецькомовних країнах і в деяких мовах (чеська, польська) слово «шваб» узагальнено використовується на позначення представника німецького етносу [9, с. 97]. Пояснення цьому явищу криється у високій мобільності швабів, які з давніх часів, не маючи змоги забезпечити собі достойні умови життя через відсутність на їхній території корисних копалин, шукали кращої долі в сусідніх країнах [10, с. 104]. Попри розважливість, притаманну всім представникам німецького соціуму, дотепність також належить до їхніх національних рис і зазвичай направлена саме на швабів. У психологічному портреті шваба на перший план виходить спокійна вдача, нешвидке мовлення, відчуженість. Їхня мета в житті – постійна робота, накопичення грошей і придбання нерухомості. Така характеристика контрастує з типологічними рисами баварців, їхньою рішучістю та схильністю до вихвалання. Для цього існують історичні передумови, адже Баварія, завдяки своїй близькості до Римської імперії та ранній християнізації, була носієм культури вже в давні часи [10, с. 105].

У поданих нижче анекдотах про швабів знаходить підтвердження ідея про те, що стереотипи – це узагальнене уявлення про фізичний, моральний, розумовий стан і поведінку представників різних етнічних груп. До того ж ці уявлення, на думку О. Фролової, структуруються в стереотипі таким чином:

1. Ядро формують уявлення про зовнішність, історичне минуле, особливості способу життя, трудові навички, напр.: *Wie nennt man im Schwabenland einen gutaussehenden, attraktiven Mann?* – Tourist [11]. У прикладі висловлюється твердження про те, що симпатичний чоловік у Швабії не є місцевим, а отже узагальнюється стереотип про непривабливий зовнішній вигляд швабів. Для посилення негативного враження про швабів і створення образності їх порівнюють з мавпами, напр.: *Was kommt dabei raus, wenn man einen Schwaben mit einem Affen kreuzt? Noch ein Schwabe* [11].

Оскільки однією з функцій стереотипів є економія зусиль у повсякденному мисленні [5], тому несхвальне ставлення до представників певної етнічної групи розповсюджується навіть на місця їхнього побутування – вокзал, напр.: *Was ist das Schönste am Stuttgarter Hauptbahnhof?* – Der Schnellzug nach Karlsruhe [11]. Можна висловити припущення, що кубічні форми будівлі вокзалу в Штуттгарті не сприймається як витвір мистецтва, тому вважається за краще залишити місто на швидкісному потязі.

2. Периферія представлена мінливими судженнями про моральні й комунікативні характеристики швабської етнічної спільноти, напр.: *Ein schwäbisches Ehepaar wandert durch die Alpen und fällt in eine Gletschespalte. Am nächsten Tag hören sie eine Stimme von oben rufen: «Hallo, hier ist das Rote Kreuz» Darauf ruft der Schwabe zurück: «Mir gäbet nix!»* [11] У поданій ситуації увага акцентується на скнарості та інтровертності швабів. Таке враження складається з того, що представники даної спільноти, опинившись в загрозовій ситуації, сприймають представників Червоного Хреста не як рятувальників, а як збирачів пожертви.

Подані вище приклади переконливо доводять існування у німецькому етносі автостереотипів. Аналізовані стереотипи є ментальними утвореннями, які мають структуру і вербалізуються у німецькому фольклорі. Саме у таких формах народної творчості прослідковується афективний компонент автостереотипу, який виражає негативне ставлення до швабської етнічної спільноти. Перспективним напрямом дослідження видається опис автостереотипів, які виникли в післявоєнний період у мешканців західної та східної частин Німеччини.

#### Література:

1. Гнатенко П. И. Этнические установки и этнические стереотипы / П. И. Гнатенко, В. Н. Павленко. – Днепропетровск, 1995. – 200 с.
2. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова. – М. : Смысл, 1998. – 389 с.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : Підручник. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
4. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология : учебник для студ. вузов / Т. Г. Стефаненко. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 368 с.
5. Фролова О. В. Етнічні стереотипи в комунікативному полі особистості : монографія / Ольга Фролова ; Бердян. держ. пед. ун-т. – Бердянськ : БДПУ, 2014. – 135 с.
6. Гнатенко П. И. Этнические установки и этнические стереотипы / П. И. Гнатенко, В. Н. Павленко. – Днепропетровск, 1995. – 200 с.
7. Боровикова В. Г. Стереотипы культурной перцепции / В. Г. Боровикова // Вестник Брянского государственного университета : РИО БГУ, 2010. – № 2. – С. 140–142.
8. Лукичева М. В. Языковые этнические авто- и гетеростереотипы (на материале немецкого и русского языков) / М. В. Лукичева, Е. С. Лобова // Иностранные языки и межкультурная коммуникация: роль и место в современном образовании: материалы Международной научно-практической конференции Абакан, 17-19 ноября 2011 / отв. ред. И. П. Амзаракова – Абакан : Изд-во ФГБОУ ВПО «Хакасский гос. университет им. Н. Ф. Катанова», 2011. – С. 191–197.
9. Szarota T. Zur Genese des Begriffs «Der deutsche Michel» – Режим доступу : [www.rcin.org.pl](http://www.rcin.org.pl).
10. Мельникова Е. В. Культура и традиции народов мира / Е. В. Мельникова. – М. : Диалог культур, 2006. – 303 с.
11. Witze. – Режим доступу : [www.die-besten-witze.blogspot.com](http://www.die-besten-witze.blogspot.com).

УДК 811.161.2+811.112.2

**Х. Ю. Дяків,**

Національний університет імені Івана Франка, м. Львів

### КОМУНІКАТИВНІ ДЕВІАЦІЇ В ІНТЕРВ'Ю НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

У статті проаналізовано особливості комунікативних девіацій на матеріалі інтерв'ю українських і німецьких інтернет-видань. Встановлено основні типи девіацій – з позиції адресанта й адресата, визначено їх особливості в обох лінгвокультурах.

**Ключові слова:** комунікативні девіації, інтерв'ю, українська преса, німецька преса.

### КОМУНІКАТИВНЫЕ ДЕВИАЦИИ В ИНТЕРВЬЮ НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЙ И УКРАИНСКОЙ ПРЕССЫ

В статье проанализированы особенности коммуникативных девиаций на материале интервью украинских и немецких интернет-изданий. Установлены основные типы девиаций – с позиции адресанта и адресата, определены их особенности в обеих лингвокультурах.

**Ключевые слова:** коммуникативные девиации, интервью, украинская пресса, немецкая пресса.

### COMMUNICATIVE DEVIATIONS IN THE INTERVIEWS AS BASED ON THE MATERIAL OF UKRAINIAN AND GERMAN PRESS

The article presents an analysis of the problem of the communicative failures (communicative deviations). Modern linguistic research focuses primarily on the study of the communication, cognitive-discursive phenomena and organization of communicative genres. The study of communication failures is an topical problem in the research of communicative linguistics, especially on such material as mass media interviews. Deviation is a natural control factor and a positive factor for communication. Two approaches should be applied towards speech deviation aspect of analysis: normative – as isolating and objective criterion – for research proper, in the another typology – a priori (usual) and a posteriori (current) criteria. Perceived deviations are divided into inten-