

**Ж. А. Дягілева,**

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ У НІМЕЦЬКИХ ГУМОРИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ: СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ

*Стаття присвячена стереотипам у німецьких гумористичних текстах. Подано визначення етнічного стереотипу і соціальної ідентичності, визначено історичні і соціальні передумови виникнення стереотипів у німецькому суспільстві, окреслено роль етнічних жартів у вербалізації стереотипів. Застосування семантичного аналізу гумористичних текстів дозволило виділити лексеми, які вербалізують стереотипні уявлення про мешканців східної і західної Німеччини.*

**Ключові слова:** етнічний стереотип, соціальна ідентичність, гумористичний текст, мешканець східної і західної Німеччини.

### VERBALIZATION OF ETHNIC STEREOTYPES IN GERMAN COMIC TEXTS: SEMANTIC ASPECT

*The article deals with the ethnic stereotypes in the German comic texts. The ethnic stereotypes have always been in the scope of interest of social linguists. The assumption has been that information about out-groups coming from group sources is always influenced by the group's values, ideology, beliefs and goals. The definitions of an ethnic stereotype and social identity have been given. It was claimed that some ethnic stereotypes may have been accurate at one point in history and then persisted while the culture changed. The attention to the function of language in the formation and change of cultural stereotypes has been directed. Ethnic jokes and humour as representatives of ethnic stereotyping have been presented. They reflect real national values, which may emerge from historical events. The social reasons of negative stereotypes functioning in German ethnos have been indicated. The application of the semantic analysis of comic texts has allowed to allocate lexemes, which reflect stereotypic representations about inhabitants of east and western Germany.*

**Keywords:** ethnic stereotype, social identity, comic text, inhabitant of east and western Germany.

### ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В НЕМЕЦКИХ ЮМОРИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Статья посвящена стереотипам в немецких юмористических текстах. Представлено определения этнического стереотипа и социальной идентичности, определено исторические и социальные предпосылки возникновения стереотипов в немецком обществе, очерчено роль этнических шуток в вербаллизации стереотипов. Применение семантического анализа юмористических текстов позволило выделить лексемы, которые вербализуют стереотипные представления о жителях восточной и западной Германии.*

**Ключевые слова:** этнический стереотип, социальная идентичность, юмористический текст, житель восточной и западной Германии.

Стереотипи виконують важливу функцію зміцнення національної ідентичності. Вони були і залишаються цікавим об'єктом дослідження соціологічних дисциплін і лінгвістики. Стереотип визначали як зафіксоване в свідомості, спрощене і вибіркоче уявлення (В. Ліппман) і описували в контексті різних соціальних відношень (М. Шериф, Г. Теджфел). Не менш продуктивними є дослідження мовних стереотипів С. Бартмінські, В. Телії.

**Мета статті** – виявити семантичне наповнення стереотипів про східних і західних німців, вербалізованих у німецьких гумористичних текстах та їхню кореляцію з ціннісними установками німецького етносу.

Дискусія про етнічні стереотипи передбачає вивчення гумористичних текстів, які свідчать про існування процесу стереотипізації в мовленні. У жартах використовуються етнічні стереотипи, коли представник іншої групи опиняється в глузливій ситуації. Етнічні жарти стають популярними на хвилі соціальних змін, вони відображають справжні національні цінності, які виникають на тлі історичних подій, наприклад, конфліктів між етнічними групами.

Опис етнічних стереотипів передбачає усвідомлення їхньої належності до соціальних стереотипів. Соціальні стереотипи визначаються у соціальній психології як когнітивні або ментальні уявлення про соціальну групу та її представників. Вони мають символічну й ідеологічну природу. Різноманітність переконань включає поняття про поведінку, цінності, риси типових членів групи. Якщо індивід активує уявлення про групу, до якої він належить, мова йде про автостереотип [2, с. 144].

Осягнення природи будь-якого стереотипу неможливе без застосування теорії соціальної ідентичності Г. Теджфела і Дж. Тернера, яка стала найбільш впливовою у сфері міжгрупового спілкування. Вона має за основу твердження, що соціальне середовище поділене на групи і соціальні категорії, які виражають наміри та орієнтацію своїх членів. Соціальна ідентичність була визначена як частина процесу самооцінки індивіда, що походить від його усвідомлення належності соціальної групі разом з ціннісною і емоційною значущістю цього членства [7, с. 363].

Відповідно до цієї теорії поняття соціальної ідентичності є тривимірною структурою з такими складниками: пізнавальний (усвідомлення належності до групи); оцінний (цінності, властиві групі); емоційний (переживання, пов'язані з цим фактом).

Нині цікавим для дискусії про етнічні стереотипи видається домінування когнітивного погляду з декларацією про те, що етнічна група – це категорія, до якої індивід себе відносить, і тому вона відіграє значну роль в узгодженні думок стосовно певної інформації і самооцінки. Г. Теджфел вважає, що наше відношення до різних категорій є від природи асиметричним. Категоризація людей відповідно до їхньої етнічної або національної приналежності впливає на судження про їхні особливості. Таке асиметричне відношення веде до виникнення національних або етнічних стереотипів: загальна характеристика людей, які належать до однієї категорії, і мають особливості, що відрізняють їх від інших категорій.

Отже, стереотипізація є природною упорядковувальною функцією індивідуальної та суспільної свідомості. Стереотипи полегшують сприйняття реальності, тому що вони спрощують складності, які роблять людей унікальними. Таке спрощення відображає також важливі переконання і цінності. Поеднання двох особливостей означає, що етнос має серйозні підстави спонукати людей відповідати стереотипам, тобто заохочувати їх діяти за образом, який культура вже має про них, і таким чином виконувати свої соціальні ролі. Д. Бар-Тал запропонував всебічну й інтегральну модель стереотипічного формування змісту та змін, що переважно стосуються національних і етнічних стереотипів, для розширення нашого розуміння міжетнічних відносин, зумовлених стереотипічним змістом, яким дві сторони відносин оперують [2, с. 148].

Етноцентрична модель поведінки є тенденцією сприймати іншу групу на підставі їхньої несхожості. Така тенденція особливо проявляється, коли інша група має очевидні відмінності й викликає зневагу і страх. Важливу роль в формуванні

й зміні стереотипів відіграє мова як один з важливих каналів соціальної комунікації. Мова, яка використовується в політичній, соціальній, культурній і освітній сферах, активує стереотипи, виражає їх, впливає на відстань для спілкування між групами, зачіпає емоційні реакції членів групи по відношенню до інших. Інформація про представників інших груп формується через призму своїх цінностей, ідеології, переконань і цілей. Таке твердження передбачає, що характеристика інших груп через визначені канали комунікації не повинна сприйматися лише як вираження стереотипічного змісту. Він насправді відображає ідеали групи, скеровуючи надану інформацію, і є невіддільним від соціальних факторів [2, с. 148].

Найвизначнішу роль у формуванні стереотипу, окрім зовнішніх факторів, відіграють особисті погляди. Особисті судження мають вплив на розпізнавання і тлумачення інформації, що призводить до індивідуальних відмінностей: у результаті пізнавальної діяльності індивіди демонструють різне розуміння тієї самої інформації. Факторами такого впливу виступають: особисті знання, пізнавальні навички, мова, цінності, ставлення, спонукання, індивідуальність. Через особисті пізнавальні упередження індивіди недооцінюють або переоцінюють фактичний зв'язок між певними характеристиками або групами. Вони вибірково опрацьовують інформацію і переривають цей процес на власний розсуд на шляху до формування стереотипічного змісту. У даному контексті висловлюється припущення, що високоосвічені люди культивують більш диференційований погляд на іншу групу, зберігаючи різноманітні смисли, навіть суперечливого характеру. І навпаки, люди менш освічені сприймають іншу групу спрощено, поверхнево, схилившись до загалом позитивного або негативного змісту [3, с. 515].

Образи і автостереотипи утворюють уявне «ми», яке стає релевантним у різних суспільних сферах для окремої людини, групи, покоління або регіону. Поняття «Ми-образ» корелює з антропогенним базовим шаблоном, який стає соціальним принципом впорядкування в усіх культурах впродовж їхньої історії. Це парадигматичний концепт символічного самоусвідомлення в колективних образах соціального формування і культурного протиставлення [4, с. 2].

Після возз'єднання німецького народу спілкування між представниками різних частин країни відбувалося через призму стереотипів, які виявляють низку культурних особливостей, зумовлених історичними подіями і соціальними умовами. Визначальною видається зміна самоідентифікації з суспільства цінностей (Wertegesellschaft) на мобільне суспільство (Bewegungsgesellschaft). Такий перехід визначив прийняття консервативними німцями нових цінностей, існування іншого мислення, що призвело до відчуження у суспільстві й декларування нового «Ми-відчуття»: культурна лаконічність по відношенню до альтернатив у мові, ідеях та естетиці [4, с. 24].

Відсутність однорідності у суспільстві була зумовлена також примусовим його поділом на дві держави, що призвело до поглиблення протиріч. У західнонімецькому суспільстві спостерігалась тенденція невпевненості і намагання бачити «вороже» через близькість до соціалізму НДР. Відповідно такі соціальні атрибути, як джинси, «кока-кола» і іншомовна музика вважалися у східнонімецькому суспільстві зрадницькими показниками ненімецького. Після того як дві країни зробили власний німецький народ, який залишався пов'язаний історією і культурою, але віддалився у цінностях і мисленні, ворожим, колективна пам'ять складалась інакше. Первинні форми спільної «культурної» пам'яті залишалися, якщо мова йшла про німецьку класичну культуру або про спільну схильність до народної пісні, пива або футболу. Проте на комунікативному рівні спостерігалось відчуження, глибокі культурні та поведінкові розбіжності [4, с. 24]. Свідченням такого твердження слугують такі лексеми-лакуни: *das Kollektiv* – на позначення групи людей, які разом працюють (у соціалістичних країнах); *der Broiler* – переважно в східній Німеччині, на позначення курки-гриль [10].

Категоризація за двома соціальними групами східних та західних німців вербалізується у взаємодоповнювальних лексемах, наприклад: *Ossi* – слово виникло після об'єднання країн по аналогії з лексемою *Wessi*, яка спочатку позначала громадянина західної Німеччини, але не стосувалась мешканців західного Берліна. Обидві лексеми мають пейоративне значення, що особливо проявляється у складних іменниках. Лексема *Besserwessi* характеризує громадянина західної частини Німеччини, який повільно поводиться себе в питаннях політики та економіки, наприклад: *Und die «Protesthaltung gegen die Besserwessi und ihre Demokratie» ist dann vielleicht nur der gewöhnliche Protest der Kolonialherren* [9]. Лексична одиниця *Jammerossi* називає східного німця, який має звичку скаржитися. Існування цієї лексеми пов'язано з образом вимогливого, незадоволеного мешканця нових земель, наприклад: *Es gibt in ihrer Klasse keine Jammerossis mehr, eher Handlungssossis* [9].

Возз'єднанням двох німецьких держав була зламна ситуація, в якій східні й західні німці налагоджували особисті зв'язки після сорокарічного розділення. Східні німці повинні були упоратися з новим суспільним ладом в їхньому повсякденному житті, а західні німці – з їхніми новими співгромадянами, наприклад: *Warum haben Ossis 42 Knochen mehr als Wessis? Weil ihr Gehirn noch mechanisch arbeitet* [11]. Лексема *mechanisch* є ключовою в уявленні про сповільнений соціальний і технічний розвиток східної Німеччини.

Етнічні жарти часто спрямовані на меншини в межах певного регіону або на людей з сусідніх областей. Поширений формат цих жартів – дурна людина з типовим характером, обрана для знущання, знаходиться в центрі уваги. Такі жарти є обоюдоцінними з групою, над якою знущаються, і можуть змінюватись в залежності від регіону. Відкритим залишається питання про те, чи етнічні жарти сприймаються як акт агресії проти спільноти, чи їх не варто сприймати серйозно. Зазвичай мова йде про «теорію переваги гумору» там, де етнічні стереотипи в даний момент переважають. Змістове наповнення жартів на тему «Ossi–Wessi» свідчить про те, що популярними є гумористичні тексти про східних німців.

Дослідження стереотипів і їхньої мовної реалізації, проведене М. Рот на основі записаних інтерв'ю в період з 1993 по 1996 у західній і східній частині Берліну, мало на меті зафіксувати соціальний перелом після об'єднання німецьких держав. В результаті проведеного експерименту були визначені такі стереотипи про східних німців: «непрацюючий», «невпевненість», «залежність», «вороже ставлення до іноземців», «непривітність» [5], наприклад: *Beim Friseur im Osten: «Das Rasieren bei Ihnen kostet seit der Wende deutlich mehr!» «Na klar, die Gesichter sind ja auch länger geworden»* [11]. Вживання фразеологізму *ein langes Gesicht* натякає на розчарованість східних німців після возз'єднання.

Використання східними німцями діалектів на протигагу «літературній німецькій мові» в західній частині Німеччини [5] є також причиною існування стереотипів про відмінність у мові, наприклад: *Warum nennen die Ossis die Wessis, Wessis? Weil sie Spezialisten nicht sagen können* [11].

Уявлення про відсталість, незнання сучасних умов проживання втілюються в жартах завдяки порівнянню східних німців з мавпами і вживанню лексеми *die Banane*, наприклад: *Warum können die Ossis nicht vom Affen abstammen? Weil es Affen nicht 40 Jahre lang ohne Bananen ausgehalten hätten; Wie funktionierte früher ein Ossi-Kompass? Man legte eine Banane auf die Mauer und dort wo abgeissen wurde war Osten!* [11]

Така негативна характеристика була відповідно збалансована на адресу західних німців. З 1991 року політики активно критикували своїх сусідів у засобах масової інформації, виступаючи проти односторонньої вимоги до громадян східної Німеччини вчитися задля її реформування [6, с. 544]. Звідси випливає приписування західним німцям таких стереотипів:

«зарозумілість», «егоїзм», «орієнтація на споживання», «стриманість» [5], наприклад: *Was erhält man, wenn man einen Ossi mit einem Wessi kreuzt? Einen arroganten Arbeitslosen* [11].

У центрі уваги постало питання про колективну ідентичність та розрізнення свого і чужого. Інтерактивне використання моделі «свій/чужий» пов'язане з певними правилами. Вона працює успішно, коли учасники комунікації узгоджено займають протилежні сторони. Наприклад, під час подорожі у відпустці за кордоном людина приймає на себе роль чужого з готовністю пристосовуватись і вчитись. Роль «свого» передбачає не пристосування до уявлень про звичне і правильне, а виконання функції наставника по відношенню до «чужого». Такий розподіл ролей буде спотворений, коли «чужий» виступає вчителем, а «свої» тими, хто потребує інформування. Така ситуація відповідає становищу східної частини Німеччини. Необхідність перевчатися у всіх сферах життя породжувала відчуття відчуженості, представники західної Німеччини сприймалися як втілення ворожого зразку поведінки і загрозливих вимог пристосування [6, с. 546].

Семантичний аналіз відібраних жартів показує актуальність лексеми *die Mauer*, яка виступає символом роз'єднання німецького народу: *Was war des Ossis Lieblingssport? Bobfahren: «Links ne Mauer, rechts ne Mauer und immer bergab»; Warum lächeln die Chinesen die West-Deutschen immer so an? Weil die Chinesen die Mauer noch haben* [11]. Проведення паралелей з Великою китайською стіною свідчить про ностальгію західних німців за тими часами, коли стіна перешкоджала їхньому спілкуванню з мешканцями східних земель.

У поданих нижче гумористичних текстах знаходиться підтвердження ідея про те, що стереотипи – це узагальнене уявлення про моральний, розумовий стан і поведінку представників різних етнічних груп [1, с. 24], наприклад: *Was ist der Unterschied zwischen einem intelligenten Ossi und einer intelligenten Blondine? Es gibt keinen, beide hat man noch nie gesehen; Was ist der Unterschied zwischen einem Fuchs und einem Wessi? Der Fuchs ist schlau und stellt sich dumm – der Wessi macht es anders rum* [11]. Завдяки порівнянню східного німця з блондинкою, а протиставлення західного німця лисиці створюється обопільний образ нерозумної людини.

Семантичне наповнення стереотипів про східних та західних німців у гумористичних текстах відзначається негативним характеристиками міжособистісних відносин, які були зумовлені історичними подіями. Аналізовані стереотипи мають негативні атрибутивні ознаки, що підтверджується вживанням лексем з пейоративним значенням. Подальше дослідження стереотипів має на меті вивчення їхньої вербалізації у німецьких публіцистичних текстах.

#### Література:

1. Фролова О. Етнічні стереотипи в комунікативному полі особистості / Ольга Фролова. – Бердянськ: Бердян. держ. пед. ун-т., 2014. – 135 с.
2. Ajtony Z. Ethnic Stereotypes – Impediments or Enhancers of Social Cognition? / Zsuzsanna Ajtony // Acta Universitatis Sapientiae, Philologica. – 2011. – №3. – P. 134–155.
3. Bar-Tal D. Formation and change of ethnic and national stereotypes: An integrative model / Daniel Bar-Tal // International Journal of Intercultural Relations. – 1997. – №21. – P. 491–523.
4. Kaschuba W. Deutsche Wir-Bilder nach 1945: Ethnischer Patriotismus als kollektives Gedächtnis? [Електронний ресурс] / Wolfgang Kaschuba. – Режим доступу до ресурсу: [kaschuba.com/texte/kaschuba\\_wir\\_bilder.pdf](http://kaschuba.com/texte/kaschuba_wir_bilder.pdf).
5. Roth M. Stereotype in gesprochener Sprache. Narrative Interviews mit Ost- und Westberliner Sprechern 1993 – 1996 / Marita Roth. – Tübingen : Stauffenburg, 2005. – 279 S.
6. Schneider W.L. Überhebliche Wessis – (n)ostalgische Ossis : strukturelle Prämissen kollektiver Devianzzuschreibungen in der Beziehung zwischen Ost- und Westdeutschen / Wolfgang Ludwig Schneider // 27. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie – Gesellschaften im Umbruch : Sektionen und Arbeitsgruppen. – Opladen : Westdt. Verl., 1995. – S. 544–547.
7. Tajfel H. Differentiation between Social Groups / Henri Tajfel // The Discourse Reader. – 1999. – P. 346–366.

#### Джерела ілюстративного матеріалу:

- «Besserwessi» und «Jammerossi» – Ost-West-Vorurteile noch immer stark verbreitet. [Електронний ресурс] // Spiegel-Online. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.spiegel.de/>.  
 Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.dwds.de/>.  
 Duden–Online [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.duden.de/>.  
 Witze [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.andinet.de/>.

УДК 378.013,2:81'243

О. В. Дядченко,

Мукачевський державний університет, м. Мукачів

### ІНШОМОВНА ПІДГОТОВКА СТУДЕНТІВ НЕФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

У статті висвітлено сучасні концепції навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах нефілологічного профілю. Обґрунтовано методологічні засади іншомовної підготовки студентів нефілологічних спеціальностей до міжкультурної взаємодії.

**Ключові слова:** концепція, методологія, навчання іноземної мови, студенти нефілологічних спеціальностей, міжкультурна взаємодія.

#### FOREIGN LANGUAGE PREPAREDNESS OF NON-PHILOLOGICAL STUDENTS FOR INTERCULTURAL COOPERATION

In the article modern concepts of teaching foreign languages for specific purposes are highlighted. Methodological basics of the English language readiness for intercultural cooperation of students of non-philological specialities are confirmed.

**Key words:** concept, methodology, teaching foreign languages, students of non-philological specialities, intercultural cooperation.

#### ИНОЯЗЫЧНАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ НЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ К МЕЖКУЛЬТУРНОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

В статье освещены современные концепции обучения иностранному языку в высших учебных заведениях нефилологического профиля. Обоснованы методологические принципы иноязычной подготовки студентов нефилологических специальностей к межкультурному взаимодействию.