

УДК 81'373.23:811.161.2:811.162.1:811.112.2

Кучма Т. В.

## НАЦІОНАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ В УКРАЇНСЬКІЙ, ПОЛЬСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ МОВАХ

*Стаття присвячена дослідженню національних стереотипів в українській, польській та німецькій мовах. У результаті оброблення даних вільного асоціативного експерименту було сформовано асоціативні поля номінативних одиниць на позначення національності, визначено стереотипні асоціації інформантів.*

**Ключові слова:** національний стереотип, вільний асоціативний експеримент, асоціація.

**Кучма Т. В. Национальные стереотипы в украинском, польском и немецком языках. – Статья.**

*Статья посвящена исследованию национальных стереотипов в украинском, польском и немецком языках. В результате обработки данных свободного ассоциативного эксперимента были сформированы ассоциативные поля номинативных единиц, обозначающих национальность, определены стереотипные ассоциации информантов.*

**Ключевые слова:** национальный стереотип, свободный ассоциативный эксперимент, ассоциация.

**Kuchma T. V. National Stereotypes in Ukrainian, Polish and German Languages. – Article.**

*The given article deals with the investigation of national stereotypes in Ukrainian, Polish and German languages. The paper gives the associative fields of nominative lexical units denoting nationality, stereotyped associations according to the results of free associative experiment.*

**Key words:** national stereotype, free associative experiment, association.

Сучасне мовознавство характеризується зростанням уваги дослідників до номінацій, що іменують людину як носія стереотипів: професійних (Т. Zgółka, Н. Zgółkowa), статево-вікових (М. Karwatowska), національних (Т. Голікова, І. Голубовська, І. Кобозєва, О. Кузіна, О. Маклакова, І. Привалова, С. Тер-Мінасова, J. Bartmiński, J. Misiukajtis) тощо.

Під стереотипом [1, с. 332] розуміють спрощений схематизований образ об'єктів або подій, який характеризується значною стійкістю. В. Дем'янов [2, с. 177] визначає стереотип як стандартну думку про соціальні групи або про окремих індивідів як представників цих груп. Стереотип допомагає людині орієнтуватися в обставинах, які не вимагають від неї аналітичного мислення, індивідуального відповідального рішення. З іншого боку, стереотипи сприяють виникненню й закріпленню упереджень – негативного оцінного ставлення, яке часто не відповідає дійсності [1, с. 332]. Розрізняють авто- й гетеростереотипи, тобто уявлення про себе і про інших.

Метою статті є дослідження специфіки вербалізації національних стереотипів носіями української, польської та німецької мов, за даними вільного асоціативного експерименту.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких основних завдань: 1) сформулювати асоціативні поля номінативних одиниць на позначення національності; 2) визначити стереотипні асоціації; 3) виявити теми, які не зафіксовані у тлумачних словниках, але існують у свідомості носіїв мови.

Національні стереотипи, за твердженням Є. Бартмінського [10, с. 100], є емоційно маркованими з перевагою неприязні до ближніх сусідів і симпатії до віддалених. Оцінка представників різних етнічних груп визначається загальнокультурною опозицією «свій-чужий», а також пов'язана з дружніми стосунками та конфліктами між цими групами. Конфлікти, за спостереженнями Є. Бартмінського [10, с. 99], особливо сприяють виникненню негативних національних стереотипів. При цьому варто зауважити, що національний характер – це не сума характерів окремих його представників, а фіксація типових рис, які наявні у різній мірі й у різних комбінаціях у значного числа індивідів. Риси характеру можна зрозуміти лише у співвіднесенні їх із загальною системою цінностей, способом життя народу [7, с. 136–137].

Дослідження стереотипу, як наголошує польська дослідниця Б. Секульські [13, с. 155], варто завжди включати в контекст конкретних суспільних процесів й інтересів, оскільки як предметне означення стереотипу, так і результати цього означення зазнають їх впливу і, з іншого боку, задовольняють усю наявну потребу у поясненні й мотивації.

Новий вимір отримують стереотипи, коли вони поєднують інтернаціоналізовані образи з настановами, які спонукають до дій [11, с. 8]. Це означає, що ми маємо більш стереотипні образи у свідомості, ніж реалізуємо у побуті: про людей, країни, історичні події, а також про хороше і погане, правильне і хибне. Якщо стереотип спрямований на образ «себе» або «чужого», його можна також визнати як оцінно-нейтральне узагальнення. Наприклад, французи люблять пити вино і розуміються на моді, німці п'ють пиво, жінки витриваліші до болю. Потрібен додатковий поштовх, щоб повністю вичерпати негативний потенціал стереотипу як упередження проти індивідів і груп.

Поняття етностереотипу тісно пов'язане з поняттям конотації, яку в даному контексті Л. Крисін визначає як стандартну, стійку асоціацію, що викликає у мовній свідомості носіїв мови вживання того чи іншого слова у певному значенні [6, с. 138].

Формування соціальних стереотипів ґрунтується як на індивідуальних когнітивних процесах і емоційних станах індивіда (закріплення певних якостей відбувається в міру пізнання об'єкта і приписування йому рис чи властивостей, типової поведінки тощо), так і на дії соціальних факторів, впливі засобів масової інформації [12, с. 152].

Часто стереотипи вважаються небажаними через провідну роль, яку вони відіграють у соціальному припиненні, що базується на расових, вікових та інших характеристиках, однак вони є важливими для соціального життя. У ситуації, коли ми не знаємо жодних індивідів, стереотипи допомагають нам зробити припущення, чого очікувати від інших і чого вони очікують від нас; ми покладаємося на наше розуміння тих, хто займає певний соціальний статус [14, с. 261].

Мовна свідомість функціонує у двох режимах – активному, або смислоутворювальному, та пасивному, або знакутворювальному. Асоціативно-вербальна мережа є матеріальним аналогом і джерелом смислоутво-

рення, де відношення «стимул–реакція» є його початковим етапом [3, с. 89].

За допомогою методики вільного асоціативного експерименту можна вивчити особливості функціонування мовної свідомості людини і способи побудови мовного висловлювання, які зазвичай не усвідомлюються носіями мови і не виявляються іншими способами дослідження [8, с. 4]. Асоціації надається статус універсального чинника мовного розвитку: усю структурну організацію лексичної системи мови визначають асоціативні відношення, що постійно урізноманітнюються у зв'язку зі змінами в змісті мислення та через збагачення мислення новими поняттями. Асоціації лежать і в основі будь-яких словотвірних процесів та впливають на стилістичні явища [9, с. 135]. Вільний асоціативний експеримент дає можливість отримати інформацію стосовно психологічних еквівалентів «семантичних полів» і відкрити семантичні зв'язки слів, які об'єктивно існують у психіці носія мови. За асоціативними реакціями можна судити про сполучуваність слів у мовленні, причому закономірності розподілу слів у вільному асоціативному експерименті й вірогідність їх появи у мовному потоці надзвичайно близькі [8, с. 4]. Вільний асоціативний експеримент дає надійну лінгвістичну і психологічну інформацію, його результати порівняно легко піддаються математичній обробці [6, с. 94].

Реакції, отримані у процесі асоціативних експериментів, можна розглядати як специфічний для певної культури і мови асоціативний профіль образів свідомості. Вони інтегрують розумові й чуттєві знання, якими володіє певний етнос [8, с. 5]. Проте питання національно-культурної специфіки лишається надзвичайно актуальним, оскільки відмінності у національній свідомості комунікантів є головною причиною непорозумінь у міжкультурному спілкуванні [8, с. 3].

Специфічні національні асоціації, як зазначає М. Кочерган [4, с. 311], властиві не тільки лексиці з національно-культурним компонентом, а й нейтральним загальноживим словам на позначення речей і понять, які є поширеними у всіх культурах. Знання семантичних асоціацій, а також символики слів дозволяє виявити реальне функціонування слова у певному соціумі. Зіставне вивчення асоціацій засвідчує, що близькість національних культур можна оцінити через подібність семантичних асоціацій. Асоціативні зв'язки є важливими й для відтворення мовної картини світу [4, с. 313–314].

Вільний асоціативний експеримент проводився із носіями української, німецької та польської мов методом письмового анкетування. В експерименті взяли участь по 100 українських, польських та німецьких інформантів віком від 18 до 30 років. Реакції, отримані під час нашого експерименту, свідчать про те, що носії української, польської та німецької мов ідентифікують слова-стимули, які позначають соціальний статус людини, за подібним набором ознак. Це дає змогу як у межах кожного асоціативного поля, так і всієї вибірки виділити напрями асоціювання, які є інтралінгвальними для трьох мов: риси зовнішності та характеру, розумові здібності, майновий стан, елементи одягу та аксесуари, улюблені або національні страви й напої, географічні назви та визначні місця. У результаті стандартної освіти, розповсюдження телебачення та інших засобів масової інформації зростає стереотипність реакцій, тобто найчастотніші реакції стали ще більш частими [6, с. 94]. Під час групування реакцій було зроблено акцент на інтралінгвальних лексико-семантичних явищах.

Проаналізуємо такі номінативні одиниці, як укр. **американець** / пол. **Amerikanin** / нім. **Amerikaner**; укр. **англійць** / пол. **Anglik** / нім. **Engländer**; укр. **італієць** / пол. **Włoch** / нім. **Italiener**; укр. **китаєць** / пол. **Chińczyk** / нім. **Chinese**; укр. **німець** / пол. **Niemiec** / нім. **Deutscher**; укр. **поляк** / пол. **Polak** / нім. **Pole**; укр. **турок** / пол. **Turek** / нім. **Türke**; укр. **українець** / пол. **Ukrainiec** / нім. **Ukrainer**; укр. **француз** / пол. **Francuz** / нім. **Franzose**. З-поміж здобутих реакцій розглянемо ті, які відображають риси зовнішності і характеру на запропоновані слова-стимули.

Українські інформанти вважають **американця гарним, товстим, жирним, повним**; який має **білі зуби, посмішку, посмішку на всі зуби та велику пону**, є **вільним, розкутим, нахабним, цікавим, щасливим, доброзичливим**. Носії польської мови охарактеризували американця (пол. **Amerikanin**) як дуже симпатичного *bardzo sympatyczny*, товстого, повного *otyły*, усміхненого *uśmiechnięty*, щасливого *szczęśliwy* товстуна *gruby*, якому притаманна надокучливість *natarczywość*, самовпевненість  *pewność siebie* та відкритість, прямота *otwartość*. Німецькі інформанти бачать американця (нім. **Amerikaner**) жирним, гладким *fett*, ще жирнішим *noch fetter*, миловидним, милим *nett*, несимпатичним *unsympathisch*, а також голосним, шумним *laut*, наївним, простодушним *naiv*, манірним *prüde*, самовпевненим *selbstsicher* та надто високої думки про себе *eingebildet*.

Носії української мови описують **англійця** як **галантного, стриманого, витонченого, чудного, вихованого, консервативного, манірного, пухатого, інтелігентного, суворого, нудного**, якому властива **вишуканість, стриманість, манірність, пунктуальність**. Польські інформанти вважають англійця (пол. **Anglik**) симпатичним *sympatyczny*, флегматичним *flegmatyczny*, дурним *głupi*, манірним *sztuczny*, капосним *wredny*, рудим *rudy*, буфоном *bufon* і флегматиком *flegmatyk*, якому притаманна серйозність *powaga*, стриманість *powściągliwość*, спокійність *spokój* та меланхолія *melancholia*. Німецькі інформанти вважають англійця (нім. **Engländer**) товстим, повним *dick*, з рудим волоссям *rote Haare*, веселим, радісним *fröhlich*, п'яним *betrunken*, злопам'ятним; образливим *nachtragend*, егоцентричним *selbstbezogen*, класним *toll*, знатним, аристократичним *vornehm*, вірним традиціям *traditionsbewusst*, з поганим гумором *schlechter Humor*, хуліганом *Hooligan*.

**Італійця** українські інформанти вважають **гарним, засмаглим, смаглявим, навіть чорним, також балакучим, запальним, емоційним, пристрасним та незрозумілим**, для італійця характерними є **пристрассть та жестикуляція**. Польські інформанти охарактеризували італійця (пол. **Włoch**) як смаглявого *śniady*, чорного *czarny*, гарячого, палкого *rozpalony*, усміхненого *uśmiechnięty*. Також вважають, що він є бабієм *kobieciarz*, *babiarz*, самцем *samiec*. Носії німецької мови відзначають, що італієць (нім. **Italiener**) є спокусником, звабником *Verführer*, коханцем *Liebhaber*, мачо *Macho*, також зрадником *Verräter*. Італієць є засмаглим *gesonnt*, гамірливим *laut*, різким *scharf*, неорганізованим *unorganisiert*. Носії трьох мов звернули увагу на **темперамент** (укр.) італійця – пол. *temperament* / нім. *Temperament*.

Українські інформанти відзначили, що **китаєць** є **жовтим, жовтошкірим, маленьким, малим, дивним, смішним, хитрим, маленьким на зріст, вузькооком, з вузькими очима, розкосими очима**, йому властива **виnahідливість**. Носії польської мови описують китай-



ця (пол. **Chińczyk**) як малого *mały*, невисокого *niski*, *niewysoki*, худого *szczypli*, смішного *śmieszny*, розкошого *skośnooki*, з вузькими очима *skośne oczy*, *wąskie oczy*, трудоголіка *pracoholik*. Німецькі інформанти вважають китайця (нім. **Chineser**) жовтим *gelb*, маленьким *klein*, сліпим *blind*, привітним *freundlich*, чужим *fremd*, *unverständlich* незрозумілим, з вузькими очима *Schlitz-Augen*, *schmale Augen* та темним волоссям *dunkle Haare*.

Носії української мови описують **німця** як *грубого*, *жорсткого*, *злого*, *недоброго*, *нелюб'язного*, *педантичного*, *пунктуального*, *скупого*, *стриманого*, *суворого*, йому притаманна *надійність*, *пунктуальність*, *порядок*, *економія*, *строгість*, *точність*, *чіткість*, він є *пиволюбом*, *педантом* і *прагматиком*. Польські інформанти описують німця (пол. **Niemiec**) рудим *rudy*, рішучим *stanowczy*, який любить порядок *porządek* і дисципліну *dyscyplina*, йому властиві серйозність *powaga*, незадоволення *niezadowolone*, байдужість (перен.) *chłód* і брак смаку *brak gustu*. Носії німецької мови вважають німця (нім. **Deutscher**) жирним *fett*, великим *groß*; серйозним, строгим *ernst*, пунктуальним *pünktlich*, манірним, церемонним *steif*, який турбується, непокоїться *bemüht*, чесним, порядним *bieder*; лінивим *faul*, обмеженим, дріб'язковим *kleinkariert*, холодним, стриманим *kühl*, впертим *starr*, неприємним *unangenehm*, недружнім, непривітним *unfreundlich*, замкнутим *verschlossen*, різностороннім *vielseitig*, плавсивим *weinerlich*; вони мають біляве волосся *blondes Haar*. Їм властиві заздрість *Neid*, обмежене мислення *eingeschränktes Denken*, старанність *Fleiß*, гордість *Stolz*, національна самосвідомість *Nationalbewusstsein*, пунктуальність, точність *Pünktlichkeit*, чистота, охайність *Sauberkeit*, вимушеність, манірність *Steifheit*.

Українські інформанти вважають **поляка товстим**, *гордим*, *добродушним*, *добррозичливим*, *наглим*, *хитрим*; він є *беижетником*. Польські інформанти відзначають, що поляк (пол. **Polak**) є *pracowity* працьовитим, малим *mały*, добрим *dobry*, зарозумілим *zarozumiały*, нервовим *nerwowo*, гамірливим *głośny*, для нього важливими є патріотизм *patriotyzm*, гостинність *gościnność*, гордість *duma*, скарги *narzekanie*, комплекси *kompleksy*. Також він є лінохом, неробою *obibok*, п'яницею *pijak*. Носії німецької мови на стимул поляк (нім. **Pole**) навели лише одну реакцію, яку можна було б віднести до рис зовнішності: сірий *grau*, можливо, через переважаючий колір одягу.

Носії української мови описують **турка** як *гарного*, *смаглявого*, навіть *темного*, *чорного*, *чорнявого*; впадають в очі його *вуса* і *засмага*, він є *красенем* і *мачо*. У деякого турок викликає *відразу*. Польські інформанти характеризують турка (пол. **Turek**) темношкірим *ciemnoskury*, нав'язливим, нахабним *natrętny*, чужим *obcy*. Він має темний колір шкіри *ciemna karnacja*, смагляву шкіру *śniada cera*, чорні очі *czarne oczy*. Його вважають брехуном *klamca*, йому властиві неохайність

*niechlujność*, безумство *szaleństwo*, глупість *głupota*. Для німецьких інформантів турок (нім. **Türke**) є балакучим *redselig*, темним *dunkel*, з темним волоссям *dunkle Haare*, чорним волоссям *schwarze Haare*, бородою, вусами *Bart*. Він викликає антипатію, відразу (*Abneigung*), існують труднощі з умінням пристосовуватися (*Anpassungsschwierigkeiten*) та суперечка, конфлікт (*Streit*).

Українські інформанти вважають **українця** *красивим*, *веселим*, *цирим*, *вільним*. Носії польської мови відзначають, що українець (пол. **Ukrainiec**) є сердечним *serdeczny*, має великі очі *duże oczy* та посмішку *uśmiech*. Йому властива наполегливість *zaciętość*, допитливість *ciekawość*, хитрість *chytrość*. Українець викликає в поляка симпатію *sympatia*. Німецькі інформанти на стимул **українець** (нім. **Ukrainer**) не навели реакцій, які б відображали риси зовнішності чи характеру.

Носії української мови характеризують **француза** як *вишуканого*, *стильного*, *елегантного*; *інтелектуального*, *романтичного*; *дон жуана* перен. «розпусник». Польські інформанти теж відзначають, що француз (пол. **Francuz**) є романтичним *romantyczny*, але й крім того невірним коханцем *niewierny kochanek*, зарозумілим *zadufany* і таким, який мудрує *przemądrzały*. Носії польської мови описують француза (нім. **Franzose**) як життєрадісного *lebensfroh*, стильного *stilvoll*, гідного любові *liebenswert*, гордого *stolz*, гордовитого, пихатого *arrogant*, незгідливого, упертого *rechthaberisch*, недружнього *unfreundlich*, несимпатичного *unsympathisch*, з чорним волоссям *schwarze Haare* й усміхом *Grins*.

Отже, зафіксовані реакції відображають риси зовнішності, характеру, які є притаманними, пов'язуються з цією номінацією-національністю. Так, американця вважають товстим і усміхненим; англійця – рудим і стриманим, нудним; італійця – гарним засмаглим балакучим бабієм; китайця – маленьким розкосим трудоголіком; німця – серйозним і стриманим; поляка – доброзичливим; турка – смаглявим, балакучим і нав'язливим; українця – щирим, сердечним; француза – елегантним і романтичним. Це свідчить про те, що носії кожної досліджуваної мови сприймають номінацію в першу чергу як стереотип, схематизований образ. Реакції, отримані під час нашого експерименту, показують, що носії української, польської та німецької мов ідентифікують слова-стимули, які позначають національність, за подібним набором ознак, які є значно ширшими за діапазоном значень, ніж відомості з глумачних словників.

Перспективи подальших досліджень полягають у виявленні національних стереотипів, що функціонують у художніх творах, засобах масової інформації з подальшим їхнім зіставленням із національними стереотипами, здобутими під час вільного асоціативного експерименту.

### Література

1. Гуревич П. Стереотип / П. Гуревич // Современная западная социология : словарь / [сост. Ю. Давыдов и др.]. – М. : Политиздат, 1990. – 432 с.
2. Демьянков В. Стереотип / В. Демьянков // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е., Демьянков В., Панкрац Ю., Лузина Л. – М. : Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – С. 177–179.
3. Караулов Ю. Вербальные единицы знания : структура, объем, качество / Ю. Караулов // Язык и мы. Мы и язык : сб. ст. памяти Б. Шварцкофа. – М. : Рос. гос. гум. ун-т, 2006. – С. 89–125.
4. Кочерган М. Основи зіставного мовознавства : [підручник] / М. Кочерган. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2006. – 424 с.

5. Крысин Л. Слово в современных текстах и словарях. Очерки о русской лексике и лексикографии / Л. Крысин. – М. : Знак, 2008. – 320 с. – (Studia philologica).
6. Сахарный Л. Введение в психолінгвістику : [курс лекцій] / Л. Сахарный. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1989. – 184 с.
7. Стефаненко Т. Этнопсихология / Т. Стефаненко. – М. : Институт психологии РАН, «Академический проект», 1999. – 320 с.
8. Уфимцева Н. Предисловие / Славянский ассоциативный словарь : русский, белорусский, болгарский, украинский / Н. Уфимцева [и др.]. – М. : Моск. гос. лингвист. ун-т [и др.], 2004. – (Барнаул : Некоммерч. партнерство «Аз Бука»). – С. 3–9.
9. Чабаненко В. Асоціація як універсальний чинник мовного розвитку / В. Чабаненко // Мовознавство. – 2005. – № 3–4. – С. 132–137.
10. Bartmiński J. Stereotypy mieszkają w języku : Studia etnolingwistyczne / J. Bartmiński. – Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2007. – 360 s.
11. Heinemann M. Konzepte von Stereotypen – statt einer Einleitung / M. Heinemann // Sprachliche und soziale Stereotype / hrgs. von Margot Heinemann. – Frankfurt am Main : Lang. – 1998. – 185 s.
12. Sawicka G. Funkcje stereotypu w nominacji językowej / G. Sawicka // Język a Kultura / pod red. J. Anusiewicza i J. Bartmińskiego. – Tom 12. Stereotyp jako przedmiot lingwistyki : Teoria, metodologia, analizy empiryczne. – Wrocław : Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, 1998. – S. 146–154.
13. Sekulski B. “Hände hoch, ich liebe dich!”. Stereotype Bilder im deutschen Minimalwortschatz. Ergebnisse eines deutsch-polnischen Projekts / B. Sekulski // Sprachliche und soziale Stereotype / hrgs. von Margot Heinemann. – Frankfurt am Main : Lang. – 1998. – 185 s.
14. Джонсон А. Тлумачний словник з соціології / А. Джонсон ; [пер. з англ. за наук. ред. В. Ісаєва, А. Хоронжого]. – Львів : Вид. центр Львів. нац. ун-ту імені І. Франка, 2003. – 480 с.