

**Т.В. Попова**  
**Екатеринбург**

**Немцы и Германия:  
национальные стереотипы русских**

Межсоциумная межкультурная коммуникация в значительной степени опирается на стереотипы восприятия иной нации, сложившиеся в ходе исторического взаимодействия с ней. Стереотипы восприятия другой нации опираются на противопоставление «свои» и «чужие», которое «в разных видах пронизывает всю культуру и является одним из главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения. В том числе, конечно, и русского» [Степанов 2001: 126].

Современная наука определяет стереотип следующим образом: это «некое “представление” фрагмента окружающей действительности, фиксированная “ментальная картинка”, являющаяся результатом отражения в сознании личности “типового” фрагмента реального мира, некий инвариант определенного участка картины мира ... стереотип есть некая структура ментально-лингвального комплекса, формируемая инвариантной совокупностью валентных связей, приписываемых данной единице и репрезентирующих образное представление феномена, стоящего за данной единицей, в его [образа-представления] национально-культурной маркированности при определенной предсказуемости направленных ассоциативных связей (векторов ассоциаций)» [Красных 2003: 231-232].

В.В. Красных, выделяет 2 вида стереотипов восприятия: стереотип как сценарий ситуации, сценарий поведения в ней и стереотип как собственно представление, наглядно-образная или фреймовая картинка явления. Для анализа стереотипов восприятия другой нации актуальны обе его разновидности.

Взаимоотношения России и Германии имеют длительную, но неоднозначную историю. Поэтому стереотипы восприятия немцев русскими и русских немцами необходимо изучать, выявлять происходящие в них изменения и, по возможности, оптимизировать. Наиболее серьезно данная проблема на лингвистическом материале рассматривалась такими учеными, как

И.М. Кобозевой, З.Д. Поповой, Ю.Е. Прохоровым, И.А. Стерниним, В.И. Шалак и др.

И.М. Кобозева предложила особую методику для выявления стереотипов национальных характеров, сложившихся в языковой картине мира носителей языка, - лексико-семантический эксперимент [Кобозева 2000: 185-197], направленный на экспликацию коннотаций, отражающих связанные со словом культурные представления и традиции. Коннотации этнонимов *русский, немец, англичанин, француз* отражают несущественные, но устойчивые признаки выражаемого словом понятия, воплощающие принятую в обществе оценку соответствующего предмета или факта [Апресян 1974: 67, Апресян 1988: 36]. Объективным проявлением коннотации признается не только наличие оценочных элементов в словарной дефиниции этнонима, но и «интерпретация псевдотавтологий «*X есть X*», которые информативны именно в силу того, что в них объекту *X* имплицитно предиктируется свойство, устойчиво ассоциируемое в сознании говорящих с объектами данного типа», и конструкций «Он *X*, но он *P*» [Кобозева 2000: 186].

Анализ результатов эксперимента, в котором участвовало 50 человек, позволил И.М. Кобозевой выявить дескрипторы, использованные носителями русского языка для описания немцев. Немец обычно:

- *аккуратен (14 реакций), чистоплотен (3), до тошноты аккуратен (1), опрятен (2), подтянут (1), собран (1);*
- *педантичен (8), пунктуален (7), четок (3), точен (3); экономен (1), расчетлив (1), рачителен (1), скуп (1);*
- *неинтересен (1), зануден (1), банален (1), примитивен (1); въедлив (1), дотошен (1);*
- *сдержан (1), холоден (1), упорен (1), настойчив в достижении чего-л. (1);*
- *работоспособен (2);*
- *расторопен (1); вышколен (1), вежлив (1), добродушен (1), осторожен (1).*

Данные дескрипторы были объединены в группы, представляющие набор характерологических черт, свойственных немцам: *аккуратность (22), педантичность (21), исполнитель-*

ность (8), экономность (4), неинтересность (4), въедливость (2), сдержанность (2), упорность (2) и работоспособность (2)

На втором этапе эксперимента проводилась декомпозиция (компонентный анализ) значений слов-дескрипторов с целью выявления общих для них сем. Так, для лексем *педантичный, аккуратный, исполнительный, вышколенный, вежливый* (73% всех реакций) был выделен интегральный компонент «соблюдающий норму, действующий по общим правилам»; для лексем *въедливый, педантичный* – компонент «буквализм» и т.д. Это позволило выстроить иерархию стереотипов, характеризующих немцев: «следование нормам и правилам» обуславливает их «неинтересность» (как правило, интересно то, что отступает от нормы), педантичность, сдержанность и иные характеристики [Кобозева 2000: 189-190].

Национальные стереотипы, связанные с восприятием немцев русскими, изучал В.И. Шалак (<http://www.vaal.ru>). Его работы интересны в нескольких аспектах: 1) они опираются на анализ разных материалов: текстов русской классической литературы, текстов печатных СМИ XXI в., Интернет-материалов; 2) исследование учитывает результаты контент-анализа, проведенного с помощью компьютеризированной психолингвистической экспертной системы «ВААЛ»; 3) оно представляет динамику изменения этих стереотипов в течение 1998-2006 гг.

В.И. Шалак, отталкиваясь от работ И.М. Кобозевой, решил повторить ее исследование, но не путем очередного опроса, а путем контент-анализа разных текстов. По его мнению, «далеко не каждому человеку в своей жизни приходится много общаться с представителями разных наций, чтобы иметь возможность составить о них свое личное мнение. Тем не менее, у каждого из нас имеются некоторые устойчивые представления о них. Откуда берутся эти представления? Ответ достаточно очевиден - из произведений литературы, из художественных фильмов, газет, программ ТВ, рассказов других людей» (Там же).

Поэтому прежде всего анализировались произведения обязательной программы по литературе для поступающих в вузы. В ней собран тот минимум, который должен быть усвоен каждым культурным человеком, готовящимся к продолжению своего образования. Эта программа является санкционированной госу-

дарством социально-культурной нормой, в которой нашли отражение основные социальные типы людей с особенностями их поведения в различных ситуациях, взглядами на окружающий мир и т.д.

Список исследуемых стереотипов был расширен до восьми. В него вошли **американцы, англичане, евреи, немцы, русские, украинцы, французы и японцы**. Инструментом анализа послужила психолингвистическая экспертная система ВААЛ. Общий объем проанализированных текстов составил более 44 мегабайт.

А.Г. Шмелевым и его коллегами были выделены 15 лексических классов, используемых в российской культуре для представления личностных черт (см. первый столбик табл. 1).

Таблица 1. Лексемы, эксплицирующие личностные особенности отдельных наций

Смысловая шкала	Пример полюса (-)	Пример полюса (+)
Доброжелательность	Злой, бесчеловечный	Добрый, сердечный
Интеллект	Глупый, тупица	Думающий, просвещенный
Экстраверсия	Апатичный	Оживленный
Самоконтроль	Небрежный	Обязательный
Независимость	Слабый, тряпка	Сильный, боец
Спокойствие	Невыдержанный, раздражительный	Покладистый, спокойный
Непрактичность	Опытный, практичный	Наивный
Правдивость	Лгун	Незапятнанный, праведный
Доминантность	Соглашатель	Неуступчивый
Неизбалованность	Избалованный, капризный	Непритязательный

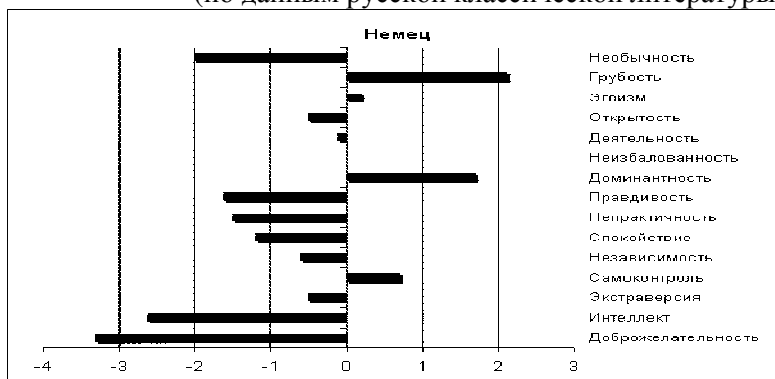
Деятельность	Волокитчик	Дельный, деловой
Открытость	Нелюдимый	Раскрепощенный
Эгоизм	Непритязательный	Гордец, самолюбивый
Грубость	Изысканный, музыкальный	Наглый, невежливый
Необычность	Типичный	Необычный

Контент-анализ текстов русской и зарубежной литературы XIX в., входящей в обязательную программу средней школы, обнаружил, что немцы представлены в классической литературе как заурядные, грубые, неуступчивые, лживые, практичные, глупые и недоброжелательные люди (см. диаграмму 1).

При этом немцы, как и японцы, американцы и украинцы, оказались менее близки русским, по сравнению с англичанами, евреями и французами.

Диаграмма 1. Личностные особенности немцев

(по данным русской классической литературы)



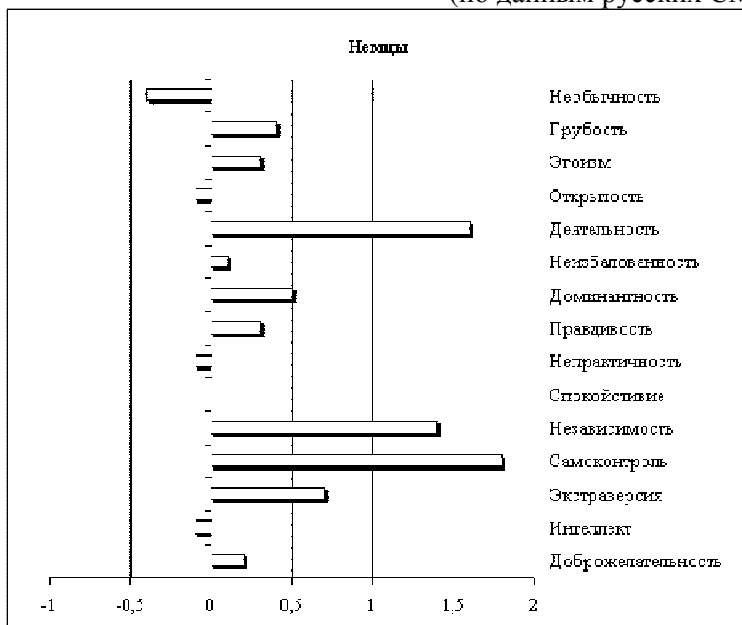
Вероятно, это отчасти объясняется не только историческими причинами, но и эгоцентризмом писателей и поэтов. «Большинство людей воспринимают родную культуру как точку отсчета, как единственно возможную меру вещей. Такую позицию принято называть эгоцентризмом, и он играет исключительно важ-

ную роль в МКК. Мы помещаем себя, нашу расовую, этническую или социальную группу в центр универсума и соответственно этому оцениваем всех других. Чем более они похожи на нас, тем ближе к себе мы помещаем их в этой модели; чем больше расхождения, тем дальше от себя определяем мы их место...» (Трушина 1998: 68-69).

По данным В.И. Шалак, «русские люди сами считают себя довольно симпатичными. Главные их черты - **ум, доброта** и желание жить по **правде**. Из других национальностей наибольшие симпатии у них вызывают **англичане, французы** и, к некоторому удивлению, **евреи**. Т.е. несмотря на имеющий место бытовой антисемитизм стереотип евреев в русской литературе наделен и хорошими чертами, которыми сами русские не прочь обладать. Структура стереотипа **евреев** довольно близка стереотипу **русских**. Наименее же симпатичны **немцы, японцы** и, как это ни странно, **украинцы**. Исторически наиболее близкая нация наделена просто букетом негативных черт. Не намного лучше отношение к **американцам**» (<http://www.vaal.ru>).

На втором этапе В.И. Шалак обратился к материалам российских СМИ: анализировались все публикации за первые три квартала 2000 года следующих 24-х газет разной идеологической направленности и содержания: «Вечерняя Москва», «Известия», «Аргументы и факты», «Ведомости», «Время МН», «Звезда», «Завтра», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Красная звезда», «Московская правда», «Московские новости», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Общая газета», «Парламентская газета», «Правда-КПРФ», «Российская газета», «Совершенно секретно», «Советская Россия», «Трибуна», «Труд», «Сегодня». Анализировались лишь контексты (предложения), в которых упоминались представители интересующих нас национальностей. Оценки производились по тем же параметрам, что и в предыдущем исследовании.

Диаграмма 2. Личностные особенности немцев  
(по данным русских СМИ)

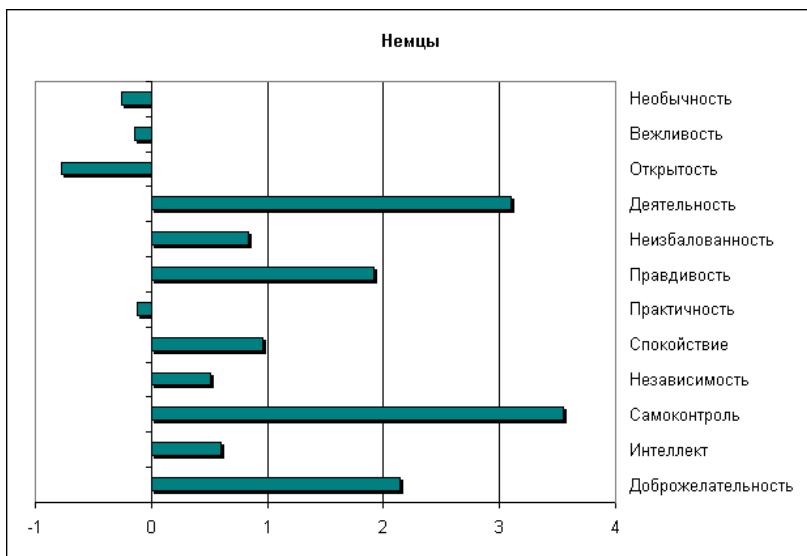


Результаты существенно изменились (см. диаграмму 2): немцы в представлении русских СМИ деловиты, решительны, пунктуальны. Если сравнить эти оценки с оценками на материале литературы, то **англичане, французы, японцы и немцы** укрепили свой имидж. Стереотипы восприятия этих наций изменились в лучшую сторону. Особенно это касается **японцев**. Объяснение очевидно: Япония сейчас чуть ли не лучший друг России, высокоразвитая и высокотехнологичная страна, время военного противостояния ушло в прошлое. А вот **украинцы** и особенно **американцы** стали более чужды русским. Незначительно ухудшился имидж **евреев**.

На III этапе анализировались публикации русскоязычного фрагмента сети Интернет за 2006 год. Для этого с помощью программы VISpy (интернет-интерфейса к программе ВААЛ) было собрано из глобальной сети более 6 Мб текста, относяще-

гося к данной проблеме. Его анализ с помощью программы ВА-АЛ(R) дал следующие результаты (см. диаграмму 3).

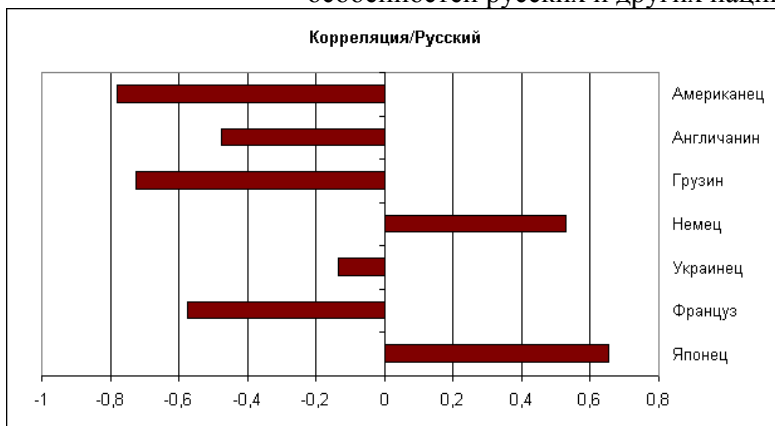
Диаграмма 3. Личностные особенности немцев (по данным русскоязычного фрагмента Интернета)



Анализ Интернет-публикаций показал, что наиболее симпатичны для русских **японцы и немцы**, наименее - **грузины, англичане и американцы** (см. корреляцию личностных черт разных наций на диаграмме 4). **Немцы** обладают только положительными чертами – дисциплинированностью, склонностью к самоконтролю, доброжелательностью и правдивостью. Ярко выраженных отрицательных черт у них нет (диаграмма 3).



Диаграмма 4. Корреляция личностных особенностей русских и других наций



Стереотипы восприятия разных наций могут быть выявлены и иным способом - по данным ассоциативных экспериментов: стереотипы 80-90-х гг. XX в. – по данным «Русского ассоциативного словаря» («РАС») в 2-х тт. (М., 2002), стереотипы начала XXI в. – по данным новых экспериментов.

В «РАС» Германия среди этнонимов представлена достаточно полно (см. табл. 2). Только она и Россия имеют все 3 типа этнонимов: название страны, ее жителей и относительное прилагательное, мотивированное именем страны или ее жителя. Это свидетельство тесной исторической связи этих двух государств, их значимости друг для друга.

В «РАС» представлен ряд стимулов, которые позволяют выявить отношение русского общества к Германии и немцам: *Германия, немцы/ немец, немецкий, ариец, нацизм, фашизм, нордический, Бах, Бисмарк, Гете, Шиллер, Фаустус, Великая Отечественная война, Вторая мировая война, ГДР*. Для анализа были выбраны те из них, которые нейтральны в эмоционально-оценочном отношении, являются основными номинативами нации и созданного ею государства, связаны друг с другом сильными двусторонними ассоциативными связями, а также ассоциируются с прецедентными феноменами Германии. Это стимулы *Германия, немцы – немец, немецкий, ариец*. Стимул *Гер-*

мания порождает реакции *немцы/ немец 5, Пруссия 1, Deutschland 1*; стимулы *немцы/ немец* - реакции *Германия, из Германии, страна (Германия) 6*. Стимул *ариец* вызывает реакции *Германия 3, Гитлер, Ганс, Шикльгрубер* и под.

Прилагательное *немецкий* имеет чрезвычайно важную высокочастотную реакцию *язык 41*, последний является неотъемлемой частью любой культуры и представителя любой нации.

Таблица 2.

Стимулы-этнонимы в «Российском ассоциативном словаре»

*Примечание.* Полужирным выделены те страны, которые представлены 2-3 этнонимами.

Этноним – страна, континент, часть земного шара	Житель страны	Относительное прилагательное, мотивированное этнонимом
Австралия	-	-
Азия	-	-
-	-	Английский
<b>Америка</b>	-	<b>Американский</b>
Африка	-	-
Беларусь	-	-
-	-	Бермудский
-	-	Бразильский
<b>Германия</b>	<b>Немец Ариец</b>	<b>Немецкий Нордический</b>
-	-	<b>Голландский</b>
Евразия	-	-
Европа	-	-
-	<b>Индеец</b>	<b>Индийский</b>
Италия	-	-
-	-	Китайский
-	Негр	-
-	-	Персидский
<b>Россия</b>	<b>Русский</b>	<b>Российский</b>
<b>Советский союз СССР</b>	<b>Советский</b>	<b>Совок</b>

-	Татарин	-
-	-	Турецкий
-	-	Украинский
-	-	Финский
<b>Франция</b>	-	<b>Французский</b>
-	Цыганка	-
-	Чурек	-
<b>Япония</b>	-	<b>Японский</b>

Анализ совокупности реакций на стимул *Германия* (РАС, т. 1: 130) позволил выявить среди них следующие смысловые гнезда:

- «Страна как часть мирового сообщества» (38 R): *страна 27, государство в Центральной Европе 1, Пруссия 1, Deutschland 1, граница 1, Европа 2, Греция и Россия 1, Родина 1, Россия 1, СССР 1, Япония 1;*

- «Типовые маркеры Германии» (26 R): *города (Берлин 3, Дрезден 2), здания-символы (рейхстаг 1, стена 1), предметы-символы (BMW 1, крест 1, немецкий язык 1, пиво 1, шоколад 1), события (объединенная 2, объединилась 2, побеждена 1, побежденная 1, распалась 1, война 3, войска 1, вывод войск 1), идеология (фашизм 2);*

- «Жители Германии» (13 R): *немец 1, немцы 4, фашисты 2, бюргер 2, люди 1, Гитлер 2, Клинтман 1;*

- «Характерные черты Германии и жителей Германии» (11 R): *порядок 1, чистота 1, точность 1; прекрасная страна 1, фашистская 1, великая, всесильная 1, далекая 1, малая 1, маленькая 1, торговый партнер 1;*

- «Оценка» (8 R): *порядок 1, чистота 1, точность 1; прекрасная страна 1, фашистская 1, фашизм 2, великая, всесильная 1.*

Эти же гнезда выделяются и в совокупностях реакций, порождаемых другими этнонимами (см. табл.3).

Таблица 3. Смысловые гнезда реакций на стимулы  
*Германия, немец, немецкий, ариец*

Смысловые гнезда R	Стимул («РАС», т.1)			
	<i>Германия</i> (с. 130)	<i>Немец</i> (с. 130)	<i>Ариец</i> (с. 130)	<i>Немецкий</i> (с. 130)
Страна как часть мирового сообщества	<i>страна 27, государство в Центральной Европе 1, Пруссия 1, Deutschland 1, граница 1, Др. страны Европа 2, Греция и Россия 1, Родина 1, Россия 1, СССР 1, Япония 1</i>	<i>Из Германии 1, Германия 4, страна (Германия) 1, ГДР 1, Др. страны за граница 1, в городе 1</i>	<i>Германия 3, Др. страны восток 1</i>	
Типовые маркеры Германии	<b>Город</b> ( <i>Берлин 3, Дрезден 2</i> ), <b>здания-символы</b> ( <i>рейхстаг 1, стена 1</i> ), <b>предметы-символы</b> ( <i>BMW 1, крест 1</i> ,	<b>Идеология:</b> <i>фашизм 1</i> , <b>Ее представитель:</b> <i>Фриц 3, фашист 17, нацист 1, Националист 1</i>	<b>Идеология:</b> <i>фашизм 2</i> , <b>Ее представитель:</b> <i>Фриц 1, фашист 3, нацист 1, фашистская тварь 1</i> <b>События:</b> <i>Бойня 1</i>	<b>Язык:</b> <i>Язык 41, словарь 1, Deutsch 1</i> <b>Языки др. стран:</b> <i>английский 10, русский 3, французский 3, не русский 2</i> <b>Город:</b>

	<p><i>немецкий язык 1, пиво 1, шоколад 1), события (объединенная 2, объединилась 2, побеждена 1, побежденная 1, распалась 1, война 3, войска 1, вывод войск 1), идеология (фашизм 2)</i></p>		<p><b>Действия:</b> <i>Национальный танец 1</i></p>	<p><i>Город 1, Предмет-символ: Журнал 2, костюм 1, стол 1</i> <b>Здание:</b> <i>церковь 1</i> <b>События, действия и связанные с ними реалии:</b> <i>фронт 1, солдат 1, лагерь 1,</i></p>
<p>Жители Германии и других стран</p>	<p><b>Жители Германии:</b> <i>немец 1, немцы 4, фашисты 2, бургер 2, Жители вообще люди 1</i> <b>Прецедентное имя:</b> <i>Гитлер 2, Клинсман</i></p>	<p><b>Суть:</b> <i>национальность 3, раса 2, нация 1, Ариец 2</i> <b>Жители Германии:</b> <i>Герр 1, Deutsch 1</i> <b>Жители других стран:</b> <i>русский 10, русский и полк 1, ав-</i></p>	<p><b>Суть:</b> <i>национальность 11, раса 2, нация 3</i> <b>Жители Германии:</b> <i>Немец 21, немцы 1</i> <b>Жители других стран:</b> <i>Африканец 1, вьетнамец 1,</i></p>	<p><b>Жители других стран:</b> <i>Турок 1</i> <b>Прецедентное имя:</b> <i>Гегель 1, Ремарк 1</i></p>

	<i>1</i>	<i>стриец 1, англичанин 1, иностранец 7</i> <b>Жители вообще</b> <i>Гражданин 1, человек 1</i> <b>ПИ:</b> <i>Ганс 1, Шумахер 1, Гитлер 1, Гондон 1</i>	<i>негры 1, туземец 1, иностранец 3</i> <b>Жители вообще</b> <i>Человек 4, это я 1</i> <b>ПИ:</b> <i>Штирлиц 5, Гитлер 2, Ганс 1, Шикльгрюбер 1</i>	
Характерные черты Германии и жителей Германии	<i>порядок 1, чистота 1, точность 1; прекрасная страна 1, фашистская 1, великая 1, все- сильная 1, далекая 1, малая 1, маленькая 1, торговый партнер 1</i>	<b>Внешность</b> <i>В каске 1, каска 1, мотоцикл 1, с автоматом 1, светлый 1</i> <b>Др. Особенности:</b> <i>Аккуратный 2, аккуратист 1, веселый 1, жесткий 1, интеллигентный 1, педант 1, пунктуальный 1, скупой 1, строгий 1, чистоплотный 1</i>	<b>Внешность</b> <i>Высокий 1, молодой 1, светлорусый 1, чистый 1</i> <b>Др. особенности</b> <i>голубая кровь 1, богатый 1, веселый 1, ласковый 1</i>	

		<b>Типовые действия:</b> <i>Солдат 1, война 5, дискутирует 1, молчит 1, турист 1</i>		
Оценка	<i>порядок 1, чистота 1, точность 1; прекрасная страна 1, великая 1, все-ильная 1</i>	<i>Враг 2, гад 2, ненависть 1, швайн 1, классный парень 1</i>	<i>Идеал 1, истинный 13</i>	<i>Собачий язык 1, трудный 2, Черт голову сломит 1, чуждой 1</i>

Анализ смысловых подгнезд, образуемых реакциями на изучаемые стимулы, позволяет обнаружить, что смысловые блоки обладают разной наполняемостью и удельным весом (см. табл. 4). Наиболее частотные из них, вероятно, могут быть маркерами стереотипов восприятия немцев русскими людьми.

Таблица 4. Удельный вес смысловых гнезд реакций на стимулы *Германия, немец, немецкий, ариец*

Смысловые гнезда R	Стимул				
	Германия 102 R	Немец 106 R	Ариец 105 R	Немецкий 93 R	Итого
<b>Страна как часть мирового сообщества:</b>	<b>38</b>	<b>9</b>	<b>4</b>		<b>51</b>
Германия	31	7	3		41
Другая страна	7	2	1		10
<b>Типовые маркеры:</b>	<b>26</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>70</b> 43/18	<b>138</b> 61

Язык	-	-	-	1	6
Город	5	-	-	1	3
Здания-	2	-	-	4	9
символы	5	-	-	-	32
Предметы-	2	22	8	3	17
символы	12	-	2		
Идеология					
События, действия					
<b>Жители</b>	<b>13</b>	<b>36</b>	<b>59</b>	<b>3</b>	<b>112</b>
Суть	9	8	16	-	33
Жители Гер-	1	2	22		25
мании	-	20	7	1	28
Жители др.	3	2	5	-	10
стран	-	4	9	2	15
Жители во-					
обще					
Прецедентное имя					
<b>Характерные черты Гер-</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>44</b>
<b>мании и жи-</b>					
<b>телей Герма-</b>	11	5	4	-	20
<b>нии</b>	-	11	4	-	15
Внешность	-	9	-	-	9
Др. черты					
Типовые дей-					
ствия, поведе-					
ние					
<b>Оценка</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>34</b>
Другое	8	6	10	15	37

словлено не только объективными (особенности немцев как нации), но и субъективными факторами, в частности, тем, что «для русского сознания привычно в других народах видеть достоинства, оценивать чужое как интересное, хорошее, качественное, а о себе – говорить плохо, пренебрежительно, с осуж-



дением» [Прохоров, Стернин 2006: 118-119]. Эта тенденция у русских более сильна, чем эгоцентризм, о котором пишут другие исследователи.

### Литература

- Апресян Ю.Д.* Лексическая семантика. – М., 1974.
- Апресян Ю.Д.* Прагматическая информация для толкового словаря // Прагматика и проблемы интенциональности. – М., 1988.
- Кобозева И.М.* Лингвистическая семантика. – М., 2000. С. 185-197.
- Красных В.В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М., 2003.
- Прохоров Ю.Е., Стернин И.А.* Русские: Коммуникативное поведение. – М., 2006.
- Степанов Ю.С.* Константы: Словарь русской культуры. – М., 2001.
- Трошина Н.Н.* Этносемантические и стилистические проблемы межкультурной коммуникации в деловой сфере // Проблемы этносемантики: Сборник научно-аналитических обзоров. М., 1998. С. 66-85.
- Шалак В.* Стереотипы национальных характеров. // <http://www.vaal.ru>
- Шалак В.* Стереотипы национальных характеров – 2 // <http://www.vaal.ru>
- Шалак В.* Стереотипы национальных характеров - 3 // <http://www.vaal.ru>

©Попова Т.В., 2008