

СТЕРЕОТИПЫ О ГЕРМАНИИ В СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ
СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ю. Н. Точилина

THE STEREOTYPES OF GERMANY IN THE CONSCIOUSNESS OF THE INHABITANTS
OF THE SIBERIAN FEDERAL DISTRICT OF THE RUSSIAN FEDERATION

Yu. N. Tochilina

Статья посвящена современным стереотипным представлениям о Германии и немцах, сложившихся у жителей Сибирского федерального округа.

The article is about the modern stereotypic conceptualization of Germany and the Germans in the consciousness of the inhabitants of the Siberian federal district of the Russian Federation.

Ключевые слова: стереотип, менталитет, диалог культур, нация, Германия, немцы.

Keywords: stereotype, mentality, dialogue of cultures, the nation, Germany, the Germans.

За последние годы значительного прогресса в исследовании этнической психологии в целом и национального характера в частности добились российские учёные. Изданные ими за последнее время учебники и монографические работы свидетельствуют о начале масштабного развёртывания исследований в этой области на базе лучших достижений отечественной и зарубежной науки. Актуальность темы вызвана интересом исследователей к вопросам взаимодействия языка, культуры, психологии народа. Феномен и понятие «стереотип» привлекает большое внимание исследователей.

Очень хорошо понятие «стереотип» описано в Философском словаре [2]: «Стереотипы – формы, в которых действия и мысли людей сводятся к простейшим схемам и реакциям. Подобно штампам, оставляющим отпечатки на множестве копий, С. закрепляют в людях элементарные связи поведенческих и мыслительных актов, сохраняют устойчивость этих связей в меняющихся ситуациях. Поскольку С. действуют как некие психические и поведенческие автоматизмы, они могут трактоваться как формы биологической наследственности (своего рода инстинкты) или как формы наследования социального (см. "Архетипы"). В широком смысле С. – это формы, определяющие поведение не только отдельных людей, но и групп, субкультур, этносов, обществ. В этом плане С. – элементы социальных связей, закрепляющие в психике людей определенные общественные формы и т. о. поддерживающие структурность социальных взаимодействий. С. становятся особой философской и научной проблемой именно тогда, когда они перестают выполнять функции автоматизмов человеческого мышления и поведения...».

Характеризуя стереотип как явление, В. А. Маслова отводит ему роль «представителя культуры» и «опоры личности в диалоге культур» [1, с. 108]. Стереотипы составляют основу менталитета любого народа, они помогают личности ориентироваться в окружающем мире.

Конечно, времена меняются, меняются и стереотипы. Люди становятся более открытыми, более смелыми. Но избавиться от такого феномена, как стереотип, полностью не могут.

Конец XX – начало XXI века ознаменовались кардинальными политическими и экономическими изменениями, произошедшими, в первую очередь, в европейских государствах, среди которых центральное положение занимает Германия, а также в России. Германия, являясь третьей в мире страной по величине экономики и находясь на втором месте по объему экспорта, оказывает огромное влияние не только на евро-

пейские страны, но также становится все более влиятельным политическим фактором международных отношений. Германия пережила за это время двух бундесканцлеров, Россия – двух президентов. Между двумя государствами в течение многих столетий развиваются особые отношения.

Основными источниками, формирующими способы восприятия немцев и русских друг о друге являются словари, справочные материалы, энциклопедии и т. д., которые содержат богатые комментариями статьи об этих странах, их географии, истории, политическом устройстве, культуре и т. д., где приводятся сведения об этих странах на современном этапе их развития, начиная с 1990 года (распад СССР и Wiedervereinigung Deutschlands (воссоединение Германии)).

Этимологический словарь русского языка Макса Фасмера принадлежит к числу самых авторитетных этимологических словарей нашего времени. Согласно этому словарю: «Германия – германец, стар. германе мн. "германцы", XVII в., Плач о пл. Моск. (Гудзий, Хрест. 311). Книжное заимств. из ср.-лат. Germania, Germani».

В словаре русских синонимов выделены следующие синонимы слова Германия: неметчина, ФРГ, третий рейх.

Большая советская энциклопедия дает следующее описание Германии: «(Deutschland), Федеративная Республика Германия (ФРГ) (Bundesrepublik Deutschland), государство в Центр. Европе, омывается Северным и Балтийским морями. 357 тыс. км². Население 81,2 млн человек (1993); св. 90 % – немцы. Городское население св. 85 %. Официальный язык – немецкий. Среди верующих – протестанты (лютеране, св. 50 %) и католики. Германия – федерация, в ее составе 16 земель. Глава государства – президент; глава правительства – федеральный канцлер. Законодательный орган – бундестаг, органы представительства земель – бундесрат. Столица – Берлин, местопребывание президента; местопребывание правительства и бундестага – Бонн (в 1991 принято решение о переводе правительства и бундестага в Берлин до 2000). На севере – Северо-Германская низм. с холмами и озерами, южнее – возвышенности и средневысотные горы (Рейнские Сланцевые горы, Шварцвальд, Тюрингенский Лес, Гарц, Рудные горы), чередующиеся с плато и равнинами. На юге – отроги Альп высотой до 2963 м (г. Цугшпитце). Климат умеренный, переходный от морского к континентальному... Крупные реки – Рейн, Везер, Эльба, Одер. На юге – Боденское оз. Ок. 30 % территории занято лесами. Нацио-

нальные парки – Баварский Лес, Берхтесгаден; многочисленные резерваты, памятники природы. В древности на территории Германии жили германцы. Племенные союзы алеманнов, баваров, тюрингов, саксов и др. были включены в VI – VIII вв. во Франкское государство. В результате его раздела (843) было создано Восточно-Франкское королевство, на основе которого сформировалось в 10 в. раннефеодальное королевство Германии. В 962 г. с завоеванием германским королем Оттоном I Сев. и Ср. Италии, образовалась «Священная Римская империя» (до 1806)... В 1933 г. в Германии установлена фашистская диктатура во главе с Гитлером. Германия захватила Австрию (1938), Чехословакию (1938 – 39), развязала II мировую войну, 22 июня 1941 г. напала на СССР. 8 мая 1945 г. фашистская Германия, разгромленная антигитлеровской коалицией при решающей роли СССР, безоговорочно капитулировала. Территория Германии была разделена на советскую, американскую, английскую и французскую зоны оккупации. Принципы послевоенного устройства Германии – демилитаризация, денацификация, демократизация – были определены Берлинской конференцией 1945 г.. В сентябре 1949 г. было создано западногерманское государство – Федеративная Республика Германии. В октябре 1949 г. в восточной части Германии провозглашено создание Германской Демократической Республики... В соответствии с принятым Народной палатой ГДР (высший орган государственной власти) решением 3 октября 1990 г. ГДР присоединилась к ФРГ, в результате образовалось единое германское государство. У власти (с 1982 г.) коалиция партий ХДС/ХСС и Свободной демократической партии (СвДП). Германия – высокоразвитая индустриальная страна: добыча бурого (1-е место в мире) и каменного угля, нефти, природного газа, полиметаллических руд, калийной и поваренной солей. Производство электроэнергетики, главным образом на теплоэлектростанциях (ок. 1/4 на АЭС). Черная и цветная металлургия, разнообразное машиностроение: станкостроение, электротехника и радиоэлектроника, приборо-, автомобиле-, судостроение и др. Мощная химическая и нефтехимическая промышленность. Развиты деревообрабатывающая, легкая, пищевкусовая промышленность, производство изделий из фарфора, музыкальных инструментов. Высокоинтенсивное сельское хозяйство с преобладанием отраслей животноводства (свиноводство и молочное животноводство). Растениеводство специализируется на производстве зерна (пшеницы, ячменя и др.), сахарной свеклы, картофеля. Хмелеводство. Виноделие. Рыболовство. Длина (1991 г., тыс. км) железных дорог 91,4, автодорог 496,6. Тоннаж морского торгового флота 5,6 млн т дедвейт (1992 г.). Главные морские порты: Гамбург, Бремен, Бремерхафен, Вильгельмсхафен, Любек, Росток – Варнемюнде. Экспорт: машины, оборудование, химические продукты, изделия легкой промышленности. Основные внешнеторговые партнеры – страны ЕЭС, США, Россия...».

Представления немцев и русских друг о друге после падения «железного занавеса» все еще носят отпечаток предрассудков и устаревших стереотипов. Эти стереотипы складывались веками. Начиная от поражения Наполеоновской армии под Москвой в 1812 г., при котором погибли также сотни тысяч немецких солдат из союзнических государств Рейнского Союза. Русские ненавидели немцев и после того, когда те в Первую мировую войну применили ядовитый газ на фронте. Но

наибольшее негативное впечатление о немцах у русских XXI века сформировала Великая Отечественная война 1941 – 1945 гг., воспоминания о которой еще живы в наших сердцах, и нет такой семьи в России, которую бы не коснулась эта война. В русском человеке живут еще страх и отвращение при звуке немецкой речи – может, оставшиеся от бабушек и дедушек, переживших войну, может, от фильмов об этой войне, а может, это уже заложено генетически.

На первый взгляд немец являет собой самый простой из устойчивых национальных образов. Немец всегда прекрасно организован, мечтает о порядке, выполняет законы, в идеале живет в ритме военного марша. Немцев всегда выдает их речь, отрывистая, резкая, словно они общаются друг с другом приказами – даже не зная ни слова по-немецки, ее всегда отличишь от любой другой. Но за простой схемой-стереотипом скрывается нечто неопределенное и туманное, и попытки заглянуть глубже наталкиваются на большие сложности. Начать с того, что даже название обсуждаемого народа неустойчиво и звучит по-разному в разных языках. По-русски – «немец», по-английски – «German», по-французски – «allemande», по-итальянски – «tedesco», на своем языке – «Deutsche». Неустойчивость и неопределенность немецкого характера обуславливаются неопределенностью и неустойчивостью положения самого государства. Ведь Германия – страна, почти не имеющая естественных границ, зажата между другими европейскими государствами, на протяжении своей истории постоянно меняла свои очертания, то расплываясь почти на все европейское пространство, то сжимаясь до размеров маленьких княжеств. Подобное срединное положение действительно определило участие самых разных племен и народностей в формировании немецкой нации.

Сегодня среди самих немцев стало политически корректно разделять национальное и государственное: интернет-сайт немецкого посольства объясняет, что «немецкий – это язык, продукт, человек и тому подобное — все, что связано с национальностью; германский – это гимн, флаг, парламент и тому подобное – все, что связано с государственностью».

В 2009 – 2011 гг. д-р филол. наук, профессор М. В. Пименова проводила свободный ассоциативный эксперимент по ключевым концептам культуры, среди которых были выделены концепты *ГЕРМАНИЯ* и *НЕМЕЦ*. Опрос проводился в Сибирском Федеральном округе. Были опрошены 663 человека в возрасте от 17 до 60 лет. Опрос был проведен в Новосибирске, Кемерово, Красноярске, Новокузнецке, Гурьевске, Белово, Топках, Бийске, Ачинске, Бердске, Прокопьевске, Киселевске, Анжеро-Судженске, Ленинске-Кузнецком, Яшкино, Юрге и др. Среди опрошенных были студенты, экономисты, филологи, преподаватели, юристы, психологи, инженеры, врачи, операторы, менеджеры, заключенные колонии для несовершеннолетних. Некоторые респонденты привели в своих анкетах сразу несколько ассоциаций, а некоторые привели ассоциацию только к одному из данных концептов, в другом пункте затруднились ответить. В ходе анализа нами были выявлены следующие результаты (см. таблицу).

<i>№</i>	<i>Ассоциации</i>	<i>ГЕРМАНИЯ</i>	<i>НЕМЕЦ</i>	<i>Общее количество %</i>
1	немец (немцы)	103		103 (15,54%)
2	нация, народ	1	11	12 (1,8%)
3	германцы, германец	2	1	3(0,45%)
4	гражданин (Германии), гражданство, житель Германии	-	12	12 (1,81%)
5	коренной	-	1	1 (0,15%)
6	я	-	1	1 (0,15%)
7	Германия	-	107	107 (16,14%)
8	национальность	-	39	39 (5,88%)
9	люди	1		1 (0,15%)
10	человек	-	40	40 (6,03%)
11	заграница, западная страна, другая страна, Запад, рубеж	7	-	7 (1,06%)
12	далеко	1	-	1 (0,15%)
13	иностранцы, иностранец, чужак, пришелец, чужестранец, чужой, незнакомец	1	47	48 (7,24%)
14	варвар	-	1	1 (0,15%)
15	чурка	-	3	3 (0,45%)
16	нерусский	-	10	10 (1,51%)
17	не наш	-	1	1 (0,15%)
18	гость	-	1	1 (0,15%)
19	фриц	-	11	11 (1,66%)
20	немка	-	5	5 (0,75%)
21	мужчина	-	4	4 (0,60%)
22	страна	192	1	193 (29,11%)
23	маленькая	2	-	2 (0,30%)
24	серость, серая	1	-	1 (0,15%)
25	государство	6	-	6 (0,90%)
26	сосед	1	-	1 (0,15%)
27	географическая карта	2	-	2 (0,30%)
28	ФРГ	3	-	3 (0,45%)
29	федеративная	1	-	1 (0,15%)
30	республика	1	-	1 (0,15%)
31	ГДР	4	-	4 (0,60%)
32	Россия	6	-	6 (0,90%)
33	русский	1	14	15 (2,26%)
34	СССР	2	-	2 (0,30%)
35	американец	-	1	1 (0,15%)
36	Китай	1	-	1 (0,15%)
37	Франция	2		2 (0,30%)
38	француз	-	1	1 (0,15%)
39	Австрия	1		1 (0,15%)
40	Англия	1		1 (0,15%)
41	англичанин	-	1	1 (0,15%)
42	Венгрия	1		1 (0,15%)
43	Европа, страна в Европе	10	3	13 (1,96%)
44	Бавария	2	-	2 (0,30%)
45	земля	1	-	1 (0,15%)
46	Берлин	32	6	38 (5,73%)
47	Бремен	1	-	1 (0,15%)
48	Мюнхен	5	-	5 (0,75%)
49	Мангейм	1	-	1 (0,15%)
50	Дрезден	3	-	3 (0,45%)
51	Франкфурт	1	-	1 (0,15%)
52	Потсдам	1	-	1 (0,15%)
53	город	12	-	12 (1,81%)
54	Альпы	1	-	1 (0,15%)
55	Рейн	2	-	2 (0,30%)
56	море	1	-	1 (0,15%)
57	родня, родственники	3	2	5 (0,75%)

№	Ассоциации	ГЕРМАНИЯ	НЕМЕЦ	Общее количество %
58	сестра	1	-	1 (0,15%)
59	отец, папа	-	2	2 (0,30%)
60	мама	-	2	2 (0,30%)
61	дядя	-	1	1 (0,15%)
62	дедушка	-	1	1 (0,15%)
63	муж	-	1	1 (0,15%)
64	дом, родина	2	-	2 (0,30%)
65	семья	1	-	1 (0,15%)
66	друзья, подруга	4	-	4 (0,60%)
67	посылка	1	-	1 (0,15%)
68	чистота, чистая, чистые улицы, чистые дороги	14	2	16 (2,41%)
69	красота домов, красиво	9	-	9 (1,36%)
70	культура	1	-	1 (0,15%)
71	архитектура	1	1	2 (0,30%)
72	элитные дома	1	-	1 (0,15%)
73	поезд	1	-	1 (0,15%)
74	замки	1	-	1 (0,15%)
75	порядок	6	5	11 (1,66%)
76	качество	6	2	8 (1,21%)
77	брусчатка	1	-	1 (0,15%)
78	дорога, автобан	2	-	2 (0,30%)
79	дорого	1	-	1 (0,15%)
80	давно	-	1	1 (0,15%)
81	круто	1	-	1 (0,15%)
82	благо	1	-	1 (0,15%)
83	мечта	1	-	1 (0,15%)
84	интерес	-	2	2 (0,30%)
85	комфорт	1	-	1 (0,15%)
86	путешествие, отдых	2	-	2 (0,30%)
87	съездила бы	1	-	1 (0,15%)
88	стажировка	1	-	1 (0,15%)
89	учеба	1	-	1 (0,15%)
90	стимул	1	-	1 (0,15%)
91	точность	-	5	5 (0,75%)
92	жесткость	-	2	2 (0,30%)
93	экономный	-	1	1 (0,15%)
94	практицизм	-	1	1 (0,15%)
95	жадный	-	2	2 (0,30%)
96	расчетливый	1	-	1 (0,15%)
97	приземленный	-	1	1 (0,15%)
98	пунктуальный, пунктуальность	1	9	10 (1,51%)
99	аккуратный, аккуратность	1	3	4 (0,60%)
100	разгильдяй	-	1	1 (0,15%)
101	переодетый	-	1	1 (0,15%)
102	дотошный	-	1	1 (0,15%)
103	догадливый	-	1	1 (0,15%)
104	дикий	-	1	1 (0,15%)
105	далекий	-	1	1 (0,15%)
106	четкий	-	1	1 (0,15%)
107	противный	-	1	1 (0,15%)
108	резкость	-	1	1 (0,15%)
109	медленный	-	1	1 (0,15%)
110	безалаберный	-	1	1 (0,15%)
111	доброжелательный	-	1	1 (0,15%)
112	вежливость, вежливый	1	-	1 (0,15%)
113	надежность	-	1	1 (0,15%)
114	гостеприимство	1	-	1 (0,15%)
115	педант, педантичный	-	9	9 (1,36%)
116	интеллигент	-	1	1 (0,15%)
117	порядочный	-	1	1 (0,15%)
118	благородный	-	1	1 (0,15%)
119	худой	-	2	2 (0,30%)

№	Ассоциации	ГЕРМАНИЯ	НЕМЕЦ	Общее количество %
120	толстый, полный	-	2	2 (0,30%)
121	строгий	-	5	5 (0,75%)
122	чопорный	-	1	1 (0,15%)
123	злой, злость	-	4	4 (0,60%)
124	плохой	-	2	2 (0,30%)
125	зажиточный	-	1	1 (0,15%)
126	рыжий	-	5	5 (0,75%)
127	русый	-	1	1 (0,15%)
128	блондин	-	1	1 (0,15%)
129	желтый	-	1	1 (0,15%)
130	красивый, симпатичный	-	2	2 (0,30%)
131	статность	-	1	1 (0,15%)
132	маленький рост	-	1	1 (0,15%)
133	высокий рост	-	1	1 (0,15%)
134	крестоносцы	1	-	1 (0,15%)
135	Август	1	-	1 (0,15%)
136	Бисмарк	1	-	1 (0,15%)
137	Гитлер	18	28	46 (6,94%)
138	война	25	22	47 (7,09%)
139	9 мая	1	-	1 (0,15%)
140	враг	6	19	25 (3,77%)
141	победа	2	2	4 (0,60%)
142	Третий рейх	1	-	1 (0,15%)
143	Рейх	1	-	1 (0,15%)
144	фашист (фашизм), нацист (нацизм)	25	104	129 (19,46%)
145	свастика	-	2	2 (0,30%)
146	ариец	-	1	1 (0,15%)
147	расса	-	1	1 (0,15%)
148	Вермахт	-	1	1 (0,15%)
149	скинхед	-	1	1 (0,15%)
150	убийца	-	1	1 (0,15%)
151	садист	-	1	1 (0,15%)
152	Ганс	-	1	1 (0,15%)
153	Ангела Меркель	2	-	2 (0,30%)
154	канцлер	2	-	2 (0,30%)
155	друг и враг	-	1	1 (0,15%)
156	Rammstein	2	-	2 (0,30%)
157	индастриал-рок	-	1	1 (0,15%)
158	Вагнер	-	1	1 (0,15%)
159	Генрих фон Офтердинген	1	-	1 (0,15%)
160	Гёте	1	-	1 (0,15%)
161	Брехт	-	2	2 (0,30%)
162	черт	-	1	1 (0,15%)
163	Воланд	-	1	1 (0,15%)
164	немецкий язык	4	9	13 (1,96%)
165	красивый язык	1	-	1 (0,15%)
166	некрасивый язык	1	-	1 (0,15%)
167	немой	-	1	1 (0,15%)
168	пиво	18	13	31 (4,68%)
169	(баварские) сосиски, колбаски	5	5	10 (1,51%)
170	гамбургеры	1	-	1 (0,15%)
171	орел	1	-	1 (0,15%)
172	флаг	3	1	4 (0,60%)
173	(Берлинская) стена	4	-	4 (0,60%)
174	собака	-	3	3 (0,45%)
175	охотник	-	1	1 (0,15%)
176	медведь	-	1	1 (0,15%)
177	прусак	-	1	1 (0,15%)
178	поросенок	-	1	1 (0,15%)
179	производительность	1	-	1 (0,15%)
180	техника	1	-	1 (0,15%)
181	машина, автомобиль	11	5	16 (2,41%)
182	BMW	7	4	11 (1,66%)

№	Ассоциации	ГЕРМАНИЯ	НЕМЕЦ	Общее количество %
183	Audi	3	-	3 (0,45%)
184	Mercedes	1	1	2 (0,30%)
185	стиральная машина	1	-	1 (0,15%)
186	каска	1	2	3 (0,45%)
187	кепка	-	1	1 (0,15%)
188	обувь	1	-	1 (0,15%)
189	таблетка	1	-	1 (0,15%)
190	деньги	1	-	1 (0,15%)
191	конфеты	1	-	1 (0,15%)
192	кукла	-	1	1 (0,15%)
193	порноиндустрия, порнография	1	1	2 (0,30%)
194	футбол, сборная по футболу	6	-	6 (0,90%)
195	биатлон	2	-	2 (0,30%)
196	железо	1	-	1 (0,15%)
197	дерево	1	-	1 (0,15%)
198	панда	1	-	1 (0,15%)
199	дробь	1	-	1 (0,15%)
200	винтовка	-	1	1 (0,15%)

В таблице приведены все ассоциации, полученные от респондентов в ходе опроса. Всего в ходе опроса было выделено 200 стереотипных представлений.

Поскольку концепт НЕМЕЦ является также одним из репрезентантов концепта ГЕРМАНИЯ, то нам представляется возможным обобщить данные, что отражено в последней колонке таблицы. Как видно из таблицы, доминирующими стереотипными представлениями о Германии у жителей Сибирского Федерального округа являются: Германия – западная (1,06 %) страна (29,11 %), в Европе (1,96 %), населенная немцами (15,54 %), со столицей Берлин (5,73 %). Здесь говорят на немецком языке (1,96 %). Это чистая страна, с чистыми улицами и дорогами (2,41 %). В Германии красиво (1,36 %). Немцы любят порядок (1,66 %). Все здесь качественно (1,21 %). Германия славится своими машинами (2,41 %), среди них BMW, по опросам (1,66 %) самая известная марка. В Германии развит такой вид спорта, как футбол (0,90 %). Нельзя сказать, чтобы пиво являлось национально специфичным напитком немцев. Многие народы пьют пиво. Но страсть к пиву и умение превосходно готовить его – характерная черта немцев. Германия ассоциируется с пивом у 4,68 % опрошенных. 1,51 % назвали в качестве пищевой ассоциации немецкие колбаски.

Респонденты выделили следующие стереотипы немецкого национального характера: пунктуальность (1,51 %), педантичность (1,36 %), строгость (0,75 %).

Отношение к немцам базируется в основном на информации, почерпнутой из книг, кино, средств массовой информации и в процессе личных контактов. Многие имеют там родственников или друзей. Это говорит о довольно высокой интенсивности международных контактов. Относительно интенсивная туристическая и деловая коммуникация не помогла полностью преодолеть исторические, культурные, ментальные барьеры, существующие на межличностном уровне. Возможно, сказывается и то обстоятельство, что многие контакты имели место еще в "другой" жизни – в период существования СССР и ГДР – и сегодня воспринимаются как не вполне искренние. Россияне в большинстве своем положительно оценивают достигнутый уровень межгосударственных отношений России и Германии и с оптимизмом смотрят на их перспективу. Отношение россиян к Германии как государству заметно лучше, чем

отношение россиян к немцам. Так, Германия ассоциируется с фашизмом меньше (25 ассоциаций), чем немец (104 ассоциации).

Несмотря на то, что в отношениях Германии и России в XXI веке произошли глубокие изменения, образ врага еще превалирует в русском сознании (3,77 %). В массовом сознании россиян образ Великой Отечественной войны все еще является определяющим фактором в отношении к Германии. Лишь немногим первым делом приходит на ум при слове «Германия» название немецких городов, фирм-производителей, высокая культура быта, великие германские мыслители или деятели культуры. В сознании жителей Сибирского федерального округа слово «Германия» связано с фашизмом и фашистами у 19,46 % опрошенных, непосредственно с Гитлером – у 6,94 %. Ход нашей общей истории наложил отпечаток на наши представления. Многие стереотипные представления были выявлены на фоне антонимии: Германия и немцы связываются с русскими у 2,26 % респондентов. Немцы – это нерусские (1,51 %). Немцы для нас чужие, иностранцы, чужаки (7,24 %).

Что касается непосредственно концепта НЕМЕЦ, то здесь выявились следующие доминирующие стереотипные представления: человек (6,03 %), национальность (5,88 %), житель, гражданин Германии (1,81 %). Немец – это Германия (16,14 %).

Если мы сравним выявленные представления о Германии с тем, как описывается эта страна в Большой советской энциклопедии, то выводы напрашиваются сами собой. Ассоциативный опрос показал, что жители Сибирского Федерального округа имеют в основном обобщенное представление о Германии, сложившееся у жителей России во второй половине XX века после Второй мировой войны. Наличие в таблице 200 ассоциативных представлений показывает, что изменение стереотипов о Германии и ее жителях все же происходит в сторону экономических и культурных приоритетов. Скорее всего, с течением времени роль негативных исторических факторов (война) будет и дальше ослабевать, что создаст благоприятный социально-психологический фон и общественный климат для углубления и развития многосторонних контактов и изменения стереотипов.

Германия сегодня – страна мощная, красивая, набирающая силу. Своим процветанием она, прежде всего,

обязана своему народу – трудолюбивому, преданному, простому, честному. Народу, в котором, несмотря на многообразии, чувствуется национальное единство, которому есть, что дать человечеству.

Литература

1. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие / В. А. Маслова. – М.: Academia, 2001. – 532 с.
2. Стереотип социальный // Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. – М., 1986.
3. <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-657>
4. <http://psyfactor.org/lybr74.htm> .
5. http://mirslivarej.com/content_fil/stereotipy-5617.html .
6. <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/718> .
7. <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Vasmer-term-2510.htm#synonyms>
8. [http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling24/ling_4\(24\)2008_koptiakova.pdf](http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling24/ling_4(24)2008_koptiakova.pdf).
9. <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/587>.

Информация об авторе:

Точилина Юлия Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, КемГУ, 8 913 303 8562, totschilina-juli@mail.ru.

Tochilina Yulia Nikolaevna – Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Foreign Languages of the Faculty of History and International Relations of KemSU.