

## От пословиц до современных СМИ. Формирование идентичности народа посредством образования языковых стереотипов соседей

**И. Яцевич**✉

*Варшавский университет*

*Варшава, Польша*

✉ [i.jacewicz@uw.edu.pl](mailto:i.jacewicz@uw.edu.pl)

**Введение.** Рассматривается феномен языка как маркера идентичности народа, который формируется посредством построения границ и описания отношений, прежде всего между соседями. Целью работы является анализ форм высказывания журналистов в СМИ.

**Методология и источники.** Исследованы материалы из главного выпуска «Новостей» первого канала польского телевидения, касающиеся двух соседей поляков, т. е. немцев и русских. Собранный материал охватывает собой период с 16 ноября 2015 г. (со дня инаугурации нового польского правительства, у которого совсем другой подход к иностранным делам Польши, чем у его предшественников) по 31 декабря 2016 г. Описанные на базе собранного материала стереотипы немца и русского в современной Польше сравниваются со стереотипами этих двух народов, хорошо знакомыми полякам по пословицам (использованы толковые словари польского языка, а также словари пословиц и поговорок). Теоретической основой для представленных в статье рассуждений послужил лингвистический анализ текста, социально-психолого-лингвистические основы образования авто- и гетеростереотипов, массмедийный дискурс и его воздействие на адресатов.

**Результаты и обсуждение.** В польских толковых словарях, а также словарях пословиц и поговорок было найдено 38 пословиц о русских и 107 – о немцах. Проанализировано, сколько из них называют положительные, а сколько отрицательные черты характера русских и немцев. Что касается русских, положительные черты характера можно найти лишь в 6 из 38 пословиц (15,7 %). Положительных пословиц о немцах в польских источниках 18 из 107 (16,8 %). Указанные количества пословиц показывают, что поляки от поколения к поколению передают негативный образ своих соседей. На основе собранного материала из «Новостей» первого канала также составлены образы русских и немцев. За рассматриваемый период не появилось ни одной положительной информации о России и русских. Что касается немцев, то здесь также преобладает негативный образ, и, если говорить о положительных явлениях, они никогда не остаются без комментария, который содержит предостережение.

**Заключение.** Гетеростереотипы играют активную роль в формировании образа мышления современников и, можно полагать, представителей следующих поколений, так как народная мудрость и исторический опыт передаются от поколения к поколению в каждой стране. Гетеростереотипы часто сами становятся реальностью, наследуются и приобретают новые символические значения и актуализируются в зависимости от политической ситуации. Сравнение гетеростереотипов русского и немца в польских пословицах, наистарейшие из которых были найдены в словаре, изданном в 1830 г., с современными гетеростереотипами из главного выпуска «Новостей» доказывает, что описание феномена стереотипов в каждую новую историческую эпоху является важной научной проблемой.

© Яцевич И., 2019

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



---

**Ключевые слова:** языковой стереотип; массмедийный дискурс; пословицы, автостереотип, гетеростереотип, лингвистический анализ текста.

**Для цитирования:** Яцевич И. От пословиц до современных СМИ. Формирование идентичности народа посредством образования языковых стереотипов соседей // ДИСКУРС. 2019. Т. 5, № 4. С. 138–149. DOI: 10.32603/2412-8562-2019-5-4-138-149

---

**Конфликт интересов.** О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

*Поступила 03.06.2019; принята после рецензирования 02.07.2019; опубликована онлайн 25.10.2019*

---

## **From the Proverbs to Modern Media. Formation of People Identity Through Education of Language Stereotypes of Neighbors**

***Iwona Jacewicz***✉

*University of Warsaw  
Warsaw, Poland*

✉i.jacewicz@uw.edu.pl

**Introduction.** The paper deals with the phenomenon of language as a marker of people's identity, which is formed by building boundaries and describing relationships, primarily between neighbors. The aim of the research work is to analyze the forms of expression of journalists in the media.

**Methodology and sources.** The report examines materials from the main release of the News of the first Polish television channel, concerning the two neighbors of the Poles, that is, the Germans and Russians. The collected material covers the period of November 16, 2015, that is, from the day of the inauguration of the new Polish government (which has a completely different approach to Poland's foreign affairs than its predecessors) until December 31, 2016. Created and described on the basis of the collected material stereotypes of German and Russian in modern Poland will be compared with the stereotypes of these two peoples, familiar to Poles by proverbs, which were found in the explanatory dictionaries of the Polish language, as well as in other dictionaries of proverbs and sayings. The linguistic analysis of the text, the socio-psychological-linguistic foundations of the formation of auto-and heterostereotypes, mass-media discourse and its impact on recipients were used as the theoretical basis for the arguments presented in the paper.

**Results and discussion.** In Polish dictionaries, and dictionaries of Proverbs and sayings it was found 38 Proverbs Russian Proverbs and 107 of the Germans. It was analyzed how many of them are positive and how many negative traits of Russians and Germans. As for the Russian, positive traits can be found in only 6 of 38 Proverbs (15.7 percent). There are 18 positive of 107 sayings about Germans in Polish sources (16.8 percent). Specified number of Proverbs shows that the poles hand down from generation to generation a negative image of their neighbors. On the basis of material collected from "News" channel images of Russians and Germans were made up as well. During the period under review, any positive information about Russia and Russian has not appeared. As for the Germans, it is also dominated by a negative image, and, if to speak about positive things, they are never left without comment, which contains a warning.

**Conclusion.** Heterostereotypes play an active role in fostering the way of thinking of contemporaries and, one can assume, representatives of the next generations, since popular wisdom and historical experience are passed on from generation to generation in each country. Heterostereotypes often become reality themselves, are inherited and acquire

new symbolic meanings, and are updated depending on the political situation. A comparison of the heterostereotypes of Russian and German in Polish proverbs, the oldest of which were found in a dictionary published in 1830, with modern heterostereotypes from the main release of "News" proves that the description of the phenomenon of stereotypes in each new historical era is an important scientific problem.

**Key words:** language stereotype, mass media discourse, proverbs, autostereotype, heterostereotype, linguistic analysis of the text.

**For citation:** Jacewicz I. From the Proverbs to Modern Media. Formation of People Identity Through Education of Language Stereotypes of Neighbors. DISCOURSE. 2019, vol. 5, no. 4, pp. 138–149. DOI: 10.32603/2412-8562-2019-5-4-138-149

---

**Conflict of interest.** No conflicts of interest related to this publication were reported.

*Received 03.06. 2019; adopted after review 01.07.2019; published online 25.10.2019*

---

**Введение.** Человек, пытаясь понять окружающий его многообразный и загадочный мир, всегда возвышал то, что относится к собственному, знакомому, и отрицал чужое, неизвестное. Хотя развитие массовой коммуникации, благодаря СМИ и Интернету, позволило усилить международные контакты и, казалось бы, лучше познакомиться с соседями, оказывается, что основой для создания образа другого по сегодняшний день служат передаваемые от поколения к поколению стереотипы.

В статье предпринята попытка рассмотреть тексты пословиц и телевизионных выпусков новостей как маркеры идентичности народа, формирующейся посредством описания отношений, прежде всего между соседями.

Целью работы является сравнение образа соседей поляков – немцев и русских, зафиксированного в пословицах, с их современным образом, создаваемым в журналистских текстах в СМИ. Этот анализ позволит определить: а) как современные СМИ описывают соседние народы, влияя на создание их определенного образа в глазах своих зрителей? б) в какой степени создаваемый стереотип является новым в сравнении с тем, который знаком народу по пословицам?

Исследованы материалы из главного выпуска «Новостей» первого канала польского телевидения, касающиеся немцев и русских, за период с 16 ноября 2015 г. (т. е. со дня инаугурации нового польского правительства, у которого совсем другой подход к иностранным делам Польши, чем у его предшественников) по 31 декабря 2016 г. Созданные и описанные на базе собранного материала гетеростереотипы немца и русского в современной Польше будут сравниваться с гетеростереотипами этих двух народов, хорошо знакомыми полякам по пословицам, заключенным в толковых словарях польского языка, а также в словарях пословиц и поговорок.

Теоретической основой для представленных в статье рассуждений послужили лингвистический анализ текста, социально-психолого-лингвистические основы образования авто- и гетеростереотипов, массмедийный дискурс и его воздействие на адресатов.

#### **Методология и источники.**

##### **1. Понятие стереотипа, автостереотипа и гетеростереотипа.**

В разговорной речи под термином «*стереотип*» понимается предубеждение и негативное мнение о людях [1, р. 63], принятые мнения о других, передаваемые от поколения к

поколению [2, p. 22], а также нечто упрощающее действительность или фальсифицирующее образ действительности [3, p. 7].

Термин «стереотип» из разговорной речи в научную, точнее говоря, в социальную психологию и социологию, ввел американский журналист и политик У. Липпман в работе «Общественное мнение» («Public Opinion») [4]. У. Липпман подразумевал под понятием стереотипа «образы в наших головах» («pictures in our heads»), относящиеся к какому-то социальному явлению, образы односторонние, частичные, схематические [5, p. 63]. По мнению У. Липпмана, люди реагируют на сложность окружающего их мира при помощи стереотипов, т. е. структур, позволяющих человеку упорядочить информацию о мире [6, p. 31].

В области лингвистики первым научным сочинением на тему стереотипов была работа У. Квастхофф [7], которая уточнила дефиницию У. Липпмана, сказав, что стереотип может быть вербальным понятием. Ее дефиниция послужила основой для лингвистических исследований стереотипов. Для лингвистов главным является, однако, то, что стереотипы непосредственно связаны с языком, который, в свою очередь, опирается на категоризацию и повторение, без которых коммуникация не была бы вообще возможной [8].

Говоря о стереотипах, необходимо обратить внимание на то, что у людей интерес к другим возникал не только в ситуации конфликта, неудовольствия или угрозы, но и в ежедневных контактах. Этот интерес вызван не только различиями, существующими между группами, но прежде всего необходимостью отличить свою ингруппу от чужой аутгруппы, а также необходимостью четкого определения черт ингруппы, которые отличали бы ее от всех остальных аутгрупп. Характерно для этих социальных явлений то, что они базируются на сопоставлении «свой–чужой», что ведет к ассоциации ингруппы с добром, а аутгруппы со злом [9]. Такого типа суждения собираются поколениями, и они передаются другим поколениям при помощи стереотипов, получивших в социологии и социальной психологии название авто- и гетеростереотипов.

Под понятием «автостереотипов» мы будем понимать стереотипы, касающиеся контактной группы, т. е. ингруппы, в то время как *гетеростереотипы* – это стереотипы, касающиеся других групп, т. е. аутгрупп [3, p. 37]. Аутгруппа, которую мы оцениваем ниже чем собственную (ингруппу), исполняет роль козла отпущения, что позволяет разрядить напряжение в ингруппе и редуцирует ощущение собственного несовершенства [3, p. 148, 156].

Таблица. Отношения к ин- и аутгруппе, указывающих на «синдром этноцентризма»\*

Table. Relationship to the in- and out-group, folding on the syndrome of ethnocentrism

Отношение к ингруппе	Отношение к аутгруппе
Считаем себя высшими, благородными	Считаем других низшими, неморальными, заслуживающими презрения
Считаем свои принципы универсальными для всех	–
Считаем себя сильными	Считаем других слабыми
–	Ощущаем к другим большую социальную дистанцию
–	Испытываем ненависть к другим
–	Используем представителей аутгруппы в качестве плохого примера
–	Возлагаем вину на аутгруппу за собственные проблемы
–	Испытываем недоверие и страх перед аутгруппой

\* См. [3, p. 160].

Исследования этих явлений начались в 1920-е гг. в США, и они позволили прийти к выводу, что все ингруппы считают собственные черты в большей степени положительными,

чем аутгруппы. Это явление непосредственно связано с термином этноцентризма, введенного У. Г. Самнером, который собрал двадцать три способа поведения относительно ин- и аутгруппы. Из них нас особо интересуют десять, имеющих непосредственную связь с чертами, отраженными в собранном нами языковом материале. Эти десять способов поведения, указывающих на «синдром этноцентризма», мы представляем в вышеприведенной таблице.

## 2. Характеристика источников языковых данных.

Материалом исследования послужили польские пословицы (поляки о немцах и русских) и материалы из главного выпуска «Новостей» первого канала польского телевидения.

Собранный материал охватывает период с 16 ноября 2015 г. (со дня инаугурации нового польского правительства, у которого совсем другой подход к иностранным делам Польши, чем у его предшественников) по 31 декабря 2016 г. Концепция внешней политики Польши утверждена польским правительством на период с 2017 по 2021 г. [10]. В целях обеспечения национальных интересов и реализации стратегических интересов Польши внешнеполитическая деятельность государства направлена на выполнение следующих основных задач:

- укрепление обороноспособности восточного фланга НАТО;
- сотрудничество с США в области безопасности;
- Вышеградская группа;
- прагматические отношения с Россией;
- поддержка независимости и территориальной целостности Украины;
- дружеские отношения между Польшей и Германией;
- миграционный кризис.

Вышеуказанные цели внешней политики Польши находят свое отражение в СМИ [10]. *Пословицы как один из источников языковых данных.*

Под *пословицами* мы будем понимать устойчивые сочетания слов, представляющие собой клише (от *фр.* *cliché*; так называют металлическую или деревянную печатную форму с рельефным рисунком, служащую для воспроизведения иллюстраций [11, с. 591]). Как эти формы, так и пословицы употребляются механически в более или менее неизменном виде, фигурируя как в устной, так и в письменной речи многих поколений [12, с. 11]. Пословицы – это «...краткие народные изречения, имеющие одновременно буквальный и переносный (образный) план или только переносный план и составляющие в грамматическом отношении законченное предложение» [13, с. 11].

Для представления образа немцев и русских в глазах поляков мы выбрали как одни из источников именно пословицы, так как они подтверждают закрепление некоторых черт народа в языке, в языковом образе мира<sup>2</sup>. Как правило, это не самые важные черты характера или поведения, которые являются типичными для всех объектов данного класса, но лишь присущие объектам, считающимся репрезентативными. Эти организованные в группы и упорядоченные черты составляют языково-культурные образы явлений и людей, которые мы как раз называем стереотипами. Собранные нами пословицы иллюстрируют свод народной мудрости как своего рода судебник, составленный прошлыми поколениями, и обогащают, благодаря зафиксированному в них знанию, языковой образ мира. Лингвисты,

---

<sup>2</sup> Под языковым образом мира мы понимаем «...зафиксированную в языке интерпретацию действительности, которую можно представить в форме множества суждений о мире. Эти суждения могут быть зафиксированы в системе языка, грамматических формах, лексике, клишированных текстах (например в пословицах)...» [14, р. 104].

исследующие языковые стереотипы, ссылаются первоначально на словари, потому что зафиксированное в них знание о мире является в наивысшей степени автоматизированным. Как уже было сказано, польские пословицы о немцах и русских почерпнуты из толковых словарей польского языка, а также из словарей пословиц и поговорок. Пословицы о немцах были найдены в девяти словарях, а пословицы о русских в десяти [15].

*Материалы из главного выпуска «Новостей» как источник языковых данных.*

Помимо словарей, источником собранных нами языковых данных были материалы из главного выпуска «Новостей» первого канала польского телевидения (с 16 ноября 2015 г. по 31 декабря 2016 г.).

Главный выпуск «Новостей» («Wiadomości») первого канала польского государственного телевидения, который выходит в эфир ежедневно в 19.30 – это одна из самых популярных информационных программ наряду с программой «Факты» («Fakty») частного канала TVN, который принадлежит американцам, и программы «События» («Wydarzenia») частного польского канала Polsat. Мы выбрали программу «Новости», потому что она государственная.

Анализируя результаты проведенного в 2016 г. и в первом квартале 2017 г. мониторингового исследования ТВ-аудитории главных выпусков информационных программ в Польше, следует отметить, что программу «Новости» в 2016 г. в среднем смотрели 22,28 % телезрителей из целевой аудитории (медиопоказатель SHR<sup>3</sup> [15]), в то время как в первом квартале 2017 г. их в среднем было 19,77 % [16]. Что касается рейтинга AMR<sup>4</sup> [15], в 2016 г. «Новости» собрали перед телевизорами в среднем 3 448 053 зрителя, а в первом квартале 2017 г. – 3 084 608 [там же].

#### **Результаты и обсуждение.**

*Образ немца и русского в польских пословицах и в главном выпуске «Новостей» польского телевидения.*

В польских толковых словарях, а также словарях пословиц и поговорок было найдено 38 пословиц о русских и 107 – о немцах. В связи со стереотипизацией образа двух соседей поляков, нас заинтересовало, сколько из них называют положительные, а сколько отрицательные черты характера русских и немцев. Итак, что касается русских, положительные черты характера восточного соседа поляков можно найти лишь в 6 из 38 пословиц, т. е. в 15,7 % из них. Положительных пословиц о немцах в польских источниках 18 из 107, т. е. в 16,8 %. Из этого следует, что поляки от поколения к поколению передают негативный образ своих соседей.

Если присмотреться подробнее к конкретным чертам характера русских и немцев, о которых говорится в польских пословицах, восточного и западного соседа поляков можно охарактеризовать следующим образом:

– **русские** – *в положительном плане*: как поляки, умные после неудачи; хорошо рассказывают; кто их обманет, будет умен; твердые. Примеры: «Как лях, так и русин умны после неудачи, пусть они не смеются друг над другом» [17]; «Кто русского обманет, будет умен» [18]–[21];

<sup>2</sup> SHR – share (доля телепросмотра) – часть зрителей из целевой аудитории, которая присутствует на определенном канале.

<sup>3</sup> AMR – Average Minute Rating – средний рейтинг одной минуты.

– в отрицательном плане: дьяволы; иноверные; глупые; хвастуны; ненадежные; мстительные; неточные; упрямые; обманчивые; любят беспорядок; их надо наказывать. Примеры: «Когда поляк голодный – свистит, а русский – жену бьет» [19]; «Даже Бог с русскими» [там же].

– **немцы** – в положительном плане: аккуратные; торговцы; богатые; они тоже люди; хорошо бьются; добросовестные. Примеры: «Лучше с немцем, чем с глупым мудрецом» [19]; «Ищешь добросовестного человека, иди к немцу – это настоящая аптека» [там же];

– в отрицательном плане: с ними надо бороться; мы их всегда победим; инакомыслящие; собаки; другие чем поляки; все сделают за деньги; малосильные; наивные; им никогда нельзя доверять; у них непонятный язык; эксплуататоры; лукавые; могут везде жить; зазнаются, но боятся поляков; дьяволы/братья дьявола; всегда против поляков; им нельзя доверять; никогда не будут нашими братьями; плохие зятья; обогащаются за наш счет; приходят к нам бедными, уходят богатыми; Бог их создал, так как рассердился на поляков. Примеры: «У немцев даже муха не поест» [19], [21], [22]; «Пока свет стоит, не будет немец братом поляка» [23], [19], [24], [21].

Главный выпуск «Новостей» первого канала польского государственного телевидения выходит в эфир ежедневно в 19.30. Необходимо отметить, что информация как о Германии, так и о России появляется в «Новостях» почти каждый день, а бывает так, что их несколько в одном выпуске.

С 6 ноября 2015 по 31 января 2016 г. вышло в эфир 235 новостей о России и 179 – о Германии. Главные темы, связанные с Россией:

- безопасность Польши – 17,87 %;
- русская интервенция и ситуация в Сирии – 16,59 %;
- авиакатастрофа польского самолета под Смоленском – 12,76 %;
- Украина и Крым – 10,63 %;
- газ – 5,10 %;
- история (годовщины Второй мировой войны, советские памятники в Польше) – 5,10 %;
- польско-русские отношения – 3,82 %;
- политическая и экономическая ситуация в России – 2,55 %;
- сотрудничество России с Германией – 2,55 %;
- спорт в России (допинг) – 2,55 %;
- санкции против России – 2,12 %;
- политические убийства в России – 2,12 %;
- выборы в России – 1,70 %;
- русская пропаганда – 1,27 %;
- президент Путин – 1,27 %.

Анализ материалов, полученных нами из главного выпуска «Новостей» первого канала польского телевидения (причем мы сосредоточили внимание лишь на комментариях польских журналистов и экспертов, а также на информации как таковой, не учитывая комментарии иностранцев) позволяет составить следующий образ русских:

– русские все агрессивнее (02.03.2016), они оккупанты на Украине, аннексировали Крым, и Путин не отступит (1.01.2016);

– Путин назвал врагов России – это США и все их сторонники, которые против аннексии Крыма (01.01.2016);

– новый газопровод, который Россия строит вместе с Германией, Nord Stream 2, соединит эти две страны и заодно пройдет мимо польской территории (13.08.2016) – это угрожает энергетической безопасности Польши и других стран региона (11.01.2016). Путин ведет газовые игры, угрожая нам, что остановит транзит газа. Такие игры при помощи газа – это хорошо оправданное оружие на Востоке (25.11.2015, 07.01.2016);

– русские по сегодняшний день не хотят отдать нам остова нашего самолета (27.11.2015), что следует назвать захватом польской собственности – это пазлы Путина, так как Россия никогда ничего не делает даром. Главный принцип русской дипломатии: свой и чужой (22.01.2016). Русские не заботятся о месте крушения нашего самолета (05.04.2016), члены семей погибших в авиакатастрофе под Смоленском не верят в точность проведенного русскими вскрытия трупов жертв авиакатастрофы, они не верят русским (21.06.2016);

– русские пытаются постоянно дестабилизировать ситуацию на Украине (11.08.2016) и пугают ее при помощи своего оружия (11.08.2016);

– русская армия напрягает мускулы (13.08.2016) – это ответ на укрепление восточного фланга НАТО. Самая большая угроза для Польши постоянно находится на Востоке (19.01.2016), Россия пытается пугать нас своим оружием (5.03.2016), потому что русские не понимают современного мира, не понимают, что у каждой страны есть право на защиту своей безопасности (13.05.2016). Исторический опыт стран восточной Европы показывает, что Россия всегда представляла и представляет собой угрозу, даже если этого – в данный момент – не видно, нельзя об этом забывать и надо этому противодействовать (11.07.2016). Для русского менталитета характерно то, что Россия всегда чувствует себя в некоторой степени поставленной под угрозу и так оправдывает свою политику, которая является экспансионистской (14.07.2016);

– Россия возвращается в великую игру благодаря своей интервенции в Сирии. Путин всегда был хорошим игроком, который знает свои сильные и слабые стороны (19.11.2015);

– русских и немцев соединяет борьба с терроризмом (26.11.2015);

– Польша не является партнером для России, русская политика по отношению к Польше не существует, это политика обхода Польши, но Польша мешает России в достижении важных для нее целей (22.01.2016);

– цель России – это расширение ее сферы влияния в Восточной Европе и торможение процесса демократизации в тех странах, которые хотят сотрудничать с Западом (29.01.2016);

– в эпоху Путина для русских историческая правда о Катыни не имеет никакого значения, главное – держава, – все равно, реальная ли она, или нет (06.03.2016). Историческая правда важна и сегодня, потому что только она может служить почвой для примирения (03.04.2016).

Подытоживая, следует сказать, что в «Новостях» за названный период не появилась ни одна положительная информация о России и русских.

Если говорить о немцах, больше всего места в «Новостях» было отведено следующим темам:

– беженцы – 21,78 %;

– польско-немецкие отношения – 16,20 %;

– Польша – Германия – Евросоюз – 13,40 %;

– теракты – 6,70 %;

- безопасность – 6,14 %;
- история (Вторая мировая война) – 5,58 %;
- газ (Nord Stream 2) – 5,02 %;
- выборы в Германии – 3,35 %;
- немецко-турецкие отношения – 3,35 %;
- русско-немецкое сотрудничество – 2,23 %.

Анализ материалов, полученных нами из главного выпуска «Новостей» первого канала польского телевидения (причем мы сосредоточили наше внимание лишь на комментариях польских журналистов и экспертов, а также на информации как таковой, не учитывая комментариев иностранцев) позволяет составить следующий образ немцев:

– все больше немцев против политики «открытых дверей» канцлера Ангелы Меркель (28.07.2016), так как они боятся беженцев (13.08.2016). У немцев большая проблема, они решили пустить беженцев на свою территорию, а сейчас не знают, что с ними делать (19.08.2016). Немецкая миграционная политика – это эгоистическая политика этой страны во имя нужд собственной экономики (03.03.2016). Немцы – наш главный и самый важный политический и экономический партнер в Евросоюзе (05.09.2016), но мы не согласны с тем, что они, в связи с миграционным кризисом, хотят поделить с нами ответственность за него (16.09.2016). Что касается беженцев, Меркель не может рассчитывать на Варшаву (27.11.2016);

– немцы и поляки – партнеры, мы вместе доказали, что возможно преодоление сложного прошлого и недоверия в пользу партнерства, а даже дружбы. Однако нам необходимо работать над этими достижениями каждый день (26.11.2016). У Польши и Германии хорошие отношения, но Польша видит в них для себя роль равноценного партнера (16.05.2016);

– немцы привыкли вести доминирующую политику, и они таким образом ведут себя по отношению к странам Восточной Европы (15.02.2016). Меркель как императрица Европы (17.02.2016) пытается навязать миграционную политику другим странам, но с этим мы не согласны (18.02.2016);

– немцы сотрудничают с русскими, хотят строить вместе газопровод Nord Stream 2, т. е. «энергетический пакт Молотова–Риббентропа». В связи с этим некоторые немецкие политики высказываются даже против санкций против России (06.10.2016). Такая политика очень опасна для Польши (25.07.2016);

– в немецких руках находится более 70 % польских СМИ. Немцы используют эту ситуацию для собственных целей и влияют на образование общественного мнения в Польше (20.10.2016);

– немецкие СМИ критикуют политическую ситуацию в Польше и сравнивают ее с режимом Путина (10.01.2016), они называют Польшу диким Востоком (05.04.2016);

– немцы против укрепления восточного фланга НАТО (19.01.2016), так как они не хотят раздражать Москву (28.01.2016);

– у немцев в последнее время появились проблемы с тем, кто во время Второй мировой войны был преступником, а кто же жертвой. Они показывают неправду в своих фильмах (например, «Наши матери, наши отцы»). У немцев политика, задачей которой является попытка переложить ответственность на плечи поляков (18.07.2016).

Собранный материал показывает, что в «Новостях» преобладает негативный образ немцев; если говорить о положительных явлениях, они никогда не остаются без комментария, который содержит предостережение.

**Заключение.** Результаты проведенного нами анализа стереотипа русского и немца в польских пословицах и главном выпуске «Новостей» первого канала польского телевидения позволяют сделать вывод, что гетеростереотипы играют активную роль в формировании образа мышления современников и, можно полагать, представителей следующих поколений, так как народная мудрость и исторический опыт передаются от поколения к поколению в каждой стране. Собранные нами гетеростереотипы, как все стереотипы, обладают исключительной силой убеждения, благодаря удобству и легкости их восприятия. Хотя всем известно, что представления о других отнюдь не всегда полностью совпадают с объективной реальностью. Гетеростереотипы часто сами становятся реальностью, они наследуются, приобретают новые символические значения и актуализируются в зависимости от политической ситуации.

Сравнение гетеростереотипов русского и немца в польских пословицах с современными гетеростереотипами из главного выпуска «Новостей» доказывает, что описание феномена стереотипов в каждую новую историческую эпоху является важной научной проблемой. Словари в этом случае исполняют роль хранителя народной мудрости, в то время как СМИ являются отнюдь не пассивным созерцателем, а скорее отражателем общественных настроений.

Мы хотим закончить эту статью вопросом, над которым, как нам кажется, следовало бы задуматься, говоря об отношениях Польши, Германии и России: надо ли рассматривать «обогащение» отношений многовековым историческим наследием как бремя или как мудрость?

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bartmiński J. Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki // *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne* / J. Anusiewicz, J. Bartmiński (ed.), Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, 1998. P. 63–81.
2. Garncarek P. Świat języka polskiego oczami cudzoziemców, Warszawa: Wydawnictwo DiG, 1997.
3. Kurcz I. Zmienność i nieuchronność stereotypów. Studium na temat roli stereotypów w reprezentacji umysłowej świata społecznego, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, 1994.
4. Lippmann W. *Public Opinion*, New York: Horcourt, Brace and Company, 1922.
5. Grygo J. Stereotypy językowe nazw ludzi w polszczyźnie potocznej // *Zeszyty Językoznawcze UMCS*. Lublin, 1980. P. 52–70.
6. Kurcz I. Stereotypy, prototypy i procesy kategoryzacji // *Stereotypy i uprzedzenia* / ed. Z. Chlewiński, I. Kurcz; In-t Psychologii PAN, Kolokwia Psychologiczne. Warszawa, 1992. P. 29–44.
7. Quasthoff U. M. *Soziales Vorurteil und Kommunikation*. Frankfurt am Main: Athenäum, 1973.
8. Bartmiński J., Panasiuk J. Stereotypy językowe // *Współczesny język polski*, Wrocław: Wiedza o kulturze, 1993. P. 363–387.
9. Społeczno-psychologiczne podstawy powstawania stereotypów / D. M. Mackie, D. L. Hamilton, J. Susskin, R. Rosselli // *Stereotypy i uprzedzenia* / C. N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewston (ed.), Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 1999. P. 39–65.
10. Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Rzeczypospolita Polska. Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej. URL: [http://www.msz.gov.pl/pl/polityka\\_zagraniczna/priorytety\\_polityki\\_zagr\\_2017\\_2021](http://www.msz.gov.pl/pl/polityka_zagraniczna/priorytety_polityki_zagr_2017_2021) (дата обращения: 26.05.2019).
11. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров: Сов. энциклопедия, 1991. Т. 1.
12. Пермяков Г. Л. Классификация пословичных изречений. Трансформация пословиц // *Пословицы и поговорки народов Востока. Систематизированное собрание изречений двухсот народов*. М.: Наука, 1979.

13. Жуков В. П. Искусство слова в пословицах и поговорках // Словарь русских пословиц и поговорок. М.: Русский язык, 1997. С. 6–8.
14. Bartmiński J. *Językowy obraz świata*, Lublin: Wydawnictwo Uniw. Marii Curie-Skłodowskiej, 1999.
15. TVP. Słownik TV. URL: <https://www.brtpv.pl/16615065/slownik-tv> (дата обращения: 26.05.2017).
16. Wirtualne media. „Teleexpress” i „Wiadomości” straciły najwięcej widzów, „Wydarzenia” i „Fakty” najmniej Czytaj więcej. URL: <http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/ogladalnosc-programow-informacyjnych-2017-rok-teleexpress-fakty-i-wiadomosci> (дата обращения: 26.05.2017).
17. Świrko S. *Na wszystko jest przysłowie*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, 1985.
18. Zdanowicz A. end al. *Słownik języka polskiego*, Wilno: Orgelbrand M., 1861.
19. Bystroń J. S. *Przysłowia polskie / Polska Akademia Umiejętności*. Kraków, 1933.
20. Linde S. B. *Słownik języka polskiego*. Warszawa: PIW, 1951.
21. Kolberg O. *Przysłowia*. Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, 1977.
22. Radłowski Z., Wojtczak J. *Jak narody widzą siebie nawzajem: o Polakach w Europie*. Warszawa: Wydaw. Nauk. Semper, 1994.
23. Wójcicki K. W. *Przysłowia narodowe*. Warszawa: Hugues et Kermen, 1830.
24. Krzyżanowski J. *Mądrej głowie dość dwie słowie*. T. 1: Trzy centurie przysłów polskich. Warszawa: PIW, 1960.

#### **Информация об авторе.**

**Ивона Яцевич** – кандидат филологических наук (2010), доцент факультета Прикладной лингвистики Института специальной и межкультурной коммуникации Варшавского университета, ул. Штурмова, 4, 02-678, Варшава, Польша. Автор 15 научных публикаций. Сфера научных интересов: лингвистика текста, терминология, специальные тексты, теория и практика устного и письменного перевода. E-mail: [i.jacewicz@uw.edu.pl](mailto:i.jacewicz@uw.edu.pl)

#### **REFERENCES**

1. Bartmiński, J. (1998), "Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki", in J. Anusiewicz, J. Bartmiński (ed.), [Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne], Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław, POL, pp. 63–81.
2. Garncarek, P. (1997), *Świat języka polskiego oczami cudzoziemców*, Wydawnictwo DiG, Warszawa, POL.
3. Kurcz, I. (1994), *Zmienność i nieuchronność stereotypów. Studium na temat roli stereotypów w reprezentacji umysłowej świata społecznego*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa, POL.
4. Lippmann, W. (1922), *Public Opinion*, Horcourt, Brace and Company, NY, USA.
5. Grygo, J. (1980), "Stereotypy językowe nazw ludzi w polszczyźnie potocznej" [Zeszyty Językoznawcze], Lublin, UMCS, POL, pp. 52–70.
6. Kurcz, I. (1992), "Stereotypy, prototypy i procesy kategoryzacji", in Chlewiński, Z. and Kurcz, I. (ed.), [Stereotypy i uprzedzenia], Instytut Psychologii PAN, Kolokwia Psychologiczne, Warszawa, POL, pp. 29–44.
7. Quasthoff, U.M. (1973), *Soziales Vorurteil und Kommunikation*, Athenäum, Frankfurt am Main, DEU.
8. Bartmiński, J. and Panasiuk, J. (1993), "Stereotypy językowe" [Współczesny język polski], Wiedza o kulturze, Wrocław, POL, pp. 363–387.
9. Mackie, D.M., Hamilton, D.L., Susskin, J. and Rosselli, R. (1999), "Społeczno-psychologiczne podstawy powstawania stereotypów", in Macrae, C.N., Stangor, Ch. and Hewston, M. (ed.) [Stereotypy i uprzedzenia], Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk, POL, pp. 39–65.
10. Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Rzeczypospolita Polska (2017), "Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej", available at: [http://www.msz.gov.pl/pl/polityka\\_zagraniczna/priorytety\\_polityki\\_zagr\\_2017\\_2021](http://www.msz.gov.pl/pl/polityka_zagraniczna/priorytety_polityki_zagr_2017_2021) (accessed 26.05.2019).
11. Prokhorov, A.M. (1991), *Bol'shoi entsiklopedicheskii slovar'* [Big Encyclopedic Dictionary], vol. 1, Sovetskaya entsiklopediya, Moscow, Russia.

12. Permyakov, G.L. (1979), "Classification of proverbial sayings. Proverb Transformation", *Poslovitsy i pogovorki narodov Vostoka. Sistemativirovannoe sobranie izrechenii dvukhsot narodov* [Proverbs and sayings of the peoples of the East. Systematic collection of sayings of two hundred nations], Nauka, Moscow, USSR.
13. Zhukov, V.P. (1997), "The art of words in proverbs and sayings", *Slovar' russkikh poslovits i pogovorok* [Dictionary of Russian proverbs and sayings], Russkii yazyk, Moscow, Russia, pp. 6–8.
14. Bartmiński, J. (1999), *Językowy obraz świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, POL.
15. TVP (2017), Słownik TV, available at: <https://www.brtpv.pl/16615065/sloownik-tv> (accessed 26.05.2019).
16. Wirtualne media (2017), „Teleexpress” i „Wiadomości” straciły najwięcej widzów, „Wydarzenia” i „Fakty” najmniej Czytaj więcej, available at: <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/ogladalnosc-programow-informacyjnych-2017-rok-teleexpress-fakty-i-wiadomosci> (accessed 26.05.2019).
17. Świrko, S. (1985), *Na wszystko jest przysłowie*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań, POL.
18. Zdanowicz, A. end al. (1861), *Słownik języka polskiego*, Orgelbrand M., Wilno, POL.
19. Bystroń, J.S. (1933), *Przysłowia polskie*, Polska Akademia Umiejętności, Kraków, POL.
20. Linde, S.B. (1951), *Słownik języka polskiego*, PIW, Warszawa, POL.
21. Kolberg, O. (1977), *Przysłowia*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa, POL.
22. Radłowski, Z. and Wojtczak, J. (1994), *Jak narody widzą siebie nawzajem: o Polakach w Europie*, Wydaw. Nauk. Semper, Warszawa, POL.
23. Wójcicki, K.W. (1830), *Przysłowia narodowe*, Hugues et Kermen, Warszawa, POL.
24. Krzyżanowski, J. (1960), *Mądrej głowie dość dwie słowie. T. 1 – Trzy centurie przysłów polskich*, PIW, Warszawa, POL.

#### **Information about the author.**

**Iwona Jacewicz** – Can. Sci. (Philology) (2010), Associate Professor at the Faculty of Applied Linguistics Institute of Specialised and Intercultural Communication, University of Warsaw, 4 ul. Szturmowa, 02-678 Warsaw, Poland. The author of 15 scientific publications. Areas of expertise: text linguistics, terminology, special texts, theory and practice of interpretation and translation. E-mail: [i.jacewicz@uw.edu.pl](mailto:i.jacewicz@uw.edu.pl)