

УДК 81'38

## ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО КОММУНИКАТИВНОГО СТЕРЕОТИПА НЕМЕЦКОЙ МОЛОДЕЖИ

*Шарикова Л.А.*

*Актуальность* темы определяется недостаточной изученностью влияния гендерных стереотипов (далее – ГС) на формирование молодежного сленга. Проблемами дефиниции сленга занимались многие лингвисты (Е.В. Розен, А.И. Смирницкий, Ст. Стойков, В.А. Хомяков и др.). Сленг – это особый функциональный стиль непосредственной коммуникации, который принят и в профессиональной сфере общения, и в определенных общественных слоях. По своей тематике, целям и составу участников коммуникации молодежный сленг изначально не предназначен на роль общеупотребительной нормы языка, которую исполняют стандартный язык и разговорно-бытовая языковая норма. Можно говорить об избирательности словаря молодежного сленга в тематическом отношении, в котором находят отражение наиболее значимые и популярные среди молодежи сферы жизни. Это язык общения, который выбран ими для разговора друг с другом, с целью выделить себя, подчеркнуть свою индивидуальность. Это своеобразная контрреакция по отношению к прочему обществу и в то же время противопоставление себя другому полу.

*Постановка проблемы.* Общество постоянно переживает ментальные катаклизмы. Предыдущими поколениями в обществе уже были сформированы ГС с определенными возрастными классификационными параметрами, предписывающие каждому возрасту вести себя в вербальном и невербальном смысле согласно своей принадлежности полу. Новое поколение хочет выделиться, поэтому происходит столкновение поколений, конфликт, когда происходит смещение/замена прежних ГС, в частности, в сфере вербального общения, т.е. в гендерных коммуникативных стереотипах (далее – ГКС). ГКС есть сформировавшиеся в социокультуре обобщенные представления о том, как ведут себя мужчины и женщины в процессе общения, с другой стороны, ГКС – это и метод, с помощью которого выделяется шкала стереотипных коммуникативных характеристик феминных и маскулинных партнеров по коммуникации, иначе – Ф- и М-коммуникантов. В результате появляются либо новые коммуникативные средства, либо прежние коммуникативные средства подвергаются формально-смысловому изменению. Эта конфликтность обуславливает актуальность исследования молодежного сленга в каждый новый период исследовательской практики.

*Предметом исследования* являются словарные и не словарные вербализации ГКС немецкой молодежи, дистанция периода употребления которых составляет 15-20 последних лет. Материал исследования получен из двух типов источников: А) словарный материал собран из двух немецкоязычных словарей (WJ – Heinemann M. Kleines Wörterbuch der Jugendsprache. – Leipzig, 1989.–122 s.; WU – Küpper H. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. – Stuttgart, 1991.– 959 s.); Б) не словарный материал собран из периодических молодежных изданий "JUMA" (2000-2004, № 1-4) и "TIPP" (2002-2004, № 1-4), а также на молодежных немецких сайтах ([www.huhny.de](http://www.huhny.de); [www.abroad.de](http://www.abroad.de); [www.yam.de](http://www.yam.de) etc.).

В результате анализа были выделены 3 основные особенности ГКС молодежи: 1) отличаются фамильярностью, даже цинизмом, их вербализации имеют разговорную или грубую стилистическую окраску, метафоричны; 2) большое влияние на формирование ГКС

молодежи оказывают Интернет-ресурсы, СМИ, процесс глобализации социокультурного пространства (например, Европы); 3) ориентированы на моду, им присуще наличие так называемых модных слов и выражений (Modewörter und -ausdrücke).

**1. Лингвокультурная характеристика словарных ГКС немецкой молодежи**

Данная классификация демонстрирует высокую валидность эксперимента, проведенного двумя американскими учеными Ч.М. Гилли и С. Саммерсом, с целью выявления различий в использовании Ф- и М-коммуникантами вульгарной и бранной лексики [5, с.110], уже на материале языка немецкой молодежи.

Таблица 1. Классификация ГКС по признаку знаковой оценки

Обращение к М-коммуниканту	Обращение к Ф- коммуниканту
<p>А) Положительная оценка:                      der Arst – хорошо сложенный юноша (WU); der Bomber – приятный, необычный молодой человек (WU); der Ewiger – постоянный парень (WU); der Hammertyp – очень внимательный, обходительный парень (WU); flotter Junge – молодой человек, который хорошо выглядит (WJ); toller Kerl – отличный, порядочный, дружелюбный, мужественный, смелый молодой человек (WJ)</p>	<p>А) Положительная оценка:                      die Sonne – “солнце” (WJ); flotte Bürste – жизнерадостная, молодая девушка (WU); die Edelschaffe – очень милая, обшительная девушка (WU); die Feuerbombe – привлекательная девушка с волосами красного цвета (WU); heisse Frau – девушка, которая хорошо выглядит (WJ); das starke Geschlecht von heute – «сильный пол» (WU); die Granate – впечатляющая девушка (WU); sauberer Hase – девушка, которая хорошо выглядит, но не чопорная (WJ); die Kanne – современно одетая девушка (WU)</p>
<p>Б) Отрицательная оценка:                      der Flaschenhals – пьяница (WJ); der Bettvorleger – неудачник (WU); der Familienvater – молодой человек, который встречается со многими девушками одновременно (WU); das Fischchen – парень, способный на ложь, обман (WU); grüner Heini – молодой человек без интимной подруги и без сексуального опыта (WU); finsterer Hirsch – скучный парень (WJ); lascher Hirsch – робкий молодой человек (WJ)</p>	<p>Б) Отрицательная оценка:                      der Apparat, der Koffer – толстая девушка (WJ); der Brummkafer – неприступная, обидчивая девушка (WU); der Donnerbesen – плохо подстриженная девушка (WU); der Eckzahn – невзрачная девушка без друга (WU); die Einschlafe – очень скучная девушка (WU); der Falter – девушка легкого поведения (WU); der Fangzahn – девушка, которая ищет интимных встреч с парнями (WU); kaltes Gemuse – молодая девушка, не желающая близости с парнем (WU); die Hippe – ужасная, скучная девушка, которая слишком худая и упрямая (WU)</p>

Итак, для Ф-коммуникантов идеальный партнер должен быть, прежде всего, внимательным, с хорошей фигурой, дружелюбным, мужественным, смелым, сильным, надежным. М-коммуниканты определяют образ идеальной партнерши с большими претензиями: привлекательная, симпатичная, жизнерадостная, хорошо выглядит и одевается, обшительная, нескучная, с ней можно поговорить на любые темы, должна быть умной. Примечательно, что в процессе коммуникации парни уже не выделяют для девушек такие качества, которые определяют место женщины возле домашнего очага. Так ломается стереотип, который приписывался поведению женщин многие столетия: поскорее выйти замуж и заниматься только мужем и детьми. Согласно давно сложившимся стереотипам, Ф-коммуникантам не нравится, если молодой человек пьет алкогольные напитки в больших количествах, глуп и ничего не может/хочет добиться в жизни, нерешителен и скучен. Здесь наблюдается некоторое противоречие в оценке поведения парней: Ф-коммуниканты

## ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО КОММУНИКАТИВНОГО СТЕРЕОТИПА НЕМЕЦКОЙ МОЛОДЕЖИ

отрицательно относятся к так называемым «бабникам» (der Familienvater), с другой стороны, к парням, у которых сексуальный опыт вообще отсутствует (grüner Heini). Негативное отношение к Ф-коммуниканту часто обусловлено его внешним видом: слишком толстая/ худая девушка, скучная или обидчивая, неприступная и чопорная, хотя уважение не вызывают слишком доступные особы.

Таким образом, для Ф-коммуникантов гораздо важнее внутренние качества, а негативное отношение к парню чаще всего связано не с его внешностью, а, скорее, с его поведением. М-коммуниканты отмечают в девушках их поведение, богатый и красивый внутренний мир, если хотят девушку обидеть, то выражают свое недовольство ее внешностью. Стереотипно приписывавшиеся девушке качества «хранительницы домашнего очага» утратили свою актуальность. Стали пользоваться успехом девушки, которые следят за собой, со вкусом одеваются, уверенные в себе, образованные.

### 1. Характеристика по признаку стилистической окраски вербализаций ГКС

Вся молодежная лексика по определению имеет разговорную стилистическую окраску, которая нередко может снижаться до грубой или вульгарной, тогда сленгизмы относятся к бранной лексике: примеры с пометой *разг., фам.* > die Angstmaus – девушка, которая соглашается на интимную связь лишь с одним условием: парень должен пользоваться презервативом (WU); die Berg- und Talbahn – девушка с аппетитными формами (WU); scharfe Bürste – девушка, согласная на интимную связь с парнем (WU); die Dose – интимная подруга (WJ); der Fangzahn – девушка, которая хочет интимных отношений (WU); der Fester, der Hengst – интимный друг (WU); der Fisch – молодой человек, с которым поддерживают любовную связь (WU); das Heizkissen – интимная подруга (WU); с пометой *ругат.* > die Schnalle – девушка (мол.).

### 2. Характеристика ГКС по наличию метафоры в молодежном сленге

Одним из наиболее продуктивных способов формирования молодежной лексики является изменение значения слов общелитературного языка посредством метафорического переноса. Среди наименований девушек и юношей обращает на себя внимание большое количество метафор-зоонимов с переносом значения типа «животное > человек»: die Motte – моль (обшелит.) > жизнерадостная, легкомысленная девушка (мол.); die Antilope – антилопа (обшелит.) > грациозная, стройная девушка (мол.); kleine Kröte – маленькая жаба (обшелит.) > наглая девка (мол.); der Affe – обезьяна (обшелит.) > глупый юноша (мол.); der Nachtfalter, der Nachtschwärmer – ночная бабочка, мотылек (обшелит.) > ночной гуляка (мол.); der Bar – медведь (обшелит.) > доброжелательный, приветливый юноша (мол.). Некоторые лексемы наглядно демонстрируют стереотипы личностного отношения к представительницам женского пола, которые сводятся до уровня примитивной вещи: der Apparat – аппарат (обшелит.) > очень толстая девушка (мол.); die Dose – банка (обшелит.) > интимная подруга (мол. негат.); die Bürste – щетка (обшелит.) > девушка (мол. негат.); das Geschoss – снаряд (обшелит.) > некрасивая девушка (мол.).

Примечательно, что иногда существительные в сочетании с прилагательными положительной коннотации могут изменить свою оценку «минуса» на «плюс». Подобное случилось, например, с “die Bürste” и “das Geschoss”, имеющими в отношении девушек резко негативную коннотацию. Однако в окружении положительно заряженных прилагательных “flott” (flotte Bürste) и “steil” (steiles Geschoss) эти лексемы получили противоположное значение – «замечательная, очаровательная, потрясная девушка». Есть много наименований, которые характеризуют девушку с точки зрения ее сексуальной привлекательности, например: die Sex **bombe**, die Atombombe – (атомная) бомба (обшелит.) > сексапильная девушка, оказывающая сильное сексуальное воздействие на мужчин (мол.); die Sex **granate** – граната (обшелит.) > сексапильная девушка (мол.).

## 2. Лингвокультурная характеристика не словарных ГКС молодежи ФРГ

Данные сленгизмы на сегодняшний день наиболее активно применяются молодежью в общении друг с другом.

### 1. Характеристика не словарных ГКС по признаку знаковой оценки

По данному признаку сохраняются стандартные знаковые типы оценки, например, в обращениях: А) положительная оценка: *der Schnitzel* – привлекательный юноша; *Macho* – крепкий молодой человек с красивым загорелым телом; *der Frauenverstehher* – чувствительный юноша, понимающий и заботливый; *der Schmacko* – симпатичный парень; *B-Boy* – юноша, который носит модную одежду и разбирается в хип-хоп музыке; *die Zicke* – уверенная в себе, самостоятельная девушка; *die Schnecke* – привлекательная девушка; *Faschion* – *Victim* – девушка, одетая по последней моде, разбирается в модных тенденциях; *Perlhuhn* – ухоженная девушка, много времени проводит в парикмахерской и в магазинах; Б) отрицательная оценка: *der Spacker* – слишком худой, непривлекательный юноша; *Looser* – неудачник; *Nerd* – парень, который проводит свое свободное время исключительно за компьютером; *Partypopper* – брюзга, кто на вечеринках не танцует, много пьет и затевает драки; *das Flittchen* – легкомысленная, ветреная девушка, легко соглашающаяся на интимную близость с каждым; *die Schlampe* – неряха; *die Tussie* – уродливая девушка; *die Keule* – девушка с примитивными манерами поведения; *die Tante* – скучная девушка.

Для современных Ф-коммуникантов идеальный парень должен быть симпатичным, уметь модно одеваться и разбираться в музыке, иметь красивое мускулистое тело. По внутренним качествам он, скорее, должен быть чувственным, понимающим, заботливым, даже ранимым, нежели агрессивным и жестким. У М-коммуникантов образ идеальной девушки ассоциируется с ухоженной, хорошо одетой и причесанной девушкой, разбирающейся в моде, самостоятельной, уверенной в себе, ни в чем не уступающей мужчинам. Молодежь современной ФРГ практически полностью сломала прежний стереотип «женщины-домохозяйки», видит ее как независимую, самостоятельную личность. При этом начинает ломаться стереотип «мужчины как главы семейства, добытчика и авторитета». Отчетливо заметно стремление к стиранию граней между Ф- и М-идеалами. Актуальными становятся идеи андрогинности, т.е. «совмещения в индивиде маскулинных и феминных черт, когда личность вбирает в себя все лучшее из обоих половых ролей» [11;12].

### 2. Характеристика ГКС по принципу «модно/немодно» и ее детерминанты

Помимо ожидаемых в данной характеристике американизмов, в молодежном сленге все чаще используются заимствования из других языков: англ. = *Girl* – девушка; *Boy, Guy* – парень; *Bitsch* – независимая, самостоятельная девушка; исп. = *Macho* – крепкий юноша. Происходит не только смена старых ценностей, но и смешение различных языков и культур, преодолевших всяческие границы и барьеры. В эпоху, когда национальные особенности становятся все менее различными, когда можно в разных концах света смотреть один и тот же фильм и покупать одну и ту же одежду в Берлине, Москве и Токио, единственным прибежищем индивидуальности оказывается конкретная личность с ее неповторимым запасом впечатлений и переживаний.

**Выводы.** В отмеченном состоянии проблемы кроется причина ментальных изменений, когда государство перестает вмешиваться в идеологию пола, предоставляя ему возможность оставаться «внецензурно-игровым пространством». Современная молодежь откровенно говорит о своем сексуальном опыте. Переосмыслены даже такие понятия, как *супруг/супруга*: *die Ehefrau* – супруга (обшелит.) > постоянная подружка (мол.); *der Ehemann* – супруг (обшелит.) > постоянный партнер (мол.). Изменилось отношение молодежи к понятиям «семья», «брак», «интимные отношения». Отчетливо заметно стремление к стиранию граней между идеалами маскулинности и феминности, проявляющееся в языке.

## ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО КОММУНИКАТИВНОГО СТЕРЕОТИПА НЕМЕЦКОЙ МОЛОДЕЖИ

Таблица 2. Новые социокультурные детерминанты ГКС конца 90-х годов

Гендер и сексуальность	1. Размытость полов. Унисекс – стремление избавиться от признаков собственной половой принадлежности. Образец подражания – подросток противоположного пола. Мальчики становятся мягкими, ранимыми, плаксивыми, девочки, напротив, волевыми, инициативными, хотя на языковом материале это, особенно что касается М-коммуникантов, еще мало заметно. Девушек называют “das starke Geschlecht von heute” – сильный пол (WU). Если оценочные признаки, стереотипно закрепленные за М-коммуникантом, переносятся на Ф-коммуниканта, то эмоциональная оценка из нейтральной переходит в положительную
	2. Гомосексуализм стал довольно популярным среди молодежи. В молодежном сленге появилось большое количество слов для обозначения людей этой группы: süßer Bruder; warmer Bruder; der Ghatzer
Досуг и удовольствия как стиль жизни	1. Гедонизм – от каждой минуты жизни нужно получать удовольствие. Главным принципом является «я хочу», а не «так принято».
	2. Адреналин – часть жизни. Поиски природных разновидностей духовных удовольствий до взгляда в лицо смерти. Это так называемые “Risk-taker” – люди, занимающиеся экстремальными видами спорта, экстремалы
Элементы новой идеологии	1. Приступы ярости. Жестокость на дорогах, в кино, нетерпение, беспричинный гнев, рост немотивированного насилия. Все это отражается и на языке молодежи, и на отношении друг к другу
	2. Искусственная натуральность. Переход к естественности отразился на внешнем виде молодых людей: прямые волосы, бледные губы и т.д. Это отражается и в сленге, например, “die Barbie” имело значение «привлекательной, симпатичной девушки», сейчас это слово используется для того, чтобы поддеть/ обидеть девушку, которая использует слишком много косметики

### Список литературы

1. Вопросы языкознания. – 1956. – №6. – С.13-18.
2. Вопросы языкознания. – 1963. – №5. – С. 5-7.
3. Вопросы языкознания. – 1996. – №3. – С.36-40.
4. Вопросы языкознания. – 2000. – №4. – С.18-22.
5. Вопросы языкознания. – 2002. – №1. – С.110-127.
6. Домашнев А.И. Немецкие социолекты: сленг// Лексика и лексикография. – 2001. – Вып. 12. – С.42-47.
7. Женщина. Образование. Демократия. – Минск: ЖИ “ЭНВИЛА”. 2003.
8. Матуране У. Язык и интеллект. – М., 1996. – С.177.
9. Розен Е.В. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке. – М.: Просвещение. 1991. – 192с.
10. Сборник трудов молодых ученых КемГУ. Вып.3. Т.1. – Кемерово. 2003.
11. Словарь гендерных терминов/ Под ред. А.А. Денисовой. – М., 2002.
12. Теория и методология гендерных исследований. Курс лекций. – М., 2001. – С.366-379.
13. Androutsopoulos J.K. Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihrem Strukturen und Funktionen. – Frankfurt a. M.: Lang. 1998. – 686S.
14. Schlobinski P., Heins N. Jugendliche und ihre Sprache. – Opladen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1997. – 236S.

*Поступила в редакцию 17.02.2005 г.*